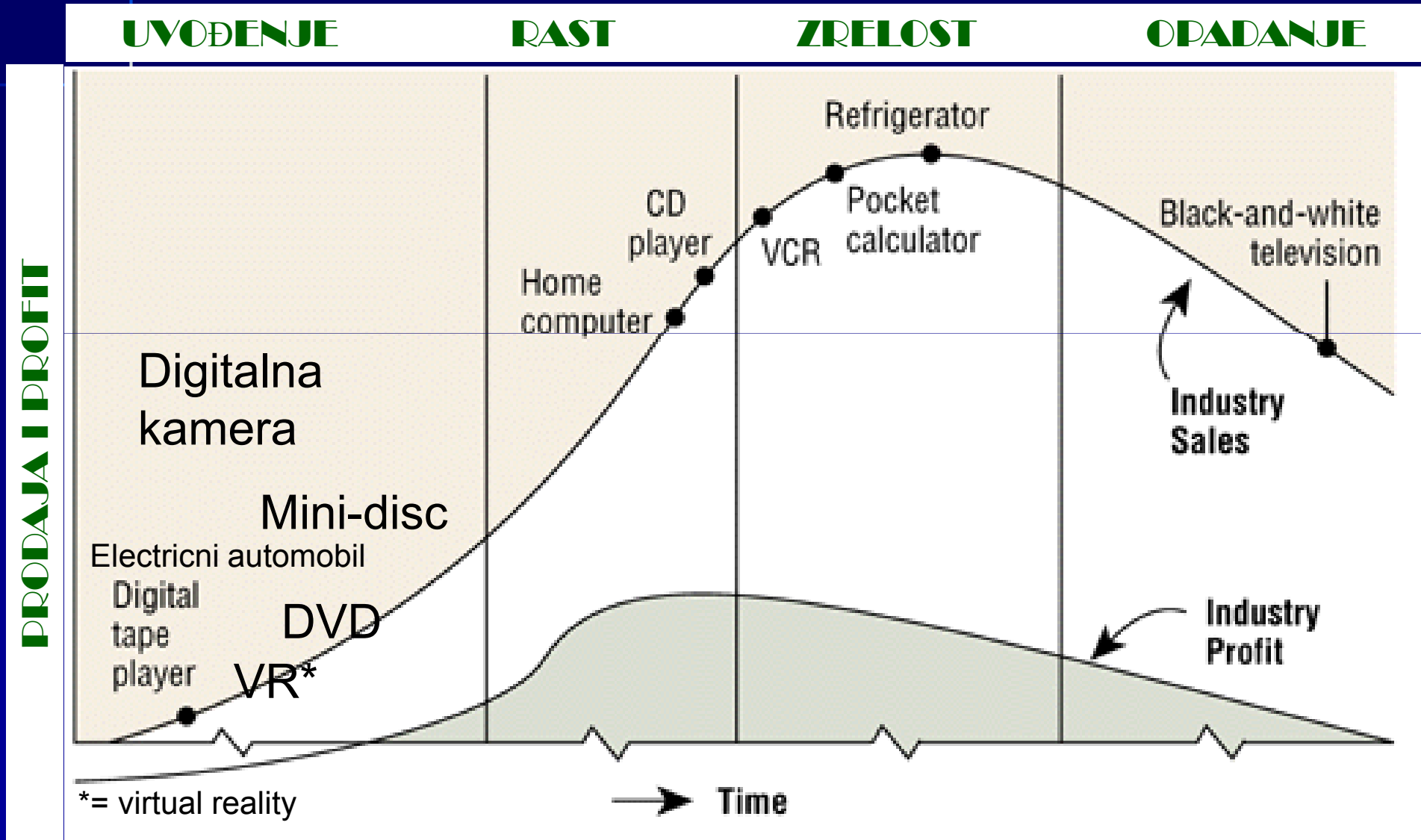


ŽIVOTNI CIKLUS PROIZVODA

Pre ili kasnije svaki proizvod ili usluga prestaju biti atraktivni i ljudi ih prestaju kupovati danas popularan proizvod ...sutra je promašaj.

R.Oldcorn

Grafički prikaz "životnog ciklusa" proizvoda



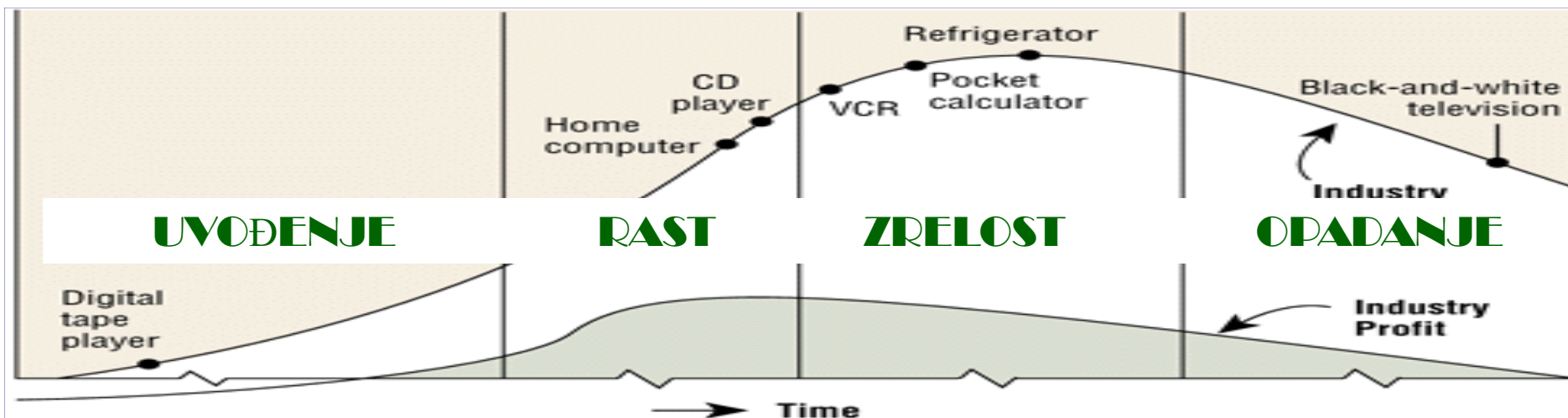
Koncept životnog ciklusa proizvoda, kao zadatak menadžera

Faza uvođenja novog proizvoda odlikuje se:

- malim obimom prodaje,
- minimalnim profitom ili čak gubicima,
- visokom cenom,
- visokom smrtnošću proizvoda
- malom konkurencijom (pošto je proizvod još sasvim nov i niko ni ne pokušava da proizvodi nešto slično), itd.
- posrednici u prometu s rezervom prihvataju nove proizvode,
- kupci novih proizvoda su uglavnom oni koji imaju veću kupovnu moć,
- veći broj nedostataka na proizvodu postaje vidljivi.

Zadatak menadžera proizvoda, u fazi **UVOĐENJA je da:**

- stimuliše potražnju,
 - širenjem informisanja potencijalnih kupaca,
 - agresivnijom promocijom proizvoda,
- otklanja uočene slabosti proizvoda,
- veća kontrola rashoda,
- stvaranje uslova da proizvod preživi ovu prvu fazu.

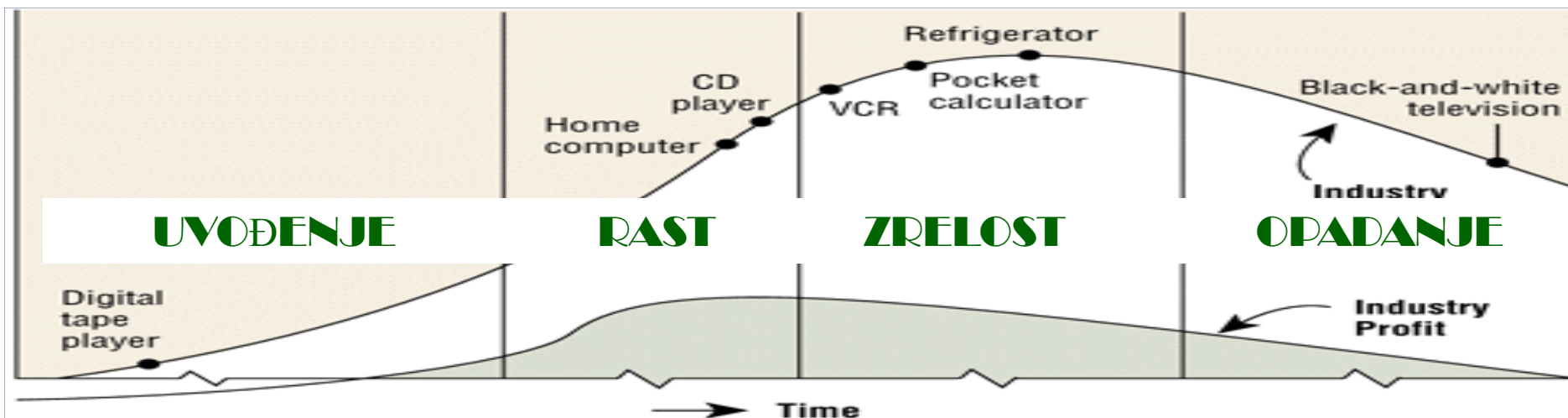


Faza rasta odlikuje se:

- brzim porastom obima prodaje,
- naglim rastom profita (i pored uobičajenog smanjenja cene novog proizvoda),
- povećanjem konkurencije, itd.
- mogućnost kopiranja proizvoda,
- osvajanjem novih segmenata tržišta,
- sve izraženijom elastičnosti tražnje u odnosu na instrumente marketinga,

Zadatak menadžera proizvoda, **u fazi RASTA je da:**

- nastoji da što duže održi ovu fazu,
- radi na povećanju stope rasta prodaje (preko menadžera prodaje na terenu),
- obezbedi potrebnu proizvodnju,
- radi na otklanjanju uočenih nedostataka na proizvodu i
- smanji efekte delovanja konkurencije.

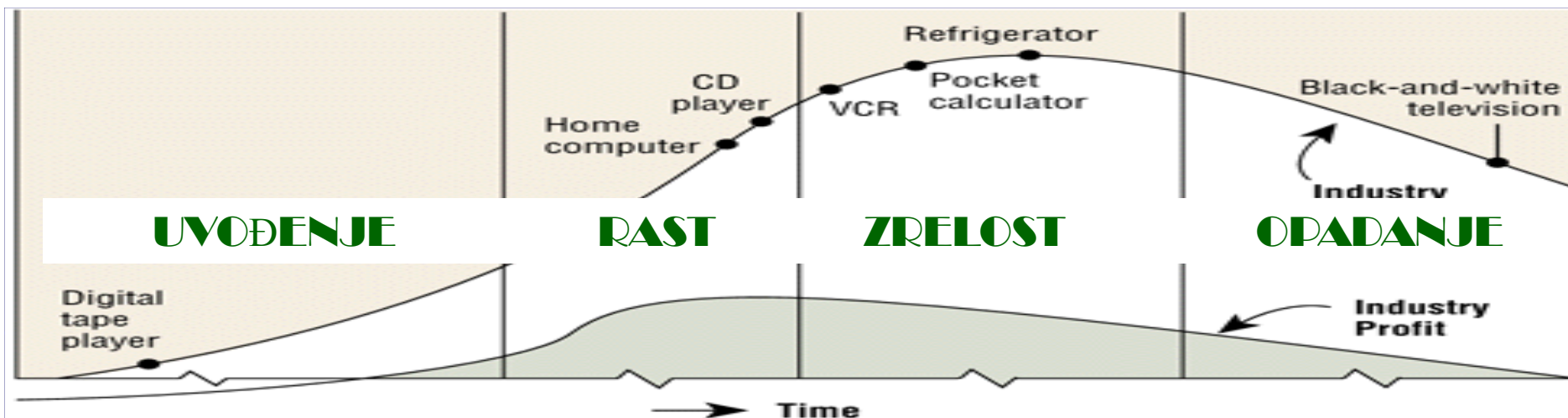


Faza zrelosti odlikuje se:

- daljim porastom obima prodaje (maksimalna prodaja, ali i njeno opadanje zbog visokog procenta prihvaćenosti proizvoda),
- opadanjem profita (zbog naglog razvoja konkurencije),
- sprovođenjem određenih tehničkih poboljšanja (obično izmene dizajna) kako bi se privukao što veći broj potencijalnih kupaca,
- period koji nikada ne traje dugo!

Zadatak menadžera proizvoda, **u fazi ZRELOSTI je da:**

- traga za novim idejama,
- stvara uslove za novu primenu dotičnog proizvoda,
- stvara mogućnost repozicioniranja proizvoda na tržištu,
- radi na jačanju marke proizvoda,
- istražuje uzroke zasićenja tržišta,
- traži nova tržišta,
- preduzima mere koje mogu doprineti očuvanju tržišnog učešća,
- prilagođava cenu zahtevima tržišta i strategiji konkurencije i
- održi stabilnost faze zrelosti.



Faza opadanja odlikuje se:

- izmenjenim ponašanjem kupaca (traže ili su već pronašli novu mogućnost za zadovoljenje svojih potreba),
- naglim smanjenjem obima prodaje,
- daljim padom cene proizvoda,
- odumiranjem proizvoda,
- porastom troškova prodaje i
- pojavom na tržištu sasvim novih proizvoda.

Zadatak menadžera proizvoda, **u fazi OPADANJA je da:**

- istraži razloge za novonastalo stanje i pronađe odgovor na pitanje - **Šta sada?**
- menja instrumente poslovne politike,
- oživljava tražnju kroz modifikaciju proizvoda
- strožija kontrola troškova,
- definiše prihvatljivu cenu,
- odstrani nerentabilne proizvode iz proizvodnog programa, itd.

U poslednjoj fazi, MP treba da budu usmereni ka budućnosti u smislu rešavanja sledećih pitanja:

- brzina napuštanja proizvoda i tržišta,
- odnos prema neprodatim proizvodima,
- odnos prema dosadašnjim kupcima,
- način rešavanja dileme "prodati ili ustupiti proizvod nekome drugome".

Uspeh menadžera je prihvatljiv samo ako svoju ulogu ostvari tako da "rađanje" i "smrt" proizvoda ne dovode do nepoželjnih promena i diskontinuiteta u poslovanju preduzeća.

- RADNI VEK I VEK TRAJANJA PROIZVODA,
- TEHNIČKO I MORALNO ZASTAREVANJE PROIZVODA,
- UTICAJ ŽIVOTNOG CIKLUSA NA POLITIKU PROIZVODA I POLITIKU RAZVOJA,
- METODOLOŠKO PROGNOZIRANJE SMENE GENERACIJA PROIZVODA

POLITIKA PROIZVODA

KOJI TEK TREBA DA SE
POJAVE NA TRŽIŠTU

KOJI SE VEĆ NALAZE
NA TRŽIŠTU

Sopstveni razvoj

Invencija

Kreativnim kopiranjem

Uslužni razvoj

Kooperacija

Kupovina licence

Kupovina konkurencije

Modifikacija

Kvaliteta

Svojstva

Izgleda

Diferencijacija

Diversifikacija

Eliminacija