



Kidiwiz

COMMUNICATION DIGITALE : LA BOITE A OUTILS



CRÉATION
DE SITES



CONTENUS



SEO



TRAFIC



INFLUENCE



COMMUNITY
MANAGEMENT



Nos expertises



STUDIO

Production
& Contenus



SHOPPING

Acquisition
d'audience



SOCIAL

Influence
& Community
management

Kidiwiz

le Baromètre



En partenariat avec
l'Institut des mamans



Qui est le jeune parent ?

Parents d'enfants de 0 à 35 mois

Il a son premier enfant à



Mère

28,5 ans



Père

30,4 ans



Il achète en magasin



80% achètent

Des produits d'équipement bébé en magasin

Surtout le papa

38%

Des papas n'achètent
que en magasin

Et le magasin devient incontournable au quotidien



99% y font leurs achats
Pour le quotidien de bébé

Il recherche sur Internet avant

91% des achats

En magasin ont impliqué une recherche préalable sur Internet



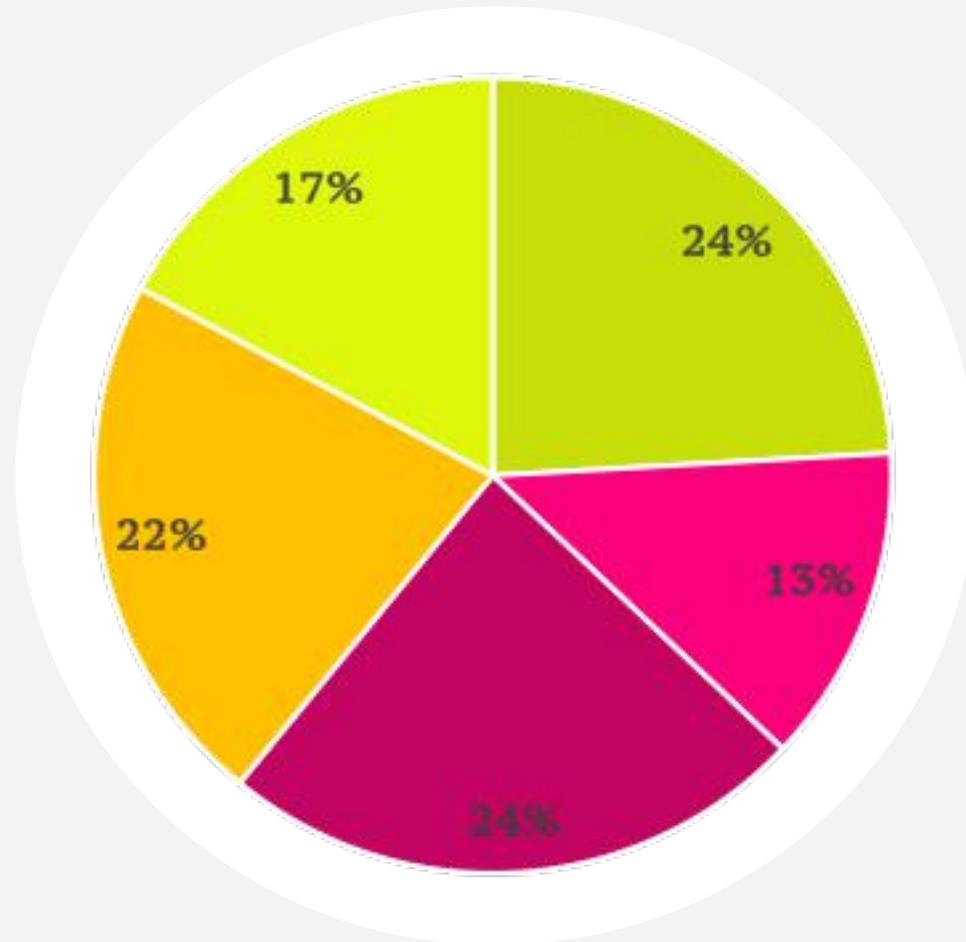
Et même pendant...

- Obtenir des informations complémentaires
- Vérifier les promotions
- Consultez les avis produits
- Faire un post sur les réseaux



Il utilise quotidiennement les moteurs de recherche

Travaillez votre référencement naturel et payant



Plus de 1,5M

De recherches mensuelles sur
Le matériel de puériculture

- Grosse puériculture
- Bibonnerie
- Appareils électriques
- Mobilier bébé
- Jeux et jouets

Il se pose beaucoup de questions



Plus de 1M

De recherches mensuelles sur
Un top 30 mots clés autour de la naissance
Et de la grossesse

Il recherche des réponses !

Créez de la valeur / créez du contenu

Blog

Une parfaite occasion
de prendre la parole au nom
de votre marque



Il recherche des réponses !

Profitez du contenu pour promouvoir votre marque

Privilégiez le Native ads
pour une publicité plus intégrée
et plus qualitative



Il achète sur Internet

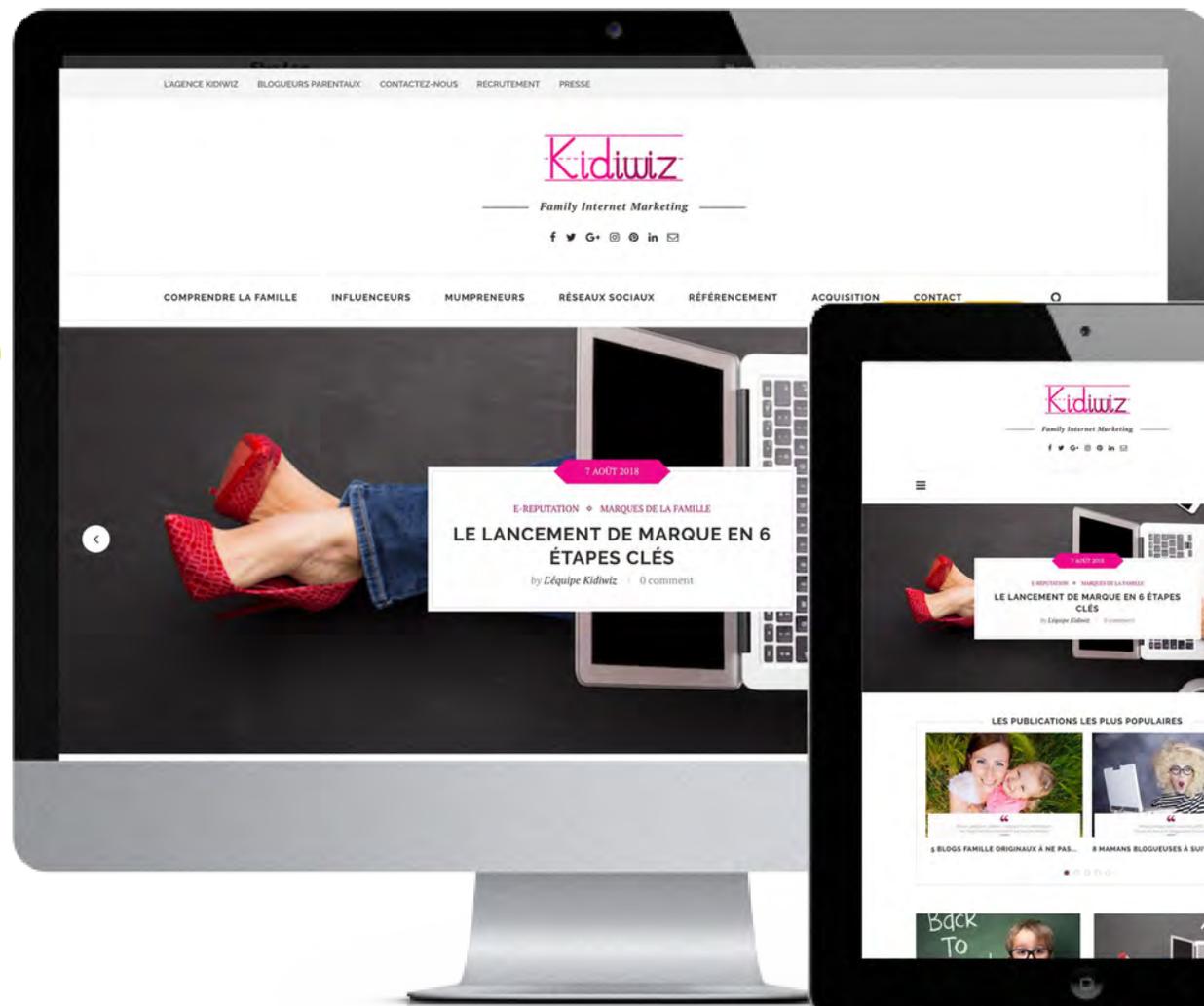
2 parents sur 3

ont acheté des produits d'équipement bébé
sur Internet

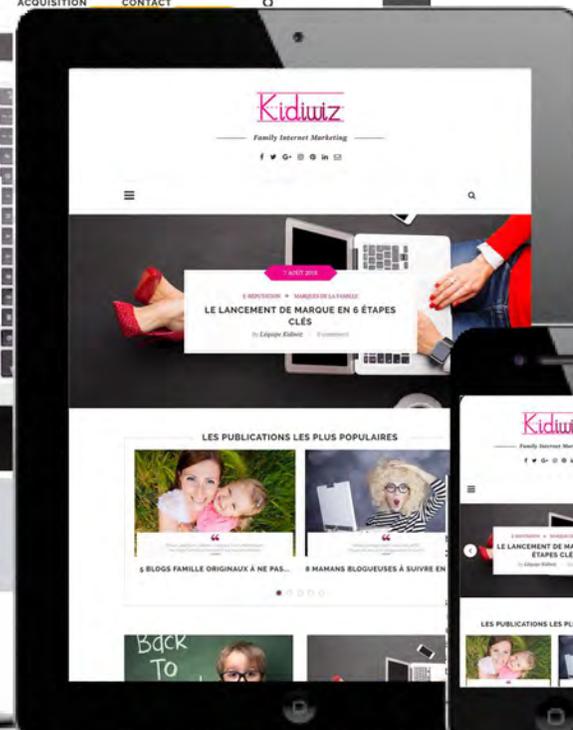


Il utilise tous les devices

45%



33%



12%



Surtout la maman

71%

des mères s'équipent
pour leur bébé
sur Internet

Il consulte les sites medias

Optez pour le Google Display



Par âge ✓

Par statut parental ✓

✓ Par centre d'intérêt

✓ Par thème affinitaire

Il utilise les réseaux comme un lien fort avec l'extérieur

Optimisez votre présence sur les réseaux sociaux

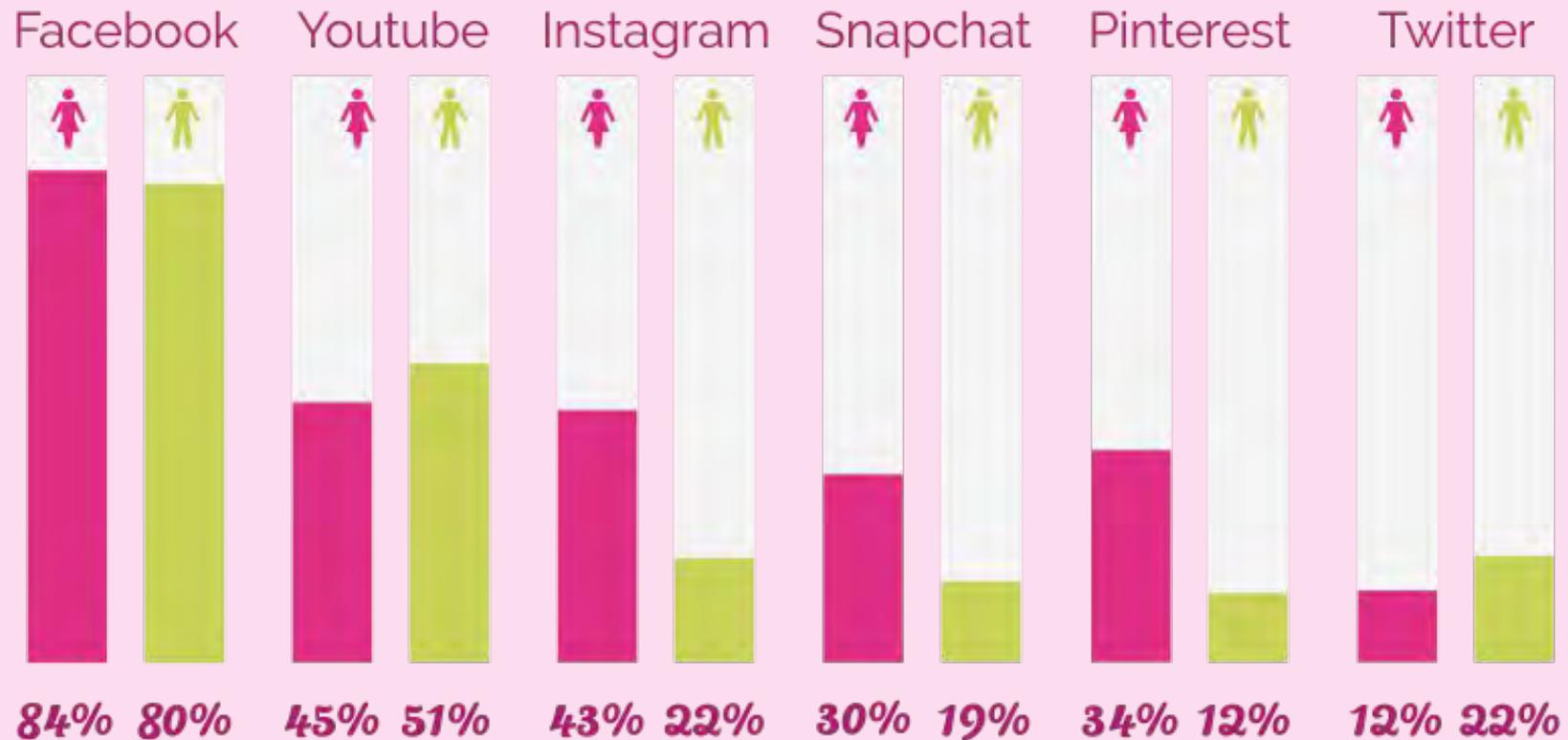


92%

Des parents consultent
les réseaux sociaux

Il préfère Facebook, Youtube et Instagram

Prenez la parole sur les reseaux sociaux



Il en est même accros

Prenez la parole sur les réseaux sociaux



f Consultation
tous les jours



Mères et pères en ont des usages différents

Différenciez vos stratégies de diffusion selon vos enjeux



Les Mères

Utilisent plutôt les réseaux sociaux pour
Rester en contact avec leurs proches

Et pour
Suivre les influenceurs



Les Pères

Utilisent plutôt les réseaux sociaux pour
Suivre l'actualité

Et pour
Elargir leurs cercles d'amis



Il suit des marques de puériculture

Prenez la parole sur les réseaux sociaux



1 parent sur 2

suit une marque bébé sur les réseaux

59%
des mères

40%
des pères

Il suit des marques de puériculture

Prenez la parole sur les réseaux sociaux

84% d'entre eux

suivent les marques bébé
sur Facebook



Utilisez les Social Ads

Ciblez selon l'âge de l'enfant, les centres d'intérêt, leurs likes sur des pages similaires

Une parfaite occasion d'acquérir
de nouveaux prospects



Il est avide de nouveautés et de découvertes

Partagez vos nouvelles

56%

sont motivés par la découverte de produits
et services en avant première



Il est à l'affût de promotions

Proposez des offres ponctuelles



Plus de la moitié

sont motivés par des jeux concours, bons
De réduction ou promotions sur les
produits

Il est à l'affût de promotions

Optez pour l'affiliation pour une approche plus Roiste



Une #campagne #affiliation pour ne #payer que lorsque vous vendez !

#ROI #Performance #CPA #Vente

CPA entre 4% et 15 %HT.

CPL entre 0,20€HT et 5€HT



Il écoute les recommandations

Ne négligez aucune cible

*Qui influence
le plus les mamans ?*

Ses proches (famille, amis)



Il écoute les recommandations

Ne négligez aucune cible

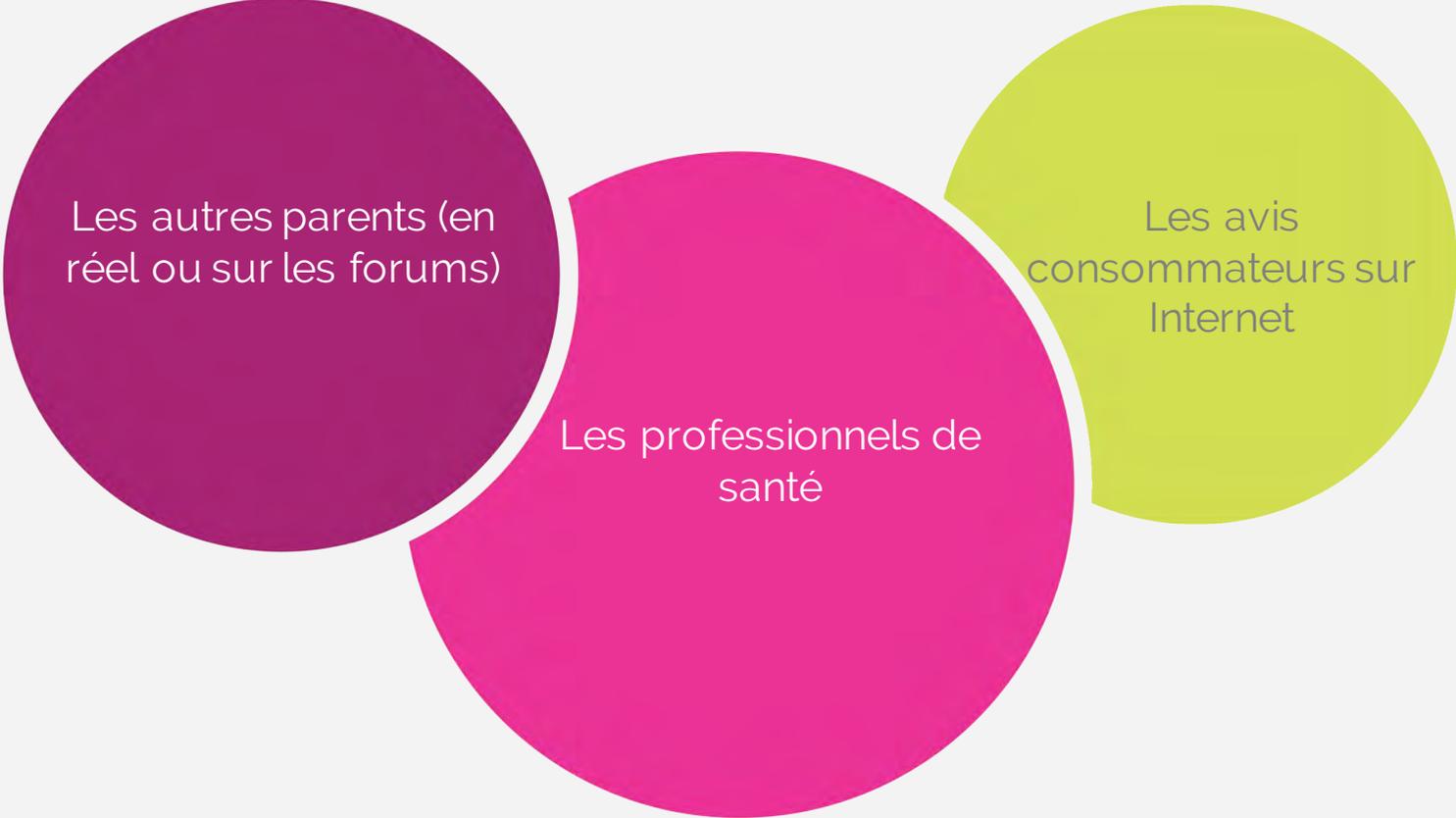
*Qui influence
le plus les papas ?*

La maman !



Il prend en compte les avis pour acheter

Ne négligez pas les avis



Les autres parents (en
réel ou sur les forums)

Les professionnels de
santé

Les avis
consommateurs sur
Internet

Il suit les blogueurs parentaux

Optez pour le marketing d'influence

Près de 1 parent sur 3

suit un influenceur parental

37%
des mères

25%
des pères



Pour se renseigner et comparer

Optez pour les tests produits

Et les comparateurs de prix (si tel est votre axe de différenciation)



Il achète sur les conseils de l'influenceur

Optez pour le marketing d'influence



90% des parents

Suivant un influenceur ont déjà acheté suite à une publication



Les Mères

85%

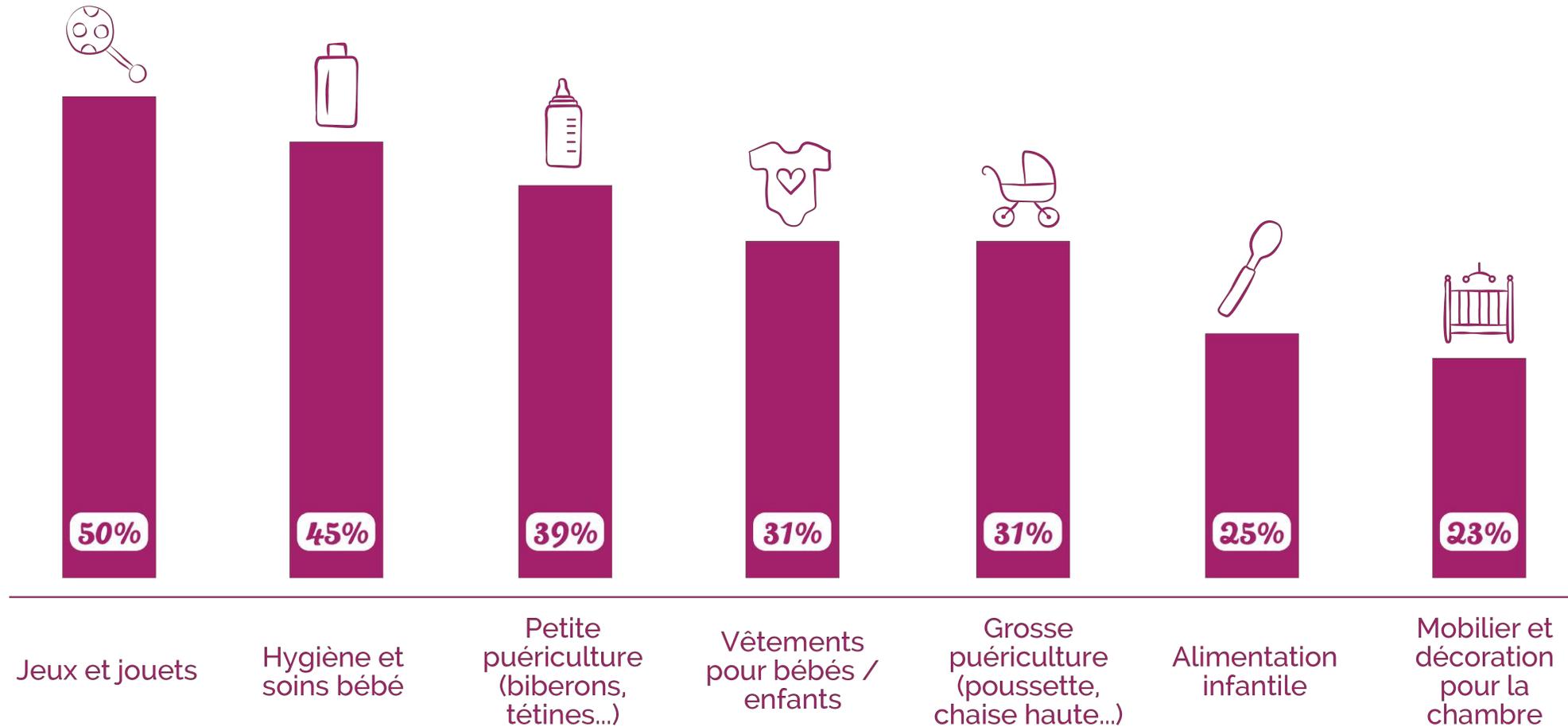


Les Pères

97%

Il suit les blogueurs parentaux

Optez pour le marketing d'influence



Une fois identifié, faites le revenir !

Fidélisez, retargetez





Kidiwiz est une agence webmarketing.

Kidiwiz'family est une régie dédiée à l'influence parentale



CRÉATION
DE SITES



CONTENUS



SEO



TRAFIC



INFLUENCE



COMMUNITY
MANAGEMENT



Nos expertises



STUDIO

Production
& Contenus



SHOPPING

Acquisition
d'audience



SOCIAL

Influence
& Community
management

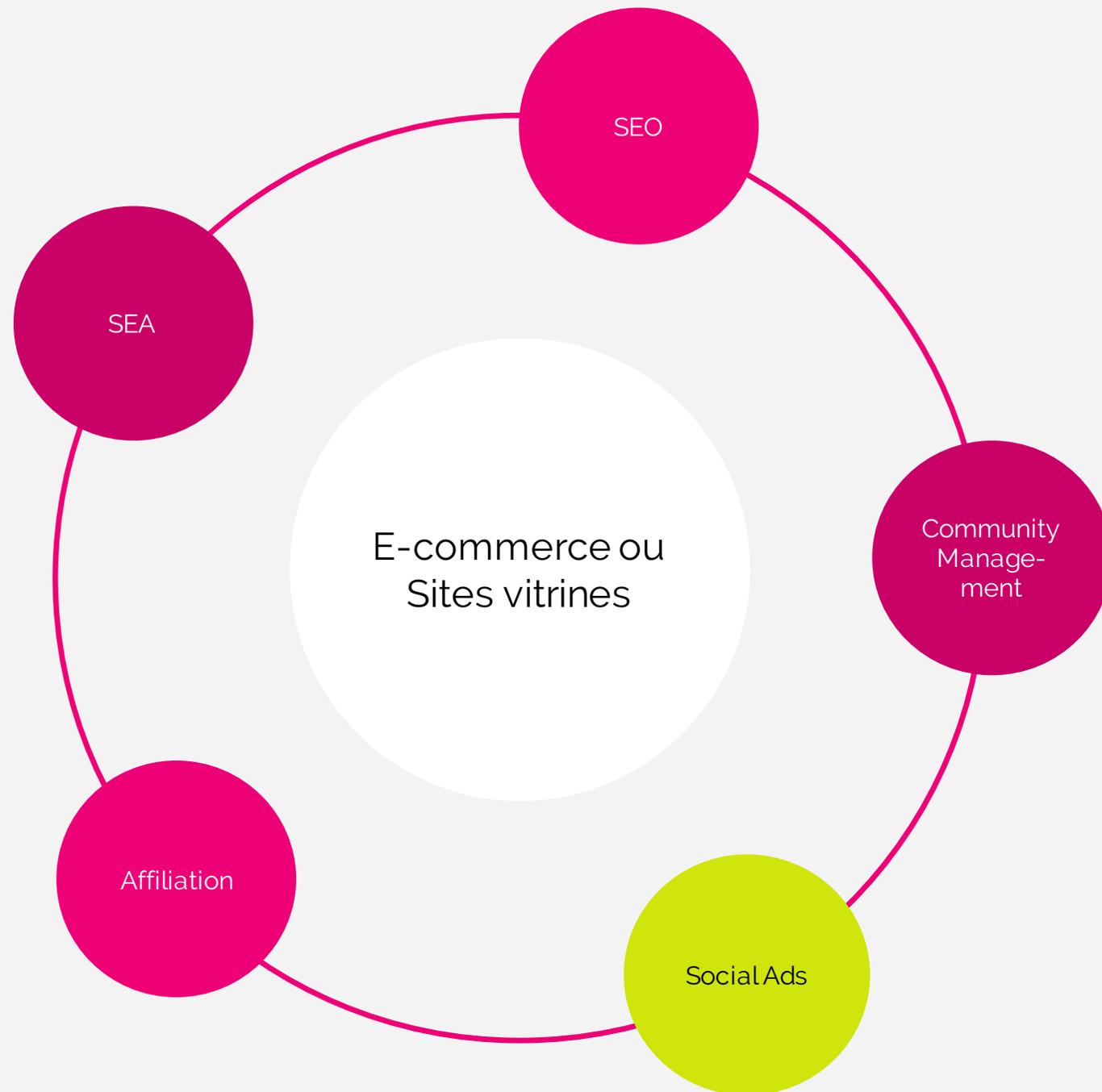
Nos atouts en 5 points

- Notre connaissance du secteur
- Le dynamisme
- La culture du résultat et du ROI
- Notre régie dédiée à l'influence parentale
- Notre vision 360°
- Nos community managers sont des influenceurs.



Stratégie

Vision 360°







Le réseau médias le plus influent sur la cible parentale

- ➔ 650 sites éditeurs parentaux, blogueurs, Instagramers, youtubeurs.
- ➔ Des influenceurs à fortes audiences en régie exclusive
- ➔ Des relations ultra privilégiées sur le secteur de l'enfance et de la famille.
- ➔ Une plateforme de gestion, dédiée aux influenceurs, permettant le suivi des campagnes et l'édition d'un rapport de performances.

650

éditeurs dédiés à
la cible parentale

10 M

pages vues mensuelles par un
lectorat parental, de l'envie de
bébé jusqu'au 12 ans de l'enfant

Qui sont nos influenceurs ?

624 blogs parentaux



96%
ONT UN BLOG

650 parents influents

ÂGE

Moins de 24 ans

5%

25-34 ans

63%

35-44 ans

30%

Plus de 45 ans

2%



ÂGE MOYEN
32 ans

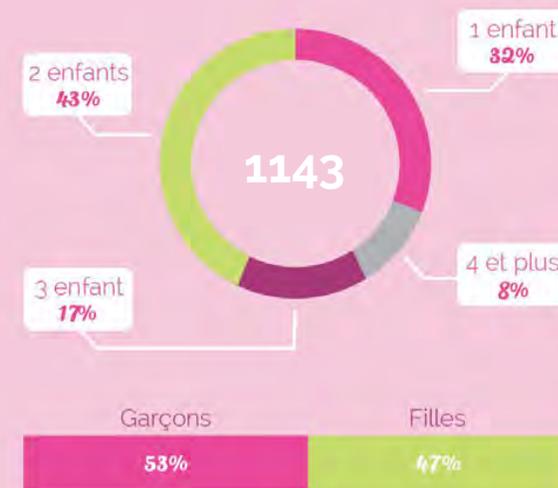


FEMMES ENCEINTES
14%

Thèmes de prédilection



1143 enfants



Des campagnes immersives et intégrées

TESTS PRODUIT

L'influenceur teste un produit et diffuse les résultats auprès de sa communauté en textes, images ou vidéos.

PUBLI REDACTIONNEL

Le placement de marque : l'influenceur met le produit en avant, sur son blog, ses réseaux ou par la création d'une vidéo de manière immersive.

LE POST SOCIAL

L'influenceur post une photo ou vidéo de mise en situation du produit dans son quotidien. Sur Facebook, Youtube ou Instagram, en feed ou en story.

UNBOXING

L'influenceur découvre le produit avec sa communauté, sous format vidéo sur Youtube ou Instagram Story.

AMBASSADEURS

L'influenceur ambassadeur s'implique personnellement dans la promotion d'un produit ou service.

JEU CONCOURS

L'influenceur organise sur sa page un jeu concours pour faire gagner le produit ou le service auprès de sa communauté.



Le meilleur moyen de toucher votre cœur de cible

Seulement **7** % des jeunes mamans ayant un enfant entre 0 et 35 mois n'utilise aucun réseau social.

70 % des instagramers sont des millénials

Au réveil, **48** % des 18 – 34 ans se connectent sur Facebook

93 % des internautes utilisent les avis pour préparer leur acte d'achat.

89 % ont visité le site de la marque après avoir lu les conseils d'un influenceur

48 % des consos pensent que les contenus sponsorisés sont intéressants





La possibilité de cibler des profils de consommation

Kidiwiz' Family vous propose des critères de segmentation ultra ciblés :

- ➔ Des critères socio démographiques (âge et sexe des enfants, composition de la famille, enceinte...)
- ➔ Des thèmes lus par le lectorat (Grossesse, bébé, enfant, pré adolescent...)
- ➔ Des profils de consommateurs types, permettant ainsi de maîtriser avec précision votre ciblage de diffusion.

Les
nomades

Les bio-
additcs

Les High
Tech

Les
littéraires

Les
manuels

Les
modeuses

Les bien-
veillants

Les
cuisiniers

Nos talents exclusifs



Maman Bavarde

 mamanbavarde.fr

 25 000 visites mensuelles
 60 000 pages vues mensuelles

 31,5 K abonnés

 12,7 K abonnés



Zozomum et cie

 www.jardinsecret2zozo.com/

 30 000 visites mensuelles
 70 000 pages vues mensuelles

 43,7 K abonnés

 22,4 K abonnés



Twinnny Mummy and Cie

 twinnnymummyandcie.com

 20 000 visites mensuelles
 40 000 pages vues mensuelles

 58,4 K abonnés

 13,6 K abonnés

Nos talents exclusifs



Marie-Charlotte



Home Marie-Charlotte
Les monde des Petites Plumes



25,6 K abonnés sur chaque page



15 K vues et 6K vues
quotidiennes en story



Kids Never Sleep



kidsneversleep.com/



30 000 visites mensuelles
60 000 pages vues mensuelles



25,8 K abonnés



8 000 vues quotidiennes en
story



Lola et ses minis



lola-etc.fr



10 000 visites mensuelles
20 000 pages vues mensuelles



18,4 K abonnés



8 000 vues quotidiennes en story



Comment ça marche ? C'est simple.

- 1** Vous nous contactez. Nous échangeons sur les enjeux et objectifs de la marque que vous représentez.
- 2** Nous vous proposons une stratégie d'influence sur mesure (mécaniques, types de campagnes, audiences ciblées et retombées attendues...) dans le respect de votre budget, quel qu'il soit.
- 3** Nous gérons la mise en place et le suivi de votre campagne (sélection des blogueurs, échanges sur les conditions et suivi des insertions). Si votre campagne nécessite des dotations produits, leur expédition est gérée par vos soins.
- 4** Vous recevez en fin de campagne, ou chaque mois si elle est construite sur la durée, un reporting de campagnes détaillant les retombées obtenues.

Contactez-nous !

Nos bureaux

5 rue Robert Giraudineau
94300 Vincennes

+33(01) 86 86 31 86
contact@kidiwiz.com



L'IDM

**Près de 20 ans d'expérience
dans les études, le conseil, la formation
sur la cible des familles,
sur les marchés de la famille**



All Kinds
of Families!

Expertise

Futurs parents
Parents
Enfants
Adolescents
Grands-parents
B2B influenceurs
...

Méthodologies

Quali
Quanti
Ethno
Formation / Workshop
Analyse du web
...

Outils

Panel France (+ réseau monde)
Plateforme intégrée
...

Sémio

SOCIAL
MEDIA

ETHNO

Workshop!

FORMATION

mOm

IMMERSE
YOURSELF

EXPERT OPINIONS

CREATIVITÉ

INSIGHT
COMMUNITIES

L'IDM – Institut des Mamans

Près de 20 ans d'expérience dans les études, le conseil, la formation sur la cible des familles, sur les marchés de la famille

Votre cible



Notre panel France *Nos partenaires internationaux*

Femmes enceintes, Jeunes mamans

Parents, enfants, ados, grands-parents, ...

Mums-to-be panel
2 000 pregnant women

Baby panel
30 000 mums with babies 0-3 years old

Junior panel
60 000 mums with children 4-11 years old

Teens panel
25 000 mums with children 12 years old and +

Access panel propriétaire France
100 000 parents /150 000 enfants



La cible 360° : consommateurs, KOL, influenceurs, ...



Une couverture de cible **B2B** et **B2C**
pour les marques actives
auprès des 2 publics

Pour vos problématiques spécifiques, à chaque étape de vos projets, s'appuyant sur un socle de connaissances pointues de la cible, de vos marchés, vous bénéficierez d'un accompagnement on going, au plus près ...

L'IDM sélectionne la meilleure approche grâce à :

- son expérience dans le mix-méthodologique : études qualitatives, quantitatives, ethnographiques, sémiologiques ..., online & offline,
- ses expertises spécifiques et ses spécialistes : cible et marchés enfants, médias, CRM, digital, créativité, innovation, sémiologie, sensoriels, ...

Comprendre, approfondir...

Workshops, formations – Observation, ethno, immersion (home, shopper ...) – Etudes exploratoires – Observatoires des cibles, des marchés – Fonds de marques – Ateliers kids : Play sessions, Kitchen lab for kids® – Tests sensoriels : organo ... en salles ou à domicile avec Biofortis – Études sociologiques – Etudes quali online avec Communautés 9 Months Community® ... Omnibus QualMOM® – New Mums & Brands (drivers de choix et d'achat) – ...

Créer, innover...

Communauté online ID Crea® – Ateliers de créativité, ateliers culinaires – Tests de concepts – Tests de noms, logos – Tests de packs – Tests de communication ...



Évaluer, mesurer, suivre

U&A – Bilan d'image – Études de notoriété, satisfaction – Tests d'usage – Tests sensoriels : organo ... en salles ou à domicile avec Biofortis – Baromètres, trackings – Omnibus quanti online MOM® – Baromètre de la Relation Marques-Parents (CRM) avec MWM – FamiliesTouchpoints® (points de contact) – Babymétrie® (médias de la naissance) ...

Connaître, approfondir...

L'état d'esprit, les attitudes, les perceptions – Les attentes – Les motivations, les freins – Les tendances – L'environnement – Les critères influents – Les prescripteurs B2B et B2C – Les points de contact : médias, supports – Les circuits de distribution – Les comportements digitaux ... de la cible (femmes enceintes, jeunes mamans, parents, kids, familles)

Générer, créer, améliorer...

Dé nouvelles idées, de nouveaux insights – Un concept – Un pack – Une recette – Un produit – Une offre de services – Un programme de fidélité, CRM – Un site internet, une Fan page ...



Évaluer, mesurer, suivre...

Vos marchés, consommateurs, acheteurs – Votre concurrence – Vos prescripteurs, influenceurs – Vos actions marketing – Vos actions cross-canal, en points de vente – Vos actions de communication, CRM, Web – Vos internautes ...

Proposer la meilleure approche grâce à notre expérience dans le mix-méthodologique quali, quanti, ethno, sémio, organo



**En plus
des ad-hoc...**

Prochains terrains quanti online mutualisés

20 septembre 2018	300 mères 0-35 mois	600€ HT la QF <i>sur l'échantillon total</i>
18 octobre 2018	540 parents 3-11 ans (50% mères / 50% pères)	600€ HT la QF <i>sur l'échantillon total</i>
15 novembre 2018	300 femmes enceintes et 900 mères 0-35 mois	950€ HT la QF <i>sur l'échantillon total</i>
15 décembre 2018	300 mères 0-35 mois	600€ HT la QF <i>sur l'échantillon total</i>

Sur demande / devis : ouverture possible à d'autres cibles (ex. femmes enceintes, pères 0-35 mois) et à l'international

Etudes syndiquées aux résultats commercialisables

FIDÉLISATION DES (FUTURES) MÈRES : usages, attentes,... et opportunités pour les marques/enseignes!

Résultats de l'étude toujours à la vente au tarif de 1 500€ HT

pour l'ensemble des données + sur devis possibilités de filtrer / croiser sur vos profils de clients / de fidèles

Echantillon : 300 femmes enceintes / 900 mères

L'INFLUENCE DU GENRE DANS L'UNIVERS DU JOUET : Possession, Importance, Demande de l'enfant, Achat + ouverture sur d'autres univers et sur la vision des pages des catalogues de Noël

Résultats de l'étude toujours à la vente au tarif de 500€ HT

Echantillon : 720 parents d'enfants âgés de 3-11 ans



Formation Cible « nouveaux parents »

LES CLÉS POUR DÉCRYPTER ET CONQUÉRIR LES NOUVEAUX PARENTS

- Adoptez les bons réflexes pour vos projets et marques ciblant les futurs et nouveaux parents -

En inter-entreprise : contactez-nous pour avoir la date de la prochaine session

En intra-entreprise : date à convenir ensemble ainsi que le nombre de participants min-max

...

Quelques références de l'IDM – Institut Des Mamans



N'hésitez pas à nous contacter !

- *Votre contact privilégié* -



Myriam LE DANVIC
Market Research Director
mledanvic@institutdesmamans.com
Standard : 01 41 46 83 00
Ligne directe : 01 41 46 83 77
Mobile : 06 60 78 06 93

Master en management des produits de l'enfant - CEPE Angoulême

Après une formation universitaire orientée autour **du management, de la psychologie et de la sociologie de l'enfant**, Myriam affiche aujourd'hui près de 12 ans d'expérience dans les études marketing autour des problématiques et des cibles parents-enfants, mais aussi plus largement au sein de l'environnement des familles (*professionnels de santé, professeurs des écoles,...*). **Qualitativiste et quantitativiste**. Concernant ses compétences quali, elle anime des focus groups / ateliers, réalise des ethnos, des observations, ITW / dyades, ... tout ceci auprès des différentes cibles de l'univers de l'enfance (enfants, parents, grands-parents, professionnels de l'éducation, professionnels de santé, professionnels de la distribution, ...) et développe / imagine des nouvelles méthodologies toujours plus adaptées à ces cibles.

Parmi ses interventions, conférences

- EMARKETING, conférence IDM, avril 2018 : Fidélisation des (futurs) mères : usages, attentes,... et opportunités pour les marques/enseignes !
- PRINTEMPS DES ETUDES, conférence IDM, avril 2018 : Insights clés des familles 2018-2020 ?
- MRN, Mars 2018 : Des (futurs) mamans de moins en moins fidèles ?
- PRINTEMPS DES ETUDES, conférence IDM, avril 2017 : How to communicate with families in 2017 ?
- ACTUKIDS DAY, forum du marketing junior, juillet 2014 : L'évolution de la famille et de l'enfant.
- SURVEY MAG, octobre 2014 : Interroger les publics jeunes
- IDM, décembre 2012 : Primes et goodies : Conquis ou critiques, les kids d'aujourd'hui ? ...



...