



A STRATEGIC MANAGEMENT
SIMULATION

ORBYS COMPANY

MANAGING
PRODUCT LIFE CYCLE
DYNAMICS

ALIGN
R & D

WITH
MARKETING STRATEGIES



ORBYS COMPANY

Hız ekonomisi şirketlerin karları üzerinde en az ölçek ekonomisi kadar etkili. Ürün yaşam döngüsünün ilk %20'lik kısmında pazara girebilenler karların %80'ini elde ediyor.

Bu dinamik pazar koşullarında nasıl bir pazarlama stratejisi izlemeliyim? ARGE'den daha hızlı sonuçlar almak için nasıl bir yatırım stratejisine ihtiyaç duyarım? Yeni nesil bir ürün mü geliştirmeliyim yoksa ARGE bütçemi varolan ürünün kalitesini arttırmak üzere mi harcamalıyım? Hangi koşullarda hangi stratejiyi seçmem daha avantajlı olacak? Her ikisini birlikte uygulayabilir miyim? Yeni nesil bir ürünü piyasaya sürdükten sonra eski nesil ürünümü pazardan çekmeli miyim?

Eğer çekeceksem bunu ne zaman ve hangi koşullar altında yapmalıyım? Pazarlama harcamalarımla ürün lansmanını nasıl senkronize ederim ya da etmeli miyim? Ürün yaşam döngüsünün evrelerine göre pazarlama stratejilerimi nasıl uyumlaştırabilirim?

Tüm bu soruların gerçek hayatta tek bir doğru yanıtı yok. Böylesi dinamik koşullar altında strateji oluşturmak da çok kolay değil, ustalık gerektiriyor. Orby's Company ile gerçeğe çok yakın pazar dinamikleri altında simülasyonu oynadıkça ustalaşacaksınız. Gerçek oyunculara karşı stratejilerinizi test edin.

Öğrenme Çıktıları

- Pazarlama Stratejisini bütüncül şirket stratejisi ile uyumlu olarak geliştirmek
- ARGE Stratejilerini pazarlama stratejilerini destekler şekilde uygulamak
- Ürün yaşam döngüsü boyunca oluşan değişimleri yönetmek
- Tüm bunları yaparken finansal disiplini elden bırakmayarak şirketinizin sürdürülebilir karlar elde etmesini sağlamak