

(参考資料)

2012年3月30日

雑誌読者コミュニティを活用したソーシャルネットワーク型 商品開発プログラム「MAGIC（マジック）」提供開始

博報堂と博報堂DYメディアパートナーズは、雑誌の読者コミュニティメンバーをオンラインコミュニティ上に集め、共に商品開発をするソーシャルネットワーク型の商品開発プログラム「MAGIC（マジック）」（Magazine Innovation Community）を開発しました。

近年、複数の雑誌が読者との交流の場として「読者コミュニティ」を立ち上げ、読者による情報共有や、誌面づくりへの参加が行われています。「読者コミュニティ」の意見を反映させた商品が発売されヒットするなど、その影響力に注目が集まっています。

今回提供するプログラムは、雑誌が持つ読者コミュニティのネットワークと、博報堂の専門組織「博報堂買物研究所」、博報堂DYメディアパートナーズのノウハウを掛け合わせ、企業の商品開発やコミュニケーション開発支援をおこなうサービスです。

「MAGIC」では、3週間から1年程度という一定の期間、オンラインコミュニティ上に集まった読者コミュニティメンバーが、テーマに沿ってディスカッションを進めます。博報堂買物研究所の研究員が、参加者同士の会話の中から生活者の中に隠れている“買う動機”を発見し、商品開発やコミュニケーション開発に活用します。オンラインコミュニティ上の調査に加え、雑誌本誌の誌面も用いて、開発途中の商品に関する情報発信や、読者にさらなる意見を求める場を設けるなど、雑誌読者と共に商品を開発していきます。最終的に、読者と共に開発した商品やコミュニケーションメッセージに基づいて、マーケティングプランの立案・実行までワンストップで提供できるプログラムとなっています。

その他にもプログラムの活用方法としては、販売が伸び悩んでいる既存商品をリニューアルする際に、ヒット商品を予測する“目利き力”のある読者コミュニティの意見を取り入れることや、さらには事業単位、特定カテゴリー単位で、商品が何をきっかけに購入されているかにさかのぼって調査し、ニーズを捉えたコミュニケーション開発を行うなど、様々な用途に活用することができます。

<本件に関するお問い合わせ先>

株式会社博報堂 広報室 藤井・牧 TEL：03-6441-6161

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ 広報室 加藤・山崎 TEL：03-6441-9347



読みやすさを追求した書体を使用