



## Neo mamme e passaparola *Il consiglio di una mamma "vende" più di mille spot?*

Secondo una recentissima ricerca di **The Keller Fay Group** e **Baby Center**, le neomamme e quelle in attesa sono impegnate nelle conversazioni word of mouth un terzo di più rispetto alla media dei consumatori e **più di due terzi delle loro conversazioni includono raccomandazioni di marchi**.

**Lo stesso passaparola secondo lo studio è generalmente positivo ed è considerato affidabile dalle altre mamme.**

Ad esempio, **Johnson & Johnson** - che ha insegnato a comunicare e fare PR a tutto il settore, si cimenta sui *social networks* delle mamme americane. **Johnson & Johnson** ha invitato più di 50 mamme influenti per una conferenza di tre giorni chiamata Camp Baby, dove la società **si è astenuta dal collegare l'evento al proprio marchio**, mentre ha ospitato a suo carico le mamme con un all-inclusive. Le mamme sono state oggetto di degustazioni e cene e hanno frequentato diverse sessioni, inclusi workshop su come i bambini dormono, su come vanno nutriti e altro... L'obiettivo dell'evento era di costruire una relazione basata sull'esperienza diretta con queste **mamme connesse** - nella speranza di lasciar loro qualche insegnamento - e sul loro amato brand - e nella speranza che lo riportino sui propri social networks...

