

فرم درخواست نیاز فناوری اسنواک

اطلاعات اولیه:

عنوان نیاز فناوری:
ارائه الگوی بهینه تبلیغات بر اساس چرخه عمر محصول در صنعت لوازم
نوع پروژه (ساخت، طراحی، خدمات، طرح پژوهشی یا ...):
طرح پژوهشی

اطلاعات پروژه:

مشروح مسئله:

هر محصول در زمان حیات خود موسوم به پی.ال.سی (PLC)، چهار دوره‌ی: معرفی، رشد، بلوغ و افول را طی می‌کند که به آن‌ها چرخه عمر محصول نیز گفته می‌شود. این دوره‌ها هر کدام به‌صورت جداگانه دارای تبلیغات و استراتژی‌های بازاریابی متفاوتی هستند. مدیران محصول در دوره عمر محصول، از ترکیب تبلیغات و بازاریابی‌های گوناگونی استفاده می‌کنند. چرخه عمر محصول یک الگوی فروش و سود در طول زمان مشخص برای یک محصول (مابع ظرف‌شویی) یا یک دسته محصول (شوینده‌ها) است. هم‌زمان با طی شدن چرخه عمر محصول، شرکت باید تبلیغات بازاریابی خود را به‌روزرسانی کند تا دچار افول نشده و نیازهای مشتریان هدف را برآورده کند

طبیعی است که هیچ برندی نمی‌خواهد محصولش به پایان چرخه عمر خود برسد. بنابراین، مهم خواهد بود که ابتدا درک کنیم محصول ما در کدام دوره از چرخه عمر خود است تا بتوانیم تصمیم بهتری برای بازاریابی و تبلیغات بگیریم. با پاسخگویی سریع به نیازهای مشتریان، اضافه کردن پیشنهادات مشتریان به محصول و همچنین استفاده از فناوری جدیدی که باعث می‌شود در بازار به‌روز بود، رشد خواهیم کرد.

برای اینکه بدانیم از کدام یک از خدمات تبلیغاتی موجود استفاده کرده و چه نوع کمکی برای بازاریابی و تبلیغات خود بهره ببریم باید به جایگاه محصولمان واقف باشیم و بدانیم که در چه مرحله‌ای هستیم و این مراحل هر یک چه ویژگی‌هایی دارند.

اهداف مسئله (خروجی موردنظر از پروژه به طور شفاف بیان گردد و همچنین اثرات خروجی طرح):

این تحقیق جهت پاسخگویی به نیاز ارائه الگوی بهینه تبلیغات بر اساس چرخه عمر محصول در صنعت لوازم خانگی ایران است که در نهایت باعث ثروت آفرینی در جنبه‌های مختلف مادی و غیرمادی برای گروه صنعتی انتخاب خواهد شد.

علت ایراد تقاضا (چالش‌هایی که با انجام این پروژه رفع خواهند گردید عنوان شود):

توسعه بازار- شناسایی نیازهای پنهان مصرف‌کنندگان نهایی- افزایش بهره‌وری اقتصادی

محدوده مورد انتظار (مشخصات محصول یا طرح موردنظر، بایدها و نبایدهای طرح، موانع موجود، تست‌ها، آنالیزها و تاییدیه‌های مورد نیاز و...):

قبل از شروع یک الگوی بهینه در تبلیغات بر اساس چرخه عمر محصول لوازم خانگی ابتدا باید مخاطبان آن مشخص شوند. مشتریان بالقوه با توصیف ویژگی‌هایی همچون جنسیت، سن، محل زندگی، سطح درآمد و علت نیاز آن‌ها به محصول مشخص می‌گردند.

سپس محصولی که قرار است کمپین تبلیغاتی برای آن آغاز گردد در کدام مرحله از چرخه عمر محصول است.

انتخاب تکنیک مناسب تبلیغاتی بر اساس این که محصول در کدام مرحله از چرخه عمر قرار دارد و تعیین دقیق جزییات تبلیغات، ارزیابی تکنیک های تبلیغاتی استفاده شده و استفاده از ترکیبی از چند شیوه .
تکرار گام ها و تنظیم ترکیبی از شیوه های تبلیغی مناسب به نحوی که به بهترین نحو به فروش محصول کمک کند.
بر این اساس، این پژوهش ابتدا بایستی به بررسی الگوهای موثر در تبلیغات در جهت توسعه و افزایش فروش صنعت لوازم خانگی بر اساس چرخه عمر محصولات پرداخت در نهایت تشخیص و ارائه الگوی بهینه بر اساس چرخه عمر محصول در صنعت لوازم خانگی ایران کدام است .

آیا نیاز فناوری نمونه معادل خارجی یا داخلی دارد؟ (در صورت وجود نمونه مشابه، ذکر اسم کشور، شرکت، وبسایت عکس یا توضیحات مربوطه):

۵

-

حوزه تقاضای فناوری:

۶

بازاریابی-حوزه رفتار مصرف کننده

هزینه پیشنهادی انجام پروژه:

۷

-