

Nombre de alumno:

Hermelinda Santis Hernández

Nombre del profesor:

Lic. Jorge Enrique Albores Aguilar

Nombre del trabajo:

Análisis de Siglo de Vida de Un Producto

Materia: Desarrollo de Pequeñas Y Medianas Empresas

Grado: 9.No cuatrimestre

Grupo: "A"- LAE

Ciclo de vida

El ciclo de vida de un producto es aquella que lleva de un proceso desde un punto de inicio y un final, esto nos sirve en cualquier empresa que deben de analizar las características de un producto, para que se considere o analizar las campañas publicitarias para dar a conocer el producto ante los consumidores así pueda llevar un control bien definida de cada uno de los cuatro etapas que son.

Etapa introductoria

Este primer paso es aquel producto que lanzan al mercado sin tener competencia, basándose a la necesidad de los clientes que se llega a satisfacer con ciertas características, bien que sabemos al producir un nuevo producto los gastos que se realiza son altos porque para definir las necesidades a los clientes cuesta mucho al analizar pero como estamos en el proceso de inicio las ventas van de forma lento porque para dar a conocer un nuevo artículo debe de dar a conocer primero para los clientes la marca va mucho a la mano de los consumidores utilizar estrategias.

Etapa de crecimiento

Como su nombre lo indica, es algo que la empresa recupera de inversión donde el producto es reconocido y tanto como la promoción que debe de manejar la empresa para así pueda lograr el incremento de venta como para el mercado, al dar a conocer ciertos productos es ahí donde empiezan las competencias ya sea precio cupones, y debe de buscar un mercado donde tenga más prestigio de ventas.

Etapa de madures

Es aquella donde el punto máximo de crecimiento de ventas y reconocido la marca de producto en el mercado y gozan de prestigio y tanto como la calidad identificar los cambios de consumidor y ampliar el sector de mercado.

Etapa de decline

Es la última etapa que se relaciona después de los clientes dejan de interesar el producto poco a poco donde la empresa reduce su volumen, porque esto le pasan a las empresas por el motivo que cada empresa producen producto nuevo etc.