

Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



Życie produktu

Mirostawa Malinowska

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

15 kwietnia 2013 r.

Organizatorzy



Partner strategiczny

NBP

Narodowy Bank Polski

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

CZYM JEST PRODUKT?


- Produkt to suma korzyści dla nabywcy
- Produktem jest wszystko, co można zaoferować konsumentom do konsumpcji
- Każdy produkt składa się z kombinacji cech fizycznych i niefizycznych (materialnych/nimaterialnych), które starają się w pełni usatysfakcjonować potrzeby i życzenia klientów



CO SKŁADA SIĘ NA PRODUKT?



○ Asortyment (cechy, jakość)

○ Marka (znak towarowy) 



○ Usługi przed i posprzedażne

○ Opakowanie



CO MOŻE BYĆ PRODUKTEM W SENSIE MARKETINGOWYM?



○ Produkt fizyczny

○ Usługa



○ Osoba



○ Miejsce

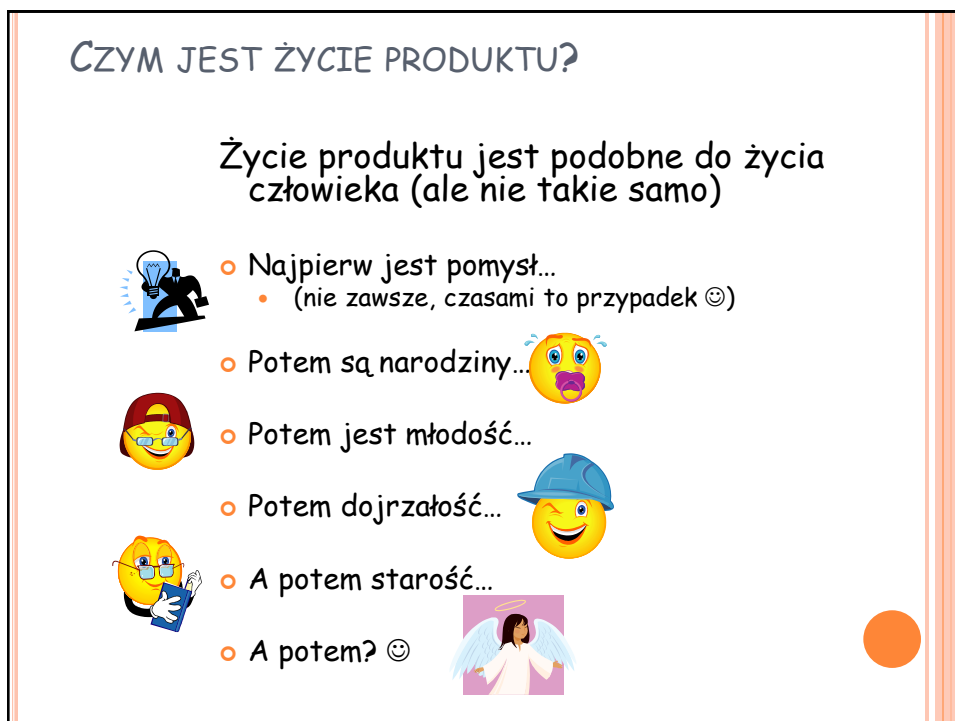
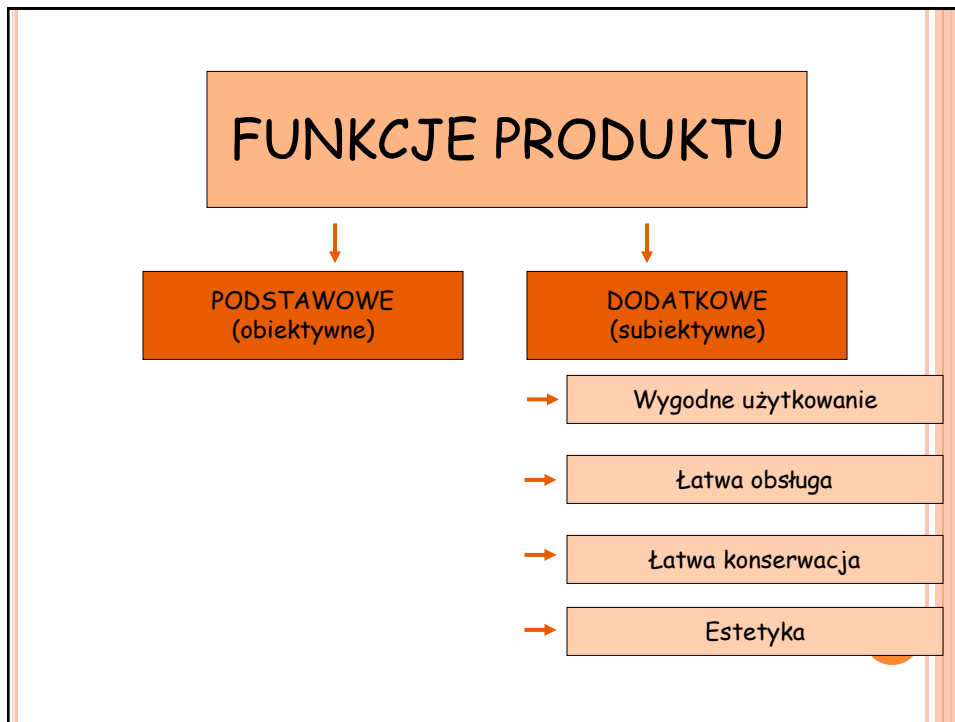


○ Organizacja



○ Idea



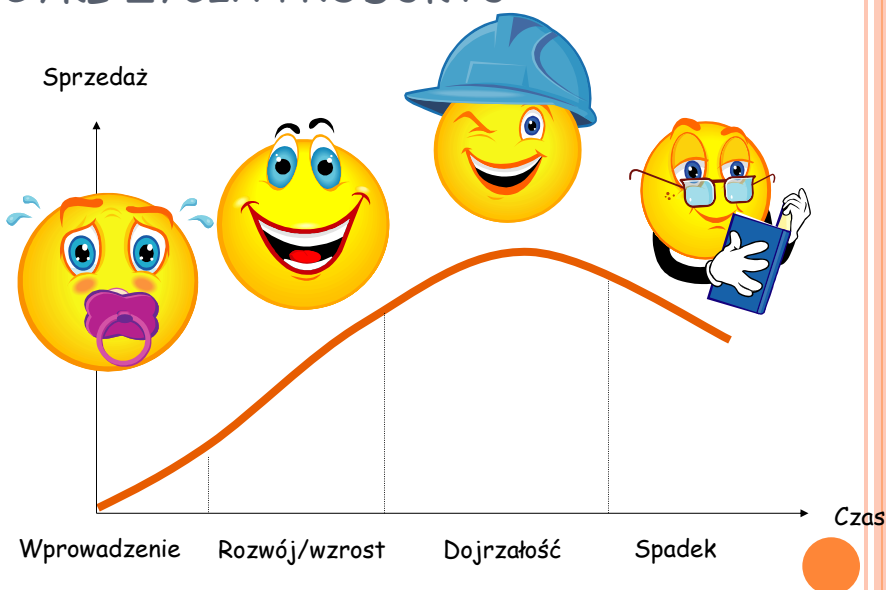



CZYM JEST CYKL ŻYCIA PRODUKTU?

- Okres, w którym produkt znajduje na rynku nabywców.
- Cykl rozpoczyna się w momencie wprowadzenia na rynek pierwszej jednostki produktu i trwa do czasu wycofania ostatniej.



CYKL ŻYCIA PRODUKTU





Sprzedaż	Niska	Szybko rośnie	Najwyższa	Spada
Koszty	Wysokie	Przeciętne	Niskie	Niskie
Zyski	Ujemne/ niewielkie	Rosną	Wysokie	Spadają
Klienci	Pionierzy	Wcześni naśladowcy	Wczesna większość	Maruderzy
Konkurenci	Niewielu	Coraz więcej	Ustabilizowana liczba	Spadająca liczba

PROCES ROZWOJU NOWEGO PRODUKTU

- Poszukiwanie i selekcja pomysłów nowego produktu
- Rozwój i testowanie koncepcji
- Opracowanie strategii marketingowej
- Rozwój techniczny produktu
- Testy rynkowe
- Komercjalizacja

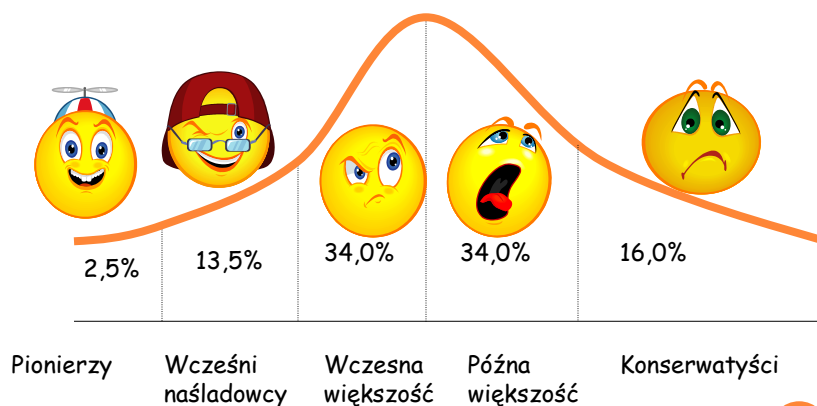


PROCES AKCEPTACJI NOWEGO PRODUKTU...

- Świadomość - wiemy, że jest nowy produkt, ale nie mamy o nim informacji
- Zainteresowanie - Poszukujemy informacji na temat nowego produktu
- Ocenianie - Rozważamy, czy wypróbowanie nowego produktu ma sens
- Próbowanie - Próbujemy nowy produkt na niewielką skalę, by móc go dokładniej ocenić
- Akceptacja - Decydujemy się na pełne i regularne użytkowanie produktu



PROCES AKCEPTACJI NOWEGO PRODUKTU



PRZYKŁADY CYKLI ŻYCIA PRODUKTU

