



**Vincenzo Adinolfi**

Amministratore unico – Cava Energia S.R.L.



## QUANDO LE RETI SI INCONTRANO

*Le sinergie tra TLC ed energia per  
chi vuole crescere nel mercato  
dei servizi essenziali*

Se uno dei nostri clienti venisse qui adesso e ci presentassimo, il suo pensiero sarebbe:

**"Sono quelli delle bollette di casa"**

Energia, Gas & Internet

un unico **bisogno**, un'unica **offerta!**



- ✓ Servizi essenziali per casa e ufficio – **funzionalità**
- ✓ Tutti percepiti come “**bollette**”
- ✓ Vendite ricorrenti e continuative
- ✓ Unificazione degli ambiti di utilizzo, dei canali di vendita e modalità di pagamento

# Perché TELCO ed Energy insieme?

## Cliente

- Comodità di avere un **unico fornitore**
- La forza dell'**abitudine**



## Fornitore

- Maggiore protezione dalla **concorrenza**
- Più **marginalità**: vendere più servizi agli stessi clienti (e acquisirne di nuovi)

- **CRM**  
Un solo tool, zero complicazioni
- **Fattura mensile**  
Unico layout, chiarezza garantita
- **Vendita**  
Un canale, un rapporto, mille opportunità

**Vendere energia è naturale;  
il cliente è già lì, bolletta in mano e fiducia in te!**



Perché la **sinergia** Energy + TELCO è ancora **poco sfruttata** tra i piccoli e medi operatori?



### **Operatori Energy**

Management mediamente poco digitalizzato e aperto alla digitalizzazione, processi tecnici e commerciali farraginosi, lenti e complessi.



### **Operatori TLC**

L'opportunità non è (ancora) percepita come concreta e facilmente realizzabile.

## Come diventare (anche) un fornitore di energia?

- Requisiti giuridici ed economici
- Autorizzazioni
- Accordi di fornitura
- Risorse umane
- Processi

Strada Maestra



CO -BRANDING

Scorciatoia

## Come diventare un fornitore di energia?

- Società con capitale sociale interamente versato **100.000 euro**, codice **ATECO idoneo**
- Iscrizione **ARERA** ed **Elenco Venditori** di Energia tenuto dal Ministero
- Apertura posizione presso le **Dogane**
- Accredimento al **SII** (Sistema Informativo Integrato)
- Sottoscrizione accordo quadro con uno o due grossisti e/o accredimento come **«Utente del Dispacciamento»**

Costo attraverso una società di consulenza: **dai 5 agli 8.000 euro + garanzie finanziarie**

Tempo necessario: **dai 6 ai 12 mesi**

## Cosa occorre?

- **Software avanzato** per i principali processi di Back Office, Operation e Fatturazione
- **Risorse interne (Minimo 1-2 persone) per ogni processo;** con esperienza nel settore; gestione corretta del rapporto con le autorità regolatorie e monitoraggio continuo dei cambiamenti normativi

## Adempimenti

- **Dichiarazioni doganali** annuali energia elettrica e gas entro Marzo di ogni anno
- Monitoraggio emissioni ai fini **ETS2** (European Emission Trading System 2)
- Indagini **ARERA** semestrali e annuali (qualità servizio clienti, qualità fatturazione, prezzi medi ecc.)
- **Report** fatturazione, Report bonus sociali e Report Canone RAI
- **Riversamenti** periodici e annuali di Accise e Canone RAI
- Comunicazione annuale **Dati Catastali**
- **NEW» Scontrino Energia & Gas**

## CO-BRANDING

**In breve: è come essere un MVNO dell'energia!**

## Descrizione di Co-branding

È un modello di collaborazione commerciale in cui il soggetto giuridico che vende l'energia è una società diversa dalla tua, ma con cui hai instaurato una collaborazione incentrata sull'utilizzo combinato dei marchi di entrambe le aziende

## Vantaggi

- Zero costi di startup:** non devi affrontare spese per costruire un'infrastruttura e un'organizzazione propria.
- Nessuna necessità di personale aggiuntivo:** puoi vendere energia senza dover assumere (e pagare) nuove risorse.
- Assenza di adempimenti burocratici:** tutte le pratiche amministrative sono gestite dal partner.
- Nessuna preoccupazione per incassi e insoluti:** il partner si occupa di gestire gli incassi e si accolla il rischio credito.
- Vendita immediata di energia:** puoi iniziare a offrire energia ai tuoi clienti sin da subito, battendo la concorrenza sul tempo.
- Personalizzazione delle offerte:** puoi avere offerte commerciali su misura per i tuoi clienti.
- Comunicazioni a marchio congiunto:** le comunicazioni sono personalizzabili anche con il tuo logo.
- Patto di non concorrenza:** un accordo che tutela la tua Customer Base.
- Supporto formativo:** un team dedicato per formare il tuo staff e ottimizzare la vendita.

## Tabella di confronto

ASPETTO	FORNITORE DIRETTO	CO-BRANDING
Tempi	6 – 12 mesi	Immediato
Costi	≥ 50.000 €/anno	Zero startup
Gestione	Interna	Delegata
Offerta	Personalizzabile	Personalizzabile

**Non è più il tempo di scegliere se fare solo TLC o solo Energy.**

**È il momento di decidere se diventare l'interlocutore unico per il cliente... o lasciare che lo sia qualcun altro.**



**Grazie!**

**Vincenzo Adinolfi**

Amministratore unico - Cava Energia S.R.L.

**Donato Filomena**  
CEO - ISPBilling by Dieffeitalia.it



**LA SOLUZIONE**  
*Come semplificare la  
gestione usando un unico  
software.*

# Perché scegliere un unico software per TLC ed Energia?



## Cosa hanno in comune?

- **I Processi sono simili:** acquisizione, attivazione, billing, assistenza.
- **Stessi touchpoint:** area clienti, notifiche whatsapp, email, app, supporto tecnico.
- **Stessa clientela** → possibilità di aumentare l'ARPU (ricavo medio per utente).

# Risparmio interno e vantaggi per l'operatore



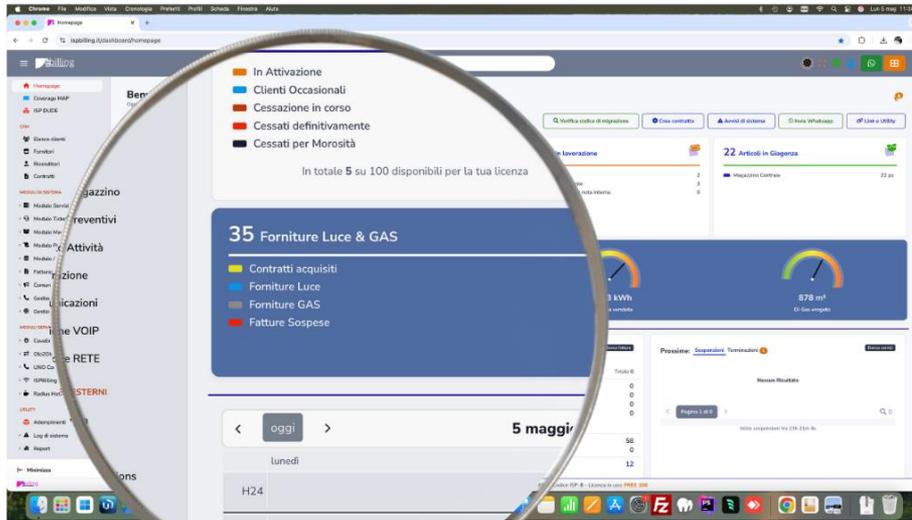
- **Un solo software** = meno licenze e meno manutenzione.
- **Formazione unica per i collaboratori** → risparmio di tempo.
- **Offerta commerciale** più semplice da comunicare.
- **Differenziazione sul mercato** con un'offerta completa.
- **Clients più fidelizzati** grazie alla gestione unificata.

La SOLUZIONE



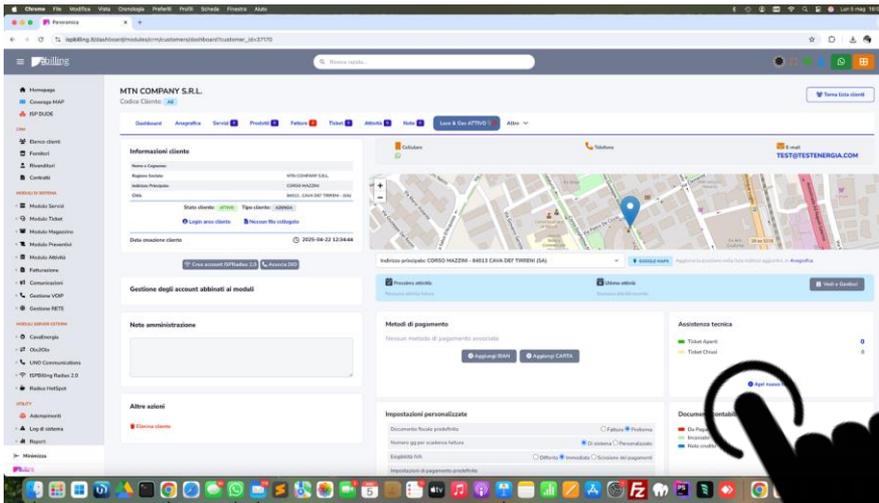
**Come e cosa ci permette di fare il modulo di Cava Energia o di qualsiasi altro fornitore che mette a disposizione le proprie API per l'integrazione su ISPBilling.**

# Più controllo e gestione dei dati



- **Dashboard:** un'unica home dove controllo il mio business.
- **Acquisizione clienti:** un'unica gestione dell'anagrafica del cliente TLC o Energia.
- **Fatturazione:** controllo della fatturazione, situazione pagamenti.
- **Assistenza:** stessa procedura di apertura ticket.

# Semplificazione dei processi di gestione

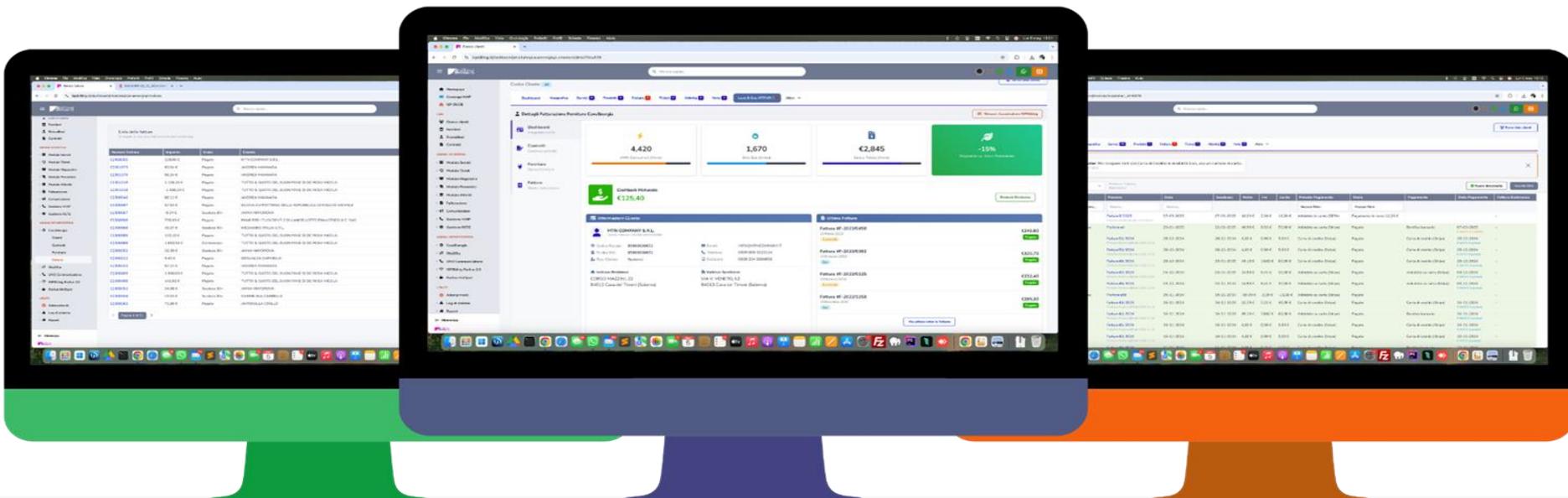


Attivare una fornitura di Energia, un Account RADIUS, una Numerazione VoIP o una Linea FTTH...

**NON FA' DIFFERENZA**

# Il cliente a 360°, non solo MODEM

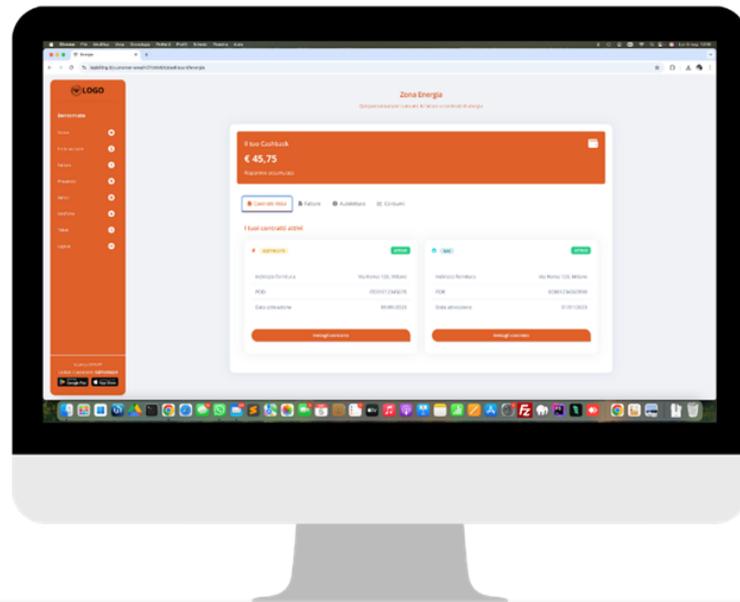
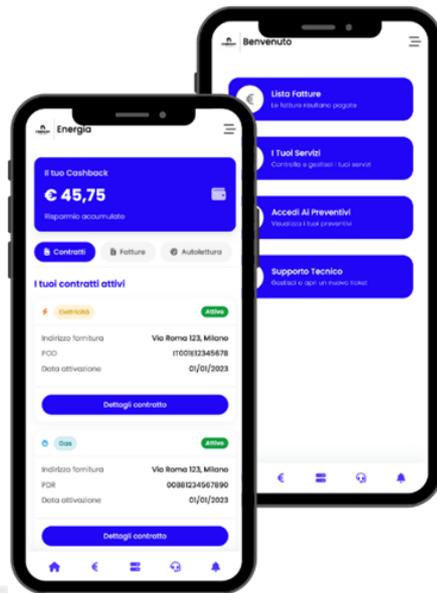
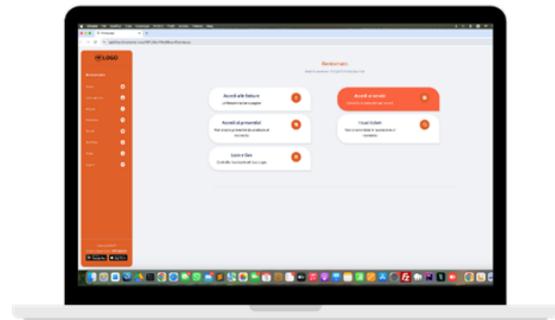
Controllo completo sui consumi energetici, creazione contratti, gestione autolettura, elenco forniture e/o contratti in scadenza, gestione listini, elenco fatture, statistiche e molto altro.



# Semplicità per il Cliente stesso.

Diamo ai nostri clienti la possibilità di gestire tutto in un'unica Area Riservata, un'unica APP per lo Smartphone, un unico numero di Assistenza... praticamente un **UNICO FORNITORE DI SERVIZI**

notifiche fatture tramite  
app, whatsapp e mail





# Thank you!

**Donato Filomena**

CEO - ISPBilling by Dieffeitalia.it



<https://www.linkedin.com/in/donatofilomena>

**Scansiona  
ci sentiamo dopo!**





**Ivan Adinolfi**

Responsabile commerciale – Cava Energia S.R.L.



## VENDERE IN MODO «UNICO»

*Cashback, co-branding e fedeltà: la nuova frontiera della vendita di luce, gas e internet*

## «UNICO» la parola chiave del nostro progetto

Precedentemente abbiamo parlato di un:

- «**Fornitore unico**» luce gas e internet in un solo rapporto commerciale
- «**CRM unico**» una piattaforma per gestire tutto in modo semplice

**Come possiamo essere «unici» anche nel modo in cui vendiamo questi servizi?**

## Quanto è importante differenziarsi con un'unicità dell'offerta?

- La concorrenza è forte, i prodotti sono simili, le offerte spesso si assomigliano.
- La differenza oggi **non la fa più solo il prezzo**, ma **il valore percepito**.
- Essere **UNICI** significa offrire qualcosa che:
  - Gli altri non offrono.
  - I clienti capiscono e apprezzano subito.
  - Ti rende **memorabile**, non solo conveniente.

## Cos'è il cashback?



- È un **meccanismo di restituzione** al cliente: più spende, più riceve.
- Non si tratta di uno sconto, ma di un **credito da riutilizzare** o da incassare.
- È **familiare** al pubblico: promosso da brand globali e da iniziative istituzionali (es. cashback di Stato)
- Funziona perché **rafforza il legame** tra cliente e fornitore.



## Il nostro caso studio: il Metellio

- Iniziativa di Cava Energia.
- Il cliente riceve un **cashback dei suoi consumi** di luce e gas.
- Il credito può essere speso in attività convenzionate o in iniziative locali.
- Risultato: **più valore percepito, più fidelizzazione**, più ritorno economico nel territorio.
- Un esempio concreto di **come un fornitore energetico può distinguersi e diventare «UNICO»**

## A cosa serve un cashback per chi vende luce, gas ed internet?

- Sono tutti servizi «essenziali»: i clienti devono attivarli.
- Ma sono anche percepiti come **freddi, impersonali, spesso scelti solo per il prezzo.**
- Il cashback:
  - **Riscalda il rapporto** con il cliente.
  - Lo **lega al venditore**, non solo al contratto.
  - Aggiunge un motivo per **scegliere te e restare.**

## Cosa lo rende così efficace?

- Funziona sui **servizi ricorrenti**: più resti, più guadagni.
- È **trasparente, automatico e controllabile**.
- Trasforma ogni bolletta in **un'opportunità di guadagno** per il cliente.
- È adattabile: può essere **locale, digitale, condiviso**, personalizzabile sul tuo punto vendita.

## Premiare i comportamenti che vogliamo incentivare



Il cashback non è solo un vantaggio per il cliente.  
È uno **strumento per indirizzare abitudini utili e sostenibili.**

Possiamo usarlo per **premiare comportamenti virtuosi**, ad esempio:

- **Pagamento puntuale** della bolletta entro la scadenza
- Attivazione in digitale, senza necessità di supporto fisico
- Scelta di fattura via mail e addebito in conto
- Permanenza continuativa nel tempo

In questo modo il cliente **riceve un vantaggio concreto** e tu **ottimizzi la gestione, riduci i problemi e costi.**

Il cashback non è una spesa, **è un investimento che genera efficienza e fidelizzazione.**

## Gli altri fornitori cosa fanno?

- Offrono «promo spot»: sconti una tantum, bonus di benvenuto, gift card usa e getta
- Fanno concorrenza **solo sul prezzo**, senza costruire un rapporto duraturo.
- Non investono in **modelli di fidelizzazione concreti e sostenibili**.
- Nessuno valorizza il cliente nel lungo periodo come possiamo fare noi.

## Come viene introdotto il cashback con il nostro co-branding?

- Il cashback è uno **strumento commerciale integrato nella nostra formula di co-branding.**
- Tu vendi luce, gas e internet con il tuo marchio, supportato dalla nostra struttura.
- Noi ti forniamo:
  - Il **sistema** cashback pronto all'uso.
  - Il **materiale** promozionale.

Il risultato? **Diventi UNICO** anche nella proposta commerciale: completa, integrata, fidelizzante.

## La proposta UNICA in 3 punti

### 1. Servizi UNICI

L'offerta integrata: luce, gas ed internet -> un solo referente, una sola gestione.

### 2. Valore UNICO

Il cashback fidelizza il cliente, valorizza ogni pagamento, crea ritorno.

### 3. Struttura UNICA

CRM, supporto, assistenza: tutto centralizzato, pronto per l'uso.

Diventi davvero un **punto unico di riferimento!**





**Grazie!**

**Ivan Adinolfi**

Responsabile commerciale – Cava Energia S.R.L.