

IL TARGET GROUP DEI CONSUMATORI DI CAFFÈ SCEGLIE IN MODO MIRATO, COMPETENTE E CONVINTO

Nel social network Lavazza conferma l'elevata reputation



Francesco Oldani

1. È il caffè più apprezzato per un mix di qualità
2. Presente in modo pervasivo nelle abitudini italiane
3. Meno omogeneo il giudizio sull'offerta in cialde

L'assortimento Lavazza in termini di caffè macinati è molto vasto e, partendo dall'universale Qualità Rossa, copre tutti i gusti.

Le discussioni e gli scambi di opinione in internet sul caffè superano di gran lunga la media del settore beverage e food confermando che si tratta di un genere di largo consumo particolarmente amato dagli italiani e non solo, considerata la rapida ascesa dell'espresso italiano oltre confine. Allo stato attuale i consumi nelle mura domestiche sono sostanzialmente costanti, in ribasso nel fuori casa e in salita le versioni tecnologiche del caffè costituite da cialde e capsule.

Nel social network le discussioni sul caffè si possono segmentare non solo per brand ma per tipologia: il macinato da una

La comunità mondiale della pausa caffè

Dal sito *Lavazza.it* è possibile accedere all'area community che presenta alcuni spunti originali e interessanti. In particolare, a rendere sempre vivo lo spazio, è la cartina interattiva sopra la quale appaiono i "balloon" alimentati dai consumatori che postano i commenti legati al consumo di un caffè. In pochi istanti emergono commenti da tutto il mondo. Una "trovata" di grande impatto a bassissimo costo.



parte e cialde e capsule dall'altra. In questo contesto si possono trovare convinti estimatori di brand di nicchia e un vasto e omogeneo consenso su Lavazza, in particolare sul prodotto maggiormente venduto il macinato Qualità Rossa.

CUSTOMER EXPERIENCE

Gli estimatori di Lavazza in internet esprimono generalmente due atteggiamenti: gli appassionati sic et simpliciter e i consumatori razionali. Quest'ultimi ammettono che il caffè in questione è quello che preferi-

Nel social network esperienze positive a fattor comune, casi isolati meno felici

Lavazza - Italia

Durante le mie vacanze ad Aleppo e a Palmira (in mezzo al deserto) ho avuto la possibilità di assaggiare il caffè Lavazza espresso point ... e devo dire che mi è molto piaciuto!!! E la sensazione di bere un caffè italiano in Siria è molto piacevole

Jasmin

Irrinunciabile

Crema e gusto. E amo quello della caffettiera. Se non prendo quello la mattina, col tavolo che mi sveglio.

marlyn1984

Entusiasmo alle stelle

Adoro svegliarmi avvolta dall'aroma del caffè appena fatto, e poi diciamo, il caffè Lavazza Qualità Rossa, è talmente avvolgente che ti carica di prima mattina. Quel sapore forte, la consistenza vellutata che ti sfiora il palato... Non resisto, corro a prepararne una tazza!

Vincenza

Consumatori esperti e superesigenti

Per casa, per anni ho acquistato il Lavazza Qualità Rossa e mi sono trovata

sempre bene, ma sinceramente da mesi a questa parte non ho avuto lo stesso indice di gradimento e come me anche mio marito ha avvertito l'aroma diverso del caffè. Infatti non so come mai, ma non lo trovo più lo stesso, mi sembra più leggero e con un gusto che non è più quello di prima! Riproverò la prossima volta che mio marito servirà il caffè e se, secondo me, sarà ritornato il Lavazza di prima, ve lo farò sapere!

marilusca78

Apprezzato anche se...

Lavazza è un marchio molto noto e quando si parla di caffè è raro che qualcuno non lo abbia provato almeno una volta. Non è il caffè che bevo abitualmente ma molto spesso mi è capitato di comprarlo a causa di qualche offerta vantaggiosa o ancora che mi sia stato regalato. In particolare a volte ho acquistato questa miscela, Qualità Rossa, e devo ammettere che si tratta di un buon caffè, insomma tiene testa a molte marche più costose e ricercate pur non essendo economicamente proibitivo.

Lambrusca

scono per diversi motivi dichiarando, a volte implicitamente, la prima posizione nel ranking delle preferenze considerando tutto, tra cui il prezzo. Il consumatore che critica il prezzo generalmente lo fa a mente fredda, ammettendo che la qualità giustifica il posizionamento. Comunque il prezzo di acquisto non è un critical point, almeno nella variante Qualità Rossa.

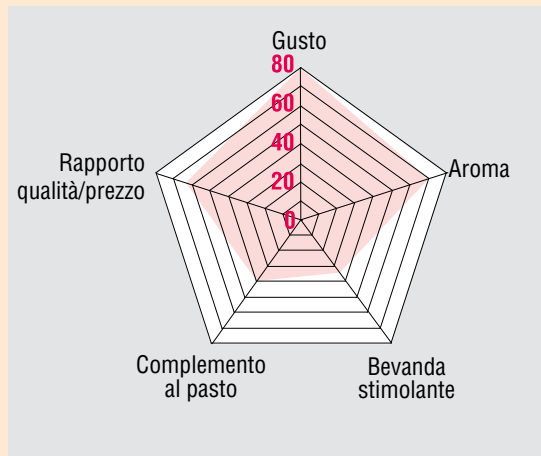
Gli appassionati dimostrano un coinvolgimento soggettivo non solo per il prodotto in sé, ma per il momento legato al suo consumo che determina una piacevole esperienza che si vuole conservare e ripetere nel tempo. Da qui la fedeltà alla marca, l'entusiasmo per l'aroma che si espande nell'ambiente e richiama convivialità. La scelta tra le varianti nell'assortimento Lavazza è solo questione soggettiva ma i giudizi sono qualitativamente analoghi.

Passando sul versante tecnologico, l'apprezzamento per il sistema A Modo Mio a cialde non è plateale come per il macinato in quanto intervengono altri fattori. Il primo è legato alle riflessioni sulle tematiche ambientali, a seguire il fattore costo e approvvigionamento del prodotto.

METODOLOGIA E LIMITI DELLA RICERCA

L'analisi di marketing esposta in queste pagine è qualitativa. Sono considerati i contenuti presenti nelle varie forme di social network. L'universo studiato è limitato in termini quantitativi e qualitativi e non è rappresentativo del bacino di utenza complessivo: coglie esclusivamente l'orientamento del popolo di alcuni social network. Gli indici di gradimento e disapprovazione sono calcolati sul campione totale. Ogni persona generalmente esprime più pareri positivi e negativi che sono computati per la realizzazione delle trend map.

Mapa di approvazione: la componente sensoriale su tutte



Indice di gradimento: 90%

Gli appassionati di caffè tendono a sperimentare formati, miscele e brand, quindi scegliere in modo convinto. Lavazza raccoglie un grado di approvazione "plebiscitario" (nel social network) derivato anche dalla passione per un consumo di valore.

Fonte: elaborazione dell'autore © MARK UP

Gusto

È sicuramente il fattore vincente quello del gusto. Una volta fatta la scelta il consumatore non torna indietro e lega il consumo a quella specifica referenza. Altri fattori diventano secondari.

Aroma

L'insieme di diversi elementi sensoriali di cui l'aroma è il rappresentante primo determina il "momento" del caffè. Si tratta di un coinvolgimento che trasforma l'intermezzo nel punto centrale. Per un prodotto è il traguardo finale nella fidelizzazione.

Rapporto qualità prezzo

I "non apostoli" del caffè Lavazza ma semplici estimatori valutano elevato il rapporto tra qualità e prezzo.

Complemento al pasto

Il caffè è una presenza costante e antica nelle abitudini degli italiani. Anche e soprattutto nel dopo pasto in fase conclusiva. Un dato che emerge anche dal social network.

Bevanda stimolante

Non è espressamente un plus di Lavazza nelle sue varie declinazioni ma è una caratteristica del caffè sempre apprezzata.

Mapa di disapprovazione: i minus del caffè

Prezzo

Alcuni consumatori ritengono il prezzo di Lavazza (qualità Rossa) un po' troppo elevato. La presenza nei giudizi delle formule "un po'", "leggermente" o sinonimi, giustifica il parere complessivo circa il buon rapporto qualità prezzo.

Assuefazione

È la tipica voce legata a consumi non banalizzati e appassionati. Quasi un plus parcheggiato nel posto sbagliato.

Gusto

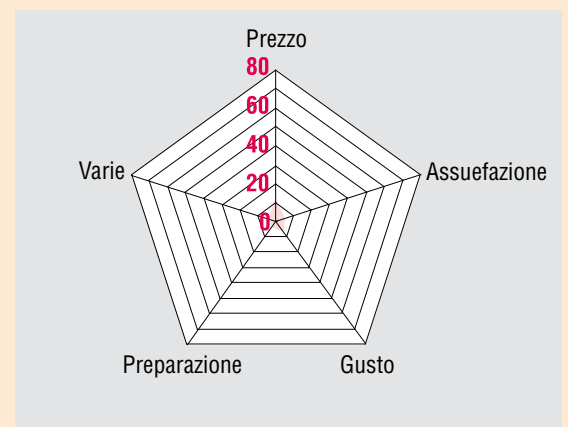
È una voce residuale che spesso è legata a circostanze di consumo non generalizzabili. Ma è presente quindi... la registriamo.

Preparazione

Grosso modo valgono le considerazioni precedenti. Acqua, Moka, umidità dell'aria, umore del consumatore possono incidere.

Varie

Sono elementi non significativi validi un po' per tutte le bevande che contengono nervini.



Indice di disapprovazione: < 10%

Complessivamente la qualità del caffè italiano è molto alta e la tendenza degli appassionati è esprimere valutazioni positive sulle proprie scelte, ritenendo comunque il resto dell'offerta non disprezzabile. Per questo motivo i pareri negativi sono quasi inesistenti e velleitari.

Fonte: elaborazione dell'autore © MARK UP