

Товарная политика и жизненный цикл.

Товарная политика

- - это комплекс действий, направленных на формирование эффективной производственной программы предприятия. При этом проводимые мероприятия ориентированы как на долговременную стратегию развития предприятия, так и на его текущие возможности.

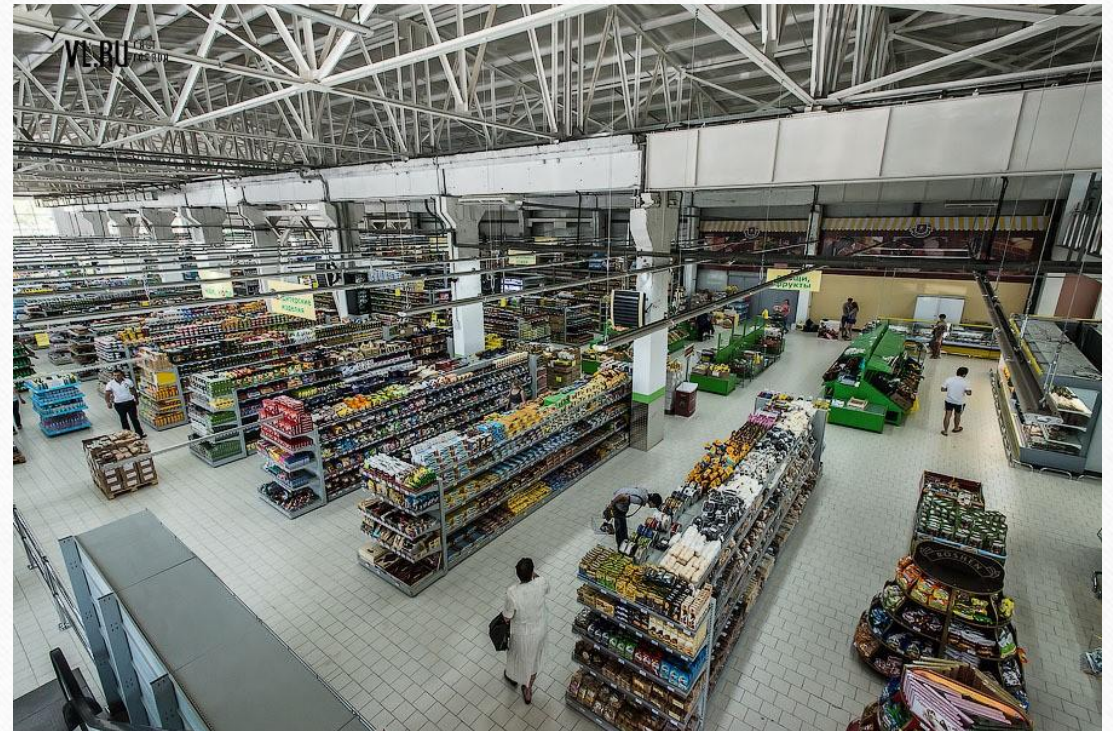
Основными составляющими товарной ПОЛИТИКИ ЯВЛЯЮТСЯ:

- 1. Анализ рынка и возможностей предприятия;
- 2. Создание новых товаров (инновация), изменение существующих (вариация) и вывод с рынка не пользующихся спросом товаров (элиминация);
- 3. Упаковка и маркировка товаров;
- 4. Сервис.



Основными задачами товарной политики можно назвать следующие:

- 1. Поиск свободных ниш для выпускаемых компанией товаров (с помощью маркетинговых исследований);
- 2. Организация предпродажного обслуживания клиентов;
- 3. Формирование и своевременная корректировка ассортимента товаров;





- 4. Обеспечение их конкурентоспособности;
- 5. Разработка и усовершенствование упаковки;
- 6. Организация послепродажного сервиса;
- 7. Другие задачи.

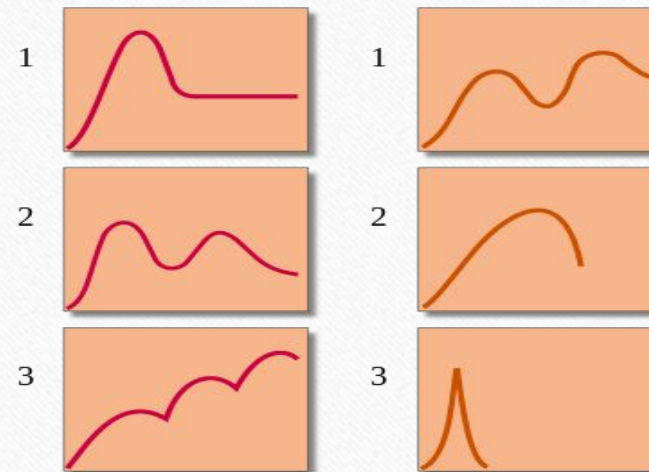
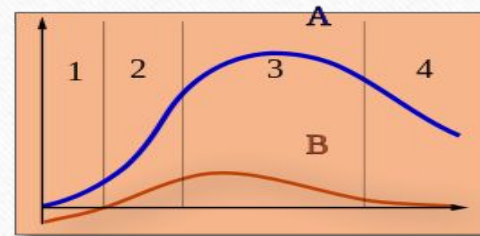


Жизненный цикл товара

- период времени, в течение которого товар обращается на рынке, начиная с момента выхода его на рынок и заканчивая его уходом с рынка. Одно из фундаментальных понятий концепции современного маркетинга.

В типичном жизненном цикле товара выделяют четыре фазы, четыре этапа:

- 1. Выведение товара на рынок.
- 2. Рост.
- 3. Зрелость.
- 4. Упадок, уход с рынка.



ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ТОВАРА



По оси абсцисс откладывается время, а по оси ординат — объём продаж, измеряемый в стоимостном или натуральном выражении.

