

# STRATEGII ÎN POLITICA DE PRODUS

**Autor:**  
**Prof. dr. Singureanu Nicoleta**  
**Colegiul Economic "Hermes", sector 2, București**

Strategia de produs evidențiază opțiunile firmei privind dimensiunile, structura dinamica gamei de produse proprii. Este subordonată strategiei de piață a firmei și corelată cu strategiile de preț, de distribuție și de promovare.

Alternativel strategice în politica de produs a firmei urmăresc atingerea obiectivelor următoare:

1. consolidarea poziției pe piață, în rândul consumatorilor;
2. creșterea gradului de pătrundere în consum a unui produs;
3. atragerea gradului de pătrundere în consuma unui produs;
4. diferențierea față de produsele similare sau apropiate ale concurenței;
5. o mai bună poziționare a produsului în cadrul gamei din care face parte;
6. creșterea cotei de piață a produsului.

Strategiile de produs sunt diferențiate după următoarele criterii: **dimensiunile gamei de produse, nivelul calitativ al produselor**, respectiv, **gradul de înnoire a produselor** rezultând alternativel strategice prezentate.

## *Studiu de caz*

O firmă producătoare de rulmenți are în fabricație la începutul anului 28 de sortimente de asemenea produse. În decursul anului, introduce alte 6 noi sortimente în fabricație și renunță la producerea de 9 sortimente, pentru care nu mai are comenzi. Determinați în situația dată, **ritmul înnoirii** și, respectiv, al **diversificării sortimentale**.

a) **Ritmul înnoirii sortimentale:**

$$R_{\text{înnoire}} = \frac{S_n}{S_1 + S_n - S_1} \times 100,$$

în care:  $S_1$  = numărul de sortimente produse la începutul anului;

$S_2$  = numărul de sortimente noi de fabricație în timpul anului;

$S_3$  = numărul de sortimente la care se renunță în timpul anului.

$$R_{\text{înnoire}} = \frac{6}{28 + 6 - 9} \times 100 = 24\%$$

b) **Ritmul diversificării sortimentale:**

$$R_{\text{div}} = \frac{S_n - S_r}{S_1} \times 100; R_{\text{div}} = \frac{6 - 9}{28} \times 100 = -10,7\%$$

**Concluzie:** Firma a înregistrat o înnoire sortimentală, în paralel cu o restrângere sortimentală.

