

# New Product Development and Product Life-Cycle Strategies

## تطوير المنتجات الجديدة واستراتيجيات دورة حياة المنتج

بعد إطلاق المنتج الجديد ، تريد الإدارة أن يتمتع هذا المنتج بحياة طويلة وسعيدة. على الرغم من أنها لا تتوقع بيع هذا المنتج إلى الأبد ، إلا أن الشركة تريد جني ربح لائق لتغطية كل الجهود والمخاطر التي بذلت في إطلاقه. تدرك الإدارة أن كل منتج سيكون له دورة حياة ، على الرغم من أن شكله وطوله الدقيق غير معروفين مسبقًا

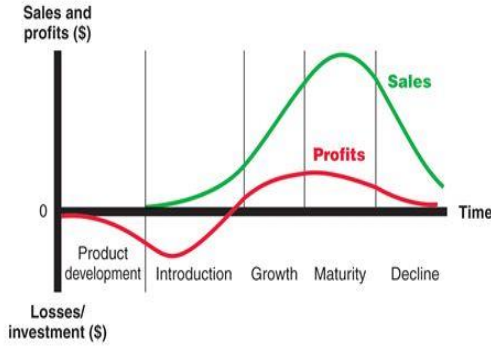


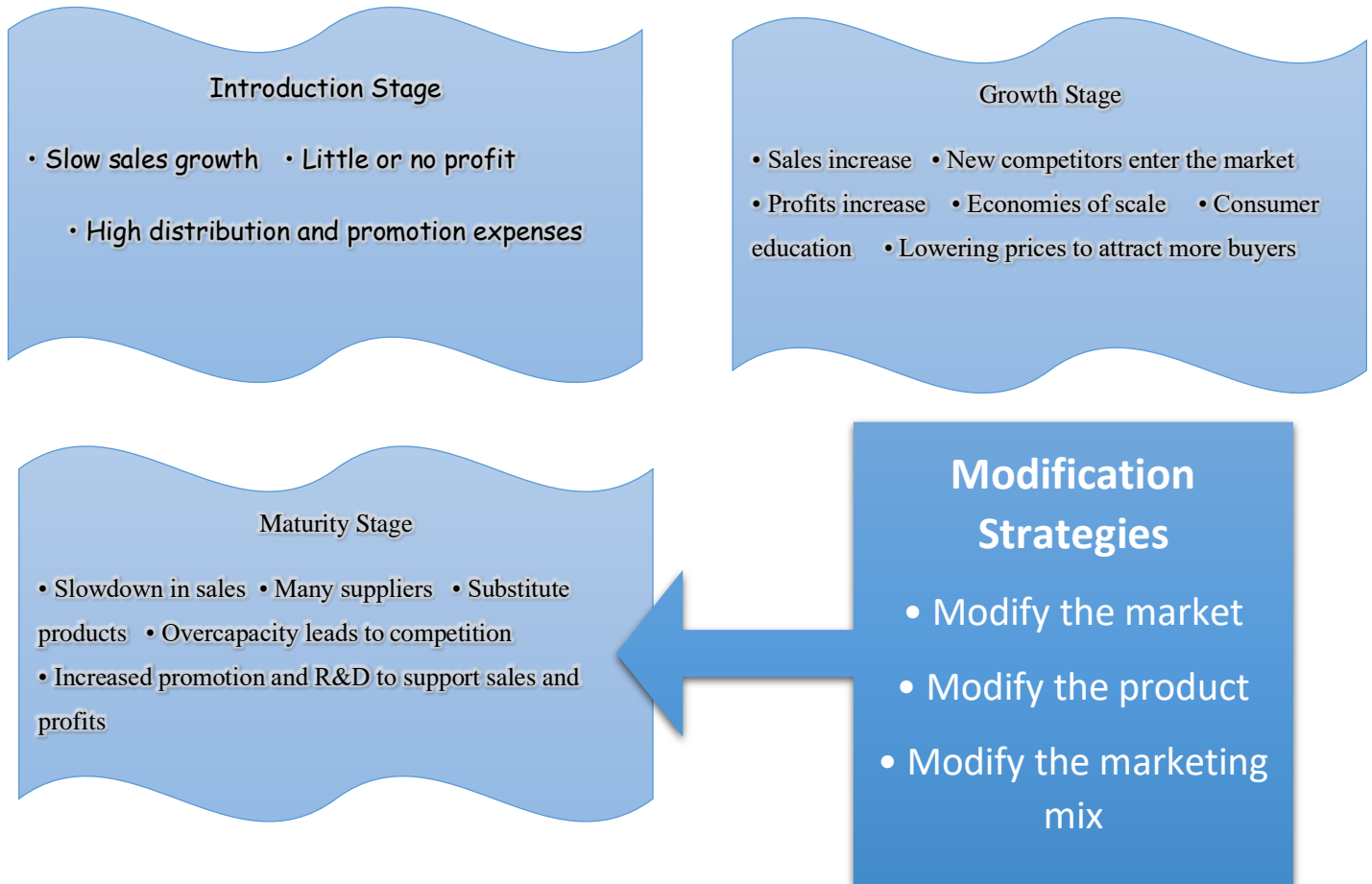
Figure 7: Sales and Profits over the Product's Life from Inception to Decline. (Kotler & Armstrong, pg. 274)

- the course that a product's sales and profits take over its lifetime. The PLC has five distinct stages:
  - الدورة التدريبية التي تستغرقها مبيعات المنتج وأرباحه طوال حياته. يتكون PLC من خمس مراحل متميزة:
- Product development** begins when the company finds and develops a new-product idea. During product development, sales are zero, and the company's investment costs mount.  
1. يبدأ تطوير المنتج عندما تجد الشركة فكرة منتج جديد وتطورها. أثناء تطوير المنتج ، تكون المبيعات صفرية ، وتترايد تكاليف استثمار الشركة.
  - Introduction** is a period of slow sales growth as the product is introduced in the market. Profits are nonexistent in this stage because of the heavy expenses of product introduction.  
2. المقدمة هي فترة بطء نمو المبيعات حيث يتم طرح المنتج في السوق. الأرباح غير موجودة في هذه المرحلة بسبب التكاليف الباهظة لإدخال المنتج.

3. **Growth** is a period of rapid market acceptance and increasing profits.  
النمو هو فترة قبول السوق السريع وزيادة الأرباح.
4. **Maturity** is a period of slowdown in sales growth because the product has achieved acceptance by most potential buyers. Profits level off or decline because of increased marketing outlays to defend the product against competition.  
النضج هو فترة تباطؤ في نمو المبيعات لأن المنتج قد حصل على قبول معظم المشتريين المحتملين. انخفاض مستوى الأرباح أو انخفاضه بسبب زيادة نفقات التسويق للدفاع عن المنتج ضد المنافسة.
5. **Decline** is the period when sales fall off and profits drop.  
الانخفاض هو الفترة التي تنخفض فيها المبيعات وتنخفض الأرباح.

## PLC concept can describe:

- Product Class: Gasoline powered automobile • فئة المنتج: سيارة تعمل بالبنزين
- Product Form: SUVs • شكل المنتج: سيارات الدفع الرباعي
- Brand: Ford Escape • الماركة: فورد إسكيب



### Decline Stage

- Maintain the product
- Harvest the product
- Drop the product

	Introduction	Growth	Maturity	Decline
<b>Characteristics</b>				
<b>Sales</b>	Low sales	Rapidly rising sales	Peak sales	Declining sales
<b>Costs</b>	High cost per customer	Average cost per customer	Low cost per customer	Low cost per customer
<b>Profits</b>	Negative	Rising profits	High profits	Declining profits
<b>Customers</b>	Innovators	Early adopters	Middle majority	Laggards
<b>Competitors</b>	Few	Growing number	Stable number beginning to decline	Declining number
<b>Strategies</b>				
<b>Product</b>	Offer a basic product	Offer product extensions, service, warranty	Diversify brand and models	Phase out weak items
<b>Price</b>	Use cost-plus	Price to penetrate market	Price to match or beat competitors	Cut price
<b>Distribution</b>	Build selective distribution	Build intensive distribution	Build more intensive distribution	Go selective: phase out unprofitable outlets
<b>Advertising</b>	Build product awareness among early adopters and innovators	Build awareness and interest in the mass market	Stress brand differences and benefits	Reduce to level needed to retain most loyal customers
<b>Sales Promotion</b>	Use heavy sales promotion to entice trial	Reduce to take advantage of heavy consumer demand	Increase to encourage brand switching	Reduce to minimal level

*The end : انتهى*

*By : tayma saad*

*For any questions text me on*

*FB : tayma Suhail saad.*