

# Экономика новых товаров

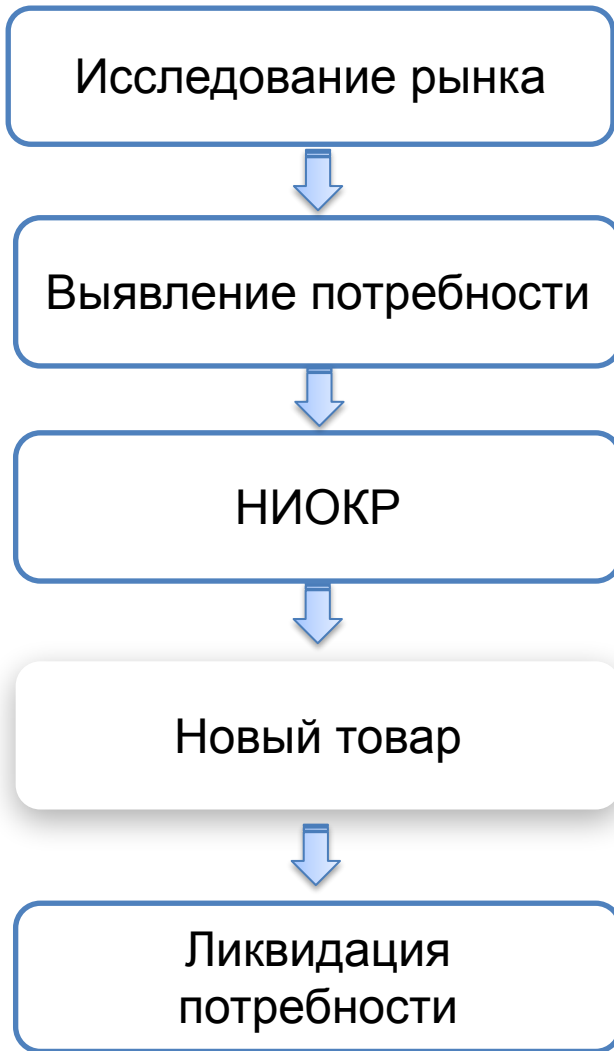
лекция 12

Оптимальный период вывода новинки

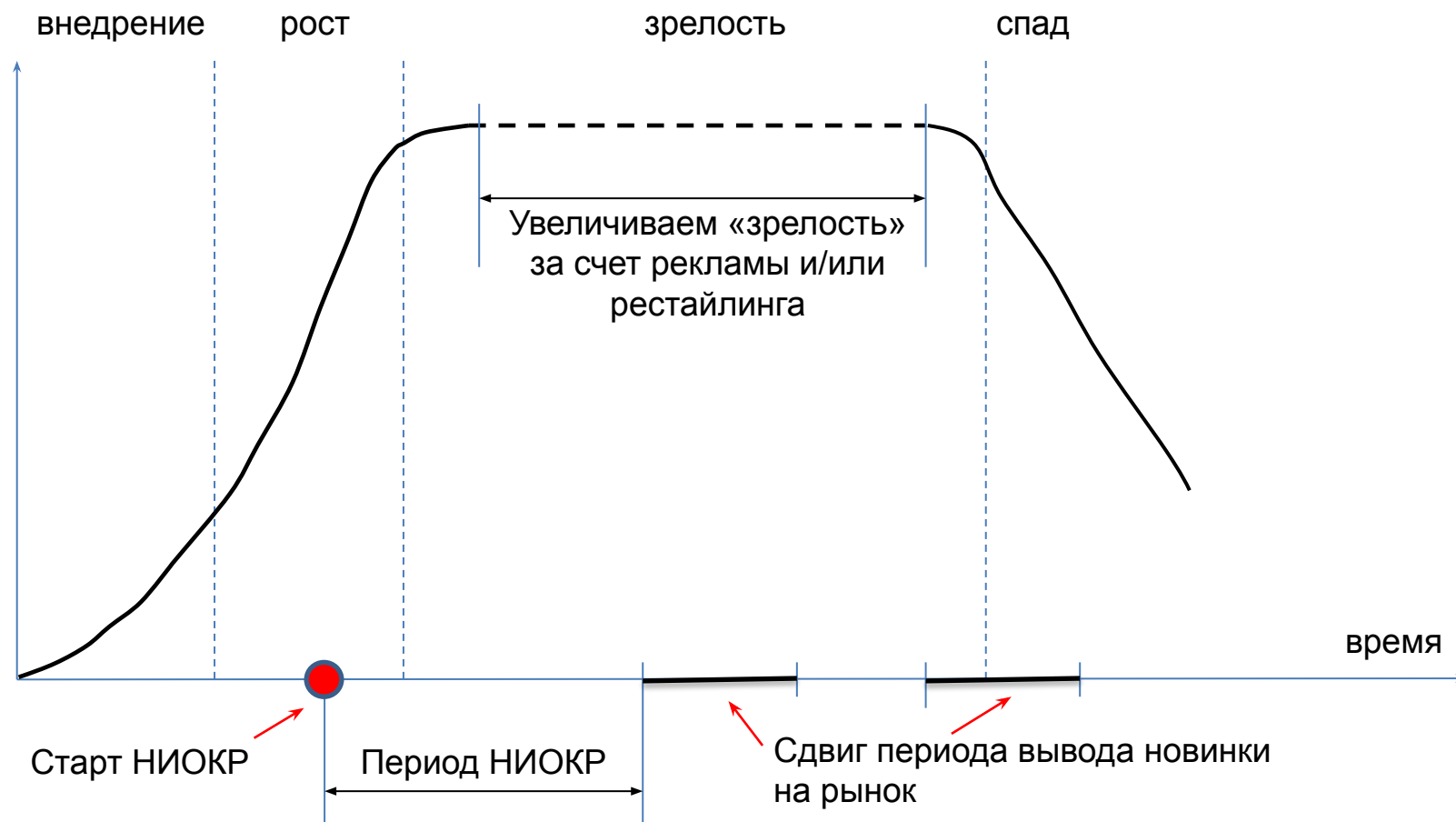
Матрица BSG

Закон смены жизненных циклов

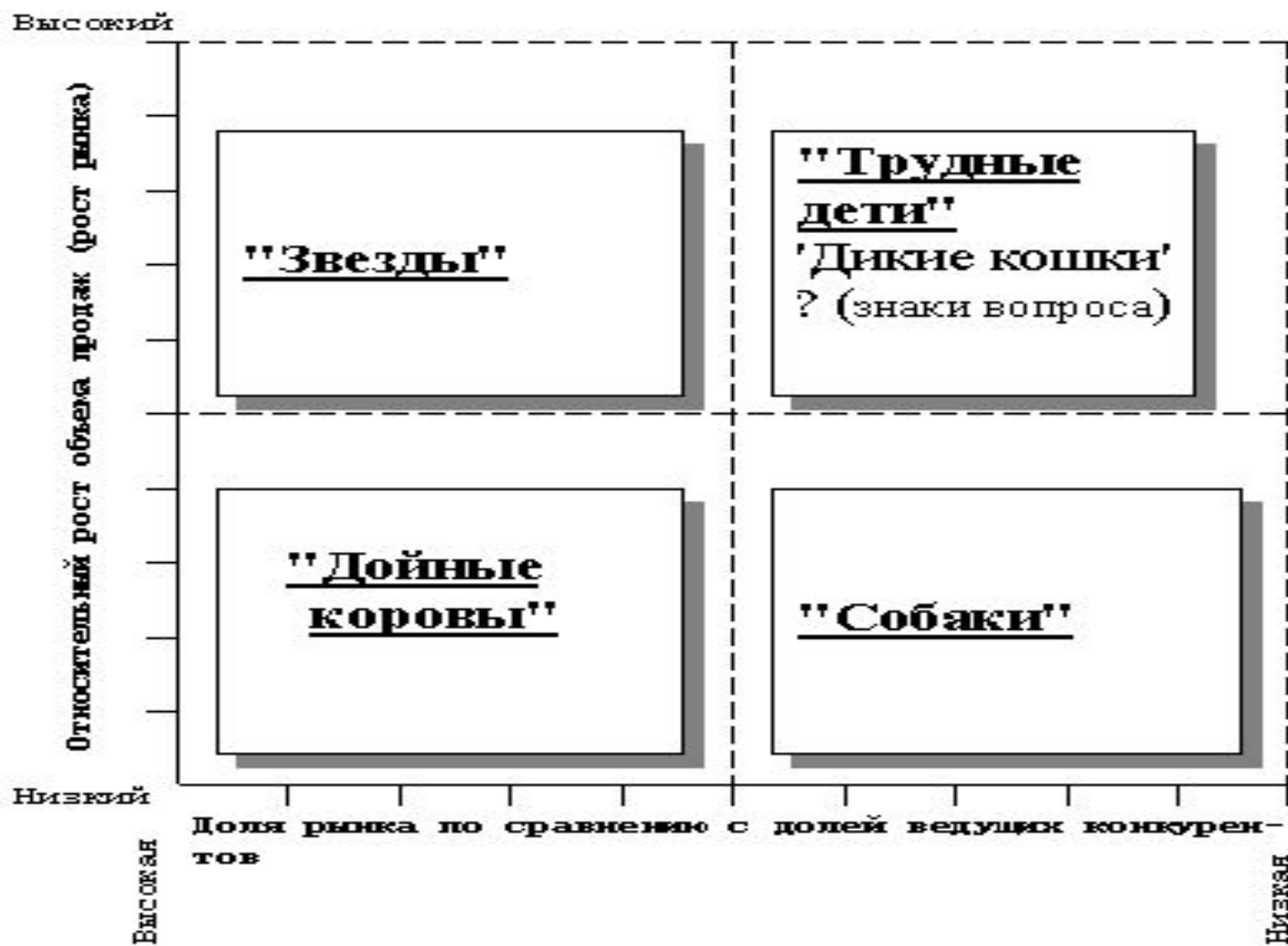
# Типы генерации новых товаров



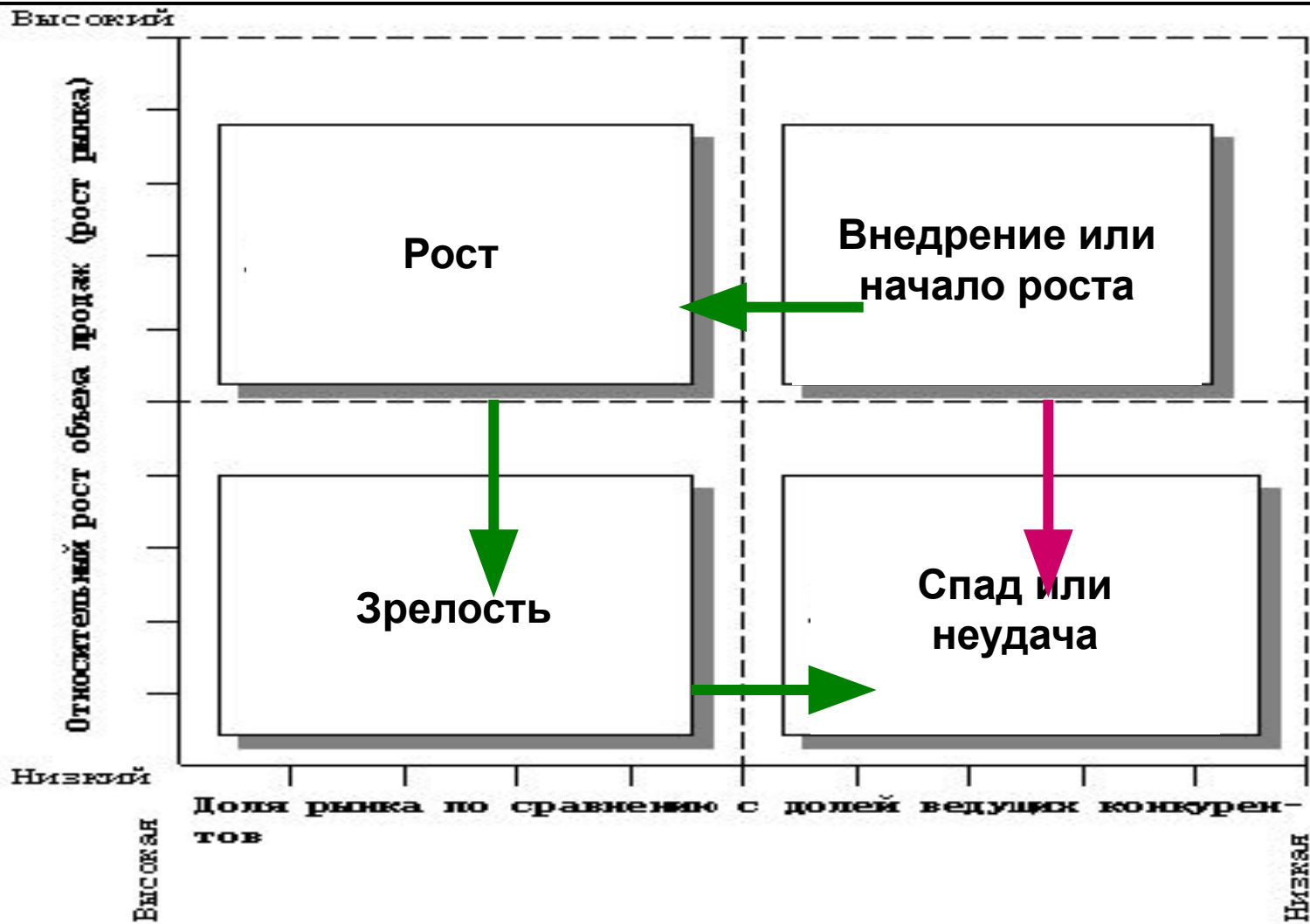
# Что делаем, если не успеваем в срок закончить НИОКР



# Матрица BCG



# Адаптированная матрица BCG



# Принципы управления матрицей BCG

---

- Товары из ассортиментного ряда предприятия в рамках матрицы должны двигаться против часовой стрелки;
  - Все квадранты матрицы должны быть заполнены;
  - Товар в квадранте «спад» должен совпадать по функциям с новым товаром;
  - Движение против часовой стрелки означает неудачную новинку.
-

# Матрица BCG в компании Peugeot

2003-2004 гг

307	407 1007
206	406

2005-2006 гг

407	207
307	206 1007

2007-2008 гг

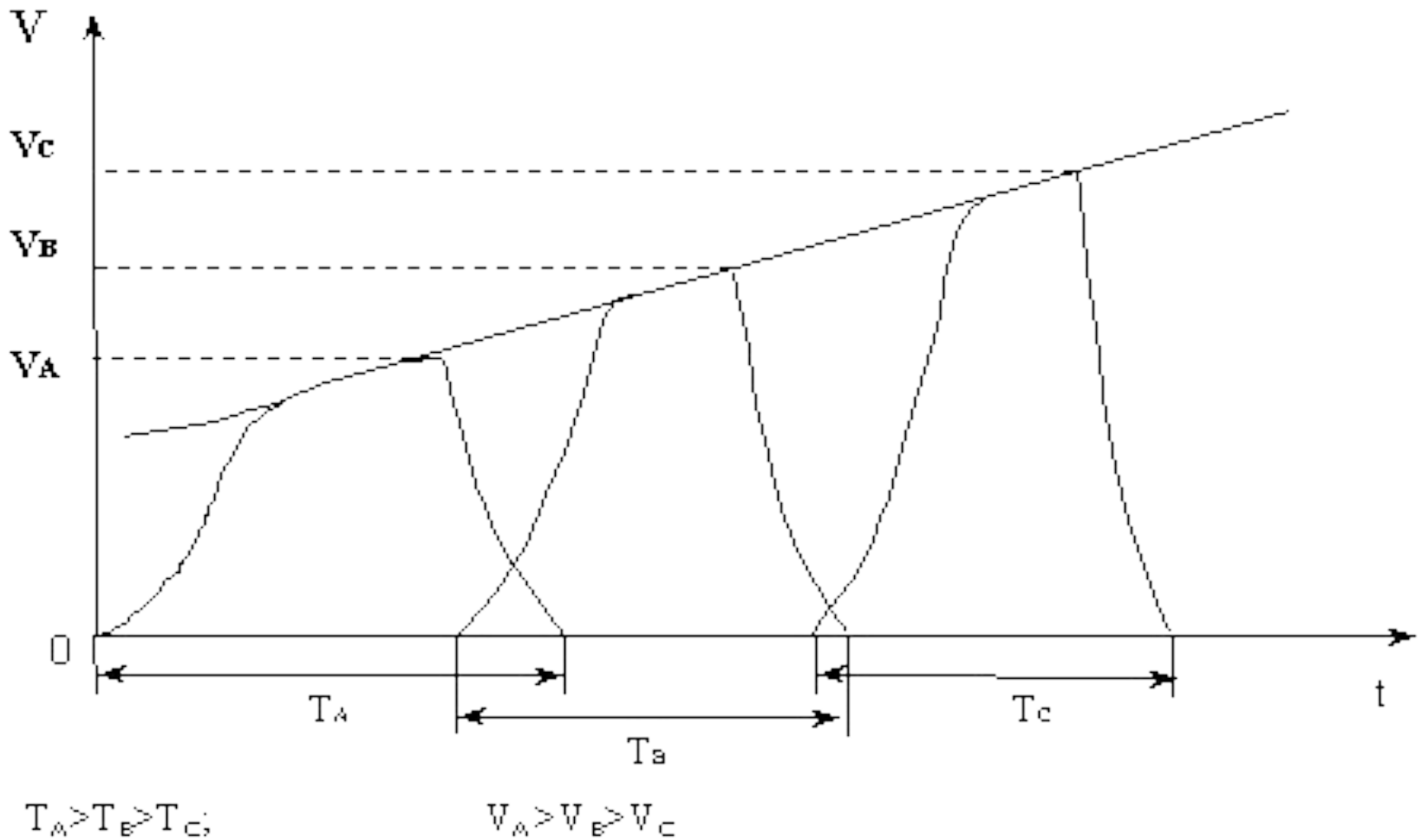
207	308
407	307

2009-2010 гг

308	408
207	407

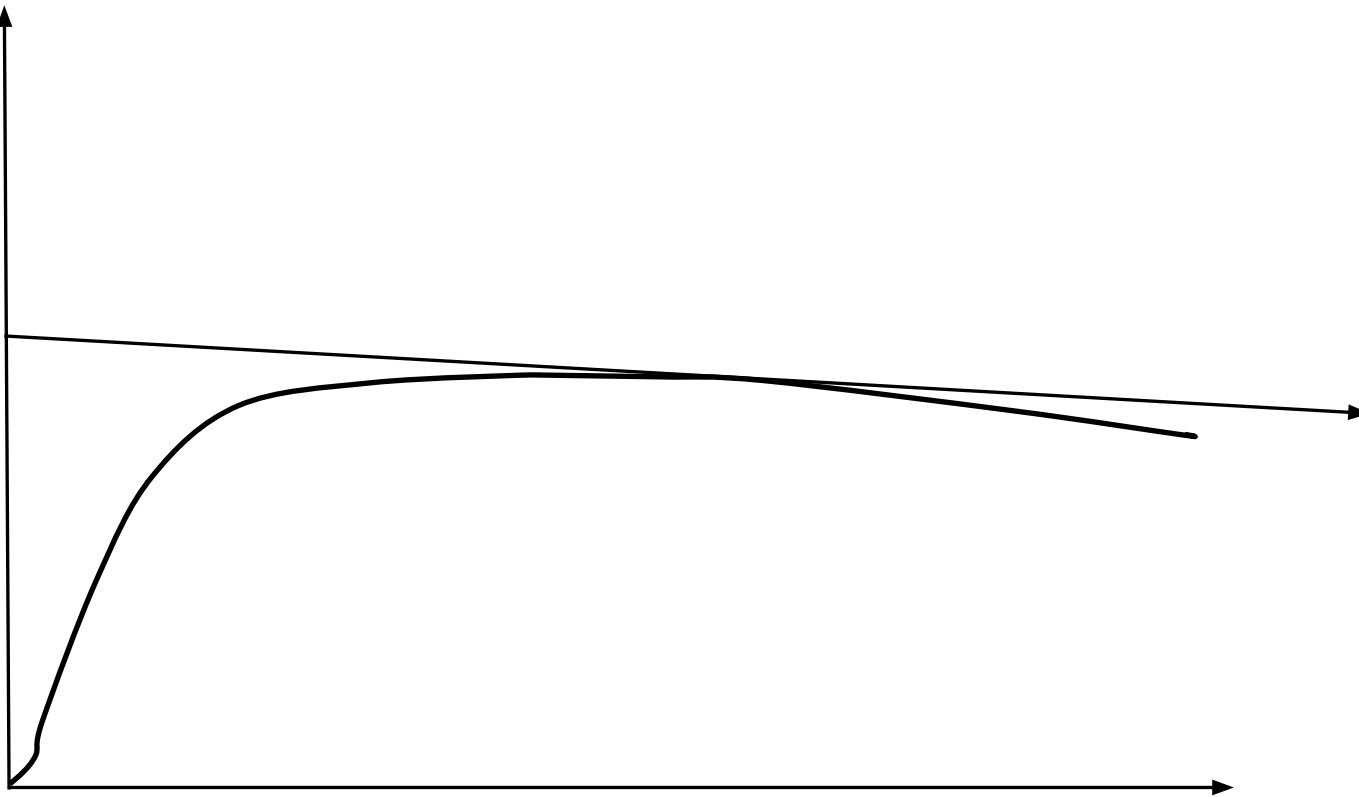
Все модели делают «правильный» оборот, кроме 1007, которая признана неудачной для российского рынка

# Закон смены жизненных циклов товара (конкурентный рынок)





# Закон смены жизненных циклов товара (монопоольный рынок)



# Причины неудач новинок

---

- Нет подходящего рынка для новой идеи;
  - Технология или конструкция проектировалась не достаточно тщательно;
  - Нет преимущества перед уже существующими «раскрученными» товарами;
  - Неправильное позиционирование и сегментирование;
  - Ошибки в ценообразовании;
  - Неэффективные каналы и способы продвижения продукции;
  - Упреждающие действия конкурентов;
  - Неудовлетворительный финансовый результат.
-

# Факторы успеха новых товаров

---

- Обозримые уникальность и качество в сравнении с конкурентными аналогами;
  - Планирование концепции товара;
  - Интегрированные усилия маркетологов, технологов и финансистов при разработке новых товаров;
  - Стратегическая роль товара на рынке, определяемая уникальностью и уровнем восприятия;
-

---

Спасибо за внимание !

---