



چرخه عمر  
یک محصول

اکیانوس آبی

آب زندگی، همیشه یک برند...



# اهمیت چرخه عمر محصول در قیمت گذاری

تیم تحریریه اکیانوس آبی

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اکیانوس آبی](#) سر بزنید.

برای اینکه بتوانید در بازار بمانید و فروش بیشتری داشته باشید، باید **چرخه عمر محصول** خود را زیر نظر داشته و همواره یک محصول جدید داشته باشید. **چرخه عمر محصول Product Life Cycle** یکی از موارد مهم در مبحث **قیمت گذاری** است و اشتباهی که کسب و کارهای غیر حرفه‌ای انجام می‌دهند این است که اغلب به آن توجهی ندارند، پس در ابتدا بازارشان اوج می‌گیرد و نهایتاً در همان اوج نابود می‌شوند.

یک جمله معروف می‌گوید: **”موفقیت‌های امروز دشمن موفقیت‌های فردا است”**. صرفاً به این فکر نکنید که امروز موفق هستید. توجه داشته باشید که ده سال بعد محصول دیگری جایگزین محصول شما نشده و محصول شما کم‌کم به مرحله مرگ نرسد. پس در این مطلب با ما همراه باشید تا بیشتر در مورد اهمیت **چرخه عمر محصول** و استفاده از آن اطلاعات کسب و کنید.

برای دانلود رایگان چرخه عمر محصول pdf، ایمیل خود را در فرم بالای مقاله وارد کنید. در این مقاله از **مجله اقیانوس آبی** در مورد چرخه عمر محصول به سوالات زیر پاسخ می‌دهیم:

۱. **چرا در قیمت محصول موثر است؟**
۲. **در هر مرحله از چرخه عمر محصول چه اتفاقی می‌افتد؟**
۳. **مدت زمان عمر محصول چقدر است؟**
۴. **در هر مرحله از چرخه عمر محصول چه باید کرد تا فروش آن تضمین شود؟**

## چرا چرخه عمر محصول موثر است؟

**چرخه عمر محصول چیست؟** چرخه عمر محصول Product Life Cycle و به معنای چرخه عمر محصول است. محصول مانند یک انسان است. یعنی ابتدا به دنیا می‌آید و در واقع به عنوان یک محصول جدید به بازار معرفی می‌شود. آن محصول رشد پیدا می‌کند، بازار کم‌کم این محصول را می‌شناسد،

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

کم کم حجم سفارش این محصول زیاد می شود، به مرحله بلوغ خود می رسد و تقریباً می توانیم آن محصول را همه جا ببینیم. بعد از مرحله بلوغ، محصول وارد مرحله مرگ شده و کم کم نابود می شود.

**چرخه عمر محصول یا PLC چهار مرحله دارد:**

۱. معرفی یا تولد

۲. رشد

۳. بلوغ

۴. افول یا مرگ

**- مثال برای چرخه عمر محصول**

برای مثال چرخه عمر محصول در دنیای موبایل می توان به مورد زیر اشاره کرد: زمانی موبایل سونی اریکسون به بازار آمده بود. مدل K ۷۵۰ در مرحله معرفی بود و یک محصول خاص به شمار می آمد. کم کم این محصول رشد کرد و حجم بیشتری از بازار این محصول را شناخت. به جایی رسید که شما این گوشی را در دست بسیاری از افراد می دیدید. در نهایت هم این محصول به مرحله افول یا مرگ خود رسید و کم کم از دور بازار خارج شد.

**در هر مرحله از چرخه عمر محصول چه اتفاقی می افتد؟**

در ادامه این مطلب [گروه اقیانوس آبی](#) اتفاقاتی که در هر مرحله از چرخه عمر محصول می افتد آورده شده است:

۱. مرحله تولد و معرفی محصول در PLC

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

در اولين مرحله از چرخه عمر محصول سرمايه گذاري انجام مي شود و ايده هاي جديد در مورد محصول ارائه و آزمايش مي شود. سپس فروش شروع شده و با سرعت كندى افزايش مي يابد. در اين مرحله چون محصول جديد است رقابت بسيار ضعيف است. هم چنين تقاضايى از سمت بازار وجود ندارد، پس بايد مصرف كننده با **تبليغات** شما از وجود محصول آگاه شده و به استفاده از محصول ترغيب شوند.

## ۲. مرحله رشد محصول در $pa$

در مرحله دوم از چرخه عمر محصول، هزينه ها کاهش يافته و فروش افزايش مي يابد. در اين مرحله **سودآورى** و آگاهى از برند ايجاد مي شود و رقابت نيز همزمان افزايش مي يابد. در اين مرحله رقبا سعي مي كنند با کاهش قيمت، مشتري را به سمت خود بکشند.

## ۳. مرحله بلوغ محصول در $pa$

در مرحله سوم از چرخه عمر محصول، بازار از محصول اشباع مي شود و حداكثر فروش را داريم. در اين زمان است كه رقبای جديدي وارد بازار مي شوند و قيمت ها به خاطر افزايش تعداد محصول رقبا کاهش مي يابد. در اين مرحله بايد با ايجاد تمايز و تنوع در محصولات سهم بازار خود را حفظ كنيد. سودآورى در اين مرحله كم است.

## ۴. مرحله افول محصول در $pa$

در مرحله افول چرخه عمر محصول، چون مقياس اقتصادى زياد شده، هزينه ها هم دوباره زياد مي شوند. فروش كم شده و قيمت و سوددهى هم همچنان در حال کاهش است.

## قيمت گذاري در مراحل مختلف چرخه عمر محصول

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

چرخه عمر محصول ابزار مهمی برای بازاریابان، مدیران و طراحان محصول است. زیرا برای پروموت و ارائه محصول، گرفتن سهم بازار، انتخاب رسانه برای **کمپین تبلیغاتی**، شیوه ترویج و مهم تر از همه قیمت محصول اطلاعات زیادی را در اختیار آن ها قرار می دهد.

۱. قیمت گذاری در مرحله معرفی به بازار: **استراتژی قیمت گذاری کره گیری یا نفوذ در بازار**

۲. تعیین قیمت محصول در مرحله رشد: **کاهش قیمت برای افزایش سهم بازار**

۳. قیمت محصول در مرحله بلوغ: **قیمت گذاری رقابتی**

۴. قیمت گذاری در مرحله افول: **کاهش بیشتر قیمت**

## – مدت زمان چرخه عمر یک محصول چقدر است؟

مدت زمان چرخه عمر محصول بستگی به نوع آن دارد. برخی از محصولات خیلی دیر به مرحله مرگ می رسند. مثلا نوعی از آجر را در نظر بگیرید. این آجر ممکن است چند سال در مرحله معرفی باشد، کم کم رشد کند و سالیان سال در مرحله بلوغ بماند و بسیاری از مشتریان از آن استفاده کنند. در نهایت هم خیلی دیرتر به مرحله مرگ برسد.

اما بعضی دیگر از محصولات خیلی سریع چرخه عمرشان را طی می کنند. به خصوص محصولاتی که در زمینه IT و فناوری اطلاعات هستند. برای مثال یک تلفن همراه ممکن است یک ماه در مرحله معرفی باشد، چند ماه در مرحله رشد و سپس بلوغ باشد، اما سال بعد دیگر خیلی طرفدار ندارد و به مرحله افول وارد می شود.

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

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

اکثر شرکت های موفق برای هر مرحله از چرخه عمر محصول plc ، محصول خاص خودشان را دارند. خیلی از کسب و کار ها 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 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 و در بازار **پرقابیت** جایگاه خود را کم از دست می دهند.

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

برای مثال چرخه عمر محصول تلویزیون را در نظر بگیرید. تلویزیون های پلاسما وارد بازار شدند، رشد کردند، به مرحله بلوغ و سپس مرگ 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 و تلویزیون های منحنی در مرحله معرفی بودند.

می بینید که شرکت ها دائماً حواستان هست که یک تلویزیون جدید معرفی کنند و می دانند که یک روزی محصول قبلی آن ها از چرخه بازار حذف می شود.

## نتیجه گیری

**چرخه عمر محصول** که بیشتر با مخفف آن یعنی **plc** شناخته می شود، نشان می دهد که هر محصول از ابتدای معرفی به بازار تا ترک بازار از چه مراحل عبور می کند. این عبور سطوح سود

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

محصول را تغيير مي‌دهد و بايد استراتژي‌هاي مختلفي در **تعيين قيمت** آن به کار گرفته شود تا موفقيت مداوم محصول تضمين شود .