

استراتژی های پیشرفته بازاریابی

محمد رضا صدقیانی فر



جلسه چهارم

مرحله بلوغ و افول بازار

www.sadaghianifar.com



مشخصات دوره انتقال از مرحله رشد به بلوغ

انتقال از مرحله رشد به مرحله بلوغ معمولاً وقتی آغاز می شود که بازار هنوز در حال رشد است، اما نرخ رشد آن به تدریج در حال کاهش است.

این کم شدن نرخ رشد بازار، یا یکباره رخ می دهد یا همزمان با بروز تغییرات دیگری در بازار و محیط رقابتی.

* افزایش شدت رقابت

* فشار رو به پایین به سودها

* ظهور ظرفیت مازاد

* دشواری حفظ تمایز

* فشار رو به بالا به هزینه ها



دام های استراتژیک در مسیر انتقال از رشد به بلوغ

- ۱- ناتوانی یا ناکامی در پیش بینی زمان انتقال یا شناسایی علائم آن.
- ۲- عدم وجود مزیت استراتژیکی مشخص در زمان انتقال و کند شدن روند رشد بازار.
- ۳- ناتوانی در تشخیص کم رنگ شدن اهمیت تمایز و افزایش اهمیت سیاستگذاری قیمت و خدمات به مشتری.
- ۴- قربانی شدن سهم بازار به نفع کسب سود در کوتاه مدت.



انتخاب های استراتژیک در زمان بلوغ بازار

✓ تمایز

کیفیت: عملکرد ، انطباق با استاندارد ، جذابیت و زیبایی

خدمات: ویژگی های سازمان ، قابلیت پاسخگویی، تعمیر و نگهداری ، اعتماد

✓ مدیریت و رهبری هزینه

تولید محصول نرمال ، طراحی و تولید به شیوه بدیع ، تامین و توزیع ارزان ، کاهش هزینه های بالاسری

✓ تمرکز بر رضایت مشتریان



استراتژی های اساسی برای بازارهای بالغ

* استراتژی حفظ سهم بازار کنونی

✓ تعداد مشتریان بالقوه در آن بخش

✓ نفوذ محصول در آن بخش

✓ میانگین تکرار رفتار خرید

* استراتژی تمدید فروش (رشد حجم فروش) تابعی است از:

✓ افزایش نفوذ

✓ توسعه محصول

✓ توسعه بازار



استراتژی های اساسی برای بازارهای در حال افول پیش از تصفیه بازار

✓ شرایط تقاضا

✓ موانع خروج

✓ شدت رقابت آتی

* استراتژی جذابیت نسبی بازار

* استراتژی حذف یا انحلال



استراتژی های اساسی برای بازارهای در حال افول پس از تصفیه بازار

* استراتژی برداشت

* استراتژی حفظ

توسعه

ترغیب

الزام

ادغام

* استراتژی بازمانده سودآور

* استراتژی بازار خاص و کوچک



www.sadaghianifar.com



sadaghianifar

www.sadaghianifar@hotmail.com

0912-4969-112