



## Enel per il terzo anno sponsor dell'Osservatorio Multicanalità



Mercoledì 16 Novembre 2011

Squadra che vince non si cambia. Anche quest'anno Enel conferma la sua partecipazione in qualità di main sponsor al progetto di ricerca dell'Osservatorio Multicanalità, i cui risultati saranno presentati da Nielsen, Connexia e la School of

Management del Politecnico di Milano il 15 dicembre 2011. Enel, con la partecipazione all'Osservatorio per il terzo anno consecutivo, intende compiere un passo avanti confermando la propria leadership nell'innovazione del mercato libero dell'energia. Infatti, accanto all'analisi dei comportamenti dei consumatori, sempre più multicanale, è fondamentale capire come costruire e consolidare una reputazione digitale che si integri con la reputazione di cui Enel gode sul mercato. "Quello che cerca il cliente oggi è un servizio che semplifica la vita, qualcosa che renda più facile il suo vivere quotidiano" dichiara Nicola Lanzetta, Responsabile Vendite Mass Market e aggiunge "Enel Energia è ben consapevole che l'epoca dei contratti fornitore-utilizzatore ha ormai lasciato il posto a un rapporto paritetico nel quale il cliente sceglie chi è in grado di fornire servizi e prodotti che soddisfano le sue esigenze". Una domanda differente agli operatori alla quale Enel Energia risponde moltiplicando le offerte e modellandole sulle diverse esigenze, una scelta multicanale che ha reso la società di Enel leader del mercato libero dell'energia e del gas. Alla sua quinta edizione, l'Osservatorio Multicanalità si propone di fare un bilancio dell'evoluzione del consumo multicanale e dell'approccio strategico delle aziende, ripercorrendo i trend di questi cinque anni di ricerca. Obiettivo del 2011 è anche quello di connotare maggiormente i cluster più multicanali, i Reloaded e gli Open Minded, per analizzarne ancor più nel dettaglio i comportamenti lungo il processo di acquisto e fornire così alle aziende insight ancora più strategici. Inoltre, un focus ancora più approfondito sarà dedicato alle aree di innovazione tecnologica, in particolare il mobile (smartphone, tablet, netbook, eReader) e sui fenomeni di ibridazione e multitasking nel consumo dei media.

[Succ. >](#)