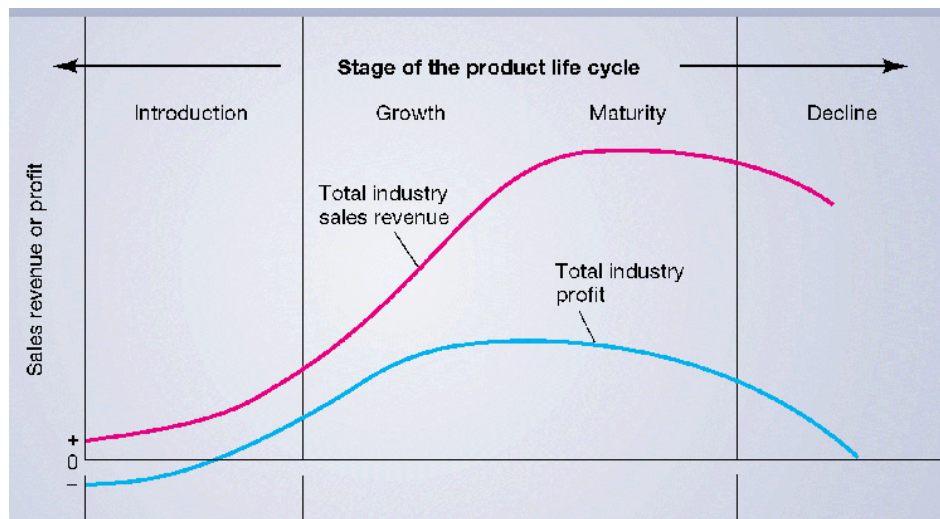


مدیریت چرخه عمر محصول^۱ (PLM)

هر یک از محصولات تولیدی عمر مفیدی دارند که پس از آن یا اصلاً قابل استفاده نخواهند بود یا کاراییشان بسیار افت خواهد کرد و شاید حتی مضر هم بشوند. هر محصول یک عمر تولیدی دارد که طی مراحل از سودآوری و فروش را پشت سر می‌گذارد و به آن چرخه عمر محصول یا PLC^۲ می‌گویند. نمودار کلی چرخه عمر یک محصول در شکل ذیل دیده می‌شود.



مراحل چرخه عمر محصول یا PLC

۱- معرفی (Introduction)

- فروش به کندی رشد میکند.
- ایجاد آگاهی از محصول
- هزینه های بالای تولید
- تغییرات مکرر در محصول
- قیمت بالا

¹ Product Life Cycle Management

² Product Life Cycle

- نرخ نارسایی بالا
- سود حداقل و یا منفی
- مدل های محدود محصول
- رقابت کم
- هزینه بالای بازاریابی
- استراتژی تبلیغ و آگهی بر روی تقاضای اولیه نوع محصول متمرکز است .

۲- رشد (Growth)

- فروش با یک نرخ رشد افزایشی رشد میکند .
- شرکتهای بزرگ ممکن است شرکت های کوچک پیشتاز را خریداری کنند .
- تعداد زیادی رقیب وارد بازار میشوند .
- سود مناسب
- تاکید تبلیغ بر روی آگهی مارک و تفاوت مارکها
- ایجاد شبکه گسترده تر توزیع کلید موفقیت در این مرحله است.
- در انتهای این مرحله قیمت به صورت معمول افت میکند.
- سود در انتهای این مرحله به راس خود می رسد.
- هزینه های توسعه بهبود پیدا میکند .
- حجم تولید ایجاد صرفه جویی مقیاس تولید انبوه میکند.

۳- بلوغ (Maturity)

- میزان فروش روال افزایشی با نرخ رشد کاهشی خواهد داشت
- بازار به اشباع میرسد

- تاکید بر روی استیل محصول به جای عملکرد
- خطوط تولید افزایش یافته و یا گسترده تر میشود
- مدل های سالانه از بسیاری از محصولات
- رقبا حاشیه ای به تدریج از بازار محصول حذف میشوند.
- تبلیغ سنگین بر روی واسطه ها و مصرف کننده مورد نیاز این مرحله است.
- قیمت و سود شروع به افت میکنند .

۴- زوال (Decline)

- علائم افت فروش در بلند مدت نمایان میشود.
- کاهش تقاضا باعث خروج اجباری بسیاری از رقبا از بازار میشود.
- نرخ زوال تابعی از ۲ فاکتور ذیل خواهد بود :
 - ✓ چطور سرعت سلاقی مصرف کننده تغییر میکند .
 - ✓ چطور سرعت محصولات جایگزین پذیرفته میشوند .
- تعداد بسیار کمی از شرکتهای ویژه امکان تولید محصول را دارند .
- استراتژی های موثر در این مرحله عبارتند از :
 - ✓ حذف محصول از خط تولید شرکت موثر ترین استراتژی است.
 - ✓ شرکت محصول را حفظ کرده ، اما حمایت های بازاریابی آن را کاهش میدهد .
- جهت جلوگیری از لغزش به مرحله زوال میتوان راه کار های ذیل را پیش گرفت :
 - ✓ تبلیغ استفاده بیشتر محصول توسط مشتریان جاری
 - ✓ پیدا کردن بازارهای هدف جدید برای محصول
 - ✓ پیدا کردن کاربرد جدید برای محصول

✓ تعیین قیمت محصول زیر قیمت بازار

✓ توسعه کانال های جدید توزیع

✓ اضافه کردن اجزاء جدید

✓ حذف اجزاء قدیمی

✓ ایجاد گارانتی های مهیج جدید

مدیریت چرخه عمر محصول (PLM)

به فرآیند مدیریت تمامی چرخه عمر محصول از زمان تشکیل مفهوم تا طراحی؛ ساخت؛ سرویس و زوال مدیریت چرخه عمر محصول اطلاق میشود.

PLM یکی از چهار رکن ساختار فن آوری اطلاعات یک شرکت میباشد.

الف) مدیریت ارتباطات و اطلاعات مشتریان یا CRM^۳

ب) مدیریت چرخه تامین یا SCM^۴

ج) مدیریت برنامه ریزی منابع سازمانی یا ERP^۵

د) مدیریت چرخه عمر محصول یا PLM

PLM عنوان عمومی است از مجموعه نرم افزارهای کاربردی که توانایی ایجاد فرآیند کسب و کار توسعه محصول جدید یا NPD^۶ را فراهم میکند.

³ Customer Relationship Management

⁴ Supply Chain Management

⁵ Enterprise Resource Planning

⁶ New Product Development

حوزه های PLM

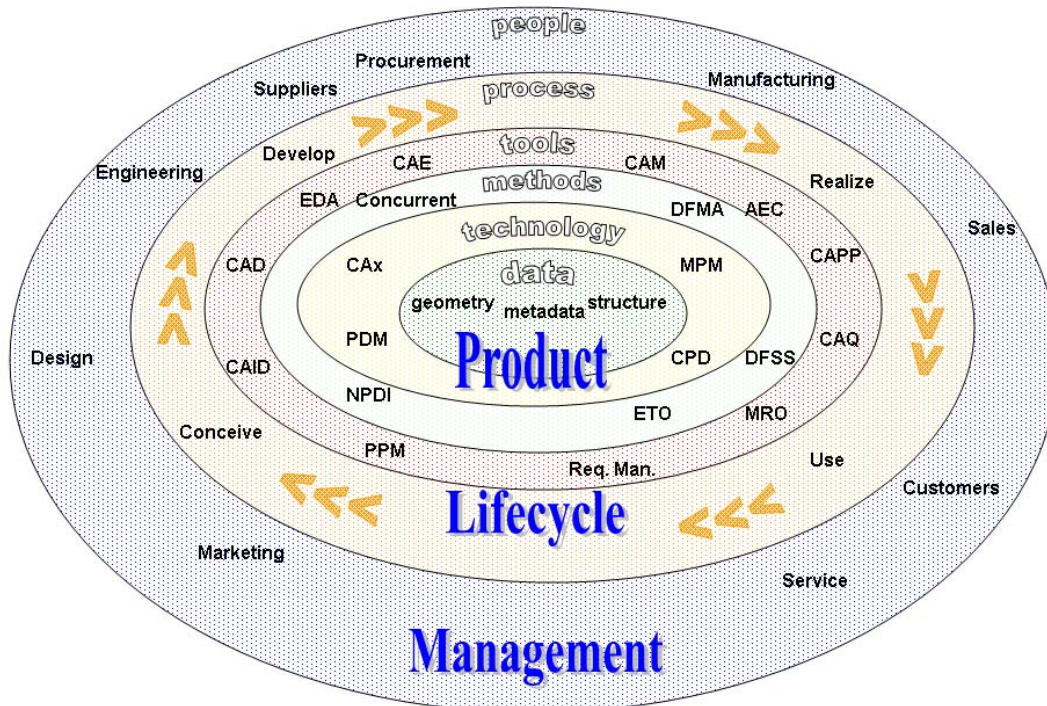
در داخل PLM چهار حوزه وجود دارد:

۱. مدیریت دارایی و محصول یا PPM^۷

۲. طراحی محصول یا CAX

۳. برنامه ریزی ساخت یا MPM^۸

۴. مدیریت داده محصول یا PDM^۹



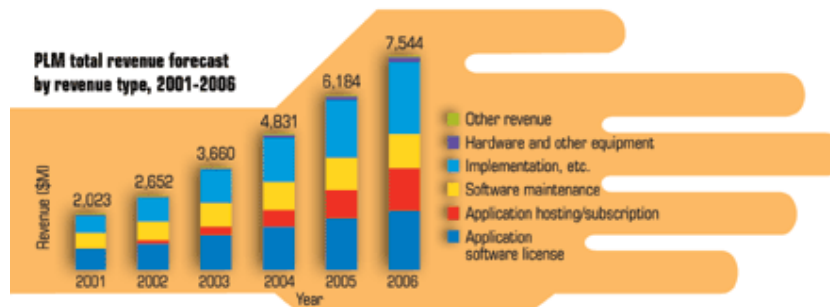
⁷ Product and Portfolio Management

⁸ Manufacturing Planning Management

⁹ Product Data Management

شرکتهای ارایه دهنده راه حل های PLM

- 1- Rule Stream
- 2- SAP
- 3- Seapine Software
- 4- Serena
- 5- Smart Solution
- 6- CMstat Corporation
- 7- Intellivate
- 8- Lotsia Soft –Russian
- 9- MechWorks Srl
- 10- Centare Group Ltd.
- 11- Microsoft Corporation
- 12- Epicor
- 13- Eurostep Commercial Solution
- 14- Feith Systems and Software, Inc.
- 15- NEC
- 16- NetIDEAS, Inc.
- 17- Noesis Solutions
- 18- NovaSoft Systems, Inc.
- 19- NT CAD/CAM Limited



Source: AMR Research, Inc.

منابع :

www-rohan.sdsu.edu/.../notes/chapt11/index.htm

en.wikipedia.org

www.plmic.com

محمد حسن آجیگل

MITM8

۸ دی ماه ۱۳۸۶