

IconMedialab & Energia: dialogo diretto con gli utenti

IconMedialab, leader mondiale nella consulenza strategica e nello sviluppo di soluzioni per tutti i canali digitali, progetta per Energia S.p.A., uno dei primi cinque operatori del mercato energetico italiano, www.energiaweb.it, con l'obiettivo di creare un'identità forte e differenziante, capace di 'parlare' attraverso il canale digitale, con un linguaggio innovativo e una modalità inedita di rapportarsi agli utenti.

Con la campagna di advertising on-line che accompagna la promozione di www.energiaweb.it, anch'essa ideata e pianificata da IconMedialab, Energia intende sostenere il proprio posizionamento di "alternativa intelligente": non solo un fornitore nuovo e una solida realtà industriale - Energia è fra i pochi produttori di elettricità in Italia -, ma un grande operatore responsabile, efficiente nella generazione e attento all'ambiente, capace di offrire ai propri Clienti soluzioni vantaggiose e strumenti innovativi per una gestione ottimale delle risorse energetiche. Per parlare di "energia" in modo diretto, trasparente e informale, Energia ha definito una web identity innovativa, fondendo immagini di grande impatto emotivo con dettagli tecnici delle proprie strutture produttive. Anche l'architettura del sito propone un nuovo modo di comunicare on-line, integrando informazioni, servizi e strumenti interattivi e accompagnando il visitatore alla scoperta della natura tecnica e commerciale di elettricità e gas, chiarendo i dubbi più comuni, illustrando il funzionamento del mercato energetico, mostrando come nasce il prezzo dell'elettricità, consigliando gli accorgimenti per un uso intelligente ed efficiente dell'energia. Il go-live del sito www.energiaweb.it è supportato da un intenso piano di comunicazione, per lanciare la presenza on-line della società e sperimentare l'uso del web come canale di promozione commerciale di prodotti e/o servizi, con particolare attenzione al target delle PMI e delle partite IVA. Da lunedì 18 aprile fino al 9 maggio, Energia è presente sui principali portali e sulle maggiori testate nazionali, con soluzioni creative coerenti con il posizionamento e la personalità del brand, e il cui obiettivo primario è lo sviluppo dell'awareness. Per il primo semestre del 2005, sono stati pianificati due flight principali di advertising, di cui il primo partirà il 18 aprile. La definizione del target Web è avvenuta con un duplice obiettivo, di copertura trasversale dell'utenza generalista e di presidio delle principali testate on-line italiane, in modo da originare un mix tra leader del mondo Web che, al contempo, siano anche di prestigio istituzionale, tra cui MSN, Virgilio, Repubblica.it, Corriere.it e Sole24Ore. Non mancano, inoltre, spazi mirati su canali specifici per il target business: da Borsa Italiana a Kataweb Finanza. Gli spazi selezionati per la campagna sono di elevata visibilità, sia per il posizionamento all'interno della pagina, sia per il formato, in grado di dare il massimo risalto alla creatività e di garantire forte riconoscibilità della brand identity di Energia S.p.A. Creatività e copy strategy sono state pensate per richiamare in maniera efficace l'immagine del nuovo sito e per trasmettere i valori fondanti del brand e dell'offerta come la flessibilità, l'intelligenza e la responsabilità. Il team di IconMedialab ha approcciato il redesign di www.energiaweb.it ampliando il duplice concetto utilità-usabilità: da un lato sono state effettuate, in fase preliminare, interviste esplorative a potenziali clienti di Energia S.p.A., per comprendere quali, tra i servizi on-line, sarebbero risultati maggiormente

strategici per le differenti categorie. Parallelamente, sono state effettuate una serie di valutazioni esperte sui siti di realtà on-line percepite come competitor, sia italiani sia stranieri, per individuare le best practices di servizi, toni comunicativi e semplicità di navigazione. Sulla base di specifiche categorie di utenza, si è proceduto all'identificazione dei percorsi d'uso dello strumento Internet e alla fase creativa di concept definition, che ha consentito di colmare il divario cognitivo, affiancando ad una navigazione razionale e ordinata un altro tipo di navigazione, più agile e suddivisa per categorie di utenza. IconMedialab, declinando i suddetti valori in tutti gli aspetti comunicativi del sito Web, ha realizzato lo studio completo dell'interfaccia, fornendo:

- consulenza per lo studio di navigazione e di interazione (interaction design)
- consulenza per lo studio e la realizzazione delle funzionalità
- consulenza e sviluppo delle guideline rispetto alla modalità di presentazione dei contenuti
- consulenza per l'ottimizzazione e l'editing parziale dei contenuti del sito
- design e usabilità delle funzionalità in conformità con i target di utenza
- design dell'interfaccia
- animazioni in flash
- consulenza strategica di digital marketing e pianificazione della campagna di advertising on-line.

Punto di forza di www.energiaweb.it, non solo l'offerta dei prodotti di Energia riservata a Grande Industria, PMI e Partite IVA, ma anche e soprattutto una intensa user experience, grazie al numero consistente di servizi presenti on-line. L'offerta di Energia per l'utente contempla, infatti:

- percorsi informativi, simulazioni e composizioni del prezzo dell'energia, antepresa dei servizi di verifica e controllo riservati ai Clienti, strumenti informativi
- approfondimenti legati ai temi ambientali e tecnici
- catalogo prodotti (divisione verticale e per target di utilizzo)

Attraverso specifici strumenti interattivi, Energia accompagna on-line l'utente alla scoperta della natura tecnica e commerciale di elettricità e gas, chiarendo i dubbi più comuni, illustrando il funzionamento del mercato energetico, consentendogli di capire come nasce il prezzo dell'elettricità, consigliandogli gli accorgimenti per un utilizzo intelligente ed efficiente della risorsa energetica. A completamento e sostegno della sezione interattiva 'Fai dai te', l'area dedicata agli approfondimenti, 'Per saperne di più', spiega in modo semplice e sintetico alcuni aspetti caratterizzanti il settore energetico. "In pochi anni Energia è diventata un protagonista del mercato energetico italiano. Grazie a competenza, spirito imprenditoriale e dinamismo, ma soprattutto grazie a un modo nuovo di servire i Clienti e allo sviluppo di soluzioni innovative per il settore energetico (siamo stati i primi a creare "prodotti" elettrici differenziati) - commenta Riccardo Bani, Direttore Generale di Energia S.p.A., che aggiunge - Oggi vogliamo sperimentare e investire su un nuovo canale di promozione e, domani, di vendita: il web. Un canale diretto, veloce, informale, per arrivare a offrire a ogni imprenditore italiano la soluzione che lo fa risparmiare di più, nel modo più semplice e immediato possibile". "Grazie alla metodologia progettuale adottata da IconMedialab per il canale Web e alla costante collaborazione day-by-day con il Cliente - dichiara Marco Tosi, Amministratore Delegato di IconMedialab Italia - Energia S.p.A. risponde ad una esigenza di rinnovamento della propria comunicazione sui canali digitali. Traducendo i bisogni dell'azienda Cliente, IconMedialab definisce e progetta per Energia un nuovo 'vocabolario di regole e cifre visive', avviando un progetto di web identity digitale riconoscibile e differenziante, la prima di una serie di attività di comunicazione on-line previste per tutto il 2005". ENERGIA Nata nel 1999, Energia SpA è oggi uno dei primi cinque operatori del mercato energetico italiano, fornitore di elettricità, gas e servizi energetici per clienti business di tutto il territorio nazionale. I suoi clienti comprendono alcune delle più grandi industrie i

taliane, ma anche piccole e medie imprese, artigiani, commercianti e liberi professionisti, per i quali ha sviluppato un apposito “catalogo prodotti”, con soluzioni differenziate in base alle specifiche esigenze di consumo. Da sempre, Energia integra la fornitura di elettricità e gas con strumenti di informazione e servizi per il controllo dei consumi e il contenimento delle spese energetiche. Ponendosi come partner energetico delle aziende italiane, promuove una nuova cultura dell’energia, affinché risparmio e consumo intelligente possano finalmente contribuire al rispetto dell’ambiente. Il forte orientamento al cliente e la sensibilità nei confronti delle istanze di risparmio energetico sono confermati dagli investimenti nel settore dell’efficienza energetica. In quest’ottica si inserisce l’acquisizione, a fine 2004, di Eligent, società specializzata nello sviluppo di strumenti per la riduzione dei consumi degli apparati di illuminazione esterna. Socio di Energia in Eligent è Legambiente, il referente italiano più autorevole per la salvaguardia ambientale e la sensibilizzazione verso un consumo consapevole e sostenibile. Energia è uno dei pochi produttori italiani di elettricità, dotato di un proprio parco centrali. È impegnata a rafforzare il sistema energetico nazionale, perché possa garantire approvvigionamenti certi a tutti i consumatori italiani. Sta costruendo nuovi impianti e adeguando quelli esistenti ai più elevati standard di efficienza e compatibilità ambientali. ICONMEDIALAB IconMedialab - società internazionale leader nella consulenza e nello sviluppo di applicazioni user-centered per tutti i device digitali, e centro di competenza in Italia per l’interattività sul canale televisivo - con le sue attuali 16 sedi, è presente in 10 Paesi e si avvale della collaborazione di oltre 700 consulenti. I servizi offerti, frutto dell’unione delle competenze di system integrator e di progettazione di soluzioni user centered, hanno permesso ad IconMedialab di imporsi rapidamente quale leader nel mercato europeo. Nel gennaio 2002, IconMedialab International si è fusa con Lost Boys Group - new media company olandese - rafforzando la propria leadership europea nel mercato dell’e-Business e confermando la propria posizione di forza nel mercato statunitense. Dal Giugno 2004, la compagnia ha modificato la propria denominazione sociale, da IconMedialab International a LB Icon. IconMedialab annovera fra i propri clienti aziende che attribuiscono alla comunicazione sui nuovi media un ruolo strategico, quali: Alitalia, Arca SGR, Blockbuster, Boscolo Group, Class Editori, Coca-Cola Bevande Italia, Coming Soon Television, Esselunga, Energia S.p.A., ESA – European Space Agency, Gruppo Sanofi Aventis, H3G, IULM, Janssen-Cilag, Mediaset, OniWay, Pirelli, Prada, RAINet, SAES Getters, Star Alimentare, Tamoil, Trenitalia Divisione Cargo, Vortice. In Italia IconMedialab è presente dal 1999 grazie all’acquisizione della prima società italiana di consulenza Internet, fondata da Marco Tosi, attuale Presidente e Amministratore Delegato di IconMedialab Italia. La sede italiana, con uffici a Milano, impiega 80 persone.

Pubblicato il: 27 aprile 2005

Fonte: [Costanza Mastrovalerio](#)

Autore: [Redazione FullPress](#)

Link: <http://www.energiaweb.it>

News inserita in: [Varie](#)