

Barcelona
18 - Juny - 2014
Formació

**KID'S
CLUSTER**

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 les àrees que conformen el món del nen. Les quatre lleis concretes del mètode KIDS KNOWLEDGE® seran una eina útil pel vostre treball.

En aquesta edició el taller KID'S KNOWLEDGE® enforteix el seu caràcter de mentoring estratègic com a **tutoria dels casos reals que portin els assistents**. El propòsit és anar més enllà de la informació i assolir un aprenentatge vivencial, revisant el propi cas, reflexionant, obtenint altres perspectives i aclarint dubtes .

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**.

- > 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 meua proposta amb tot això?

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



Opinions de l'edició anterior:



La metodologia KID'S KNOWLEDGE® és molt útil per conèixer el nostre públic i trobar on s'amaguen les seves necessitats i els seus interessos.
Aidé Gómez, Product Manager de COMANSI



La sessió KID'S KNOWLEDGE® em va ajudar a veure part de la meua feina amb una nova perspectiva
Sònia Gimeno, Responsable Rengló Juguines d'ABACUS COOPERATIVA

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, amb ampli reconeixement.

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, Nutrexpà i Ferrero.

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

On i quan



Centre Cívic Urgell - Auditori
c/ Urgell, 145
08029 – Barcelona

Centre Cívic gestionat per
Club Lleuresport de Barcelona



Dimecres, 18/06/2014
de 09:30h a 14:00h

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
- **Donat el caràcter pràctic del taller demanarem als assistents que portin preparat un cas propi per tal de treballar sobre el mateix durant la sessió.**

Preus per persona:

Socis de KID'S CLUSTER: 175 € + IVA

No socis: 280 € + IVA

- Pagament:
transferència al compte 0049 1819 19 2311033631 abans del curs
- Confirmeu plaça fins al 6 de Juny
- Places limitades i per rigorós ordre d'inscripció
- La sessió es celebrarà amb un mínim de 10 inscrits

Més informació:

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

Programa

KID'S KNOWLEDGE® combinarà informació teòrica i pràctica per a consolidar els temes i revisar criteris i perspectives.

Es proposaran exercicis individuals, duals o en petits grups, possibilitant l'intercanvi amb persones de la mateixa empresa o d'altres. Hi aplicarem al mètode DAS®, creat per Helena Figuerola, per l'auto-anàlisi en clau estratègica.

9:15h

Presentació del mètode.

L'experiència de TELEVISIÓ DE CATALUNYA

9:30h

CLAU 1: LA IMPORTANCIA DELS MODELS ASPIRACIONALS "SOC GRAN I TINC 3 ANYS"

- Els factors influents en la sinergia aspiracional: canvis per edats.
- Noves característiques dels models (de ficció, reals o imaginaris) com a forces a imitar i influents en el target.
- Evolució dels continguts com motivacions de fons que impulsen els interessos.
- Fonaments de l'aspiracionalitat. Tipologies de lideratge: àmbit social i escolar.
- Ètica i estètica.

Treball sobre el propi producte:

- Com es respon a la sinergia aspiracional?
- Quins són els models aspiracionals pel teu producte o servei?
- Què i com es pot potenciar?

10:15h

CLAU 2: QUI DEMANA I QUI COMPRA (UPDATE 2014)

- 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 pares o nens per tal de controlar la interrelació de demanda i la pressió entre ells.
- Influència de la crisi en la demanda dels nens, estratègies actuals i direccionalitat de la demanda. Crisis i diner de butxaca dels nens.
- Influència de la crisi en els pares, com gestionen la demanda dels nens per tipus de producte (dades).
- La tendència educativa.

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?
- Combinar comercialització amb educació es possible?
- Què es comunica i a través de quins mitjans?

11:15h Pausa

11:45h

CLAU 3: LA TACA D'OLI (UPDATE 2014)

- 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.
- Característiques idònies d'un producte o joc per potenciar la seva moda.
- Les noves tecnologies com propulsors. Dades actuals: Internet, Youtube, tablets.
- 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 interessen més al nostre producte per estimular la taca d'oli?
- Quins són les plataformes més idònies pel producte o servei concret?

12:45h

CLAU 4: LES UTILITATS EVOLUTIVES

- Modificacions de les utilitats evolutives en el desenvolupament del nen.
- Exemples reals de relació directa entre producte i "utilitat" evolutiva.
- És cert que si es respon a alguna de les necessitats evolutives es garantirà l'èxit?
- Incidència del entorn social i de la relació pares-fills en el jo evolutiu. Tendències de futur.

Treball sobre el propi producte:

- A quines utilitats evolutives esta responent el nostre producte?
- Quines avantatges i límits tenim per etapa?
- Com ho comunica i quines evidències en tenim?
- Com respondre a les tendències?

13:45h

Final de la sessió - Aperitiu