

di Luca Figini

Lo storico brand ha creato una categoria ben definita sul retail con una gamma di prodotti che intercetta un target giovane e di appassionati

Il lato consumer di Pioneer DJ

Deriviamo dalla storica Pioneer che presidiava diverse categorie di prodotto, tra cui le soluzioni professionali dedicate ai DJ. Nel 2015 sono state scorporate le linee merceologiche e trasformate in società a se stanti. È nata Pioneer DJ che, attraverso l'acquisizione di KKR, è diventata indipendente". Con queste parole Luca Desina, country manager di Pioneer DJ per Italia, Malta e Balcani, sintetizza la storia dell'azienda per spiegare l'attuale evoluzione che ha dato un nuovo slancio: "Da marzo 2020 Pioneer DJ è controllata dalla società giapponese Nuritsu Koki Co. Ltd.: è stato un passaggio importante perché ha rafforzato l'ottica aziendale e ci ha dato una personalità industriale ancora più coesa con il mondo della consumer electronics in virtù di strategie ad ampio respiro. Abbiamo cambiato nome, quindi ci proponiamo sul mercato come Alpha-Theta Corporation che sviluppa, produce e distribuisce i prodotti a marchio Pioneer DJ". In questo anno di cambiamento, il brand si è concentrato con maggiore attenzione sul canale consumer, investimento che ha portato incrementi di fatturato e profitto. Prosegue Luca Desina: "Nell'ultimo anno a causa della pandemia hanno rallentato i segmenti storici rappresentati da grandi eventi, concerti, discoteche e gli ambiti nei quali le soluzioni di Pioneer DJ è leader indiscusso. Ci siamo focalizzati sul retail per intercettare la domanda della Generazione Z (dai 7 ai 24 anni), ossia i cosiddetti 'wannabe deejay', appassionati di musica che iniziano a sperimentare i prodotti per hobby e divertimento o per impostare un percorso di crescita professionale. Sul canale consumer proponiamo una linea up che oscilla tra l'entry level e il medio livello con prezzi tra circa 150 euro a mille euro. Nel bouquet comprendiamo console, cuffie, speaker e giradischi: una linea completa ci ha permesso di trarre crescite percentuali elevate e costanti".

Il ruolo di M-Trading

Per approfondire come Pioneer DJ sta sviluppando il canale retail, abbiamo coinvolto Claudio Bosatra, general manager di M-Trading che gestisce il brand sul fronte consumer: "È stata una scommessa per entrambi perché M-Trading nasce come distributore



Claudio Bosatra

prima del mercato fotografico, poi siamo approdati sui retailer specializzati aprendo all'elettronica di consumo. Pioneer DJ era già presente sul consumer ma con un'offerta limitata: ci siamo resi conto, strada facendo, che ampliare la gamma destinata al retail era indispensabile per sviluppare il business. Così abbiamo incrementato la presenza a scaffale: ciò ha permesso di ottenere risultati di vendita maggiori. Questo dimostra come M-Trading non sia un 'box mover' ma una realtà attenta ai brand che distribuisce, sui quali si concentra per valorizzarli nel modo migliore. In più, Pioneer DJ è leader di mercato nei prodotti che offre e, anche grazie ai rapporti già consolidati nel tempo con



I prodotti consumer di Pioneer DJ

Sopra il controller a quattro canali DDJ-FLX6; a destra le cuffie HDJ-X5 BT. Sotto il DDJ-200



Luca Desina

vendita con DJ e sperimentazioni dal vivo per coinvolgere il retailer e utenti finali. Solo creando questo tipo di contesti si valorizza sia il ruolo dei punti vendita, sia la proposizione dei prodotti e si ottengono elevati sell-out. Ci sono ancora grandi potenzialità affinché il business consumer di Pioneer DJ possa continuare a crescere. Dal canto nostro, stiamo supportato con tutte le iniziative necessarie questo percorso con strategie di lungo termine".

Il target di riferimento

Tornando al target a cui proporre la gamma di Pioneer DJ, parola a Elena Grassi, responsabile comunicazione del brand: "Il nostro target consumer primario è rappresentato dai più giovani, anche se non trascuriamo gli adulti appassionati di musica che hanno dimostrato interesse verso i nostri prodotti. Per intercettare la Gen. Z ci concentriamo su attività social e di influencer marketing per stabilire un contatto diretto con gli utenti, creando il presupposto necessario perché questi entrino nei negozi per sperimentare la qualità e le peculiarità dei modelli consumer di Pioneer DJ. Siamo convinti che la musica, oltre a essere un momento creativo, rappresenta un'opportunità per coinvolgere e aggregare le persone. Diventa importante fare provare i prodotti ai consumatori, anche attraverso aree espositive vive, accese e dinamiche in cui toccare con mano la nostra offerta". Non solo: per esempio, tanto le console quanto le cuffie sono usati dai gamer e dai content creator per gestire la sezione audio dei contenuti generati. Spiega Grassi: "La versatilità della proposta consumer di Pioneer DJ è rilevabile in tante occasioni: nelle feste private o nei ritrovi tra amici, all'aperto o in occasioni sociali. Tutti i modelli sono compatti, trasportabili, 'all in one' e semplici, quindi seguono l'utente ovunque li voglia utilizzare".