



Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ

Ενότητα 7: Ανάπτυξη νέου προϊόντος

Χριστίνα Μπουτσούκη
Τμήμα Οικονομικών Επιστημών



Άδειες Χρήσης

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό υπόκειται σε άδειες χρήσης Creative Commons.
- Για εκπαιδευτικό υλικό, όπως εικόνες, που υπόκειται σε άλλου τύπου άδειας χρήσης, η άδεια χρήσης αναφέρεται ρητώς.



Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στα πλαίσια του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης» έχει χρηματοδοτήσει μόνο την αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού.
- Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους.





ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

ΑΝΟΙΚΤΑ
ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΑ
ΜΑΘΗΜΑΤΑ



Ανάπτυξη νέου προϊόντος



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



Περιεχόμενα ενότητας

1. Τι είναι ο κύκλος ζωής του προϊόντος.
2. Πού εφαρμόζεται η θεωρία του κύκλου ζωής προϊόντος – product life cycle (PLC).
3. Φάσεις του κύκλου ζωής του προϊόντος.
4. Κύκλος ζωής του προϊόντος και μίγμα μάρκετινγκ.
5. Βιβλιογραφία.



Σκοποί ενότητας

- Η ενότητα αυτή έχει ως σκοπό να αναλύσει την ανάπτυξη νέου προϊόντος και τον κύκλο ζωής του.





ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

Ανάπτυξη νέου προϊόντος

Τι είναι ο κύκλος ζωής του προϊόντος

1. Τι είναι ο κύκλος ζωής του προϊόντος

- Τα προϊόντα/υπηρεσίες όπως και οι ζωντανοί οργανισμοί έχουν μια ζωή που χαρακτηρίζεται από ορισμένα στάδια εξέλιξης (γέννηση-ωριμότητα-θάνατος). Πιο συγκεκριμένα, ένα νέο προϊόν εισάγεται στην αγορά στα πλαίσια ενός οικονομικού σχεδίου και ενός σχεδίου ΜΚΤ και μετά από ένα χρονικό διάστημα θα αποσυρθεί από την αγορά δίνοντας την θέση του σε κάποιο άλλο.





Ανάπτυξη νέου προϊόντος

Πού εφαρμόζεται η θεωρία του κύκλου ζωής προϊόντος – product life cycle (PLC)

2. Πού εφαρμόζεται η θεωρία του κύκλου ζωής προϊόντος – product life cycle (PLC)

Η θεωρία του Κύκλου Ζωής

- μπορεί να εφαρμοστεί για να κάνουμε προβλέψεις σχετικά με την πορεία κάποιου προϊόντος στην αγορά.
- μπορεί να βοηθήσει την επιχ/ση – οργανισμό να διαμορφώσει στρατηγικές ΜΚΤ.
- μπορεί να εφαρμοστεί σε επίπεδο κατηγορίας προϊόντος (αναψυκτικά), είδος προϊόντος (αναψυκτικά διαίτης) και brand (coca cola light).
- περιλαμβάνει 5 στάδια: είσοδος στην αγορά, ανάπτυξη, ωριμότητα, κορεσμός και κάμψη.





ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

Ανάπτυξη νέου προϊόντος

Φάσεις του κύκλου ζωής του προϊόντος

3. Φάσεις του κύκλου ζωής του προϊόντος 1/3

Εισαγωγή στην Αγορά

Χαρακτηριστικά

- Χαμηλές πωλήσεις
- Τεχνικά προβλήματα με το προϊόν ή τη διαδικασία παραγωγής
- Δεν υπάρχουν κέρδη
- Μικρός ανταγωνισμός
- Μικρός αριθμός καταναλωτών – innovators are targeted
- Μικρός αριθμός καναλιών διανομής που διαθέτουν το προϊόν.

Μίγμα ΜΚΤ

- Προϊόν → η επιχ/ση προσφέρει το βασικό προϊόν, δίνει έμφαση στο core benefit.
- Τιμή → καθορισμός τιμής ανάλογα με στόχους της επιχ/σης (στρατηγική διείσδυσης/ ξαφρίσματος)
- Διανομή → επιλεκτική διανομή
- Προώθηση → γνωστοποίηση προϊόντος σε early adopters/innovators. Έμφαση στο να δημιουργήσουμε δοκιμή του προϊόντος.



3. Φάσεις του κύκλου ζωής του προϊόντος 2/3

Ανάπτυξη

Χαρακτηριστικά

- Άυξηση πωλήσεων & κερδών του προϊόντος
- Βελτίωση της ποιότητας του προϊόντος
- Αυξάνεται ο ανταγωνισμός
- Το προϊόν το έχουν δοκιμάσει περισσότεροι καταναλωτές.

Μίγμα ΜΚΤ

- Προϊόν - εισάγουμε βελτιώσεις στο προϊόν. Η επιχ/ση δίνει έμφαση στο μεγεθυμένο προϊόν (service, warranty κλπ)
- Τιμή - τιμολόγηση διείσδυσης
- Διανομή - η επιχ/ση αρχίζει να χτίζει την εντατική διανομή του προϊόντος
- Προώθηση - η επιχ/ση γνωστοποιεί το προϊόν στην ευρύτερη αγορά, επίσης εφαρμόζει προώθηση πωλήσεων.



3. Φάσεις του κύκλου ζωής του προϊόντος 3/3

Ωριμότητα

Χαρακτηριστικά

- Οι πωλήσεις έχουν φτάσει στο ανώτερο σημείο.
- Ο δυνητικός αριθμός πελατών μειώνεται – φθίνουσα αύξηση πωλήσεων
- Υπερπαραγωγή οδηγεί σε εντονότερο ανταγωνισμό.

Μίγμα ΜΚΤ

- Προϊόν - βελτίωση της ποιότητας του προϊόντος και αλλαγή χαρακτηριστικών προϊόντος (διαφοροποίηση μοντέλων)
- Τιμή - να παγώσει ή να μειώσει την τιμή του προϊόντος για να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό
- Διανομή -εντατική διανομή για να ισχυρίσει σε καινούργια τμήματα της αγοράς
- Προώθηση - καινούργια διαφημιστική καμπάνια, προώθηση πωλήσεων, έμφαση στα οφέλη του προϊόντος.





ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

Ανάπτυξη νέου προϊόντος

Κύκλος ζωής του προϊόντος και μίγμα μάρκετινγκ

4. Κύκλος ζωής του προϊόντος και μίγμα μάρκετινγκ

Εισαγωγή στην Αγορά

- Κύκλος ζωής του προϊόντος εξαρτάται από το μίγμα ΜΚΤ της επιχ/σης. Αν οι πωλήσεις ενός προϊόντος μειώνονται δε σημαίνει απαραίτητα ότι το προϊόν βρίσκεται στη φάση κορεσμού ή κάμψης. Μπορεί το προϊόν να χρειάζεται περισσότερη υποστήριξη από πλευρας ΜΚΤ.
- Η επιχ/ση φροντίζει να έχει στο product portfolio προϊόντα που διανύουν διαφορετικές φάσεις στον κύκλο ζωής του.
- Έχει ενδιαφέρον ο κύκλος ζωής του προϊόντος ενός διεθνούς προϊόντος (international product lifecycle) ή ενός προϊόντος που είναι διαθέσιμο σε διαφορετικές χώρες του εξωτερικού (product lifecycle across countries).



5. Βιβλιογραφία

- M. Baker (2003). The Marketing Book. Butterworth-Heinemann, Oxford.
- P. Kotler (1999). Marketing Management. Analysis, Planning, Implementation & Control. Prentice Hall, New Jersey.
- Τσακλάγκανος (2004). Βασικές Αρχές του Μάρκετινγκ. Εκδόσεις Κυριακίδη.



Σημείωμα Αναφοράς

Copyright Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Χριστίνα Μπουτσούκη.
«Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ. Ανάπτυξη νέου προϊόντος». Έκδοση: 1.0.
Θεσσαλονίκη 2014. Διαθέσιμο από τη δικτυακή διεύθυνση:
<http://eclass.auth.gr/courses/OCRS447/>



Σημείωμα Αδειοδότησης

Το παρόν υλικό διατίθεται με τους όρους της άδειας χρήσης Creative Commons Αναφορά - Παρόμοια Διανομή [1] ή μεταγενέστερη, Διεθνής Έκδοση. Εξαιρούνται τα αυτοτελή έργα τρίτων π.χ. φωτογραφίες, διαγράμματα κ.λ.π., τα οποία εμπεριέχονται σε αυτό και τα οποία αναφέρονται μαζί με τους όρους χρήσης τους στο «Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων».



Ο δικαιούχος μπορεί να παρέχει στον αδειοδόχο ξεχωριστή άδεια να χρησιμοποιεί το έργο για εμπορική χρήση, εφόσον αυτό του ζητηθεί.

[1] <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>





Ανάπτυξη νέου προϊόντος

Επεξεργασία: <Έλλη Βλαχοπούλου>
Θεσσαλονίκη, <Ιούνιος 2015>





ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

Σημειώματα

Διατήρηση Σημειωμάτων

Οποιαδήποτε αναπαραγωγή ή διασκευή του υλικού θα πρέπει να συμπεριλαμβάνει:

- το Σημείωμα Αναφοράς
- το Σημείωμα Αδειοδότησης
- τη δήλωση Διατήρησης Σημειωμάτων
- το Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων (εφόσον υπάρχει)

μαζί με τους συνοδευόμενους υπερσυνδέσμους.

