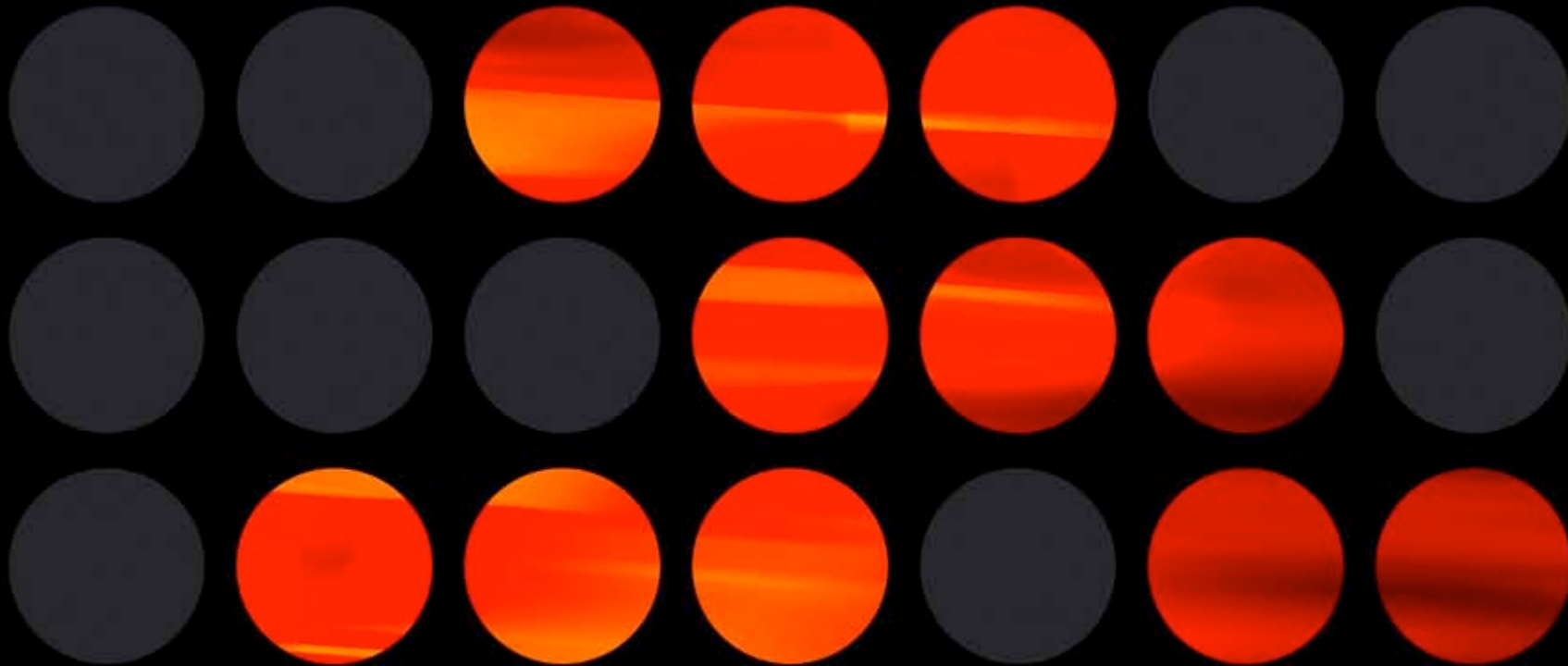




MOMS & KIDS: CINQUE TIPOLOGIE DI MAMMA, CINQUE STILI DI CONSUMO .

24.03.2009



PRIME SCELTE: L'APPROCCIO DEI BAMBINI AI CONSUMI

Diverse le mamme, diversi i consumi:
stili moderni dell'essere mamma,
come i diversi stili influenzano i consumi dei bambini.

Gli stili di consumo dei bambini
come si manifestano tra esigenze e interessi,
personaggi e icone del kid marketing.

Il percorso

- Cinque stili dell'essere mamma
- L'icona dello stile
- La definizione dello stile
- Le sue manifestazioni tra moda, design e comunicazione
- L'insight nascosto
- Come comunicare con quello stile
- Gli stili dei figli tra interessi, icone, personaggi, design, toys

I cinque stili di essere mamma

- la mamma modaiola: **celebrity-type**
- la mamma istintiva: **impulse-type**
- la mamma intelligente: **natural type**
- la mamma formica: **economy-type**
- la mamma passiva: **unconcerned-type**

Il peso dei diversi stili dell'essere mamma

10% celebrity type

22% impulse type

22% natural type

23% economy type

23% unconcerned type



1° stile:

LA MAMMA MODAIOLA: Celebrity type

LA MAMMA MODAIOLA: Celebrity type

Il suo più grande interesse:

**lo status benestante,
l'essere un modello
aspirazionale
per le altre
donne**



È una madre attiva, laureata, è benestante e lavora
Si considera una che appartiene al mondo di quelli che contano.

Compra roba di lusso e sempre di marca, va nei ristoranti costosi
vuole essere notata.

È piuttosto formale nell'aderire allo status della loro categoria.

Anche per i bambini compra solo grandi marche.

Si rende conto di spendere troppo per la moda, ma non riesce a resistere.

Almeno una volta all'anno spende una grossa cifra per qualcosa
che la faccia sentire speciale.

Per lei è molto meglio divertirsi oggi che preoccuparsi del futuro.

Ha un rapporto di amore-odio con la carta di credito perché sa di farsi
prendere la mano.

È interessata a mantenere un rapporto di complicità con il marito.



Verso i figli

- Si alza presto per preparare la colazione ai suoi familiari.
- Porta i bambini a scuola personalmente
- Pensa che lo studio e la cultura siano molto importanti e i genitori debbano supportare i loro figli per ottenere buoni risultati
- Pianifica un viaggio familiare all'anno, sperando che questo favorisca l'apprendimento delle lingue (inglese) dei bambini.
- Ha piacere a far partecipare i figli ai suoi hobbies, compreso lo shopping.



Carta d'identità visiva

Dove spende di più la mamma-modaiola:

Fashion, make up, hobbies, beauty, ristoranti,
star bene

Cosa legge:

Riviste di tendenza della moda e dell'abitare,
riviste di costume, giornali/rubriche di cucina
con ricette di grandi chef o comunque di effetto



Cartier



Marche: Louis Vitton, Gucci, Prada, Hermes, Cartier, Christian Dior, Chanel, Celin, Fendi

Il presente documento è di proprietà di FutureBrand. Né è vietata la riproduzione (in tutto o in parte) e la distribuzione/diffusione.

Insight

“Voglio fare il massimo per avere una famiglia felice, da pubblicità, essere una madre bella e perfetta che si occupa di tutto e di tutti senza perdere un colpo”

Promessa di comunicazione con cui approcciare la **celebrity type mother**

Alta qualità della vita

Classe

Esclusività

Celebrity Kids

Hello Kitty



Hello Kitty, buffa gattina dolce e curiosa, è caratterizzata dal fiocco rosso sull'orecchio sinistro e dall'assenza della bocca, perché lei parla con il cuore, senza utilizzare un linguaggio particolare.

Intorno al personaggio di Hello Kitty ruota un universo di pupazzi dalle fattezze infantili. Rappresenta un fenomeno di costume che riguarda non solo le ragazzine, ma anche donne adulte.

Celebrity Kids

Ricchi e stressati

I bambini di famiglie benestanti ed esigenti hanno una grande pressione addosso.

La maggior parte ha la camera piena di giochi elettronici, la play-station, il computer e, partire dai 6/7 anni, la propria mail.

Hanno una giornata con una agenda da piccoli manager, tra sport, lingue straniere e mille altri corsi.

Spesso non mangiano con i genitori, che lavorano entrambi.

Molti soffrono di insonnia e depressione.

Fashion

Dior, D&G, Simonetta,
Moncler, Ralph
Lauren, Hogan



Toys

Barbie, American girls, macchine/moto elettriche, Trudi, oggetti di negozi di lusso tipo Nano Blu.



Icons

Barbie di lusso e
luxury brand



Accessori

Aprica



Food

Ricercato





2° stile:

LA MAMMA INSTINTIVA: Impulse type

LA MAMMA INSTINTIVA: Impulse type

Il suo più grande
interesse:
**la vita sociale
con le altre mamme.**



Spesso è una mamma piuttosto giovane, che ha smesso di studiare dopo le superiori.

Ha un lavoro non troppo impegnativo.

Non ha opinioni troppo spiccate ed è facilmente influenzabile.

Si sente e vuole continuare a essere trattata come un individuo, mostrandosi sensibile nei confronti della comunicazione/coinvolgimento personale e comunque di messaggi che si rivolgono “a lei” direttamente.

Vive nel presente e cerca di goderne al meglio.

Continua ad andare ai concerti come faceva a 20 anni e ci porta anche i figli.

È una consumatrice impulsiva.

Le piace fare shopping, la diverte, fa acquisti come attività anti stress.

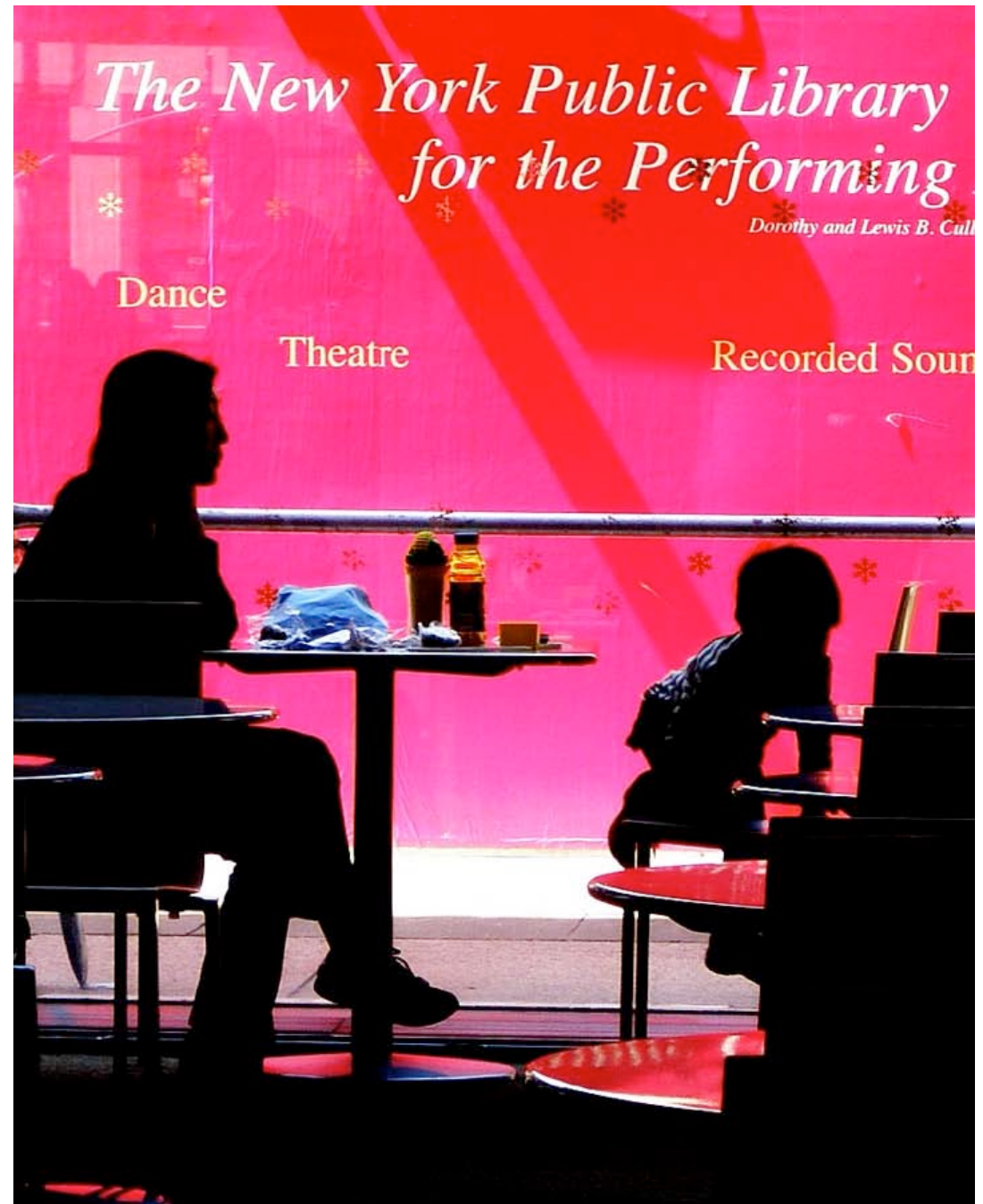
Non resiste ai messaggi promozionali must buy tipo “non perdere quest’opportunità” oppure “gli ultimi arrivi di stagione” e finisce per comprare sempre qualcosa.

Va pazza per promozioni, coupon e omaggi, anche se non le interessa fare delle rinunce in un’ottica di risparmio a lungo termine.

Compra molto anche on-line.

Verso i figli

- Condivide con le altre mamme qualsiasi argomento relativo ai figli (e non solo).
- Attivista del mamma-sharing on line.
- Per i bambini spende molto in cibo, cedendo anche ai prodotti più gratificanti per loro.
- Porta i figli a eventi e spettacoli divertenti.



Carta d'identità visiva

Dove spende di più la mamma istintiva:

moda e prodotti di bellezza, occasioni sociali

Cosa legge:

Riviste dedicate a donne giovani e ai trend della moda e della musica



Marche: Uniqlo, Michel Klein, Coach

Insight

“Fare le cose che mi piacciono e divertirmi non è in contrasto con l’essere una buona madre”

Promessa di comunicazione con cui approcciare l’impulse-type mother

Enjoying now
Trendy

Impulsive kids

Jack-Jack de “Gli Incredibili”



Jack-Jack è il più piccolo della famiglia, mangia continuamente ed è sempre attaccato alla mamma. Sembra un bambino normale, ma in realtà è il più potente di tutta la famiglia: i suoi super-poteri li mette in mostra solo quando rimane con la baby sitter.

Impulsive kids

Bambini me too

I genitori si pongono come fratelli e sorelle.

I bambini vengono vezzeggiati e coccolati con modalità adulte. Vestiti come loro, a cena fuori con gli amici, al bar, al ristorante, ai concerti, ovunque.

I bambini si comportano di conseguenza atteggiandosi a copie dei genitori.

Le bambine si truccano, si vestono come ventenni, hanno atteggiamenti civettuoli.

Sicuramente a loro manca una dimensione bambina, esperienze a misura di piccolo, il sentirsi al centro del mondo di mamma e papà.

Fashion

Lelly Kelly, Sweet Years, Nolita Pocket, Burberry, Nike, Puma



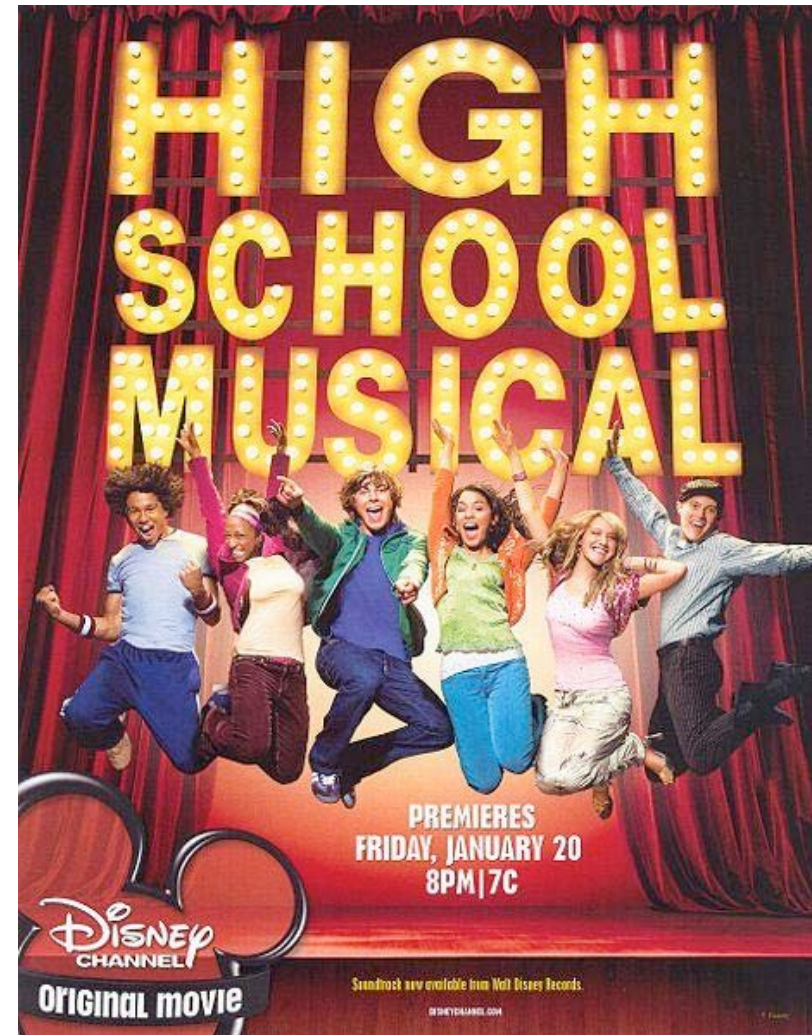
Toys

Winx, Polly, peluche
unbranded, la Giocheria



Icon

Gli Incredibili, High School Musical, Geronimo Stilton



Accessori

Chicco, Peregó





3° stile:

La madre intelligente: natural type

Il presente documento è di proprietà di FutureBrand. Né è vietata la riproduzione (in tutto o in parte) e la distribuzione/diffusione.

La madre intelligente: natural type



Sia lei sia il marito sono laureati, anche lei lavora.

È curiosa e attenta, mette in primo piano le cose che contano rispetto alla moda e all'apparenza.

È molto interessata a investire tempo ed energie in cultura, per stare in contatto con la natura e per occuparsi degli altri e dell'ambiente.

Condivide con il marito interessi e passioni.

Segue attivamente e con attenzione le problematiche legate all'ambiente.

Spesso fa volontariato o ha comunque un impegno nel sociale.

Compra prodotti naturali, organici e omeopatici.

Odia gli sprechi.

Evita i piatti pronti e i fast food.

Spende per le priorità della famiglia, ma è anche una brava risparmiatrice.
Va a mostre d'arte, al cinema e a teatro.

La dimensione intima della propria casa è vissuta come ideale sia per rilassarsi sia per ricevere, molto più del frequentare locali o ristoranti.

Verso i figli

- La sua priorità è la salute e il benessere della famiglia
- Per il benessere dei suoi bambini è disposta a pagare molto di più la qualità, soprattutto nell'alimentazione.
- Cerca di preparare tutto a mano, in casa, spesso con ortaggi e piante che coltiva lei stesse
- Dà grandissima importanza all'educazione, alla cultura, agli studi dei propri figli.
- Fa attività intelligenti con i loro figli.
- Insegna ai bambini a riciclare e riutilizzare in modo creativo oggetti, packaging e materiali vari.
- Porta i figli a mostre d'arte e al cinema e aspetta il momento in cui portarli a concerti di musica classica



Carta d'identità visiva

Dove spende di più la mamma-intelligente :

hobbies, salute, abbigliamento, cibo

Cosa legge:

riviste di informazione, arte, architettura, design, ecologia, cucina, cinema



Marche: Muji, Gap, Agnes b, Kumikyoku

Insight

“Vorrei tornare a una dimensione di vita più autentica, a contatto con la natura e i suoi ritmi”

Promessa di comunicazione con cui approcciare la natural-type mother

Naturalità
Eco
Origini/radici
Cultura

Natural Kids

Julius and friends



Julius è la simpatica scimmietta che Paul Frank ha creato ispirandosi alla semplicità, spontaneità e libertà tipica dei bambini.

Natural Kids

Bambini global

Sono molto stimolati, la maggior parte studia l'inglese, viaggia, passa molto tempo di qualità con i genitori, sta all'aria aperta.

Sviluppano una buona capacità di adattamento alle situazioni e alle persone, sono piuttosto indipendenti, curiosi e aperti verso la lettura, Internet, la musica, le attività manuali, gli sport.

Non sono abituati ad annoiarsi e a perdere tempo.

Fashion

Bonpoint, Gap, Essentiel,
Antik batik, Finger in the
nose, Bensimon, All Star

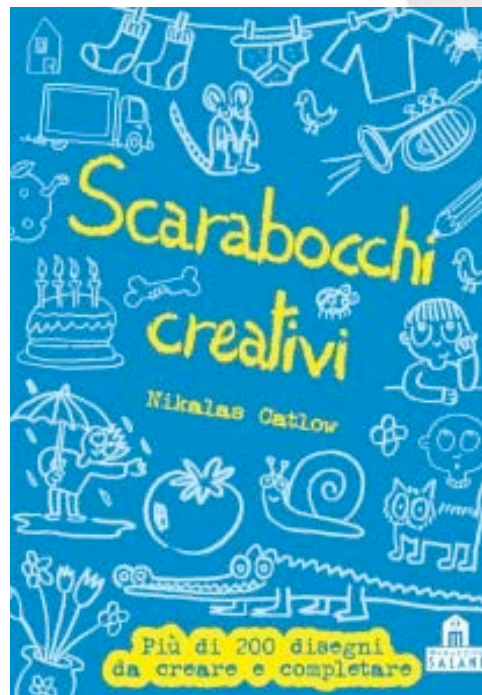




Il tutto mixato
con Zara e H&M

Toys

La casa di legno, manualità, libro scarabocchi, Munari, la Città del Sole



Icon

Baby Einstein, Teletubbies, Pippi Calzelunghe, Pixar, cartoni animati di una volta



Accessori

Mclaren, Boogaboo



Food

Km “0”





4° tipo:

La mamma formica: economy type

Il presente documento è di proprietà di FutureBrand. Né è vietata la riproduzione (in tutto o in parte) e la distribuzione/diffusione.

La mamma formica: economy type

Il suo più grande interesse:
la stabilità e la sicurezza



È una mamma giovane (25–34 anni) che fa la casalinga

Non pensa al presente ma è sempre proiettata nel futuro.

La sua principale occupazione, ma anche divertimento, è trovare il modo di non spendere troppo e a questo dedica la maggior parte del suo tempo.

Tiene sotto controllo rigoroso il budget casalingo.

È in grado di fare lunghissime file ai saldi o andare in giro ore per spuntare il miglior prezzo al supermercato.

Calcola l'ammortamento quando compra un elettrodomestico. Trae da quest'attività orgoglio, compiacimento e grande soddisfazione personale .

Si autoprefigge obiettivi di risparmio per poi concedersi gite familiari.

Trasforma il risparmio nel suo grande gioco.

È un'accumulatrice, preferisce essere pronta a ogni evenienza nel futuro.

Scarsa attenzione alla qualità.

Verso i figli

- Pensa che essere una buona madre e di sapersi occupare della gestione della famiglia e della casa in modo responsabile, anche la cura dei figli passa attraverso questo canale.
- Fa sforzi enormi per risparmiare e andare a Disneyland o parchi a tema per le famiglie.
- È interessata alla scuola e all'istruzione dei propri figli.



Carta d'identità visiva

Dove spende di più la mamma-formica:

moda, pulizia della casa, prodotti di bellezza, cibo

Cosa leggono:

giornali femminili sulla casa, sulle attività femminili



Marche: Comme ca du mode, Comme ca ism, Zara, H&M

Il presente documento è di proprietà di FutureBrand. Né è vietata la riproduzione (in tutto o in parte) e la distribuzione/diffusione.

Insight

“Essere mamma e casalinga è molto faticoso,
ogni tanto vorrei essere ricompensata”

Promessa di comunicazione con cui approcciare l'economy-type mother

Housewife as a carrier
Gratification
Ideas for domestic fun

Economy Kids

Chuckie de “I rugrats”



Chuckie è un bambino che vede mostri ovunque, fa parte dei Rugrats, un gruppo di bambini che non conosce nulla, ognuno con le proprie paure. Insieme vanno alla scoperta della vita e del mondo, facendosi coraggio a vicenda.

Economy Kids

Bambini adulti

I bambini adulti non sono sicuramente viziati dal troppo avere.

Vengono coinvolti nelle quotidiane faccende familiari a cui partecipano a tutto tondo.

Passano la maggior parte del tempo ad aiutare i genitori con i piccoli compiti, sono coinvolti nella contabilità domestica, responsabilizzati sulle spese.

Il regalo o la gita sono un premio eccezionale.

Sono bambini seri, responsabili, con un bisogno di leggerezza.

Fashion

Zara, H&M, Benetton



Toy

Palla, Barbie primo prezzo, macchinine



Icon

Gormiti, Tom e Gerry, Looney Tunes, Topolino



Accessori

Outlet, acquisti on line :

www.ebay.com,
www.family-ok.com,
www.subito.it

Marche: Cosco, Bassetti Baby, Chicco

Outlet
ebay®

Home Accedi

Family OK

Benvenuto e buona navigazione tra i nostri articoli!
Vuoi registrarti o accedere con la tua identità?

Categorie

- Pappa-> (82)
- Bagnetto e cambio-> (52)
- Nanna-> (141)
- A passeggio-> (161)
- Sicurezza-> (20)
- Gioco-> (71)
- Leggo e coloro-> (38)
- Aria aperta (23)
- Divertimento per tutti-> (16)

Family ok consiglia...
Tutti i prodotti ...

In evidenza!

PROMOZIONE DEL MESE

SCONTO 10% SU TUTTA LA BIANCHERIA PER LETTINO

Novità [vedi]

Passeggino gemellare Peg Perego Duetto SW col. Moka 495.00EUR

Produttori

Selezionare

Parole chiave ...
Cerca
Ricerca Avanzata

Vetrina [vedi]

Palestra da esterno con doppio scivolo 305.00EUR

Informazioni

Spedizioni & Consegne
Normativa Privacy
Info & Contatti
Mappa del Sito

Promozioni [vedi]

Le promozioni del mese di febbraio

 Tinozza da bagno Oplà 32.00EUR 26.90EUR 16% di sconto	 Riduttore per lettino Prima nanna 99.00EUR 83.00EUR 15% di sconto	 Riduttore per lettino "testa letto" 57.00EUR 45.00EUR 21% di sconto
 Passeggino Chicco Simplicity Fuego 125.00EUR 115.00EUR 8% di sconto	 Lettino Giordani Mignon 99.00EUR 83.00EUR 15% di sconto	 Pedana universale per passeggino 45.00EUR 42.50EUR 6% di sconto
 Passeggino Giordani GX Compact Safari Green 87.00EUR 79.00EUR 9% di sconto		
 Passeggino Chicco Simplicity Lollipop 125.00EUR 105.00EUR 16% di sconto		

Food

Fastfood, marchi primo prezzo del supermercato (Tesco, Lidl etc...)





5° stile:

La madre passiva: unconcerned type

Il presente documento è di proprietà di FutureBrand. Né è vietata la riproduzione (in tutto o in parte) e la distribuzione/diffusione.

La madre passiva: unconcerned type

Il suo è un grande disinteresse
verso tutto quello che la circonda



È la meno consumatrice di tutte e di tutto.

Spesso non ha un'istruzione elevata, dispone di un basso reddito.

È una consumatrice passiva, non ha forti punti di vista personali.

Sta molto in casa, guarda la TV.

Comprare è solo una necessità.

È poco attenta e interessata a quello che succede nel mondo.

È tradizionalista.

Non segue le mode, al limite copia le altre mamme.

Non va a fare shopping.

Verso i figli

- Anche verso i figli non è in grado di proporre un modello di riferimento.
- Ha un'attenzione limitata anche alle loro prestazioni scolastiche e quando partecipa a degli eventi collettivi si fa trascinare.
- Non si preoccupa di pianificare il tempo libero della famiglia né di organizzare le vacanze.



Insight

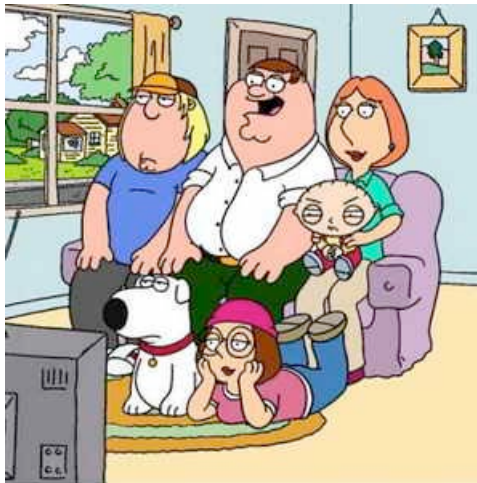
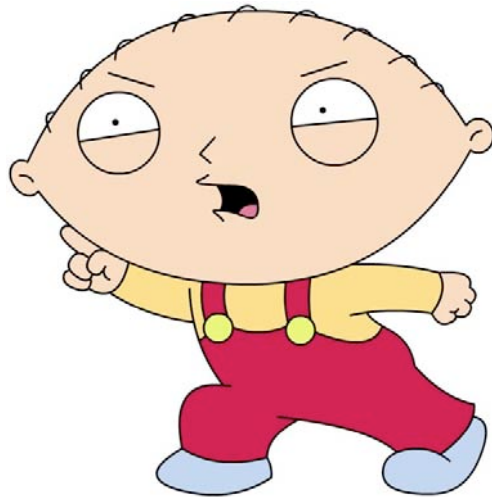
“Mi sento disorientata, incapace di prendere decisioni da sola, non so neanche cosa mi piace”

Promessa di comunicazione con cui approcciare l'unconcerned-type mother

Lasciati guidare
Alla tua portata, cose possibili
Facile da capire

Unconcerned kids

Stewie Griffin



Stewie è capace di assorbire tutti i pregi e i difetti del vivere quotidiano con una semplicità eccellente.

Odia con tutto se stesso la madre Lois e cerca costantemente di ucciderla anche se a volte si mostra affezionato a lei, soprattutto quando non c'è. Il suo obiettivo è conquistare il mondo.

Unconcerned Kids

Bambini self-made

Sono abituati a stare tanto tempo da soli anche in presenza di genitori.

Giocano continuamente con il game boy o con la play station quando qualcuno del gruppo li possiede.

Sono esposti alla televisione, senza filtro, ne assorbono i contenuti senza strumenti né aiuto per decodificarli.

Bombardati dalla pubblicità, desiderano continuamente oggetti che non si possono permettere.

Sono bambini emotivamente confusi e a rischio.

Fashion

Bancarelle, negozi di vicinanza
unbranded



Il presente documento è di proprietà di FutureBrand. Né è vietata la riproduzione (in tutto o in parte) e la distribuzione/diffusione.

Toys

Tv, gameboy



Icon

Quello che passa in televisione: Power Rangers, Scooby Doo, Dragon Ball, Spiders Riders



Accessori

Oggetti di seconda mano



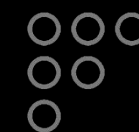
Food

Cibo che costi poco, scelto con poca attenzione





FutureBrand



MOMS & KIDS: CINQUE TIPOLOGIE DI MAMMA,
CINQUE STILI DI CONSUMO .

GRAZIE.

