

Экономика новых товаров

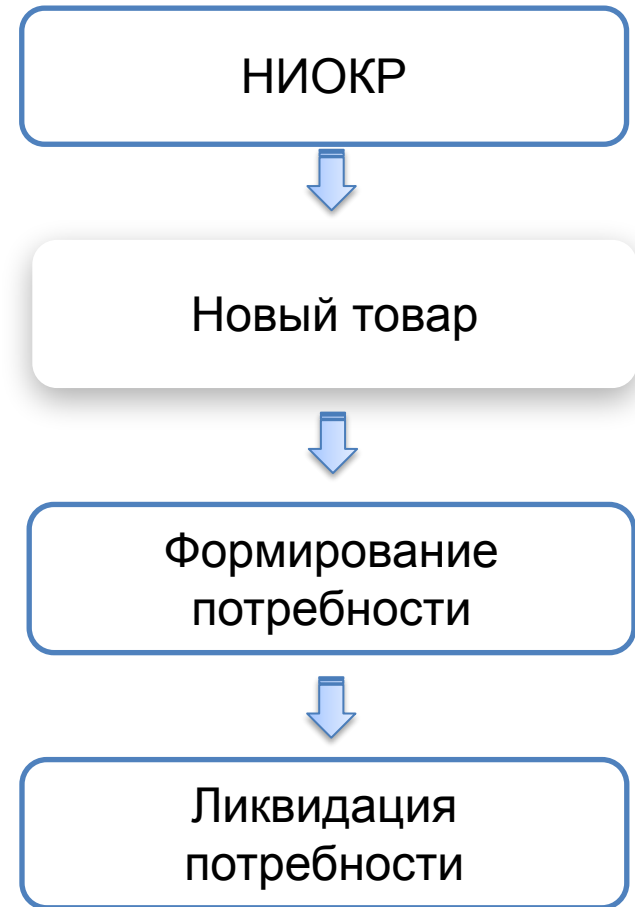
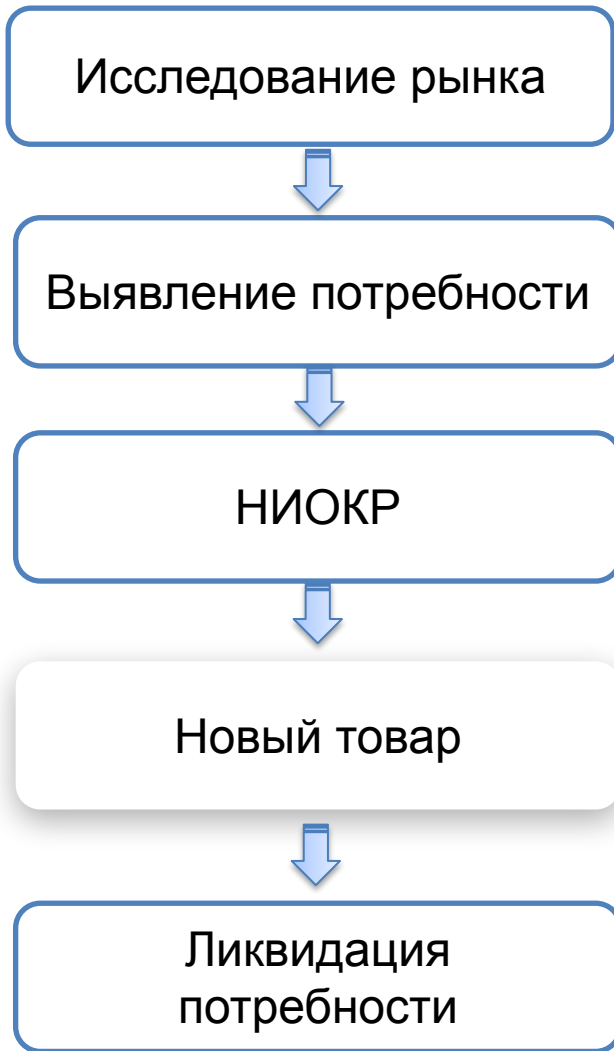
лекция 12

Оптимальный период вывода новинки

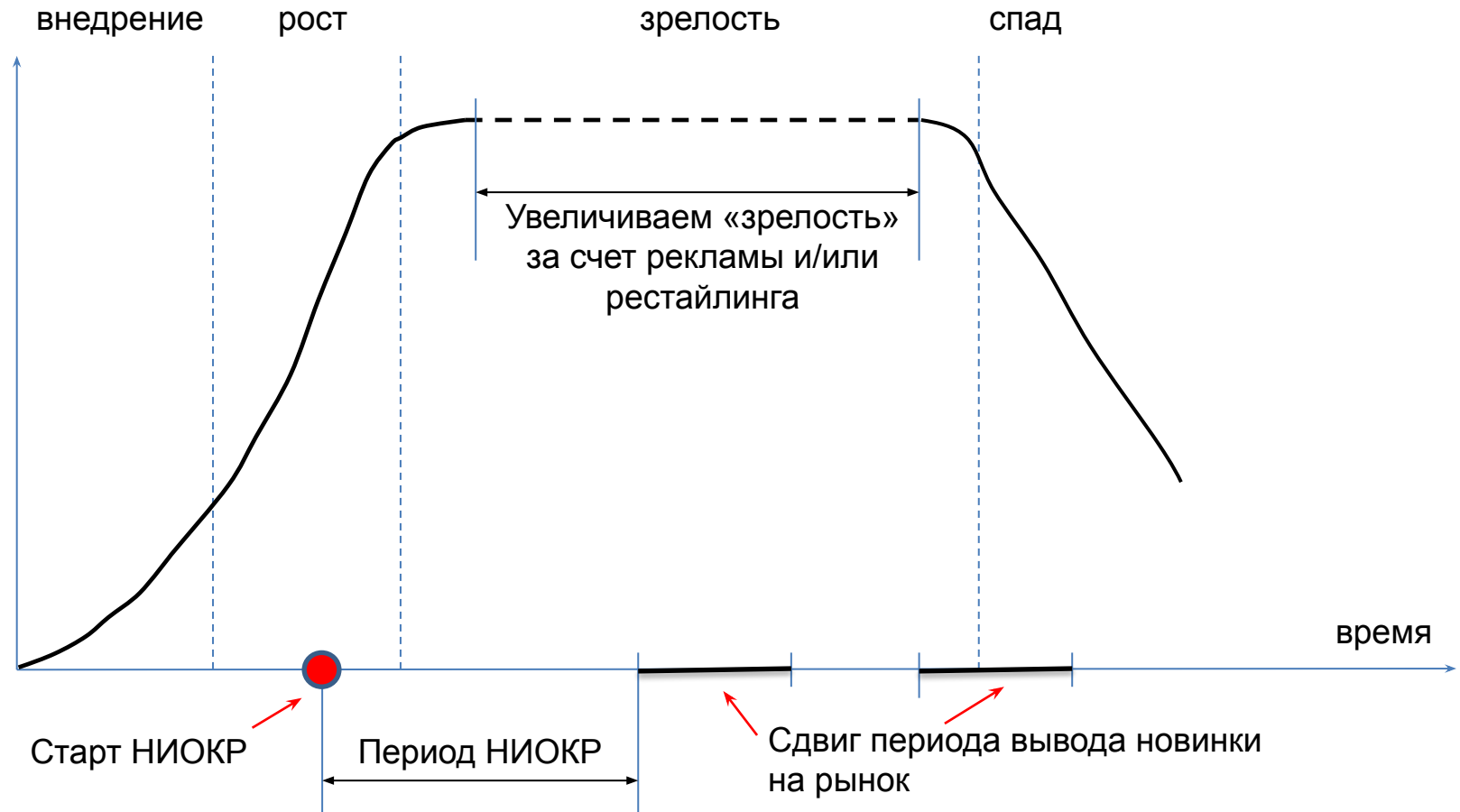
Матрица BSG

Закон смены жизненных циклов

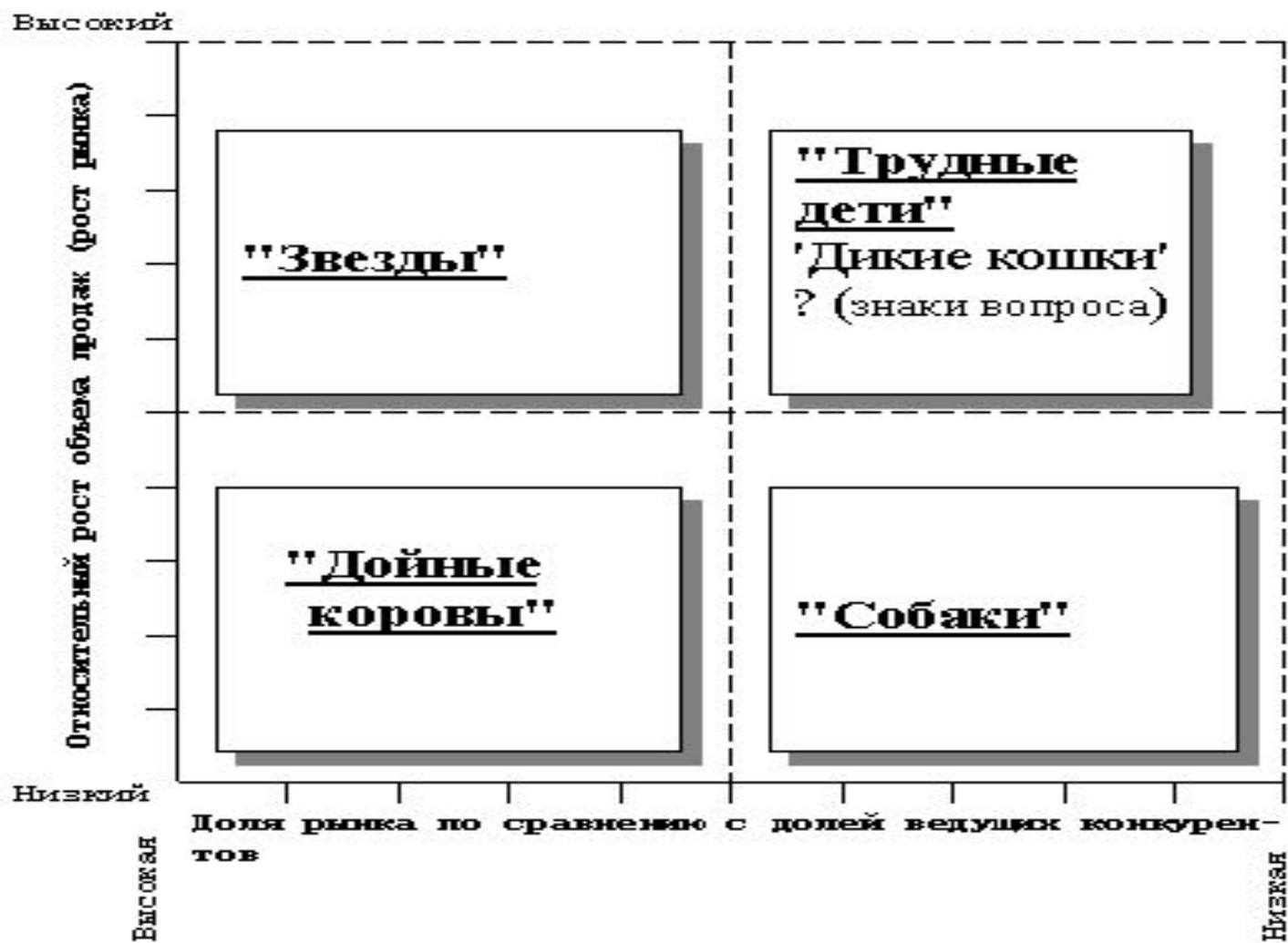
Типы генерации новых товаров



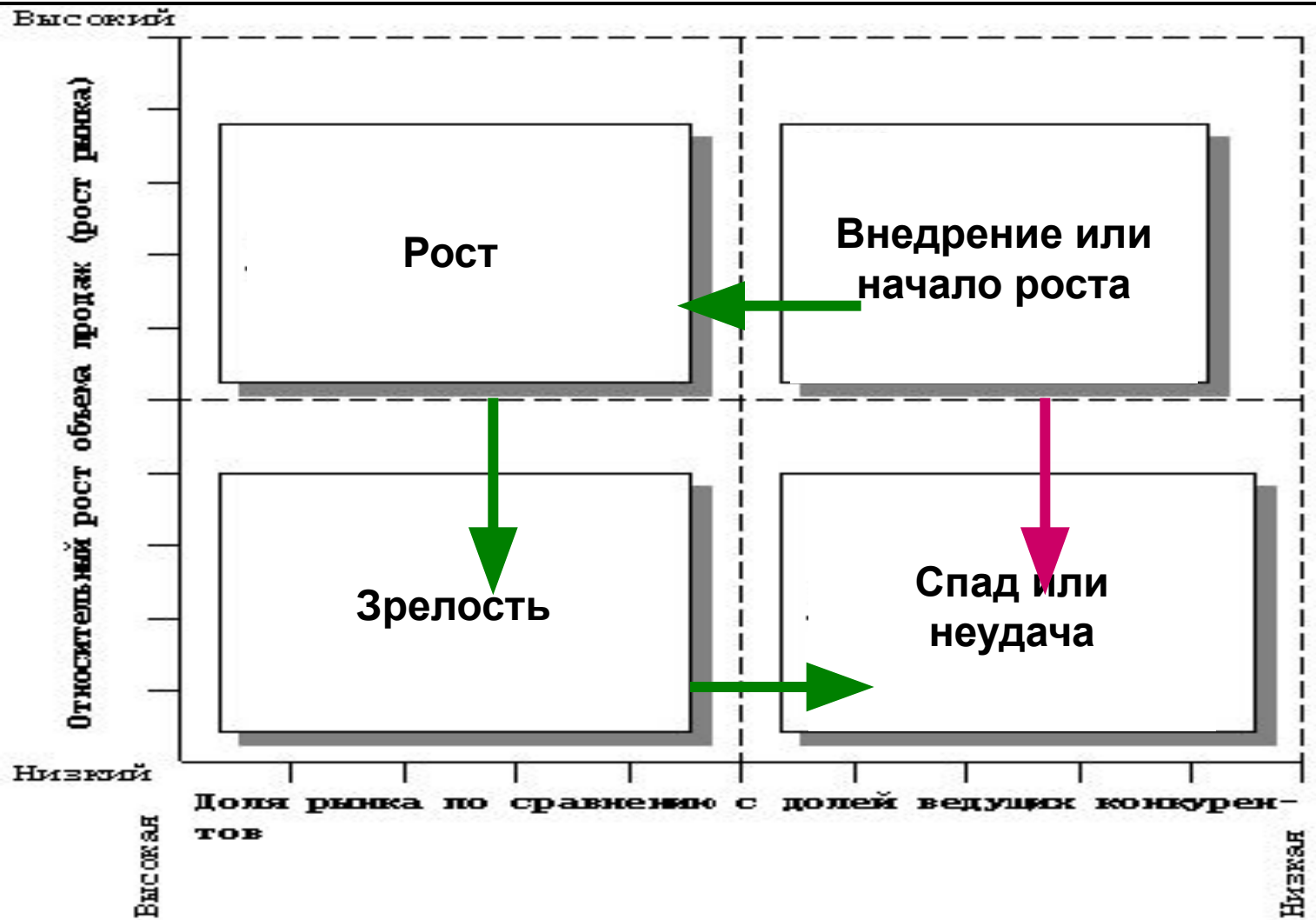
Что делаем, если не успеваем в срок закончить НИОКР



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

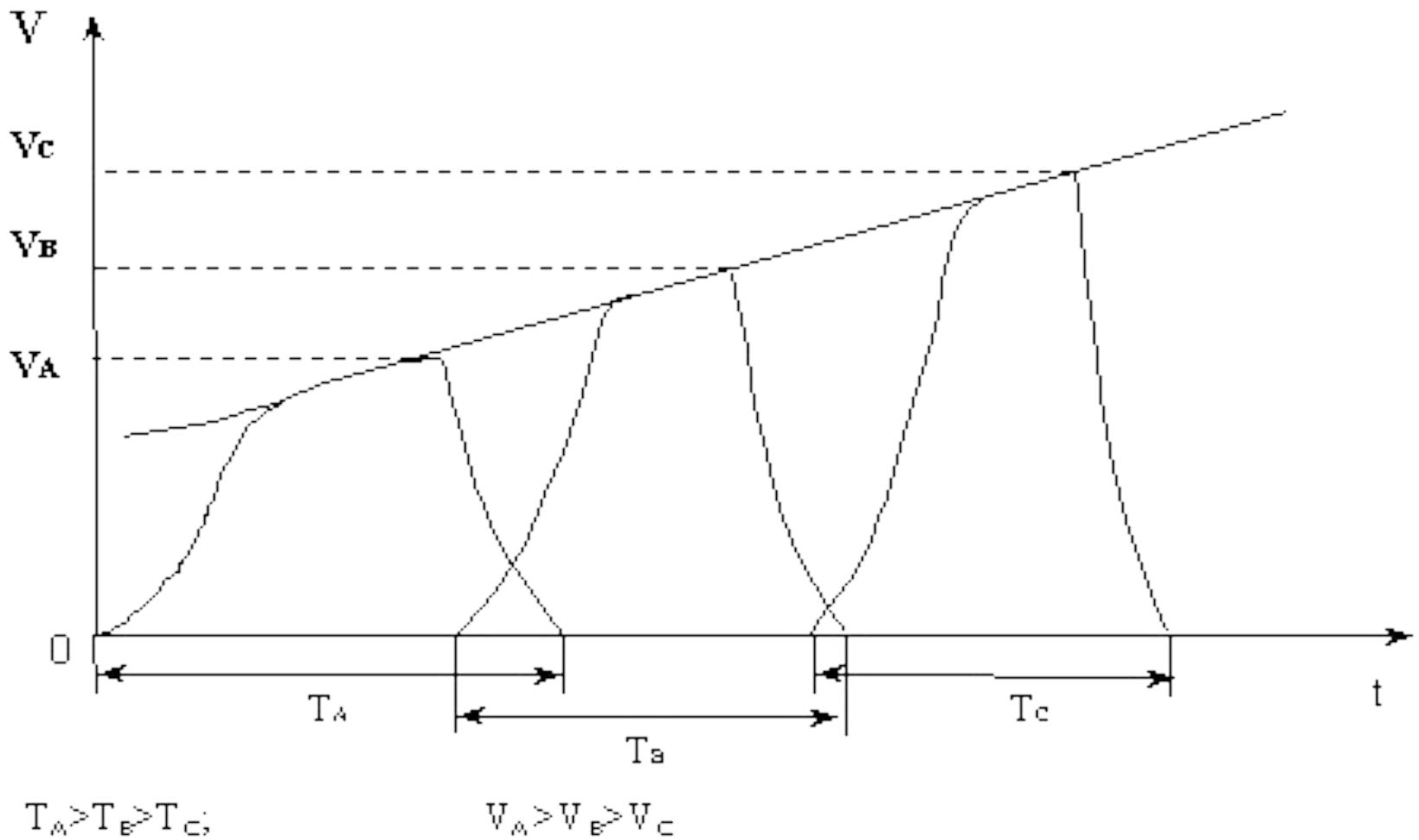
207	308
407	307

2009-2010 гг

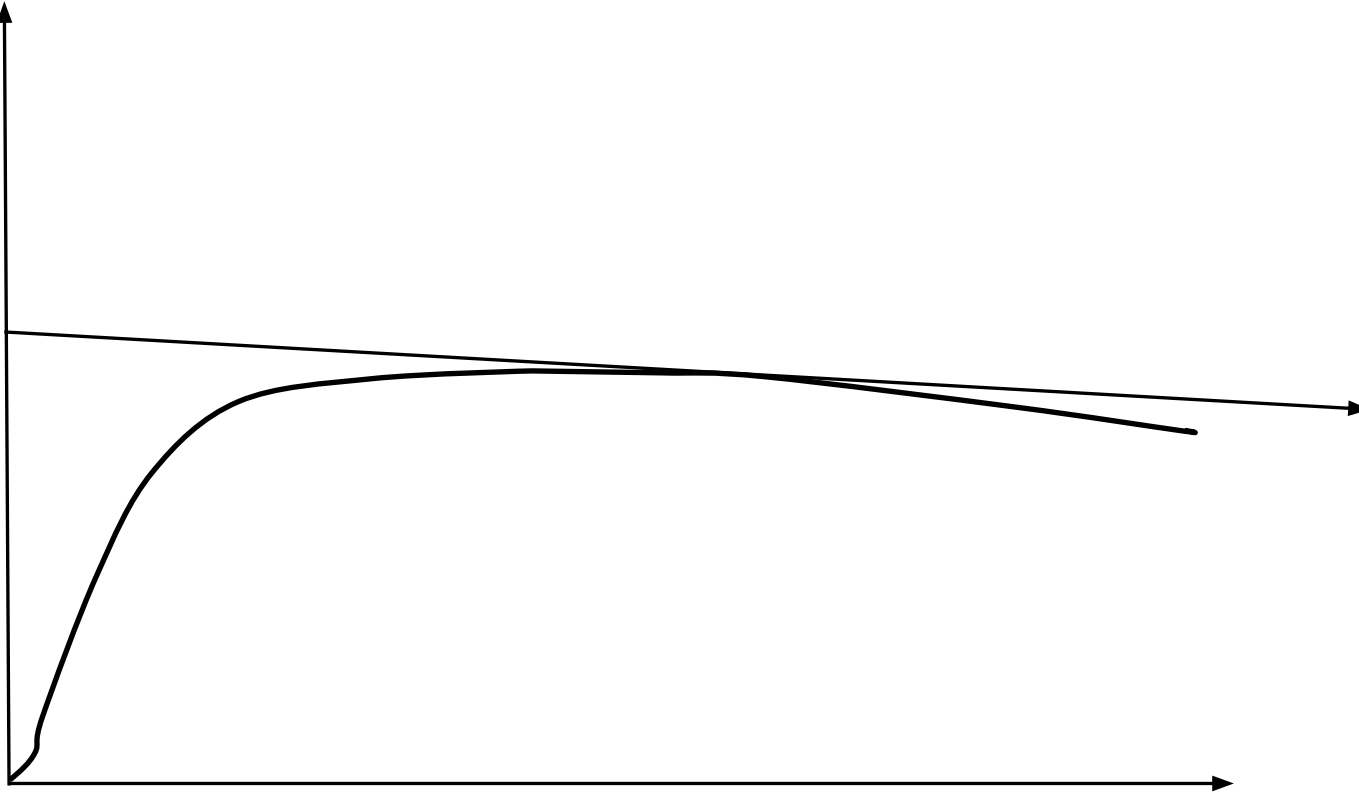
308	408
207	407

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 (монопольный 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 !
