

di Luca Figini

Pioneer Dj punta a diventare il brand top of mind della Generazione Z attraverso nuovi prodotti e una chiara strategia di canale

Musica, maestro!

A volte il tempo passa così velocemente che non ci si rende conto di quale storia si stia sviluppando nella progressione di ore, giorni, mesi e anni. Come nel caso di Pioneer Dj, brand per il deejaying da oltre 25 anni e riconosciuto come leader a livello globale da artisti, organizzatori di festival ed eventi e all'interno dei club. Negli ultimi cinque anni, il marchio (controllato da AlphaTheta) ha potenziato e perfezionato la proposta di prodotti destinati agli utenti che desiderano muovere i primi passi nel Djing. L'obiettivo perseguito è rappresentare il punto di riferimento anche per tutti i giovani che vogliono avere la possibilità di cimentarsi con prodotti al passo con i tempi e connessi. Spiega Luca Desina, country manager di Pioneer Dj per l'Italia, Malta e i Balcani: "Non solo i top Dj sono portati a scegliere il nostro brand ma anche, e sempre di più, chi vuole avvicinarsi al Djing o chi desidera avere la migliore strumentazione per vivere le proprie passioni. Negli ultimi anni il nostro legame con il segmento consumer si è fatto sempre più forte grazie al continuo aggiornamento di una line up di prodotti con cui vogliamo ridurre le barriere all'approccio del Djing per raggiungere un pubblico più ampio, specialmente nell'ambito della cosiddetta Generazione Z, ossia i potenziali Dj di domani. Un target importante che a livello globale nel 2020 ha avuto un potere di acquisto di 34 miliardi di dollari e ha influenzato le spese familiari pari a circa 600 miliardi di dollari". Continua Desina: "Ci rendiamo conto che non tutti gli amanti della musica o i frequentatori di festival desiderano diventare i prossimi artisti sul palco, ma questo non significa che i nostri prodotti non debbano soddisfare i medesimi standard d'eccellenza. Ogni modello, che si tratti di cuffie, diffusori o controller, eredita lo stesso look degli equivalenti top di gamma presenti nelle console Dj di tutto il mondo. Inoltre, sono tutti sottoposti a vigorosi test per garantire che ogni utente possa metterli alla prova esplorando al meglio la creatività. Ma realizzare prodotti eccellenti ci porta solo a metà del percorso: la nostra reputazione dipende anche da come interagiamo con la nostra intera community".



Quando l'esposizione conta:

il caso Rinascente

È compito di Claudio Bosatra, general manager di M-Trading, raccontare una case history d'eccellenza nell'esposizione di prodotto che genera non solo interesse nei consumatori, ma anche domanda e sell-out. "La grande scommessa per il brand è stata consolidare la sua presenza nel consumer electronics e, grazie alla collaborazione con M-Trading, i risultati in meno di cinque anni sono stati eccellenti. Con Pioneer Dj abbiamo organizzato diverse operazioni, come nel caso di Rinascente Milano, tra i più importanti department store italiani che punta alla "shopping experience". L'area espositiva è stata allestita in modo da catturare l'attenzione dei più giovani e per portarli nella "music experience Dj": il layout grafico presenta la "new generation Dj", ragazzi

e ragazze giovanissimi, di etnie differenti che si cimentano nell'utilizzo dei prodotti come Dj o che semplicemente li "vivono" nella loro quotidianità. La disposizione dei prodotti è stata studiata per rappresentare un vero e proprio Dj camera-studio, casse monitor, controller e cuffie sono i protagonisti dello starter peck per i Dj alle prime armi. Per rafforzare l'esperienza e aumentare l'engagement con la new generation, oltre all'attività di promozione via social media, ogni weekend del mese di settembre, un brand ambassador con competenze comprovate da Dj, ha accolto il pubblico presso il corner per mostrare i prodotti accesi e funzionanti e raccontarne al meglio le funzioni. L'esperienza di vedere un vero Dj in azione e mixare musica all'interno dello store è stata notevolmente apprezzata dal pubblico. Ancora Luca Desina: "Rinascente Milano è il primo esempio di una strategia che nel 2022, dopo questi lunghi mesi di chiusure e distanziamento sociale, il brand punta a ampliare. Creare questo tipo di iniziative, come eventi in store, workshop per i retailer è fondamentale per accrescere la conoscenza sui prodotti e, infine, ottenere sell-out elevati".

Pioneer Dj e M-Trading: connubio perfetto

Dal 2019 grazie alla distribuzione di M-Trading, tra i principali distributori di prodotti hitech e audio-video nel mercato dell'elettronica di consumo e mass market, Pioneer Dj ha ottenuto risultati eccellenti, arrivando in tutte le maggiori insegne del retail. L'obiettivo

è continuare ad arrivare nei punti vendita più performanti con un brand i cui prodotti vantano un grande appeal sui giovani, categoria di consumatori che la Gds ha oggi difficoltà a intercettare. "Puntare su una strategia 'esperienziale' quando si parla di musica, di Djing, di tecnologia per vivere le proprie passioni è un asset importantissimo su cui creare una strategia che porti a risultati sempre maggiori", sottolinea Claudio Bosatra. A maggio 2019 Pioneer Dj ha presentato il primo Dj controller con prezzo inferiore a 200 euro, che ha consentito al pubblico di usare le piattaforme in streaming per esplorare le più vaste librerie musicali, il DDJ-200 che ha offerto un percorso alternativo e accessibile per avvicinarsi al djing agli utenti di tutte le età e in tutto il mondo. Ad agosto 2020 sono state presentate le prime cuffie con prezzo inferiore a 100 euro: HDJ-CUE1, le più convenienti nella gamma, pur mantenendo l'alta qualità amata dai migliori Dj. Sempre l'anno scorso è stato presentato un controller Dj di nuova generazione, DDJ-FLX6, con funzionalità adatte a suonare generi musicali diversi, in ogni tipo di contesto. Recentemente Pioneer Dj ha completato la gamma con le nuove casse monitor DM-50D da 5 pollici. Il design del diffusore combina elementi chiave dalla ben nota unità DM-40, con componenti e caratteristiche inedite, per creare un suono più potente e di qualità più elevata. Il diffusore, bianco o nero, venduto al prezzo suggerito di 239 euro in coppie è facile da configurare e utilizzare, e risulta ideale per una varietà di applicazioni. ●

