

Conad è un brand sostenitore e consigliere

LE ENERGIE DEL METODO

I consumatori percepiscono nel brand un carattere, una personalità proprio come se fosse una persona. In sintesi, il metodo si rifà a 4 profili base che chiameremo energie colorate:

- **ENERGIA ROSSA**, è caratterizzata da velocità, forza, decisione, azione, estroversione, razionalità, competizione e innovazione. È un'energia protesa in avanti, verso il futuro, verso la tecnologia;
- **ENERGIA GIALLA**, è caratterizzata da familiarità, allegria, espansività, calore, affettività, relazione, coinvolgimento ed estroversione. È un'energia anch'essa protesa in avanti, ma verso le persone;
- **ENERGIA VERDE**, è caratterizzata da vicinanza, genuinità, complicità, semplicità, amore, affettività, pacatezza e introversione. È un'energia riservata, rivolta verso sé stessa e la cura delle persone;
- **ENERGIA BLU**, è caratterizzata da precisione, sobrietà, informazione, formalità, tradizione, introversione, razionalità e introspezione. È un'energia riservata, rivolta verso sé stessa e le attività di pensiero.

Come in ogni persona, in ogni brand sono presenti tutte e 4 queste energie, ma quando una o due di esse sono prevalenti vi è una percezione precisa. In questo caso parliamo di brand differenziato.

A cura di **Enzo Bartalotta** - Etica - Insights Italia

Questo mese l'analisi del brand attraverso il modello Insights Discovery, sulla base dell'approccio Chromothinking, ha preso in esame Conad, la società cooperativa fondata a Bologna nel 1962 che opera nel settore della grande distribuzione dei prodotti alimentari e dei beni di largo consumo. Si tratta di un brand con una notorietà elevata presente con migliaia di punti di vendita sul territorio. L'analisi che segue si è potuta realizzare grazie al contributo di 241 lettori abbonati di Mark Up. Tramite newsletter inviata a tutti gli utenti a inizio febbraio, è stato for-

Analisi del marchio con l'approccio Chromothinking. Per una lettura delle energie colorate del retailer

nito un link per compilare online il profilo di Conad.

Il profilo

Il campione di intervistati ha restituito una percezione di Conad come caratterizzato da una elevata funzione "sentimento". Nell'linguaggio Chromothinking il brand esprime come energie prevalenti quelle verde (soprattutto) e gialla. Il brand risulta avere, anche per questo, un

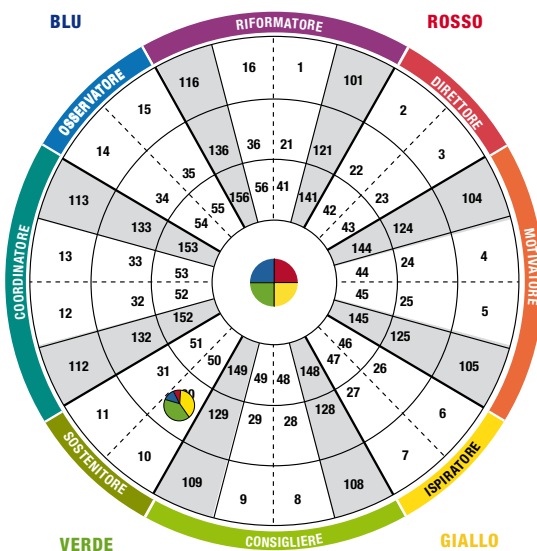
posizionamento molto chiaro e distintivo, occupando sulla ruota Insights Discovery una posizione nel cerchio centrale. Il grafico a istogramma evidenzia bene il rapporto tra sentimento versus pensiero. Detto in termini più comuni, è molto più affettivo che razionale. Il rapporto è, dunque, decisamente favorevole all'affettività: un totale di 149%, mentre per la razionalità il totale è di 45%. L'affettività prevale quasi 3 volte e più, dando in tal modo al marchio una forte e chiara connotazione di vicinanza, affidabilità e premura. La posizione di Conad sulla ruota, che noi tecnicamente chiamiamo sostenitore consigliere, esprime un carattere fortemente orientato all'ascolto delle esigenze altrui, leale, coerente, affidabile, incoraggiante, creativo, di vedute aperte.

Le evidenze

La prima evidenza che emerge con estrema chiarezza è il posizionamento nitido di Conad. Le energie verde e gialla sono significativamente elevate e allo stesso tempo le energie blu e rossa sono significativamente basse. Questa chiara connotazione affettiva è anche discreta, riservata, non gridata. Questo aspetto lo misuriamo sommando le due energie introversive (blu e verde), che supera-

Conad sulla ruota Insights Discovery®

la ruota a 72 tipi



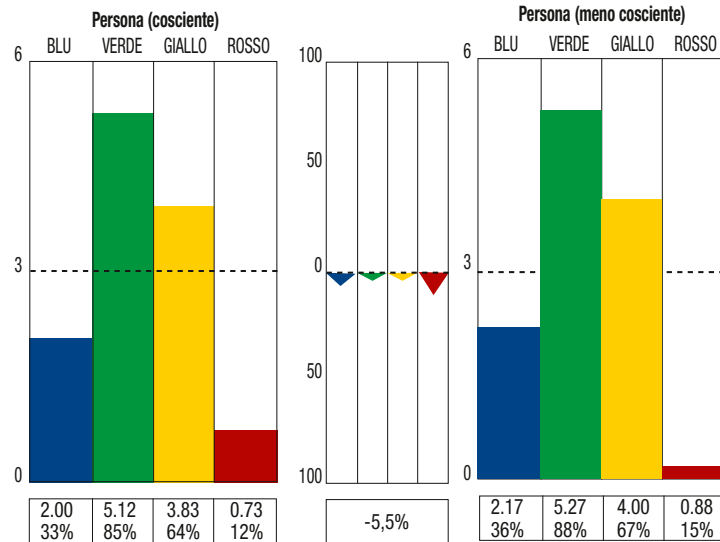
Posizione cosciente sulla ruota
30: Sostenitore Consigliere (classico)

Posizione meno cosciente sulla ruota
30: Sostenitore Consigliere (classico)

© Copyright 1992-2011 Andrew Lothian, Insights, Dundee, Scotland. All rights reserved. www.insights.com

Il flusso delle preferenze

il rapporto tra i codici colore



Fonte: Insights Italia

no del 42% le energie estroverse. La seconda evidenza, come emerge dalla nostra esperienza, è che sono in pochi i marchi che hanno una (o due) energie così nettamente sopra la media. Normalmente marchi con queste caratteristiche sono brand leader nel settore di riferimento. Oltre alla leadership hanno una loyalty importante. Infatti Conad ha un indice di differenziazione pari al 97%. È un valore molto elevato. Significa che fatto 100 i brand presenti in diversi mercati, 96 di questi hanno una configurazione delle energie tali da avere una differenziazione più bassa di Conad. La terza evidenza è data dall'associazione al brand del target casalinga (con un indice di associazione normalizzato pari al 98%). Molto più di-

stanziati gli operai (58%) e gli studenti (42%). Decisamente lontani dal vissuto di Conad figure come l'ingegnere (17%) oppure il manager (19%). L'evidenza è coerente con il profilo di Conad. Se si pensa alla casalinga si immagina il sostegno della casa ("casa" è già nella radice del termine casalinga) e delle persone che vi abitano, si pensa alla cura ed all'affettività verso i componenti della famiglia e verso tutti gli ambienti di sostegno (dalla cucina alla camera da letto). Questo settore peraltro è caratterizzato dalla possibilità di potersi differenziare indipendentemente su una qualsiasi delle quattro energie. E infatti altre insegne competitor avranno verosimilmente un profilo differente e altrettanto valido. In altri settori invece non vale lo stesso.

La percezione del brand alla stregua di una persona

Considerando un brand come se fosse una persona e tracciandone il profilo, ovvero basandoci sulle energie principali del marchio, Conad sarebbe un individuo il cui stile lavorativo si fonderebbe sull'equilibrio tra organizzazione e responsabilità e sulla consapevolezza delle esigenze altrui. Garbatamente risoluto nel mettere in pratica le proprie idee ove lo ritenga necessario, sarebbe leale, pronto a incoraggiare il prossimo, idealista e creativo. Eseguirebbe i compiti assegnati in modo routinario dimostrandosi coerente, coscienzioso e affidabile. Di norma, flessibile e di vedute aperte, potrebbe impuntarsi per difendere ciò in cui crede e che viene minacciato. La grande importanza che lui attribuirebbe ai valori personali lo renderebbe piuttosto riservato nei

confronti degli estranei. Sarebbe paziente e sarebbe noto per la sua capacità di adattamento. Gli piacerebbe essere ben preparato e preferirebbe sempre sapere perché e come accadono le cose. Nel corso delle attività quotidiane sarebbe tollerante, di ampie vedute, flessibile, adattabile e concentrato sul presente. Tranquillo e coscienzioso, possiederebbe una mente originale, che cercherebbe di mettere a disposizione per il bene altrui. Affettuoso e gentile, crederebbe nella filosofia del "vivi e lascia vivere". Estremamente leale nei confronti degli amici, sarebbe pronto a sacrificare i propri interessi per i bisogni degli altri. Amerebbe chiarezza e ordine, prediligendo un ambiente armonioso in cui ognuno possa essere apprezzato per il contributo che fornisce e sentirsi personalmente realizzato. Sarebbe comprensivo, empatico e affabile. Sarebbe una persona paziente e flessibile, con cui solitamente sarebbe facile andare d'accordo e che non apparirebbe desiderosa di dominare e controllare gli altri.

Principali punti di forza di Conad:

- Saprebbe ascoltare e aiutare gli altri a realizzare i loro obiettivi
- Normalmente soppeserebbe ogni singolo importante elemento prima di prendere una decisione
- Percepirebbe le esigenze del gruppo
- Sarebbe rilassato riguardo a ciò che gli altri potrebbero pensare di lui
- Gli piacerebbe lavorare per il bene comune
- Compassionevole, avrebbe un atteggiamento premuroso e sollecito
- Diligente, coscienzioso, ingegnoso e affidabile
- Estremamente efficace ove si esige coerenza e costanza nel rendimento
- Coerente e degno di fiducia

Potenziali punti deboli di Conad:

- Necessiterebbe di tempo per comprendere appieno la complessità o l'urgenza di certi progetti
- I modi di fare degli altri potrebbero innervosirlo
- Rischierebbe di sentirsi demotivato se non vengono riconosciuti i suoi sforzi
- Resterebbe talvolta costernato da commenti irrispettosi o caustici espressi sugli altri
- Potrebbe non essere in grado di rispondere adeguatamente alle opportunità che la visione d'insieme potrebbe offrire
- Saprebbe opporsi ma lo farebbe mostrandosi passivo e al tempo stesso ostinato
- Ostinazione e lealtà rischierebbero di ritardare l'adempimento di azioni risolutive
- Farebbe fatica a reagire positivamente alle aggressioni
- Potrebbe dipendere eccessivamente da regole e procedure