

製品のライフサイクル各段階の特徴

	導入期	成長期	成熟期	衰退期
売上	低い	急成長	成長鈍化	低下
利益	赤字	高い利益	低下	ゼロ
戦略	製品認知 ・市場拡大	ブランド認知 ・市場浸透	ロイヤルティー 確保	生産性向上 ・合理化
マーケティング支出	大	大	低下	低水準
営業活動	ユーザー開発	チャネル づくり	キャンペーン実 施	維持システム 構築
広告内容	説得	メリット訴求	ブランド確立	ブランド訴求