



# چرخه عمر یک محصول

اقتصادس آب  
آغاز زندگی، حرفه‌ها، یک برند...



## اهمیت چرخه عمر محصول در قیمت گذاری

تیم تحریریه اقتصادس آب

یکی از مواردی که باید در قیمت گذاری خیلی به آن توجه نمایید چرخه عمر محصولات است. کسب و کارهای غیر حرفه‌ای خیلی به این موضوع توجهی ندارند. شما باید در نظر بگیرید محصولی که قیمت گذاری می‌کنید در کدام یک از مراحل چرخه عمر خود قرار دارد. این موضوع بسیار در قیمت گذاری تعیین کننده است.

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اقتصادس آب](#) سر بزنید.



## مراحل چرخه عمر يك محصول

چرخه عمر محصول چهار مرحله دارد: مرحله اول مرحله ي معرفي يا تولد محصول، مرحله دوم رشد، مرحله سوم بلوغ محصول و مرحله چهارم افول يا مرگ محصولتان است.

هر محصول مانند يك انسان است. يعني در يك مرحله اي به دنيا مي آيد و در واقع به عنوان يك محصول جديد به بازار معرفي مي شود. آن محصول رشد پيدا مي كند، بازار كم كم اين محصول را مي شناسد، كم كم حجم سفارش اين محصول زياد مي شود و به مرحله ي بلوغ خود مي رسد. يعني آن محصول در مرحله بلوغ به بيشترين حجم سفارش خود مي رسد و تقريبا مي توانيم آن محصول را همه جا ببينيم. بعد از مرحله ي بلوغ، محصول وارد مرحله ي مرگ شده و كم كم نابود مي شود.

## مثالي از چرخه عمر محصول

به عنوان مثال زماني موبایل سوني اريكسون به بازار آمده بود. مدل كا ۷۵۰ در مرحله معرفي بود و يك محصول خاص به شمار مي آمد. كم كم اين محصول رشد كرد و حجم بيشتري از بازار اين محصول را شناخت. به جايي رسيد كه شما اين محصول را در دست بسياري از افراد ميديد و خيلي از افراد اين محصول را استفاده مي كردند. در نهايت به مرحله افول يا مرگ خود رسيد، كم كم اين محصول نابود شد و از چرخه بازار خارج شد.

براي مشاهده ساير مقاله هاي ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.



## مدت زمان عمر يك محصول

مدت زمان عمر محصول بستگی به نوع آن دارد. مثلا نوعی آجر را در نظر بگیرید. این آجر ممکن است چند سال در مرحله ی معرفی باشد و کم کم رشد کند و سالیان سال در مرحله ی بلوغ است و بسیاری از مشتریان از آن استفاده می کنند و در نهایت می بینیم که دیر تر به مرحله ی مرگ می رسد.

بعضی از محصولات خیلی سریع چرخه ی عمرشان را طی می کنند. به خصوص محصولاتی که در زمینه ی آی تی و فناوری اطلاعات هستند. برای مثال یک تلفن همراه ممکن است یک ماه در مرحله ی معرفی باشد و مرحله ی رشد آن در حد چند ماه باشد و در نهایت به بلوغ می رسد و سال بعد ممکن است حتی این تلفن همراه به مرحله ی افول برسد.

شما بسته به نوع صنعتتان و تجربه ای که دارید باید در نظر بگیرید که چرخه ی عمر محصولاتتان چقدر است و محصولات مختلفتان را دسته بندی کنید. نوع استراتژی و سبک قیمت گذاری هر کدام از این دسته ها متفاوت است.

## محصول جدید، راز موفقیت و بقای کسب و کار

اکثر شرکت های موفق برای هر مرحله محصول خاص خودشان را دارند. اگر یک کسب و کاری برای چهار مرحله خود محصول موفق نداشته باشد، می توان گفت که ضعیف عمل می کند. خیلی از کسب و کارها نیز وجود دارند که محصولاتشان فقط در مرحله بلوغ یا مرگ قرار دارد. یعنی در اوج بازار خود هستند و بعد از چند سال که محصول در مرحله افول قرار می گیرد متوجه می شوند که هیچ محصولی

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

نداشتند که در مرحله معرفی باشد. در این زمان محصولی که در اوج بود وارد فاز مرگ شده و دیگر محصول خاص و متمایزی نسبت به رقیبانشان ندارند.

حواستان باشد که اگر کسب و کار شما مرتبا برای مراحل مختلف خود محصولی نداشته باشد، آنوقت کسب و کارتان نیز همراه با محصولتان رو به مرحله مرگ می رود.

## مثالی از اهمیت محصول جدید

برای مثال محصول تلویزیون را در نظر بگیرید. تلویزیون های پلاسما وارد بازار شدند، رشد کردند، به مرحله بلوغ رسیده و در نهایت به مرحله افول خود رسیدند. در آن زمانی که تلویزیون های پلاسما در زمان مرگ خود بودند، تلویزیون های ال سی دی در مرحله بلوغ خود بودند، تلویزیون های ال ای دی در مرحله رشد بودند و تلویزیون های منحنی در مرحله معرفی بودند. می بینید که شرکت ها دائما دقت دارند که یک تلویزیون جدید معرفی کنند و می دانند که یک روزی محصول قبلی آن ها از چرخه بازار حذف می شود.

## نتیجه گیری

برای اینکه بتوانید در بازار بمانید باید چرخه عمر محصول خود را زیر نظر داشته و همواره یک محصول جدید داشته باشید. خیلی از کسب و کارها یک محصول را دارند، بازارشان اوج می گیرد و نهایتا در همان اوج نابود می شوند. یک جمله معروف می گوید: ”موفقیت های امروز دشمن موفقیت های فردا است.” صرفا به

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

این فکر نکنید که امروز موفق هستید. توجه داشته باشید که ده سال بعد محصول دیگری جایگزین محصول شما نشود و محصول شما کم کم به مرحله مرگ نرسد.