



# LA BRAND COMMUNITY DELLA DUCATI

un mondo per veri appassionati!

All'azienda Ducati va riconosciuto un grande merito: in un tempo presente così incerto, ha saputo intuire che il **consumatore moderno è alla continua ricerca di un mondo nel quale riconoscersi**. E l'ha così aiutato offrendogli una **comunità virtuale**, legata al suo storico brand, concepita, nel 2000, come:

1. **luogo reale ed ideale di incontro per i fan**, coinvolti da **passioni condivise**, varie **occasioni d'aggregazione** e continuo **scambio d'esperienze**;
2. **strumento** efficace per tenere saldo il senso d'**identificazione con la marca**.

Questa community in poco tempo ha raggiunto un grande successo, anche grazie al fatto che, già prima della sua trasposizione online, esisteva attorno al brand un gruppo di fan, i "ducatisti", uniti dalla passione per la Ducati (collegati oggi alla community attraverso i Ducati Desmo Owners Clubs, presenti in tutto il mondo). In più, il **prodotto** della **Ducati** si presta per sua natura a favorire la crescita di un forte senso di identificazione con la marca e di appartenenza alla comunità in quanto si tratta di:

- un **oggetto culto**, che crea quindi legame spontaneo tra i suoi appassionati;
- un prodotto che rappresenta un **preciso ed unico stile di vita**.



Con più di 12 milioni di visitatori unici all'anno, oltre 10 milioni di pagine visualizzate al mese e 250.000 utenti registrati (dati che lo classificano come uno dei siti motociclistici più frequentati del mondo) <http://www.ducati.com> rappresenta oggi il maggiore canale di comunicazione dell'azienda. Inoltre, grazie alla Ducati Community, l'azienda è riuscita a riunire, in maniera quasi autonoma, i "Ducatisti" all'interno di uno **spazio virtuale** che può essere **costantemente monitorato dall'azienda**, che riesce così a conoscere più a fondo i suoi potenziali consumatori e a capirne le reali esigenze inerenti il prodotto. Costruendo inoltre un vero e proprio "Mondo Ducati"online, l'azienda ottiene di **rinforzare la stessa marca Ducati**.

Concludendo, credo sia lecito ritenere che ogni azienda possa usufruire, investendovi la giusta dose di attenzioni, di **strumenti quali blog e community** per ottenere un **vantaggio competitivo e una migliore conoscenza del proprio mercato di riferimento**.



Siti di riferimento:

[www.nextmoto.it](http://www.nextmoto.it)

<http://corsodicrm.wordpress.com/>

[www.ducati.it](http://www.ducati.it)

[www.eccellere.com](http://www.eccellere.com)

**Laura Papale**