

استراتيجيات المنتج

إستراتيجية الإنتاج الكفاء

تعتمد على الكفاءة المتفوقة في التصنيع والسيطرة على التكلفة مما يعطي القدرة على المنافسة بالسعر

الإستراتيجية الموجهة للتطبيقات

تعتمد على قدرة إدخال التعديلات على المنتج أو الخدمة الحالية وتكييفها تحتاج إلى قدرة كبيرة في هندسة وإعادة هندسة الإنتاج أو الخدمة

إستراتيجية اتباع القائد

عندما تقوم مؤسسة **بإتباع القائد** فهي لا تتحمل مخاطر ولا تخسر عند خسارة القائد أما إذا كان المنتج رابحا فإنها تلحق بالمؤسسة القادة للاعتنام

لا تحتاج هذه الإستراتيجية إلى قدرة كبيرة على البحث ولكنها تحتاج إلى قدرة كبيرة على التطوير تمكنها من الاستجابة السريعة

الإستراتيجية الهجومية

❖ تدعى أيضا إستراتيجية قائد السوق
❖ تعتمد فيها المؤسسة على قدرتها التكنولوجية
❖ تريد المؤسسة من خلالها أن تكون الأولى في تطوير المنتجات وإدخال المنتجات الجديدة
تحتاج هذه الإستراتيجية إلى
← الجهد المكثف في البحث والتطوير
← موارد كبيرة
← قدرة كبيرة على تحمل المخاطر
هذه الإستراتيجية لا تعتمد على الهيمنة على السوق فحسب، بل أيضا على القيام بإجراءات حذوية باستخدام التسعير