

# CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO.

¿Que es?

El ciclo de vida de un producto es un proceso cronológico que transcurre desde su lanzamiento en el mercado hasta su desaparición.

## FASES

### Introducción

Es el punto de partida en la vida comercial de un producto y se inicia con su puesta en el mercado.

### Desaparición

Es la etapa final del ciclo de vida del producto. Ante los continuos descensos en ventas y los negativos resultados se decide retirar el producto del mercado.

### Crecimiento

Este período se caracteriza por un aumento rápido tanto en ventas como en beneficios.

Atraídos por la novedad, aparecen los primeros competidores.

### Madurez

Esta etapa se caracteriza por un crecimiento moderado de las ventas, e incluso su estabilización, a la vez que se da un estancamiento primero y un descenso.

### Declive

La fase de declive es la etapa anterior a la desaparición del producto del mercado. Las ventas son cada vez menores y los beneficios tienden a desaparecer.

El caso de Blockbuster es emblemático en la historia empresarial, marcando una era en la industria del entretenimiento y la distribución de películas. Su ciclo de vida del producto ofrece una narrativa fascinante que revela las complejidades del mercado y la importancia de la adaptación a los cambios tecnológicos y las preferencias del consumidor.

## ESTRATEGIAS

### NISSAN - FASE DE INTRODUCCIÓN.

- Campañas publicitarias de alto impacto
- Eventos de lanzamiento
- Demostraciones en concesionarios
- Promociones especiales de introducción
- Alianzas estrategicas

### COCA COLA - FASE DE CRECIMIENTO.

- Campañas de marketing intensivas
- Muestreo gratuito
- Asociaciones Estratégicas
- Diferenciación de marca
- Estrategia de precios
- Innovación en empaques

**DAN  
ALEXIS  
MENDEZ  
CRUZ**

## ESTRATEGIA DE VENTAS

### IPHONE - FASE DE MADUREZ

- Lanzamiento de nuevas versiones o modelos
- Diversificación del producto
- Estrategia de precios y promociones
- Enfoque en la experiencia del cliente
- Marketing y branding
- Expansión geografica

### CONVERSE ALL STAR - FASE DE DECLIVE

- Colaboración con diseñadores y marcas de moda
- Reposicionamiento del producto
- Innovación en el diseño
- Expansión a nuevos mercados
- Revisión de precios y promociones
- Enfoque en la nostalgia y la herencia de la marca

### BLOCKBUSTER - FASE DE DESAPARICIÓN

- Expansión en el mercado en línea
- Alianzas estratégicas
- Campañas promocionales y descuentos
- Experiencia en tienda mejorada
- Venta de activos y licencias de marca

Fuentes:  
wikipedia, revista  
oframm