



fourteenth edition

# MARKETING

Michael J. Etzel | Bruce J. Walker | William J. Stanton



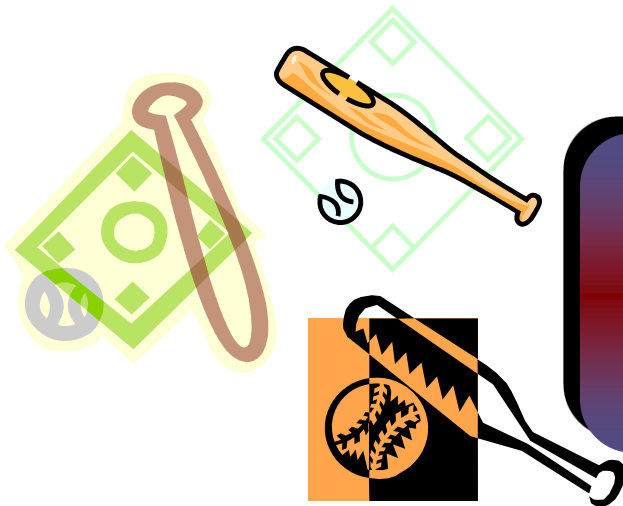
# 제품믹스 전략

# 9장의 목표

- 제품믹스와 제품라인의 차이
- 제품믹스 전략 - 포지셔닝, 확장, 수정, 축소
- 상향적 제품확장과 하향적 제품확장
- 제품수명주기를 통한 제품관리
- 조직적 진부화
- 스타일과 패션
- 패션채택과정

# 제품믹스와 제품라인

제품믹스  
한 기업이 판매하기 위해  
제공하는 모든 제품들의 집합



제품라인  
기업의 생산 제품 중 그 용도나  
특징이 유사한 제품들의 집단

# 제품믹스



제품믹스

깊이

제품라인에  
속해 있는  
제품의  
다양한 크기,  
색상,  
모델

넓이 제품라인의 수

# 제품 포지셔닝

경쟁기업

차별적 우위

제품계층 또는  
속성

매력적인 속성과 연결

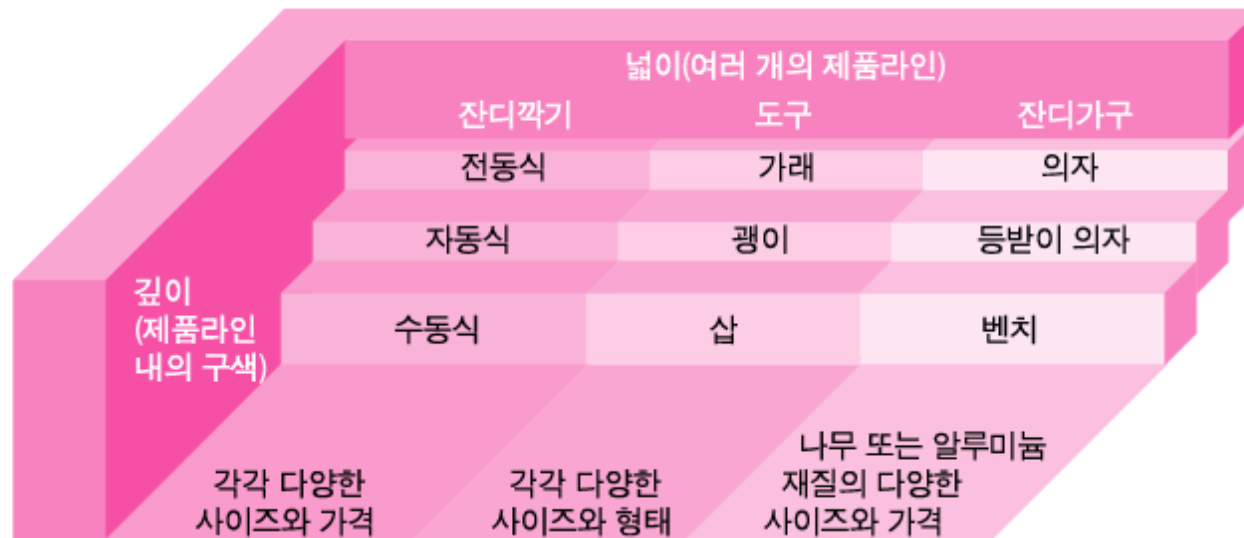
가격과 품질

고가격/고품질  
또는  
저가격



# 제품믹스- 넓이와 깊이

■그림 9-1 ■ 제품믹스의 예



# 제품믹스 전략



확장



축소

기존제품의 수정

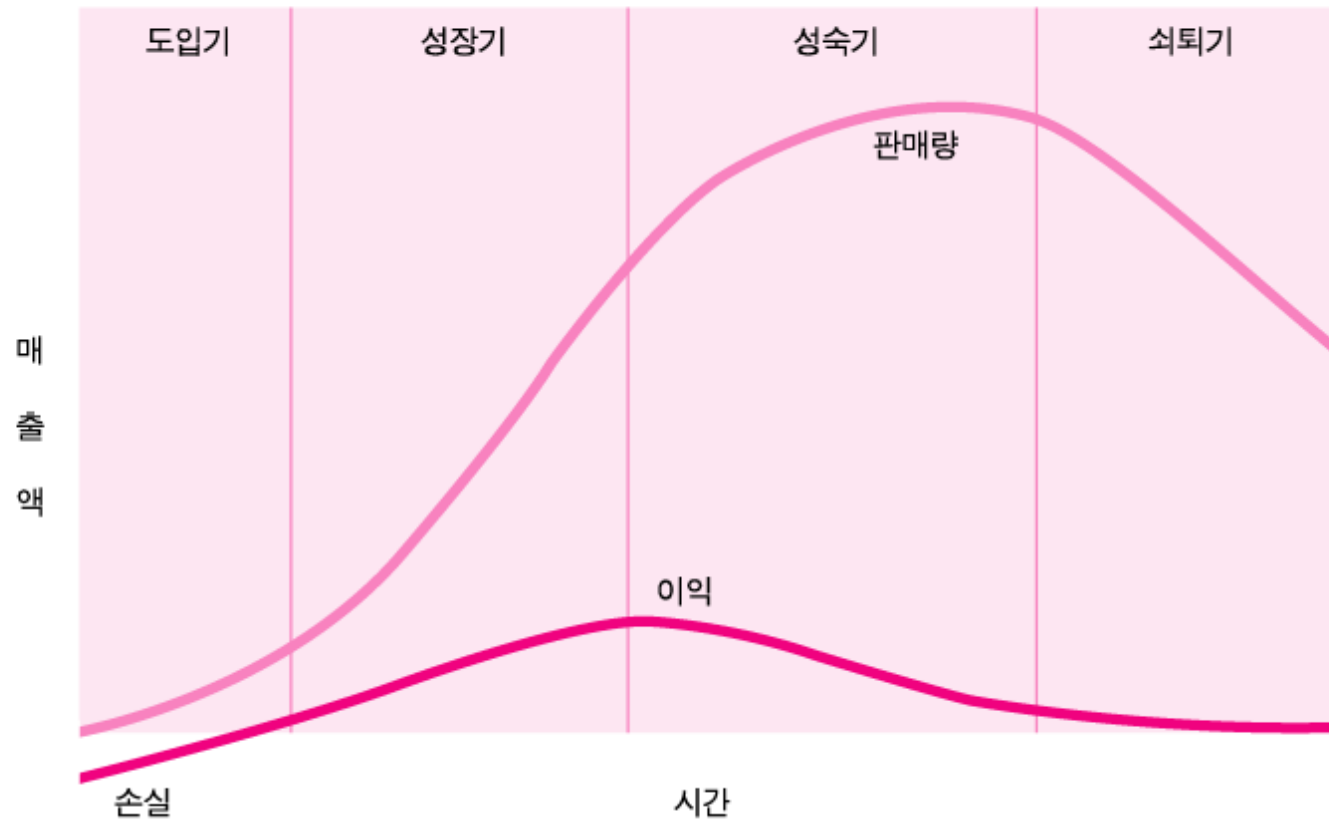
상향적 제품확장과  
하향적 제품확장





# 제품수명주기

【그림 9-2】 제품범주의 전형적인 수명주기



# 제품수명주기 단계

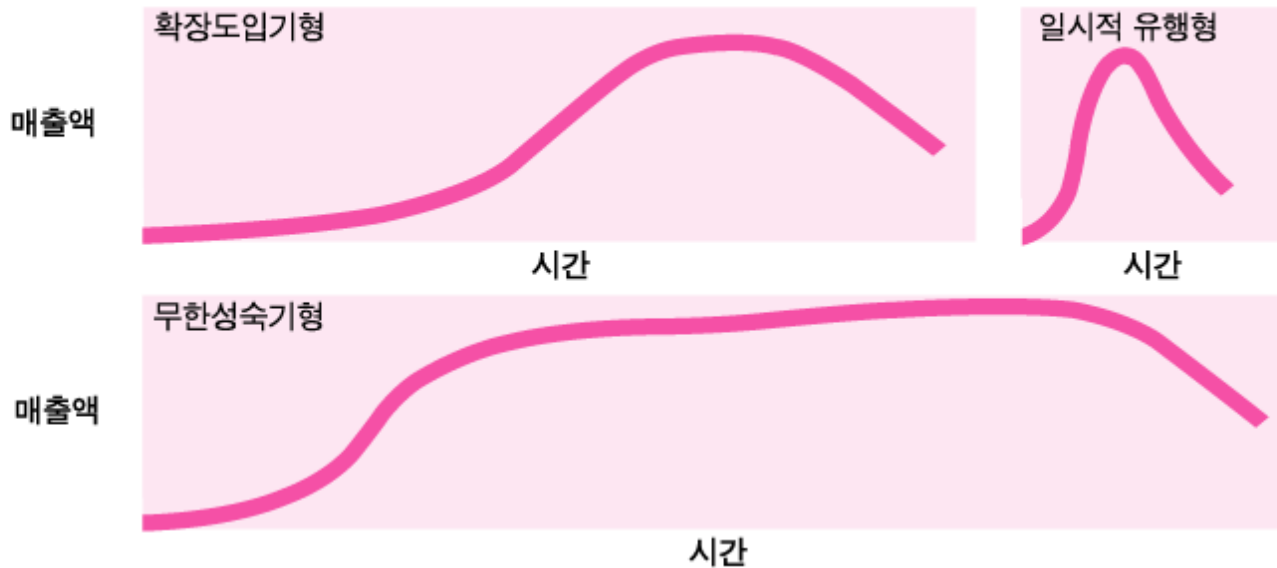
■ 표 9-1 ■ 제품수명주기 단계의 특성과 의미

	단계			
	도입기	성장기	성숙기	쇠퇴기
<b>특성</b>				
고객	혁신자	대량시장	대량시장	충성고객
경쟁	있다면 약간	증가	치열	감소
매출	낮은 수준, 그후 증가	급속한 성장	매년 저·무성장	감소
이익	없음	많고 이후 최고수준	매년 감소	낮거나 없음
<b>의미</b>				
전반적 전략	시장개발	시장침투	방어적 포지셔닝	효율성 혹은 철수
비용	단위당 높음	감소	안정적 혹은 증가	낮음
제품전략	비차별적	개선제품	차별화	라인축소
가격전략	최고가	시간경과에 따라 하락	최저가	상승
유통전략	독점적	개방적	개방적	선택적
촉진전략	범주인지	브랜드선호	브랜드 애호	강화

자료원: Adapted from material provided by professor David Appel, University of Notre Dame

# 제품수명주기의 기간

■그림 9-3■ 제품수명주기의 변형



# 제품수명주기 관리

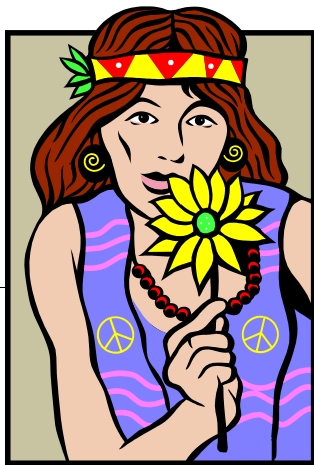


# 계획적 진부화

기술적 진부화

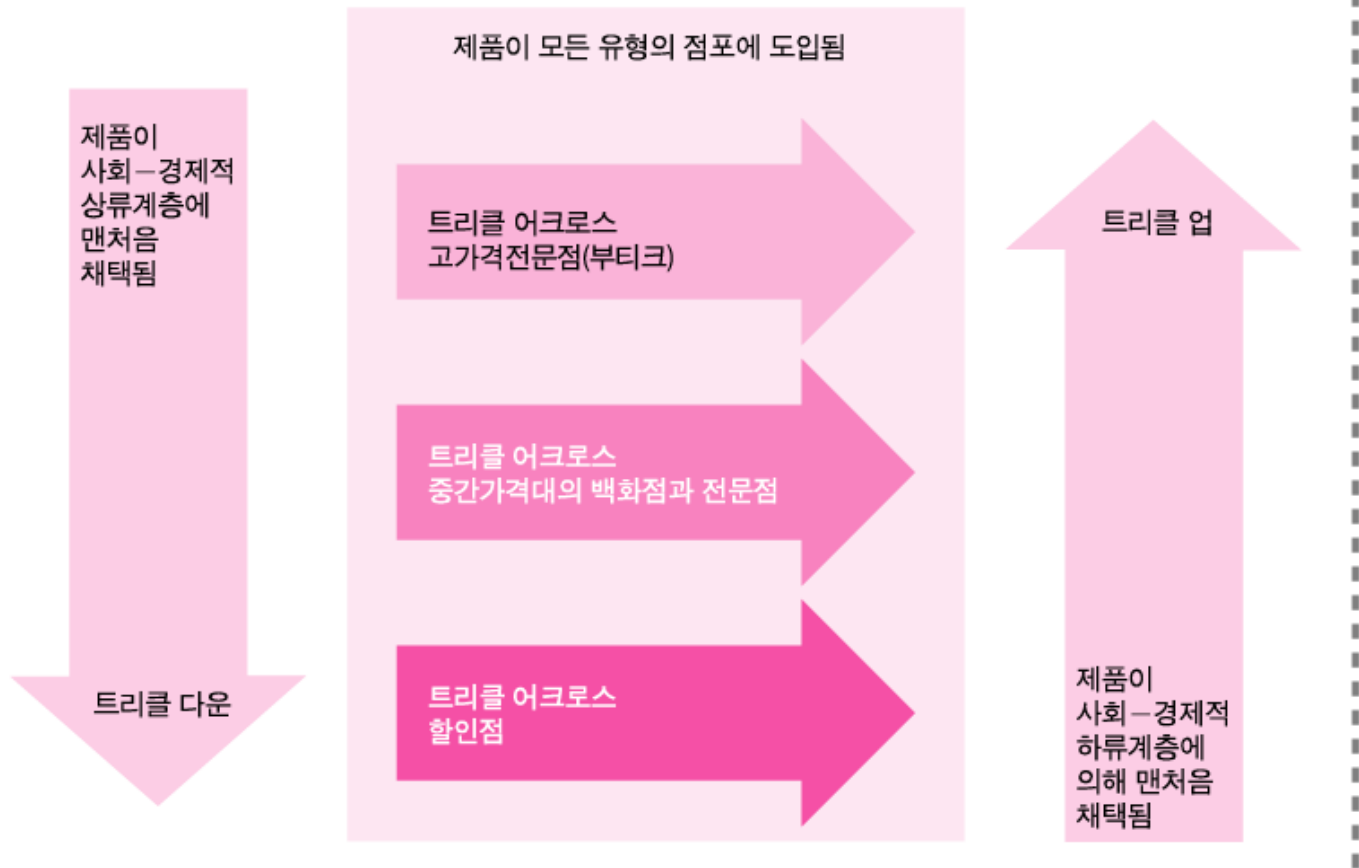


스타일 진부화



# 패션채택과정

■ 그림 9-4 ■ 패션채택과정



## 주요용어 및 개념

- 계획적 진부화
- 기술적 진부화
- 도입기
- 라인 확장
- 제품믹스 깊이
- 제품믹스 넓이
- 상향적 제품확장
- 선발자 우위
- 성숙기
- 성장기
- 쇠퇴기
- 스타일
- 스타일 진부화
- 일시적 유행

# 주요용어 및 개념

- 일시적 유행
- 제품라인
- 제품수정
- 제품믹스
- 제품믹스 축소
- 제품믹스 확장
- 제품수명주기(PLC)
- 트리클 다운
- 트리클 어크로스
- 트리클 업
- 패션
- 패션주기
- 패션채택과정
- 하향적 제품확장