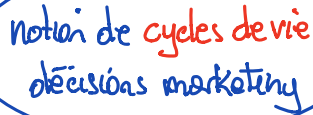


Discutez

Discutez des avantages et des limites pour une entreprise offrant plusieurs produits d'utiliser la notion des cycles de vie des produits pour aider à prendre des décisions marketing efficaces.

Discutez des avantages et des limites pour une entreprise offrant plusieurs produits d'utiliser la notion des cycles de vie des produits pour aider à prendre des décisions marketing efficaces.



notion de cycles de vie
décisions marketing

Discutez des avantages et des limites pour une entreprise offrant plusieurs produits d'utiliser la notion des cycles de vie des produits pour aider à prendre des décisions marketing efficaces.

1. Définition / explication

- cycle de vie d'un produit
- illustrer avec un exemple

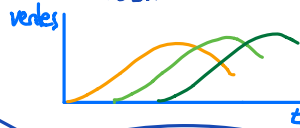
notion de cycles de vie
décisions marketing

Discutez des avantages et des limites pour une entreprise offrant plusieurs produits d'utiliser la notion des cycles de vie des produits pour aider à prendre des décisions marketing efficaces.

3.
limites

1. Définition / explication

- cycle de vie d'un produit
- illustrer avec un exemple



2.
avantages

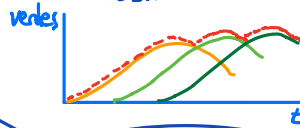
notion de cycles de vie
décisions marketing

Discutez des avantages et des limites pour une entreprise offrant plusieurs produits d'utiliser la notion des cycles de vie des produits pour aider à prendre des décisions marketing efficaces.

3. limites

1. Définition / explication

- cycle de vie d'un produit
- illustrer avec un exemple



2. avantages

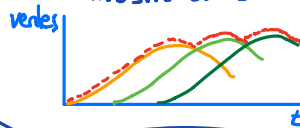
notion de cycles de vie
décisions marketing

Discutez des avantages et des limites pour une entreprise offrant plusieurs produits d'utiliser la notion des cycles de vie des produits pour aider à prendre des décisions marketing efficaces.

3. limites

1. Définition / explication

- cycle de vie d'un produit
- illustrer avec un exemple



Notion de cycles de vie
décisions marketing

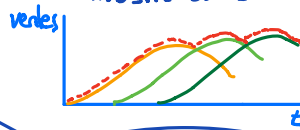
2. avantages

- développer un portfolio équilibré des produits offerts par l'entreprise
- développer des produits qui se trouvent dans différents cycles
- permet de déterminer les prix
 - prix faible pour 1^{er} part du marché
 - promotion en fin de cycle
 -

Discutez des avantages et des limites pour une entreprise offrant plusieurs produits d'utiliser la notion des cycles de vie des produits pour aider à prendre des décisions marketing efficaces.

1. Définition / explication

- cycle de vie d'un produit
- illustrer avec un exemple



Notion de cycles de vie
décisions marketing

3.

limites

- la durée exacte d'un cycle de vie est difficile à estimer
- les changements externes du marché (nouvelle technologie) peuvent rapidement réduire l'efficacité des planifications et des prévisions
- pas si utile sur des marchés dynamiques et en constante évolution

2.

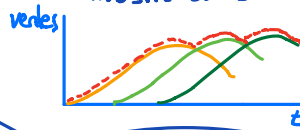
avantages

- développer un portfolio équilibré des produits offerts par l'entreprise
- développer des produits qui se trouvent dans différents cycles
- permet de déterminer les prix
 - prix faible pour 1^{er} part du marché
 - promotion en fin de cycle

Discutez des avantages et des limites pour une entreprise offrant plusieurs produits d'utiliser la notion des cycles de vie des produits pour aider à prendre des décisions marketing efficaces.

1. Définition / explication

- cycle de vie d'un produit
- illustrer avec un exemple



Notion de cycles de vie
décisions marketing

2. avantages

- développer un portfolio équilibré des produits offerts par l'entreprise
 - développer des produits qui se trouvent dans différents cycles
 - permet de déterminer les prix
 - prix faible pour 1^{er} part du marché
 - promotion en fin de cycle
-

3. limites

- la durée exacte d'un cycle de vie est difficile à estimer
- les changements externes du marché (nouvelle technologie) peuvent rapidement réduire l'efficacité des planifications et des prévisions
- pas si utile sur des marchés dynamiques et en constante évolution

4. Solution, jugement, opinion, conseil.

- l'efficacité de la méthode dépend du type de loi en question + exemples
- si vous disposez d'un extrait, donnez votre avis expert si cette méthode pourrait fonctionner dans ce contexte

Discutez des avantages et des limites pour une entreprise offrant plusieurs produits d'utiliser la notion des cycles de vie des produits pour aider à prendre des décisions marketing efficaces.

FBL s.à.r.l.

FBL est une petite société à responsabilité limitée comptant 10 actionnaires. Son argument de vente unique est que ses jouets sont faits à la main. Ils s'adressent aux enfants de 4 à 10 ans. Son dernier produit, un jouet rotatif à main, appelé *Tommy Turner*, est devenu un article de mode chez les jeunes enfants. La demande pour ces jouets dépasse la capacité de FBL à les fournir. Les magasins cherchent désespérément à sécuriser davantage de stocks afin de tirer le meilleur parti de la forte demande. FBL vend ces jouets au prix de 6 € l'unité. Il examine comment répondre à la demande excédentaire.

Si FBL augmente le prix du *Tommy Turner*, l'élasticité-prix de la demande est estimée à -2 . La quantité demandée au prix actuel est de 120 000.

Si FBL augmente l'offre de *Tommy Turners*, il faudrait investir. La nouvelle machinerie coûterait 100.000 € et permettrait une personnalisation en masse. Le souci est que cette mode ne durera pas.

Le travail sera beaucoup moins qualifié, même si une équipe de conception sera toujours nécessaire pour développer les futurs jouets. Les employés de FBL sont très fiers de leur travail et sont très fidèles à l'entreprise et à leurs collègues. La plupart des employés travaillent dans l'entreprise depuis plus de 10 ans et entretiennent de bonnes relations avec tous les directeurs.

Anindita, la directrice marketing, pense que FBL devrait tirer le meilleur parti de la mode pour *Tommy Turner* en prolongeant le cycle de vie du produit.

Analysez deux méthodes que FBL pourrait utiliser pour prolonger le cycle de vie du produit Tommy Turner.

