

## **Título: Por que novos produtos duram menos?**

Esta é uma pergunta que ronda nossas mentes, diante de tanto esforço por parte do marketing das empresas, mesmo com tantas informações e ferramentas aplicadas para que produtos e lançamentos durem mais.

Antigamente, aparelhos eletrônicos, como televisão e som tinham vida útil de oito a dez anos. Hoje são substituídos a cada dois ou três anos. A aceitação do conceito de descartabilidade alimenta ainda mais a febre de lançamentos de novos produtos.

Os consumidores estão cada vez mais propensos a experimentar novidades. Em virtude das empresas estarem a todo o momento lançando novas marcas, novos ingredientes, sabores, características ou embalagens diferentes.

Tudo isso porque os clientes estão dispostos a abandonar os produtos que estão usando, se o novo o satisfaça plenamente. Em compensação, também poderão abandonar a nova marca se a promessa não for cumprida.

Entre em um supermercado e faça uma análise de quantos iogurtes são oferecidos. Você provavelmente conseguirá achar mais de 50 tipos diferentes. No Brasil podemos encontrar mais de 400 modelos e marcas de carros. Acha muito? Abra uma revista especializada em automóveis e conte quantos tipos diferentes de carros são oferecidos.

As empresas, em busca por diferenciação, já identificaram e desenvolveram mais e mais segmentos e nichos, o que resultou em um mercado hiperfragmentado. Logo, logo chegaremos ao marketing de produtos personalizados, um a um.

**Prof. Menegatti** é palestrante em Vendas, Motivação e Liderança. Autor dos livros "Desperte Seu Potencial Emocional" e "Talento é fazer coisas comuns de forma extraordinária". Dos DVD's "Campeão de Vendas", "O líder Influenciador" e "Desafios da Mudança". Contatos: [www.menegatti.srv.br](http://www.menegatti.srv.br) - [menegatti@menegatti.srv.br](mailto:menegatti@menegatti.srv.br)