

オンナゴコロを紐解くマーケティング情報誌 『ウーマンズ・エッセンス』刊行！ ライフコース別に女性の生活シーンを比較・分析

このたび、株式会社読売インフォメーションサービス(以下読売 is、本社:東京都中央区日本橋人形町3-9-1、代表取締役社長:福地真人)は、「女性向けマーケティング・コミュニケーションモデル“WisE”(ワイズ)」の調査データや具体的な活用フローをまとめたマーケティング情報誌『ウーマンズ・エッセンス』を刊行いたしました。

本誌では、WisEの各調査・分析結果から導き出した現代女性の生活シーンについて掲載しています。普段の行動や考え方・情報収集等について、ライフコース別の違いを明らかにしました。さらにコミュニケーション戦略構築に向け、WisEのデータを活用した生活者のインサイト分析について紹介しています。

『ウーマンズ・エッセンス』目次

Part 1 What is “WisE”? 読売 is 女性向けマーケティング・コミュニケーションモデル“WisE”とは?

- はじめに
- 現代女性をとらえるライフコースという概念
- ライフコース変化への期待と不安
- 年齢別にみる現代女性の多様なライフコース

Part 2 Lifestyle of Women WisEから読み解く女性の生活シーン

- ライフコースでこんなに違う1日の生活シーン
- 興味があるコト、普段行なっているコト
- ライフコースとオンナゴコロ
- ライフコースで異なる仕事・恋愛・結婚・子育てのホンネ
- ニュースやトレンド、ランチの話題・・・普段の情報はどこから?
- 現代女性の情報活用スタイル 新聞折込広告の場合
- 商品・サービスによって情報を使い分ける女性

Part 3 Marketing Solution WisEを活用したコミュニケーション戦略

- オンナゴコロを理解することがビジネス成功の秘訣
- マーケティング課題へのWisE的アプローチ

Part 4 Database

資料編 調査概要

もっと知りたい! WisE information

◆ WisEとは？

読売isでは、2007年10月に「女性向けマーケティング・コミュニケーションモデル“WisE”」を構築。ライフコースを軸として意識や生活実態・メディア接触状況など、女性の生活シーンについて調査・研究を進めています。

WisEのデータベースには、約3,000名の女性を対象にした大規模調査と、特定の商品や業種に的を絞った商品企画別調査のデータを収録しています。今後も多数の商品群・業種に対応できる幅広いデータを取り揃えるため、定期的に調査を実施しWisEモデルを強化していきます。

読売isは「オンナゴコロがわかる企業」として、多様化する女性の生き方や複雑なオンナゴコロを紐解き、女性向けの商品開発や広告戦略をアシストしていきたいと考えています。

これまでに調査した商品群

食料品&日用雑貨・家庭用品/化粧品/住宅/習い事・通信講座/電化製品・家電量販店
読売is コミュニケーションマガジン「perigee(ペリジー)」の<Flab>にデータを掲載しています。

<http://www.yomiuri-is.co.jp/perigee/>

「ウーマンズ・エッセンス」

発行 2009年10月30日
株式会社 読売インフォメーションサービス
コミュニケーション・デザイン本部 マーケティング部
版型・構成 A4判 40ページ構成 / オールカラー



会社概要

社名 株式会社 読売インフォメーションサービス
本社 東京都中央区日本橋人形町3-9-1
代表者 代表取締役社長 福地真人
資本金 9,700万円
設立 1976年6月12日
事業内容 トータルコミュニケーションプランに基づく生活情報の提供
新聞折込広告のトータルサービス・メディアプランニング・メディアバイイング・
プロモーション・クリエイティブ・マーケティングなど

本件に関するお問い合わせ

株式会社 読売インフォメーションサービス
コミュニケーション・デザイン本部 マーケティング部 担当:関・三浦
〒103-0013 東京都中央区日本橋人形町3-9-1
電話:03-5847-1600 FAX:03-5847-1601
<http://www.yomiuri-is.co.jp/>