O hype cycle é uma representação gráfica dos estágios do ciclo de vida, que uma tecnologia passa, desde a concepção até a maturidade e a implantação.

O hype cycle é uma ferramenta criada pela Gartner, uma empresa de pesquisa e consultoria em tecnologia da informação (TI). No entanto, os estágios do hype cycle são frequentemente usados ​​como pontos de referência em relatórios de marketing e tecnologia. As empresas podem usar o hype cycle para orientar decisões de tecnologia de acordo com seu nível de conforto com os riscos. Cada estágio do ciclo está associado a seus próprios riscos e oportunidades.

O hype cycle identifica cinco estágios sobrepostos no ciclo de vida de uma tecnologia:

Trigger de tecnologia: nesta fase, uma tecnologia é conceituada. Pode haver protótipos, mas muitas vezes não há produtos funcionais ou estudos de mercado. O potencial estimula o interesse da mídia.

Pico das Expectativas Infladas: a tecnologia é implementada, existe uma grande quantidade de publicidade sobre implementações bem sucedidas e mal sucedidas.

Trough of Disillusionment: falhas e falhas levam a um desapontamento na tecnologia. Alguns produtores não têm sucesso ou deixam cair seus produtos. Os investimentos contínuos em outros produtores dependem de abordar os problemas com sucesso.

Slope of Illumination: o potencial da tecnologia para novas aplicações se torna mais amplamente compreendido e um número crescente de empresas o implementa ou o teste em seus ambientes. Alguns produtores criam novas gerações de produtos.

Plateau de produtividade: a tecnologia se torna amplamente implementada; O seu lugar no mercado e suas aplicações são bem compreendidas. Surgem padrões para avaliar provedores de tecnologia.

O Gartner fornece uma introdução ao ciclo de hype neste vídeo: