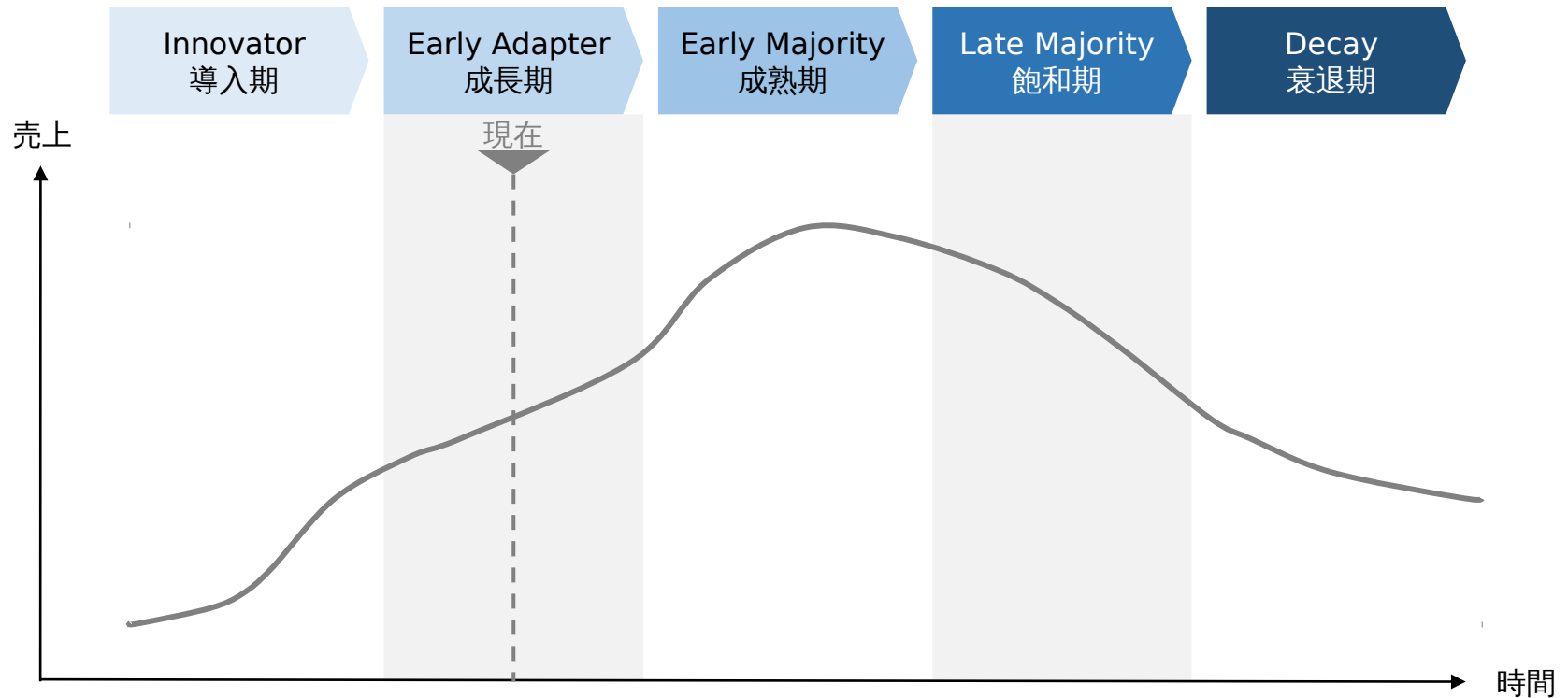


プロダクトライフサイクルの概念と各ステージで実施すべきこと

- 製品は、導入期、成長期を経て、成熟期、飽和期、衰退期を迎えます。
- それぞれのステージによって、実施すべきことが異なります。



企業が
実施すべき
こと

- 認知度向上を目的としたマーケティング活動を行う
- 自社のブランド価値浸透を目的としたマーケティング活動を行う
- より直接的な販促施策を行いながら、競合との差別化を強調し続け、シェア向上・維持を狙う
- 支出を抑制し、既存顧客・保守的な顧客を中心に売上維持を狙う