



# Życie produktu

Monika Prokop

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie  
23 czerwca 2020 r.

**SGH**  
Szkoła Główna  
Handlowa  
w Warszawie



1

## Co to jest produkt?

Produkt to wszystko, co możemy kupić i co jednocześnie służy do zaspokojenia potrzeb (np. głód, senność) oraz pragnień (np. zobaczenie zorzy polarnej) ludzi.



produkt nietrwały

**SGH**



produkt trwały



usługa

[www.sgh.waw.pl](http://www.sgh.waw.pl)

2

## Które z poniższych jest produktem?



SGH

[www.sgh.waw.pl](http://www.sgh.waw.pl)

3

## Cykl życia psa

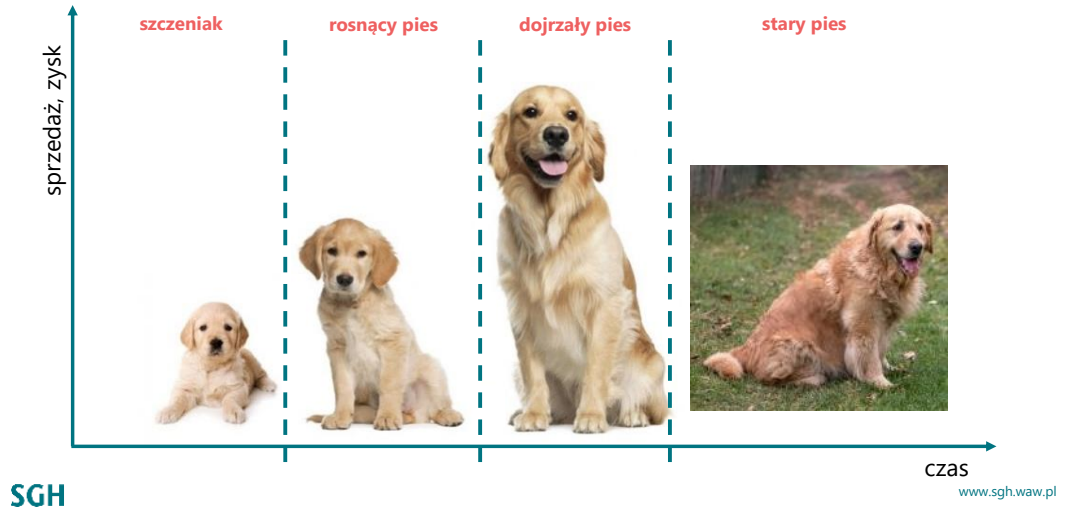


SGH

[www.sgh.waw.pl](http://www.sgh.waw.pl)

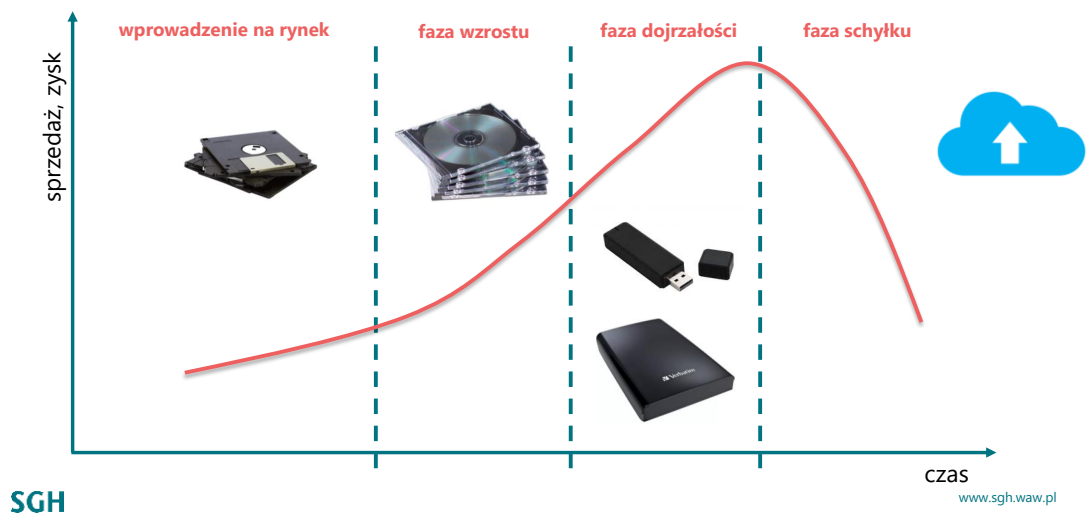
4

## Cykl życia psa



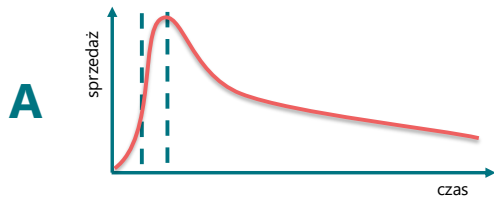
5

## Cykl życia produktu

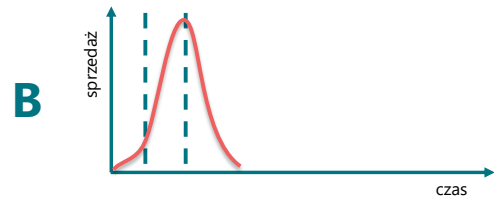


6

## Różnie wyglądające cykle życia produktu



1



2

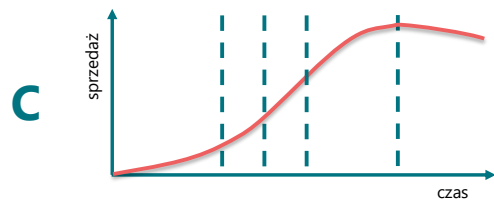


SGH

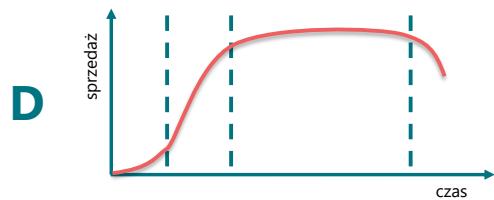
www.sgh.waw.pl

7

## Różnie wyglądające cykle życia produktu



3



4

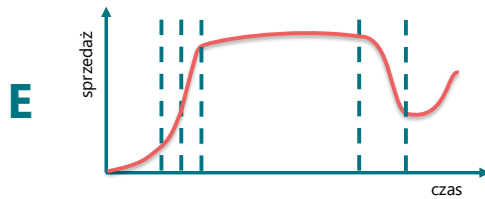


SGH

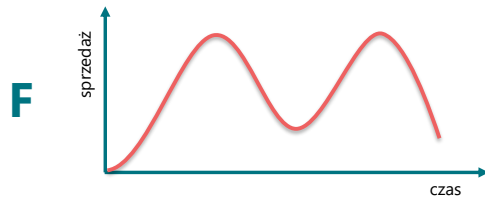
www.sgh.waw.pl

8

## Różnie wyglądające cykle życia produktu



5



6



www.sgh.waw.pl

SGH

9

## Cykl życia produktu: wprowadzenie na rynek

- Nowy produkt, **nieznany** przez kupujących,
- **duże wydatki** na: promocję (np. reklamy), logistykę (np. dowieszenie produktów do sklepu),
- **duża niepewność**: czy produkt będzie się sprzedawał? Czy uda się go sprzedać do sklepów? Kto jest moim konkurentem? Czy ktoś nie wymyślił czegoś lepszego, co stanie się bardziej popularne?

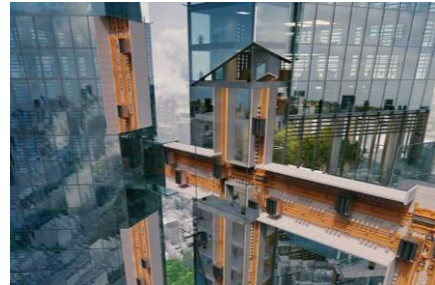


SGH

www.sgh.waw.pl

10

## Produkty w fazie wprowadzenia na rynek



SGH

[www.sgh.waw.pl](http://www.sgh.waw.pl)

11

## Cykl życia produktu: faza wzrostu

Jeśli produkt z sukcesem przeszedł **fazę wprowadzenia na rynek**, to przechodzi do **fazy wzrostu**:

- **rośnie tempo sprzedaży**, ponieważ produkt jest już znany, dostępny w sklepach, a zadowoleni klienci polecają produkt oraz ponownie go kupują,
- **spadają koszty produkcji** (produkujemy coraz więcej, przez co jest coraz taniej) **oraz promocji** (inni znają nasz produkt i sobie o nim mówią, nie potrzeba aż tylu reklam).



Na bieżąco  
ulepszamy nasz  
produkt!

SGH

[www.sgh.waw.pl](http://www.sgh.waw.pl)

12

## Produkty w fazie wzrostu



SGH

www.sgh.waw.pl

13

## Cykl życia produktu: faza dojrzewanania

Jeśli **sprzedaż** produktu powoli **przestaje rosnąć** i jest na tym samym poziomie, znani są konkurenci, a półkach sklepowych mamy stałe miejsce, to znaczy, że nasz produkt wszedł w **fazę dojrzewanania**:

- **tempo sprzedaży rośnie wolniej**, bo coraz mniej pojawia się nowych osób, sięgających po produkt,
- największym wyzwaniem stojącym przed firmą jest **zwiększenie sprzedaży**, bez dużych nakładów finansowych, a także **zbudowanie lojalności kupujących**, by wybierali nasz produkt, a nie konkurencji,
- firma szuka innowacji produktowych.



SGH

www.sgh.waw.pl

14

## Produkty w fazie dojrzewania



SGH

[www.sgh.waw.pl](http://www.sgh.waw.pl)

15

## Cykl życia produktu: faza schyłku

Od jakiegoś czasu coraz mniej osób kupuje produkt? Uważaj! Właśnie twój produkt znalazł się **fazie schyłkowej**:

- konkurencja ma **nowsze, lepsze produkty**, z którymi nasz nie ma szans,
- **moda na nasz produkt mija**,
- zmienia się otoczenie makroekonomiczne (np. prawo czegoś zakazuje).



SGH

[www.sgh.waw.pl](http://www.sgh.waw.pl)

16



## Produkty w fazie schyłku



SGH

[www.sgh.waw.pl](http://www.sgh.waw.pl)

17

## Co zrobić, gdy nadeszła faza schyłkowa?



Zakończenie produkcji,  
gdy nie ma szans na zmiany



Rewitalizacja,  
gdy wierzymy w nasz produkt

SGH

[www.sgh.waw.pl](http://www.sgh.waw.pl)

18

## Zadanie w grupach

- Jesteście zarządem firmy, której produkty marki Sokopij od dłuższego czasu coraz gorzej się sprzedają (spada sprzedaż).
- W tym samym czasie konkurencja ulepszyła swoje produkty. Popularne są soki: Smakopije i DużaDolewka
- **Rodziny**, które od zawsze byli Waszymi lojalnymi klientami teraz zapominają o Waszym produkcie, ponieważ brakuje reklam.

Podejmijcie decyzję: **czy warto kontynuować wytwarzanie tego produktu, a jeśli tak, to w jaki sposób chcecie go zrewitalizować, czyli odświeżyć i sprawić, by znów się dobrze sprzedawał?**

