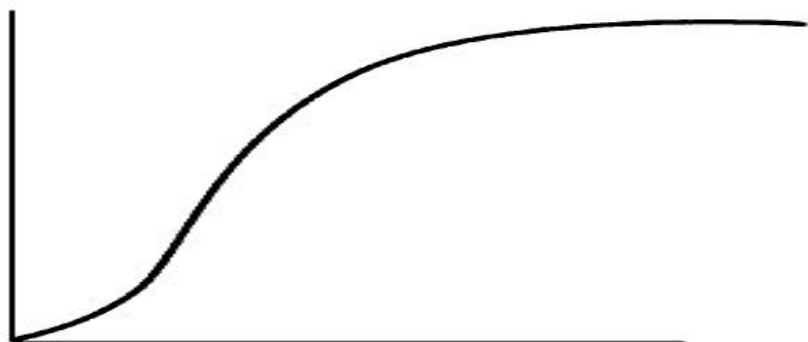


Продукт как элемент
КМ

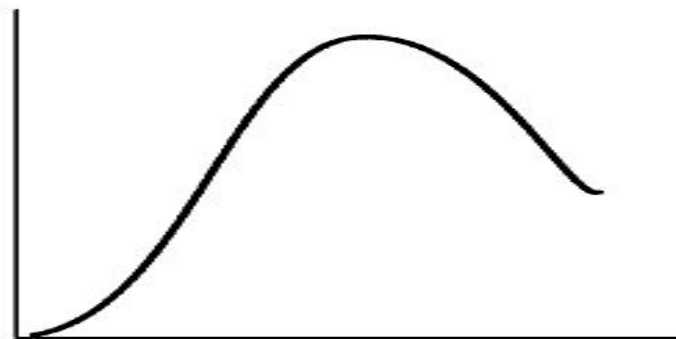
Жизненный цикл продукта — время с момента первоначального появления продукта на рынке до прекращения его реализации на данном рынке.



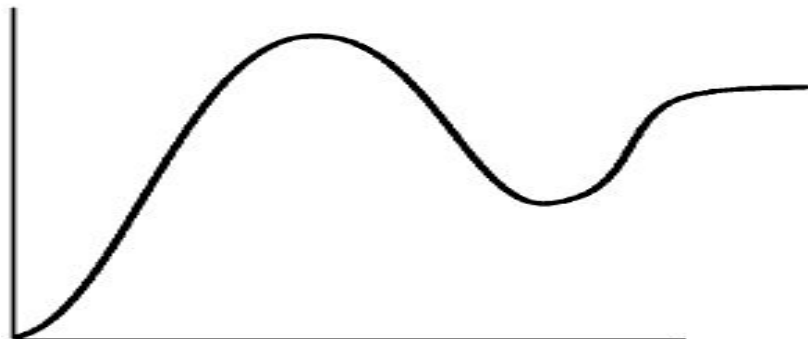
Различные варианты кривых жизненного цикла



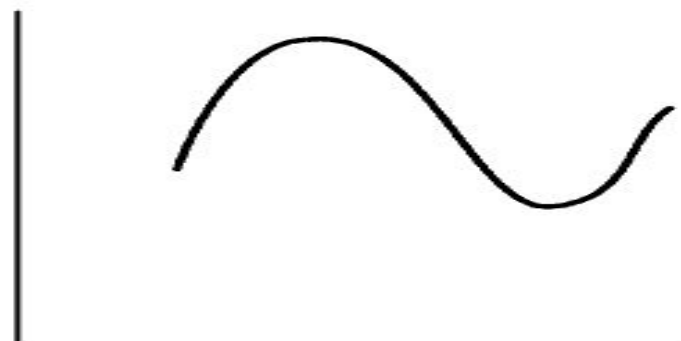
а. Продолжительный бум



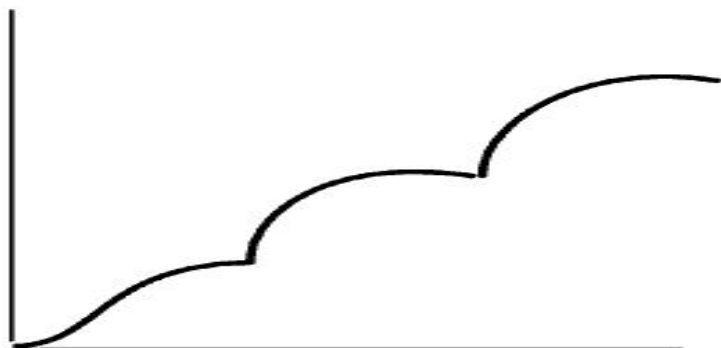
б. Кратковременное увлечение



в. Возобновление спроса



г. Сезонность, мода



д. Нахождение новых сфер применения продукта



е. Неудачный продукт

Товарные стратегии

Товарная стратегия

«+»

«-»

1. Новый товар на новом рынке.

Конкуренты не обладают конкурентоспособными аналогами и не способны противопоставить эффективную товарную стратегию.

Рынок не осведомлен о достоинствах нового товара и неясно, как его воспримет

2. Новый товар на старом рынке.

Потребители гораздо благосклоннее относятся к новому товару известного производителя со сложившимся имиджем.

В случае неудачи фирма теряет гораздо больше, чем при текущем сокращении объемов продаж.

3. Старый товар на новом рынке.

Дополнительная прибыль от продаж на новом рынке дает ресурсные преимущества в борьбе с традиционными конкурентами.

Новый рынок может обладать специфическими особенностями, которые сложно отследить.

4. Старый товар на старом рынке.

Высокий консерватизм устоявшихся в своих предпочтениях потребителей

Опасность появления более эффективных конкурентов.