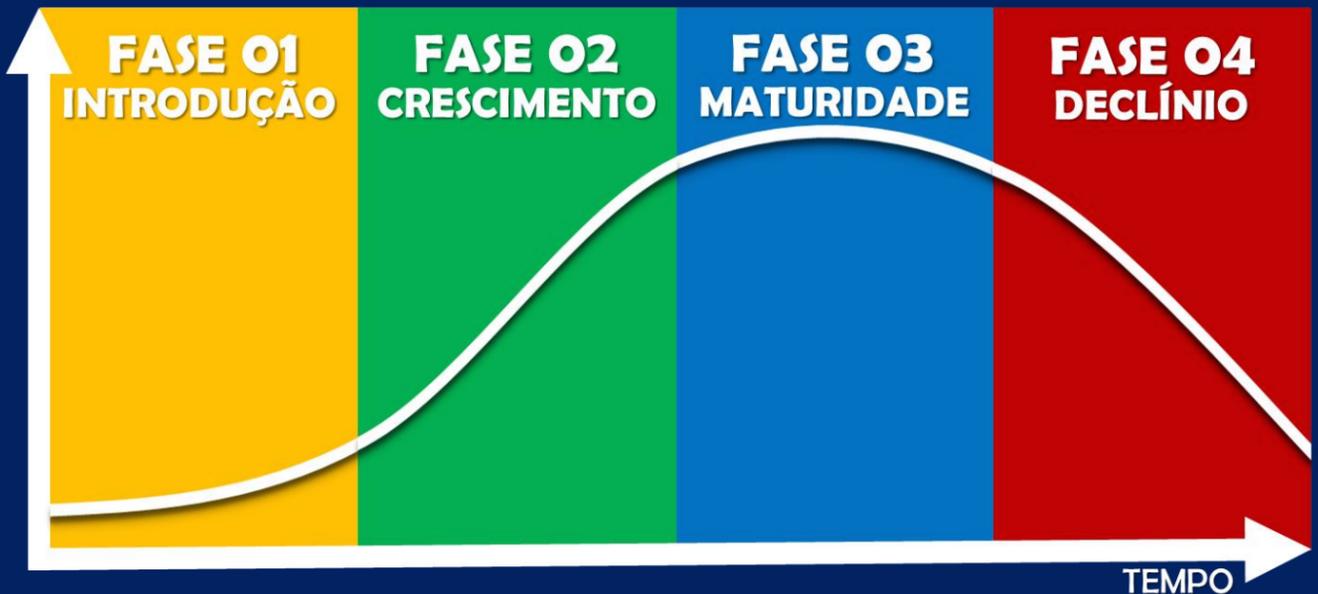


CICLO DE VIDA DO PRODUTO

O ciclo de vida do produto nada mais é do que o conjunto de fases que um produto perpassa ao longo da sua existência no mercado. Essa existência varia bastante de produto para produto, dependendo do nicho, do público-alvo e até das inovações.

VENDAS



| | | | | | |
|--------------|---|-----------------|-----------------|-------------------|-----------------|
| VENDAS | > | BAIXO | EM CRESCIMENTO | CONSTANTE | EM DECLÍNIO |
| CONCORRÊNCIA | > | NENHUMA/BAIXA | COMEÇA A SURGIR | FORTE | DIMINUINDO |
| LUCRO | > | NENHUM/NEGATIVO | EM CRESCIMENTO | CONTANTE/POSITIVO | EM QUEDA RÁPIDA |



1ª FASE: INTRODUÇÃO

Tudo começa com a introdução do produto no mercado, daí chamarmos a primeira fase de “Fase da Introdução”. Este primeiro momento é caracterizado por baixos volumes de vendas, resultados financeiros negativos ou baixos e concorrência ainda bem incipiente.



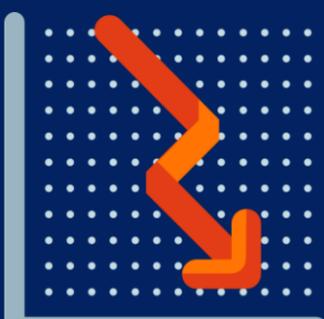
2ª FASE: CRESCIMENTO

A segunda fase, “Fase de Crescimento”, é aquela em que o produto ganha aceitação, elevando a demanda e as vendas rapidamente, o que favorece à elevação dos lucros. Ocorre que já nesta fase outros players do mercado percebem o seu crescimento e é aqui que uma concorrência maior tende a surgir.



3ª FASE: MATURIDADE

A terceira fase é a “Fase da Maturidade”, e contempla o pico da demanda e das vendas, com excelente resultado financeiro também. É aqui que as empresas costumam fazer pequenas inovações no produto e alterações para estender ao máximo o tempo de vida do produto, isso porque a seguir vem a última e derradeira fase...



4ª FASE: DECLÍNIO

A quarta fase é a “Fase do Declínio”. Aqui, as vendas começam a despencar, levando embora os bons resultados financeiros de antes. É aqui que muitos concorrentes deixam o mercado e que, em um determinado momento, o produto sai de linha em definitivo.