CICLO DE VIDA DE UN PRODUCTO

El ciclo de vida de un producto se define como el tiempo de existencia y las etapas de evolución que caracterizan al desarrollo de un producto en el mercado, desde que es lanzado hasta que se abandona su comercialización.

Resultado de establecer una analogía entre la evolución de las ventas de un producto a lo largo del tiempo y la evolución de los seres vivos desde que nacen hasta que mueren, este modelo considera que el comportamiento de las ventas varia a lo largo del tiempo, por lo que es posible establece cuatro etapas distintas:

1- instrucción
2- Crecimiento
3- Madurez
4- Declive

gerodan
Healthcare furniture

1.INTRODUCCION

En la etapa de introducción las ventas son bajas y avanzan lentamente. La demanda se va creando a medida que el producto se adapta a los consumidores aunque el nivel de incertidumbre y de riesgo asociado a la demanda es muy elevado.

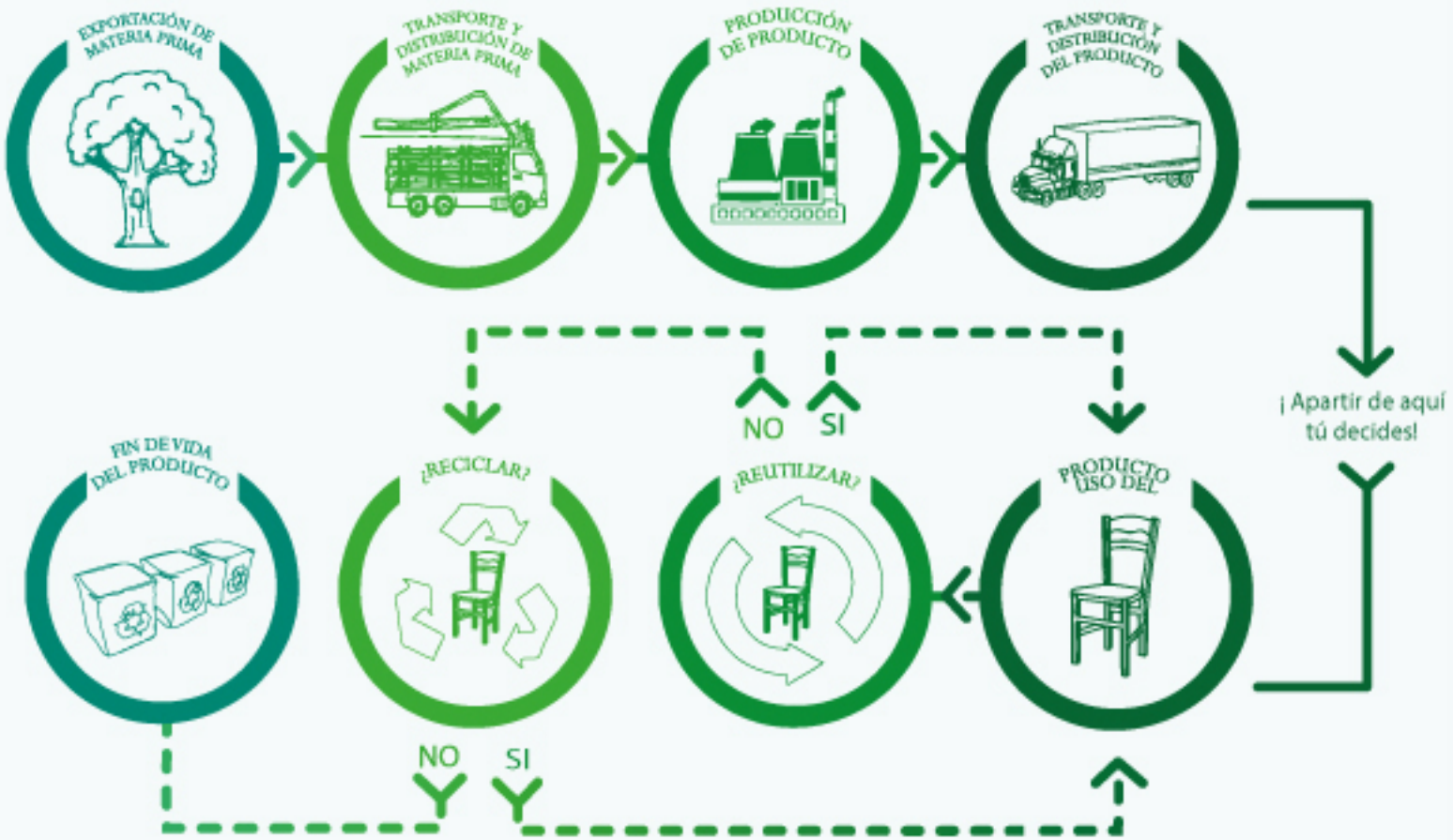
2.CRECIMIENTO

La fase de crecimiento de un periodo en el que buena parte de los consumidores del mercado acepta rápidamente el producto y, por esta razón, la demanda empieza a acelerarse y el tamaño del mercado crece rápidamente.

3.MADUREZ

A lo largo de la fase de madurez, tanto las ventas del producto, como los benéficos que genera se suelen estabilizar, ya que se ha conseguido ganar la aceptación de la mayoría de los compradores potenciales.

4.DECLIVE

A causa de la aparición de nuevos productos sustitutivos, las ventas y los beneficios disminuyen en la etapa de declive. Esta situación, la empresa debe plantearse si mantiene su producto o la retira del mercado.

CÓMO ALARGAR EL CICLO DE VIDA DE UN PRODUCTO :