



درس سواد مالی و هوش تجاری
کلاس ششم دبستان پرتو علوی

مدرس: فاطمه سامانی

PRODUCT

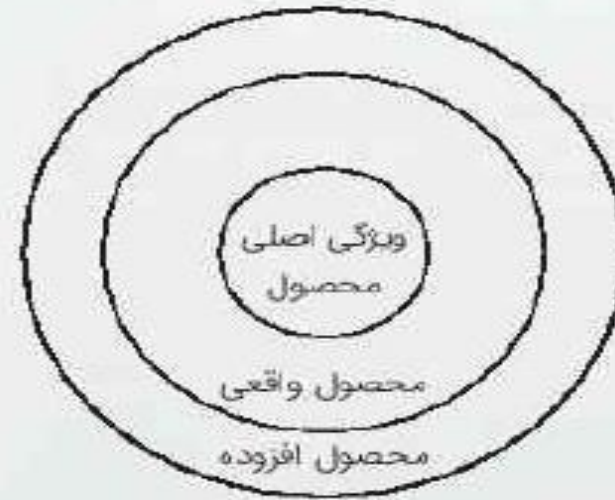
ALAVI.IR

071-36389014

071-38446152



یکی از ارکان مهم در بازاریابی آشنایی با مفهوم محصول (product) است. در واقع هر نوع کالا، ایده یا خدمت که در بازار قابل مبادله باشد، «محصول» نامیده می‌شود. یکی از دقیق‌ترین تعاریف محصول، مدل سه لایه‌ی آن است که در نمودار زیر به آن اشاره می‌کنیم:



درس سواد مالی و
هوش تجاری



برای درک این منه لایه به مثال زیر توجه کنید:

کارگاه تولید یونیفورم مدرسه را در نظر بگیرید:

(۱) ویژگی اصلی محصول: زیبایی و تناسب آن با دانش‌آموزان

(۲) محصول واقعی: جنس، رنگ و سایز لباس و به‌طور کلی کیفیت محصول

(۳) محصول افزوده: شامل خدمات رایگان پس از فروش مانند کوتاه کردن

شلوار به درخواست مشتری یا ارائه کارت تخفیف برای خریدهای بعدی

ویژگی اصلی: طراحی ظاهر . رنگ .
ابعاد موبایل

محصول واقعی: حافظه 320 / کیفیت
دوربین 25 مگاپیکسل / قابلیت نصب نرم
افزار های مختلف / قابلیت اتصال به
اینترنت

محصول افزوده: بک کاور / هندزفری



مثال 1



مثال 2

ویژگی اصلی: طراحی ظاهر . رنگ .
ابعاد موبایل

محصول واقعی: حافظه 320 / کیفیت
دوربین 25 مگاپیکسل / قابلیت نصب نرم
افزار های مختلف / قابلیت اتصال به
اینترنت

محصول افزوده: بک کاور / هندزفری



مثال 1

حالا شما برای مثال 2 مدل سه لایه ای محصول را بیان کنید:

ویژگی اصلی؟

محصول واقعی؟

ارزش افزوده؟



مثال 2

ویژگی اصلی: طراحی ظاهر . رنگ .
ابعاد موبایل

محصول واقعی: حافظه 320 / کیفیت
دوربین 25 مگاپیکسل / قابلیت نصب نرم
افزار های مختلف / قابلیت اتصال به
اینترنت

محصول افزوده: بک کاور / هندزفری



مثال 1

میز تحریر با ارتفاع مناسب، رنگ
زیبا ، طرح چوب

ویژگی اصلی:؟

میز تاشو. با کیفیت چوب درجه 1. دارای 2
کشو و محفظه نگهداری کتاب

محصول واقعی؟

کارت تخفیف/گارانتی تا 6 ماه

ارزش افزوده؟



مثال 2

فعالیت کلاسی

با توجه به مدل ۳ لایه محصول: هر یک از لایه‌ها را در رابطه با گوشی تلفن همراه بنویسید.

| گوشی همراه | محصول |
|---|----------------------|
| رنگ و اندازه و (سایر ویژگی های ظاهری)... | لایه ۱: ویژگی محصول |
| قابلیت آنتن دهی خوب/ اتصال به اینترنت/ حافظه مناسب/ | لایه ۲: محصول واقعی |
| نصب نرم افزار به صورت رایگان/ 20 گیگ اینترنت رایگان | لایه ۳: محصول افزوده |

همانطور که هر انسان در طول عمر خود از چهار مرحله‌ی نوزادی، کودکی، جوانی و پیری عبور می‌کند، عمر هر محصول نیز شامل چهار مرحله است:



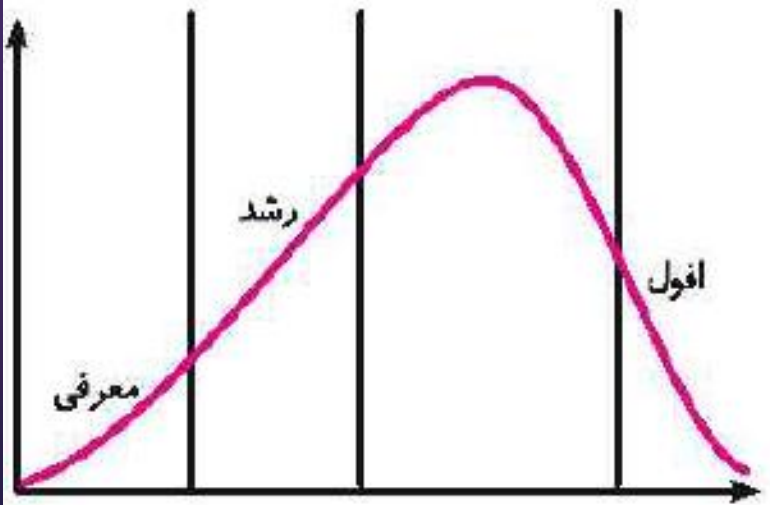
۱) **مرحله‌ی معرفی یا عرضه:** در این مرحله محصول برای اولین بار باید به بازار مشتریان شناسانده شود.

۲) **مرحله‌ی رشد:** در این مرحله محصول مورد استقبال قرار می‌گیرد. مشتریان محصول را می‌پذیرند و میزان فروش آن افزایش می‌یابد.

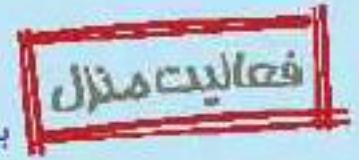
۳) **مرحله‌ی بلوغ:** این مرحله طولانی‌ترین مرحله‌ی عمر یک محصول است که تولیدکننده و عرضه‌کننده بیشترین درآمد را کسب خواهند کرد. در این مرحله، محصول باید توانایی حفظ مشتریان خود را داشته باشد.

اگر تولیدکننده محصول خود را بهبود بخشد و بر رقبا غلبه کند، می‌تواند بازار را در دست داشته باشد در غیر این صورت وارد مرحله‌ی بعدی می‌شود.

۴) **مرحله‌ی افول:** هر محصول بالاخره روزی وارد این مرحله می‌شود. در این مرحله، با توجه به پایین بودن سطح فروش، تولید مقرون به صرفه نخواهد بود.



چرخه‌ی عمر
محصول
PLC
Product life
cycle



- یکی از محصولات که در گذشته مصرف می‌کردید و در حال حاضر محصول دیگری جایگزین آن کرده‌اید را نام ببرید. مثلا فلش مموری به جای سی دی و فلاپی/ لپ تاپ بجای pc

حالا شما فکر کنید و پاسخ دهید؟

- آیا به خاطر دارید با این محصول چگونه آشنا شدید و مرحله‌ی معرفی آن چگونه بوده است؟

.....

- به نظر شما مرحله رشد و بلوغ آن چند سال طول کشید؟

.....

حال لایه‌های محصول را در جدول زیر وارد نمایید.

| نام محصول | |
|-----------|----------------------|
| | لایه ۱: ویژگی محصول |
| | لایه ۲: محصول واقعی |
| | لایه ۳: محصول افزوده |