

## <<女人为什么购买>>

### 图书基本信息

书名：<<女人为什么购买>>

13位ISBN编号：9787506040754

10位ISBN编号：7506040751

出版时间：2011-1

出版时间：东方出版社

作者：：[美]迈克尔·西尔弗斯坦（Michael J.Silverstein） 凯特·瑟瑞（Kate Sayre）

页数：250

字数：270000

译者：吴飞译

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<女人为什么购买>>

### 内容概要

莫非女性还没有得到她们想要的一切?经济实力?社会影响?  
商业权势?

没错，她们的确得到了。

但事实表明，这些了不起的进步是以沉重的代价换来的，正如消费品研究专家迈克尔·西尔弗斯坦和凯特·瑟瑞在一项前所未有的研究——涉及40个国家和地区的12000名女性——中发现的那样。

不懈地向上攀登使女性感到筋疲力尽、时间紧张、负担过重。

其结果是，女性渴求那些有助于她们节省时间、应付多重角色、赢得少量欢愉时刻的产品和服务。

女性想要更多——对每一类商品和服务都是如此。

而且无论她们的年龄和经济状况怎样，无论她们居住在世界的何处，在未来10年里，女性都会花费数万亿美元来换取：

- 将女性以往一天的工作量压缩到一小时的家居清洁产品；
- 承认女性掌握着国家一半财富的金融服务产品；
- 有助于促进全家幸福和健康的食品；
- 专为职业女性的繁忙日程定制的卫生保健服务。

在未来几年里，女性的影响力将会非常巨大，这不仅有助于我们走出经济低迷期，而且会创造我们一生中最显著的一个市场机会——比中国和印度的崛起更大的机会；比任何支援方案更可持续的机会。

通过具体的数据、对女性个体的简介和成功公司的分析，本书给商界领袖们提供了他们在兴起的“女性经济学”中占领市场份额所需的认知和实践。

## <<女人为什么购买>>

### 作者简介

迈克尔·西尔弗斯坦  
波士顿咨询公司资深合伙人和常务董事。  
畅销书《奢华正在流行》、《顾客要买什么》的合著者。  
他是消费者购买行为、零售和包装商品创新以及市场拓展方面的权威。

# <<女人为什么购买>>

## 书籍目录

序

引言

### 第一部分 女性经济学

#### 第1章 世界上最苛求的消费者

当代女性的压力和不满

女性(依然)乐观、抱有希望、充满梦想

女性想要从产品和服务中得到什么

事实上,女性想要的东西是能够交付的

#### 第2章 原型和生命阶段

快车道型

高压锅型:成功多重任务型和力求稳定型

人际焦点型

满足空巢型

自力更生型

量入为出型

生命阶段影响幸福

每个原型都喜爱宠物

个体与原型

#### 第3章 理解女性的品牌

成功与“4R”原则

奥普拉·温弗瑞:更多地理解女性所需

宝洁:代理清洁程序

嘉宝:成功源于倾听母亲们的声音

### 第二部分 关键产品或服务类型

#### 第4章 食品

女性与食品

全食食品:及早理解女性对健康饮食的关注

食品方面的机会

乐购:便利第一

艾米的厨房:忙碌之中的健康

总是有下一顿饭要准备

#### 第5章 健身

体重与健身

我根本不想谈这个

减肥产业

曲线健身中心:健身不健美

慧丽轻体:一张支持网络

营养系统公司:管理食物摄取

健身与减肥:一定有一条更好的道路

.....

### 第三部分 世界各地的女性

结论 上升的女性

致谢

## &lt;&lt;女人为什么购买&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：插图：格林一家的就寝程序从7：30左右开始——取决于今晚要不要洗澡，阅读进行多久，以及孩子们在被安顿好之后叫唤或下楼的次数——等到一切归于平静常常是8：45了。

“而从那时起，我的下一班工作就开始了。

我需要把晚餐后的厨房打扫干净，倒掉所有饭盒。

装载并启动洗碗机，并且捡起房子里可能有的各种各样的污秽。

我每天至少得洗一次衣服，如果我不这样做，将会是愚蠢的。

我为第二天做好全部的午餐。

然后，我必须把我似乎每晚都带回家的17英寸纸张整理好。

我表面上在一天期间只花五六个小时工作，但我总有一些要在晚上弥补。

那是我事业有成的唯一方法。

我们一般不上楼，直至午夜。

”尼科尔有3小时来洗盘子、打扫厨房、清洗和晾干一次衣服、做5份午餐，并完成等价于3小时的办公室工作。

注意，她并没有提到看电视、在网上冲浪、与朋友电话聊天、尽情享受温暖的泡澡、去角质、润肤、品葡萄酒或者吃巧克力。

这些对尼科尔来说很奢侈。

周末的时间也被填满了。

滑冰、游泳课、芭蕾舞、体操、吹长笛、空手道。

“孩子们有太多事情需要做了，在平常的日程中安排时间太难。

去年，我把它们全都填塞在周末，这比较糟糕，因为我丈夫在周六和周日经常上班。

所以我的所有周末都花在往返穿梭于从一节课到另一节课。

但是，孩子们不得不在周末干这些事情，我觉得这是我的过错，所以我需要做出牺牲。

其实回想起来，假如我不工作，孩子们就能更轻松地做这些事情，也就不会过多地影响我们的周末生活。

”尼科尔因为自己工作而感到内疚，但是假如她不工作，格林一家大概不会居住在树叶茂盛的郊区的维多利亚式房子里，他们的孩子不会有钱参加这么多的专门活动。

毕竟，尼科尔比她的丈夫挣得更多。

但是后来，她同样因为自己做了太多而感到内疚。

“我有时觉得，假如我不工作的话，他们的生活会过得比现在好。

或许他们需要更多的时间在房子周围闲荡？

”尽管有了她所做的一切，尼科尔还是担心不够，或者担心做得太多，担心有一天会发现这么做是不对的。

类似于与我们交谈的多数女性——尤其是带小孩的已婚女性——尼科尔把自己和自己的需求放在优先事项列表的最后。

格林一家的日常生活不太可能有太多改变，直到孩子们长大一些，而尼科尔已经在期盼那些日子的到来。

“有一个小孩已经在童年中期，我开始发现，我会喜欢童年中期的那些岁月。

再过大约四五年，我的三个小孩都将能自理，而我始终知道他们在哪里。

我把它看作是‘黄金窗口’。

那将更加令人愉快，因为我想，我现在有这么大的日常压力，仅仅是因为有这么多人需要从我这里得到很多。

## <<女人为什么购买>>

### 媒体关注与评论

这本书太棒了，真正具有启发性。

可见我们才刚刚触及女性市场机会的冰山一角。

——百事公司董事长兼首席执行官 英德拉·诺伊不论何种规模、性质和种类的消费导向的公司，都有必要阅读本书。

它基于深入的调查，用强大的洞察力呈现了我们这个时代最令人信服的消费者营销命题。

——金宝汤公司总裁兼首席执行官道格拉斯·康纳特《女人为什么购买》吹响了认识和回应的号角。

你怎么可能不关注正在出现的5万亿美元的女性实际收入增长呢？——利明特公司创始人、董事长兼首席执行官 莱斯利·韦克斯纳关于女性越来越多的角色和不断增长的购买力怎样影响市场，本书提供了新鲜而富有洞察力的分析。

——雅诗兰黛公司前董事长 伦纳德·劳德在这本意义重大的书中，作者捕捉了全球范围内正在发生的革命：女性消费者要求选择权，要求得到重视，并最终决定哪些公司能挺进下一轮竞争。

——佐格比国际调查机构总裁兼首席执行官、《我们将如何存在》一书的作者约翰·佐格比本书论证了女性在不断变化的市场中扮演的角色。

对消费品公司来说，它是一个非常重要的资源。

——卡夫食品董事长兼首席执行官 艾琳·罗森菲尔德

## <<女人为什么购买>>

### 编辑推荐

《女人为什么购买》：金钱、时间、爱、自由和它们背后的商业价值女性是如何思考的，以及她们真正需要些什么？基于波士顿咨询公司在40个国家和地区对超过12000名女性的调查，未来最大的商业机会在哪里——金融服务？卫生保健？家庭食品？金砖四国以及传统经济体女性市场的商业机会都是什么？为什么某些品牌会大获成功，它们究竟在女性消费市场做对了什么？

<<女人为什么购买>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>