

ความสำเร็จ ความล้มเหลวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และราคา

ลักษณะที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ประสบความสำเร็จ

1. มีข้อได้เปรียบที่เด่นชัด
2. มีความสอดคล้องกับความต้องการของตลาด

เป้าหมาย/รูปแบบการบริโภคในปัจจุบัน

3. โอกาสในการทดลองใช้/ ทดสอบสินค้าของผู้ซื้อ

4. ความสามารถในการสังเกตเห็นได้/ โอกาสในการ
เป็นความใหม่

5. การแก้ปัญหาความยุ่งยากของลูกค้า

6. ลูกค้าเป้าหมายรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ (ประโยชน์ที่
ได้รับ > ต้นทุนการซื้อสินค้า)

7. กำหนดนโยบาย/ แผนการบริหารจัดการ
ผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ

ลักษณะที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ประสบความสำเร็จ

1. ไม่มีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน
2. ตลาดมีขนาดเล็ก
3. ผลิตภัณฑ์ขาดความใหม่หรือไม่แตกต่าง
4. ผลิตภัณฑ์ไม่ให้ผลประโยชน์ที่แท้จริง
5. การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่ผิดพลาด
6. การเปลี่ยนแปลงรสนิยมของผู้บริโภค
7. สินค้าใหม่ไม่เหมาะสมกับความสามารถ/ชำนาญ

การของบริษัท

8. ได้รับการสนับสนุนจากช่องทางการจัดจำหน่าย

น้อย

9. การโต้ตอบจากคู่แข่ง

10. การพยากรณ์ที่ผิดพลาด

11. การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อม

12. ต้นทุนที่ใช้ในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่สูง

13. ผลตอบแทนจากเงินลงทุนไม่เพียงพอ

14. อายุของผลิตภัณฑ์สั้น

15. ขาดการสื่อสารการตลาด และพลวัตกลยุทธ์
การตลาดอย่างต่อเนื่อง
16. ปัญหาการจัดองค์การ
17. ขาดแคลนทุน และบุคลากรที่มีความสามารถ
ในการจัดการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
18. โฆษณาสินค้าเกินความจริง
19. ข้อจำกัดเกี่ยวกับสังคม กฎหมาย และรัฐบาล