マーケティング活動の特徴

ライフサイクル	マーケティングの特徴
導入期	. 製品の認知度を高めることを最優先に プロモーション活動を活発に行う
成長期	・製品の普及率を上げ、市場浸透を図る ・競合製品に対して差異化を図り優位なポジションを獲得する
成熟期	・買い替え需要の開拓のための新機能や新たな付加価値を創造する ・製品の使用シーンを膨らませるなどして新規需要を拡大する ・リバイタイリゼーション（再活性化）して製品の寿命をのばす
衰退期	・リバイタイリゼーション（再活性化）して製品の寿命をのばす ・生き残り策を模索するのか市場撤退をするのか検討する