

# Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



## Temat spotkania

Życie produktu

Temat wykładu: Od narodzin do starzenia się produktu

Prowadzący: Mirosława Malinowska

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

1 kwiecień 2019 r.

Organizatorzy



# Produkt w sensie marketingowym...

Rzecz fizyczna



Usługa



Idea



Organizacja



Miejsce



Osoba

Produkt to dla  
klienta wartość,  
korzyść

# Co składa się na produkt...



- Asortyment (cechy, jakość)

- Marka (znak towarowy)



- Usługi przed i posprzedażne

- Opakowanie



# Życie produktu...

Życie produktu jest podobne do życia człowieka (ale nie takie samo)



- Najpierw jest pomysł...
  - (nie zawsze, czasami to przypadek 😊)
- Potem są narodziny...
- Potem jest młodość...
- Potem dojrzałość...
- A potem starość...
- A potem...



# Pytania przed wprowadzaniem produktu na rynek...

- Skąd wziąć pomysł na nowy produkt
- Jak sprawdzić czy pomysł jest dobry
- Czy taki produkt znajdzie nabywców
- Kim będą nabywcy
- Jakiego powinien mieć cechy
- Ile powinien kosztować
- Gdzie go sprzedawać



## 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



Wprowadzenie

Rozwój/wzrost

Dojrzałość

Spadek

Czas

Wprowadzenie

Rozwój

Dojrzałość

Spadek

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

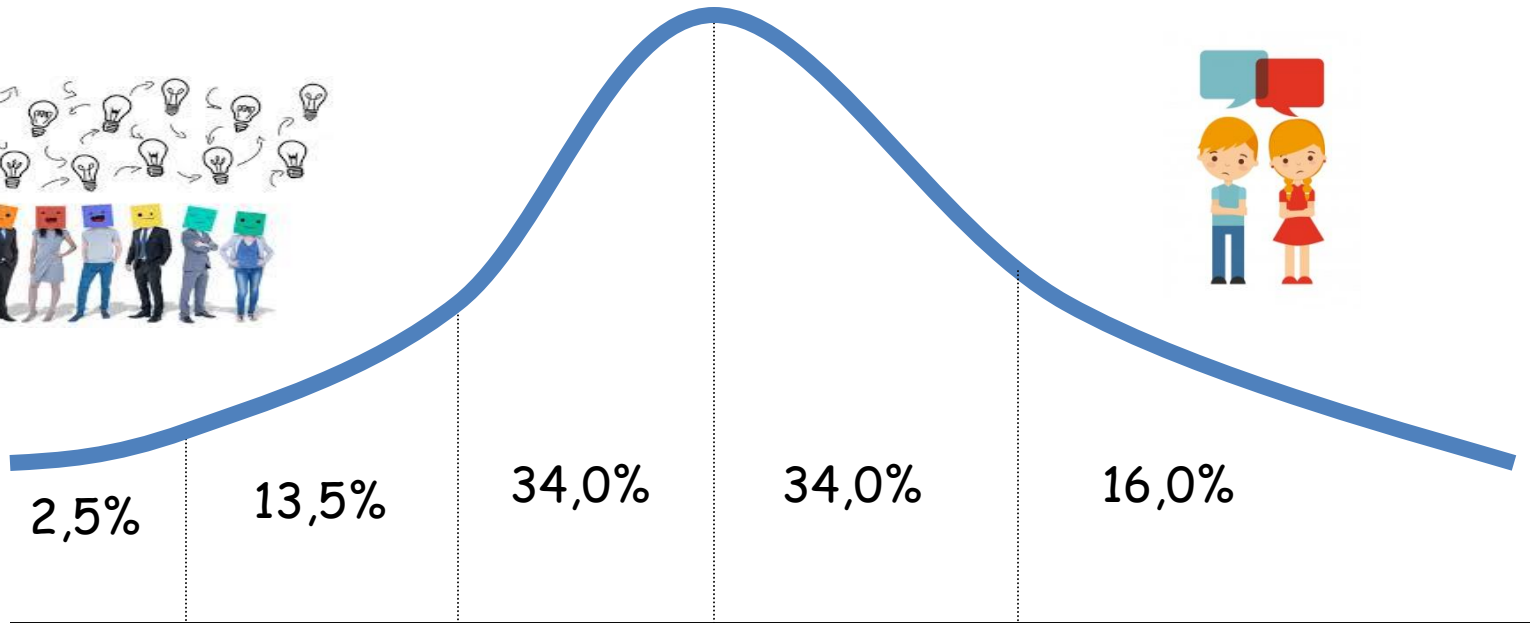
Coraz więcej

Ustabilizowana  
liczba

Spadająca  
liczba



# Proces akceptacji nowego produktu...



Pionierzy/  
innowatorzy

Wcześni  
naśladowcy

Wczesna  
większość

Późna  
większość

Konserwatyści/  
maruderzy

# Wprowadzanie...



- Oferowanie podstawowego produktu
- Zazwyczaj wysoka cena
- Budowa świadomości istnienia produktu wśród wcześnie akceptujących produkt
- Stosowanie silnej promocji sprzedaży w celu wypróbowania (np. próbki)
- Budowanie kanałów dystrybucji

# Rozwój/wzrost...

- Doskonalenie jakości produktu, wyposażenie go w nowe cechy,
- Nowe modele, produkty uzupełniające,
- Wyjście na nowe segmenty rynku,
- Zwiększenie dostępności - nowe kanały dystrybucji,
- Zmiana reklamy z budującą świadomość względem produktu na kształtującą preferencyjne nastawienie klienta do produktu,
- Obniżka ceny



# Dojrzałość...



- Wejście na nowe segmenty rynku,
- Zdobycie klientów firm konkurencyjnych, lub tych którzy dotychczas produktu nie stosowali,
- Zwiększenie częstotliwości lub jednorazowego użycia.
- Modyfikacja produktu - strategii podnoszenia jakości, zmiany stylu, doskonalenia cech,
- Rewitalizacja (odmłodzenie) produktu

# Spadek...

- Eliminacja słabych produktów
- Obniżanie ceny
- Eliminacja nie rentownych sposobów sprzedaży
- Ograniczenie działalności promocyjnej
- Możliwe wyprzedzaże produktu

