

TMKF organiza un nuevo encuentro de profesionales sobre el crecimiento de las lovemarks en el ámbito familiar

Las lovemarks elegidas por los niños son las protagonistas de un nuevo Desayuno Kids

24.02.2015 **Madrid**

La agencia The Modern Kids & Family ha reunido hoy en Barcelona a más de 20 marcas con motivo de un nuevo Desayuno Kids bajo el título “Lovemarks en el hogar”. En este encuentro los asistentes han podido debatir y reflexionar sobre las características comunes de estas marcas, entre las que destacamos la lealtad y el sentimiento de propiedad del consumidor, además de resaltar que son marcas que llegan a sus clientes por los sentidos debido a que buscan crear experiencias memorables.

Los representantes de marcas como Mattel, Racc, Isdin, Factor Energía, Danone, Kalise, entre otras, han podido reflexionar durante el desayuno sobre la fórmula de la fidelidad basada en el misterio, la sensualidad y la intimidad. De este modo para conseguir llegar a ser una lovemarks deben existir grandes historias detrás de dicha marca, conseguir estimular los cinco sentidos y mantener una relación íntima con los clientes.

Durante el encuentro, los asistentes también han podido conocer las claves para posicionarse como una lovemarks. Estas claves se basan en la diferenciación, el cuidado de la relación amor/respeto con el consumidor y la vinculación con momentos de la vida de los clientes, ya que los consumidores esperan ver el lado humano de la marca y de esta forma dicha marca puede llegar a ser amada por el consumidor y ser compartida convirtiendo a los propios clientes en propios evangelizadores.

Para finalizar, los diferentes profesionales han debatido sobre si las lovemarks nace o se hacen y la diferencia del desarrollo y crecimiento de una lovemark en un hogar con o sin niños. Además, en el encuentro también se ha planteado la pregunta de cómo transformar a los clientes en fans y la posibilidad de crear marcas transgeneracionales.

The Modern Kids & Family, primera agencia especializada en el público infantil, juvenil y familiar, es la encargada de la organización de los Desayunos Kids que cuentan con más de 140 empresas y más de 200 participantes a lo largo de las 20 ediciones celebradas.

