



Jorge Esteve



Anna Gago



Sergio García



Antonio Traugott

EL MIRADOR INDISCRET

La comunicació i el màrqueting del futur sense embuts

17. Canvis en el màrqueting infantil dels últims anys

Dijous, 31 de gener de 2019

1. Dels Millenials a la Generació Alpha: infància prescriptora, heterogènia, madura, tecnològica, hiperinformada i exigent.
2. Els nens són Decision Makers: tenen espai per a la presa de decisions, estan hiperinformats i per tant amb capacitat d'assessorar.
3. PESTER POWER: habilitat dels nens per demanar als seus pares alguna cosa fins a l'esgotament quan el seu discurs raonat no obté resultats.
4. Com arriben les marques als nens? A través de branded content, estant on ells estan i parlant el seu llenguatge: el del joc i la imaginació i el de l'amistat.
5. Els temps han canviat les regles del joc: si tens una idea, no dóna temps d'analitzar-la perquè el moment passarà.



Participa a les nostres xarxes socials:



#elmirador
@colpublirp

6. El consumidor és el rei: és clau saber quins son els seus interessos i quin producte li puc oferir que s'ajusti a aquesta
7. Per al sector editorial és important buscar la forma de connectar amb el públic infantil a través de llibres de trucs o ambientats en el joc del moment.
8. S'ha de saber què consumeix el públic infantil. Els consumidors del futur són els petits d'ara.
9. Els influencers són rellevants perquè generen contingut a la comunitat. En base a les respostes s'obtenen elements de millora.
10. O ets transmèdia o no sobrevis. Els nens són multicanal.