Économie et Organisation Administrative des Entreprises : 2 BAC SGC

Séance 16 (Politique du produit – Cours)

Professeur : Mr JABER Naoufal

Sommaire

I- Notion et caractéristiques du produit

II- Notion de cycle de vie du produit

III- Moyens de prolongement de la vie du produit

I- Notion et caractéristiques du produit

Le produit est un bien (vêtements, voiture,…) ou service (transport, visite médicale, …) vendu par une entreprise sous un nom qui peut révéler ou caractériser son état et sa qualité.

Caractéristiques du produit

C'est ce qui constitue ses caractéristiques propres : Le conditionnement, L'emballage, La stylistique (design), La marque, La gamme.

II- Notion de cycle de vie du produit

Le cycle de vie du produit est donc fonction du chiffre d'affaires résultant de la vente de ce produit.

Il se décompose théoriquement en quatre étapes :

1. La phase de lancement : apparition du produit sur le marché, coût de production élevé.
2. La phase de croissance : accélération des ventes du produit témoignant de la diffusion du produit.
3. La phase de maturité : taux de croissance faible voire nul, témoignant le fait que le produit a atteint son niveau maximum de pénétration du marché.
4. La phase de déclin : A mesure que les ventes d'un produit diminuent, certaines firmes se retirent du marché. Celles qui restent ont tendance à réduire leur gamme.

III- Moyens de prolongement de la vie du produit

Plusieurs moyens sont utilisés par l'entreprise pour relancer le produit et le rajeunir, et éviter ainsi le déclin :

- La modification de certaines caractéristiques du produit (emballage, conditionnement, , design…)
- Le changement d'utilisation du produit ou de son mode de consommation en ajoutant

d'autres fonctions.

- La production en série limitée pour individualiser la consommation et segmenter le marché
- Le renforcement de la publicité par le recours à différents médias
- Le recours à des promotions de ventes.