



Шведский
институт
менеджмента
www.ifl-russia.ru

Матрица "Продукт-Рынок"



Матрица «Продукт-Рынок»

- это практический инструмент для классификации продуктов и рынков (клиентов) в зависимости от перспективы увеличения объема продаж конкретного продукта на конкретном рынке.



Продукт

- совокупность благ, которые приобретает клиент в силу того, что продукт обладает свойствами, которые важны для него и которые позволяют ему извлечь необходимую пользу.

Аналитические возможности матрицы «Продукт-Рынок»

По продуктам:

- классификация продуктов по объемам продаж и уровню доходности
- позволяет ответить на вопрос: какие виды продукции следует развивать, а какие сокращать

По рынкам:

- классификация рынков по объемам продаж и тенденциям их развития
- позволяет ответить на вопрос: на каких категориях клиентов (рынках) следует сосредоточить внимание, а какие надо игнорировать

По оценке перспектив:

- оценки эффективности вывода новой продукции на старые и новые рынки
- оценки эффективности освоения новых рынков сбыта для старой и новой продукции

По продуктово-рыночным комбинациям:

- определение стратегически важных для фирмы продуктово-рыночных комбинаций
- исключение всех невозможных продуктово-рыночных комбинаций, а также тех комбинаций, которыми фирма не собирается активно заниматься

Матрица «Продукт-Рынок»

Клиент / Рынок Продукт	Клиент 1 / Рынок 1	Клиент 2 / Рынок 2	Клиент 3 / Рынок 3	Всего
№ 1	++ → 20	++ ↗ 40		60
№ 2	++ ↗ 10	+++ ↗ 20		30
№ 3	++ 5			5
№ 4 (НОВЫЙ)			+++ ↗ 0	0
№ 5	- ↘ 5			5
Всего	40	60	0	100%