

Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



ŻYCIE PRODUKTU

Od narodzin do starzenia się produktu
dr Marek Szewczyk

Wyższa Szkoła Ekonomii i Prawa w Kielcach

18 kwietnia 2012 r.

Organizatorzy



Partner strategiczny

NBP
Narodowy Bank Polski

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

**Produkt to wszystko, co można
zaoferować nabywcy do konsumpcji,
użytkowania lub dalszego przerobu.**

Jakie znamy produkty?

Z jakich produktów korzystamy często?

Jakie produkty używamy rzadko?

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

Ważna kolejność

- pierwsze są ludzkie **marzenia**,
- potem powstają **potrzeby**,
- następnie **pojawiają się produkty**,
które mogą je zaspokoić.



Czym jest produkt?

- 1) produkt to suma korzyści dla nabywcy,
- 2) produktem jest to co można zaoferować dla nabywcy,
- 3) produkt to kombinacja cech fizycznych i niefizycznych, które zaspokajają potrzeby klienta.

Podział produktów		
Konsumpcyjne		Przemysłowe
Żywnościowe	Nieżywnościowe	
 <p>pieczywo mleko mąka mięso owoce cukierki ...</p>	 <p>meble dywany biurka telewizory komputery telefony ...</p>	 <p>stal węgiel mąka skóra komputer kalkulator ...</p>
EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY		WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

Rynek



Kraków



Kielce



Praga

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY
WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

Targ



Targ w Kamerunie

Targ nocny na rynku w Marrakeszu - Maroko



EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIĘCY.PL

Elementy składowe produktu

Asortyment



Marka



Usługi



Opakowanie



EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIĘCY.PL

Nike – w mitologii greckiej bogini i uosobienie zwycięstwa przedstawiano ją jako młodą kobietę z gałązką oliwną.

Nike z Samotraki – marmurowa rzeźba w Luwrze (Paryż).



EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

W sensie marketingowym produkt to:



Produkt fizyczny

Usługa



Osoba

Miejsce



Organizacja

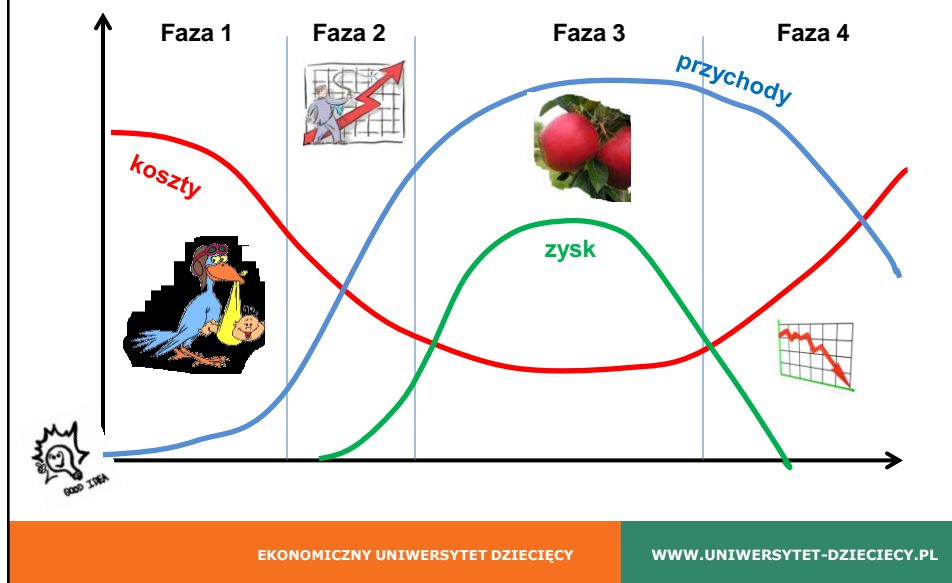
Idea



EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

Życie produktu - cykl



Istotne czynniki wpływające na zmianę cyklu życia produktu

1. Styl
2. Moda

STYL

Najczęściej spotykany pojęciem jest „**styl życia**”, który **określa wzory wyborów zachowań** ludzi spośród **dostępnych** możliwości, a **zależnych od** ich **sytuacji ekonomicznej i społecznej**.

Ze stylem spotykamy się w różnych dziedzinach życia np.:

- 1) budownictwo,
- 2) malarstwo, rzeźba (ogólnie sztuka),
- 3) produkcja,
- 4) zdrowie czy nawet życia.

Zmiany stylu życia

Wolne np.:

- w budownictwie



- w wyposażeniu mieszkań



Zmiany stylu życia

Szybkie

Jedzenie



Transport



EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

MODA



www.fashioncampus.com

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

Modyfikacja produktu

Cel modyfikacji – zwiększyć zainteresowanie nabywców poprzez:

- ❖ dokonanie zmian w produkcie:
 - podnoszenie jakości,
 - zmianę wyglądu zewnętrznego,
 - zmianę sposobu działania,
 - dodanie nowych istotnych funkcji,
- ❖ zmianę wizerunku produktu.

Zadania do rozwiązania:

- 1) Jak zmodyfikować **narty**?
- 2) Jak zmodyfikować **rower**?
- 3) Jak zmodyfikować **telefon**?
- 4) Wymyśl **SAM inny produkt**?

Dziękuję za uwagę

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL