

Pengembangan Produk Baru dan Siklus Hidup Produk

Oleh :

Fitriyah Inayah Ichwanda 115030300111018

Nendy Dwi F 115030301111017

Eky Yuniarti Sukarno 115030307111025

Sumber internal



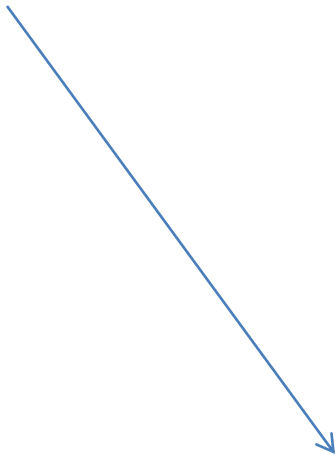
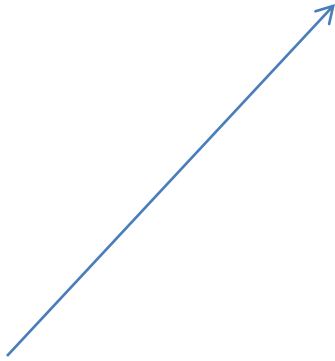
Perusahaan mengadakan riset dan pengembangan resmi, memilih ide dari karyawan mereka, dan mengadakan tukar pikiran dalam rapat eksekutif.

Dengan mengadakan survei dan kelompok fokus serta menganalisis pertanyaan dan keluhan pelanggan, perusahaan dapat menghasilkan ide produk baru yang akan memenuhi kebutuhan spesifik konsumen.

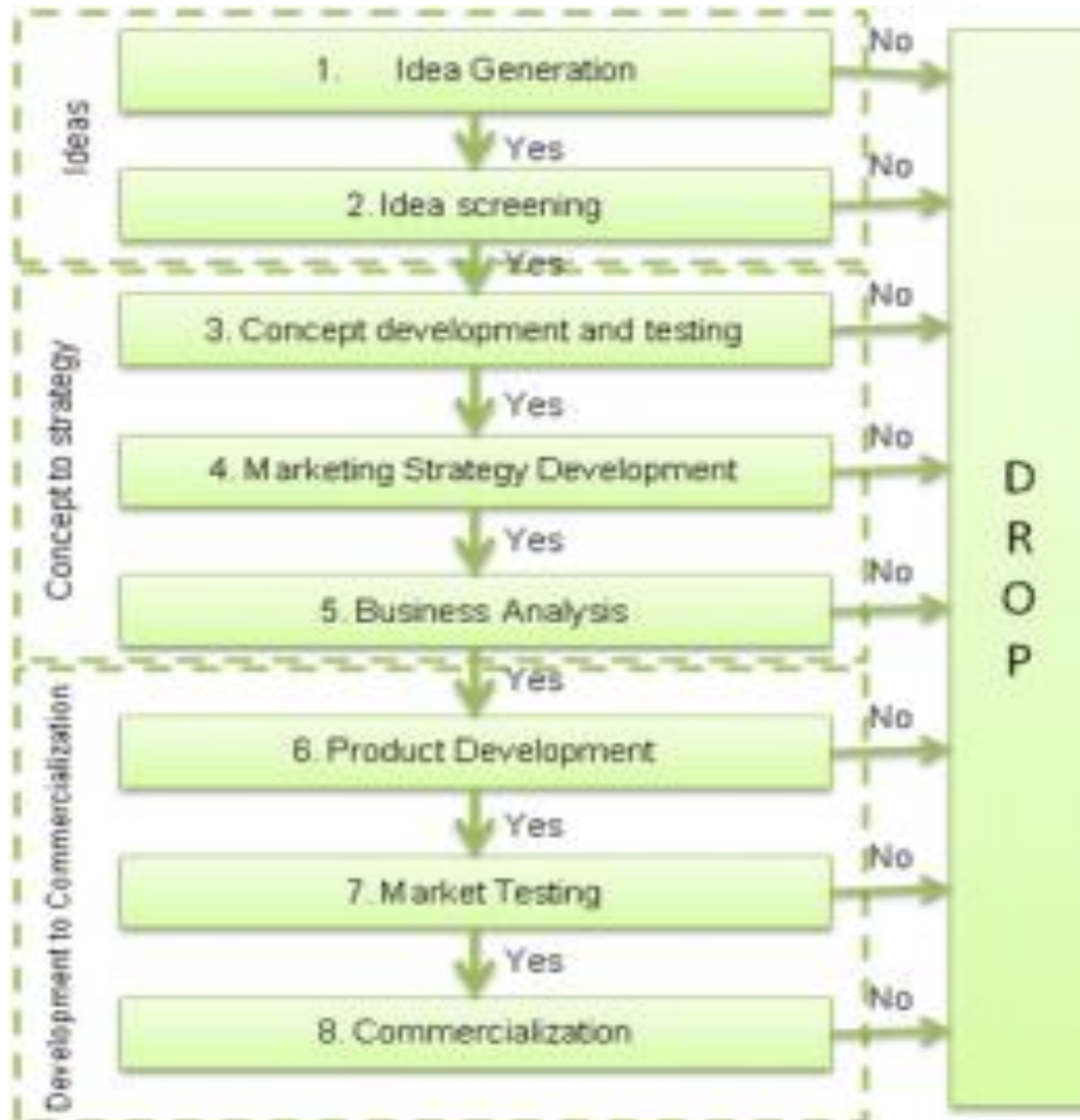


Sumber eksternal

Cara Perusahaan Menemukan dan Mengembangkan Ide Produk Baru



Proses Pengembangan Produk Baru



Mengatur Perkembangan Produk Baru

berpusat pada pelanggan



menemukan cara baru untuk memecahkan masalah pelanggan dan memberikan pengalaman yang lebih memuaskan bagi pelanggan.

berdasarkan tim



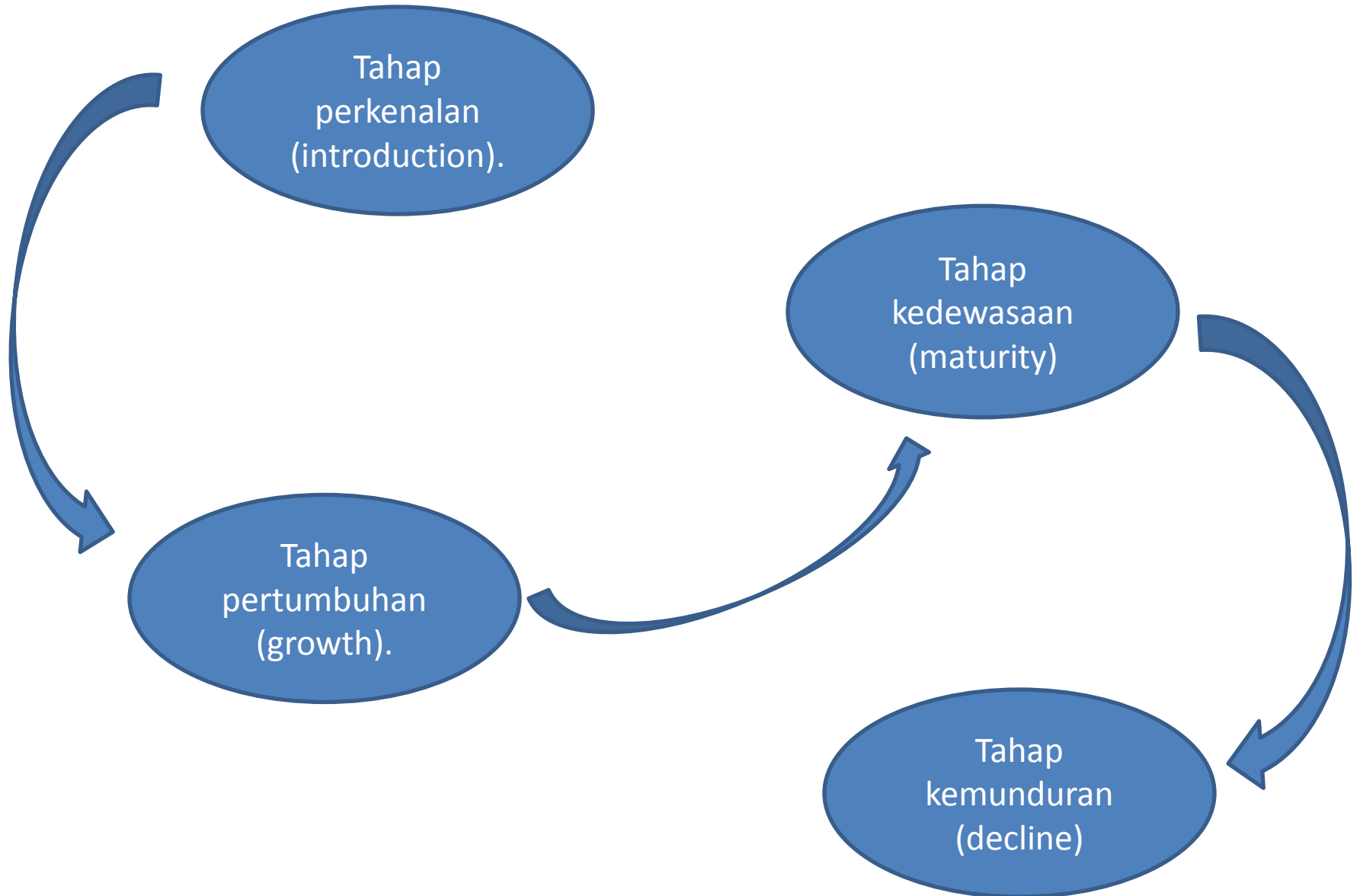
mengembangkan produk baru di mana berbagai departemen bekerja secara erat, melewati beberapa tahapan dalam proses pengembangan produk baru untuk menghemat waktu dan meningkatkan efektifitas.

secara holistik dan sistematis



sistem manajemen inovasi untuk mengumpulkan, meninjau, mengevaluasi dan mengatur ide produk baru.

Siklus Hidup Produk



Strategi Siklus Hidup Produk

1. Tahap Perkenalan (Introduction)
2. Tahap Pertumbuhan (Growth)
3. Tahap kedewasaan (maturity)
4. Tahap kemunduran (decline)

Konsep siklus hidup produk

1. Gaya (*style*)
2. Mode (fashion)
3. Mode sekejap (*fad*)

Strategi Siklus Hidup Produk

