



Le cycle de vie économique d'un produit correspond à l'évolution des ventes dans le temps, c'est-à-dire depuis sa mise sur le marché jusqu'à son retrait, il peut être décomposé en cinq phases :

1. Développement d'un nouveau produit :

coûts très importants, pas de recettes, pertes pour l'entreprise

2. Stade de lancement : Introduction du produit sur le marché

coûts élevés de production et de développement, faible volume de vente, pertes pour l'entreprise, prix élevés

3. Stade de croissance

coûts réduits par les économies d'échelles, croissance importante des volumes de vente, profits croissants pour l'entreprise et marges élevées, prix assurant une large part de marché

4. Stade de maturité

marges réduites, disparition des compétiteurs incapables d'économies d'échelle, coûts de production faibles, mais coûts de promotion commerciale et de services à la clientèle élevés, maximum des volumes de vente, profits encore très importants mais stagnants, tendance à la baisse des prix en raison de la concurrence, anticipation de produits de remplacement par la recherche et le développement

5. Stade de déclin

diminution des ventes, diminution des profits, diminution des prix, apparition de produits de remplacement

