

Barcelona
13 - Juny - 2013
Formació

Coneixement i networking pels professionals dedicats al públic infantil



KID'S KNOWLEDGE®: comprova si el teu producte respon a les lleis dels nens d'avui dia

Us proposem conèixer **les claus d'accés al públic infantil** i analitzar-les de manera pràctica en el vostre cas amb una perspectiva ampla que contempla totes les àrees que conformen el món del nen. Les quatre lleis concretes que conformen el mètode KIDS KNOWLEDGE® seran una eina útil pel vostre treball.

Obtenir informació directa del target, viure un espai de reflexió i interactuar amb altres actors del sector són els valors del seminari KIDS KNOWLEDGE®, per tal d'**actualitzar la gestió del màrqueting i de la comunicació de productes i serveis dirigits al target de 3 a 12 anys**. Ho farem revisant els nostres productes i serveis amb la metodologia KID'S KNOWLEDGE® aplicada a cada cas.

- > Rol del nen dins la compra familiar
- > Factors influents d'una moda
- > Noves tecnologies i motivacions del nen
- > La crisi i el seu efecte en els interessos del nen
- > Canvis en les actituds prescriptores del nen front l'adult
- > Canvis en les pautes educatives
- > Continguts de marca més valorats
- > **Com encaixa la meva proposta amb tot això?**

Sessió a càrrec d'Helena Figuerola i Montse Canyameres, psicòlogues reconegudes a l'entorn dels productes i serveis per a infants

Amb la col·laboració de
Daniel Reyes, cap de Màrqueting de Televisió de Catalunya



Formadores

Montserrat Canyameres i Helena Figuerola, psicòlogues independents que comparteixen la passió per la psicologia social i l'apliquen als camps de l'educació, la família i la investigació social i de mercat.

Han realitzat estudis especialitzats en el target infantil-juvenil amb bons resultats i fidelitat de clients com Movistar, Mattel, Sony, Luk International, Salvat, TV3, Cartoon Network, Nutrexa i Ferrero.

Van ser pioneres d'aquesta especialitat a Espanya l'any 1987.

On i quan:

Gallery Hotel
Carrer Rosselló, 249 08008 Barcelona
934 15 99 11
Dijous, 13/06/2013, de 09:00h a 14:00h.
La sessió conclourà amb un aperitiu

Adreçat a:

Professionals de las àrees de Màrqueting, Comercial i Vendes d'empreses fabricants i distribuïdores de producte infantil.

Recomanem 2 inscrits per empresa.

Inscripcions:

Envieu un correu a info@kids-cluster.com indicant:

- Nom de l'empresa, adreça fiscal i NIF
- Nom, càrrec i contacte dels assistents

Preus per persona:

Socis de KID'S CLUSTER: 125 € (exempt d'IVA)

No socis: 187,5 € + IVA

- Pagament:
transferència al compte 0049 1819 19 2311033631 abans del curs
- Confirmeu plaça fins al 3 de Juny
- Places limitades i per rigorós ordre d'inscripció
- La sessió es celebrarà amb un mínim de 15 inscrits

Programa

Cada clau del **mètode KID'S KNOWLEDGE®** es presentarà i s'aplicarà per cada assistent al seu producte o servei que vulgui analitzar.

Es tracta d'anàlisis que es poden desenvolupar en petits grups, però els resultats seran individuals. Farem **exercicis del mètode DAS®** creat per Helena Figuerola, basat en eines de psicologia coaching, que facilita l'auto-anàlisis i potencia la gestió operativa i estratègica.

9:00h

Presentació del mètode. L'experiència de TV3

9:15h

CLAU 1: "SOC GRAN I TINC 3 ANYS"

ELS CANVIS EN LA SINERGIA ASPIRACIONAL

- Els factors influents en la sinergia aspiracional avui dia: canvis per edats.
- Noves característiques dels models (de ficció, reals o imaginaris) com a forces a imitar i influents en el target.
- L'evolució dels continguts com motivacions de fons que impulsen els interessos.
- Les claus de l'aspiracionalitat.

Treball sobre el propi producte:

- Com es respon a la sinergia aspiracional?
- Què i com es pot potenciar?

10:15h

CLAU 2: QUI DEMANA I QUI COMPRA

- El model d'estructura de demanda i pressió de compra. Diferents circuits depenent de la dinàmica dels tres eixos: mare/pare, nen i producte o marca.
- Com gestionar els arguments i les motivacions de cada actor (pares o nens) per tal de controlar la interrelació de demanda i pressió entre ells.
- Influència de la crisi en la força de demanda dels nens, com entendre les estratègies actuals i la direccionalitat de la demanda.
- Influència de la crisi en els pares, com gestionen la demanda dels nens per tipus de producte (dades)

Treball sobre el propi producte:

- Quins arguments es tenen per estimular la demanda o la prescripció?
- A quin dels dos targets es dirigim i com es controla la interrelació?
- Què es comunica i com?

11:15h Pausa

11:45h

CLAU 3: LA TACA D'OLI

- Quin es el procés d'una moda: factors que intervenen i causes explicatives.
- Les llicències com exemple de modes taca d'oli. Anàlisi d'exemples concrets, quines variables van determinar la moda col·lectiva.
- Característiques idònies d'un producte o joc per potenciar la seva moda.
- Diferències entre un efecte puntual de moda i un clàssic recurrent

Treball sobre el propi producte:

- Com es provoca la repercussió del "OK social" entre el grup d'iguals?
- Quins són els partners que interessin més al nostre producte per estimular la taca d'oli?

12:45h

CLAU 4: LES UTILITATS EVOLUTIVES

- Modificacions de les utilitats evolutives en el desenvolupament del nen d'avui dia.
- Exemples reals de relació directa entre producte i "utilitat" evolutiva. Quines són les necessitats més destacables d'avui dia a les quals productes i marques poden respondre.
- És cert que si es respon a alguna de les necessitats evolutives es garantirà l'èxit?

Treball sobre el propi producte:

- A quines utilitats evolutives esta responent el nostre producte?
- Com ho comunica i quines evidències en tenim?
- Implica algun canvi en relació a edat i sexe?

13:45h Final de la sessió - Aperitiu

Més informació:

info@kids-cluster.com

<http://www.kids-cluster.com/>