

الرشيد، هارون. 2013. **تطبيق نتيجة الحياة ( Product Life Cycle ) نظرية النتيجة (Maturity Product)** إندونيسيا. كلية الإقتصادية إبراهيم الإسلامية الحكومية . مشهوري الماجستير.

المفتاحية: تطبيق نتيجة الحياة (PLC) استراتيجية النتيجة .

ظهر	مستهلكي	إندونيسيا
2009 45%	2010 43%	2011 40,8%
لمستهلكين. هذا قدرتها	إندونيسيا هذا فعالية	استراتيجيتهم سيطرة توزيع
يهدف هذا	(1) استراتيجية التسويق	استراتيجية النتيجة (maturity product)
إندونيسيا. هذا البيانات الكتابية بطريقة وثائقية تصميم التسويق.	منهج تظهر رئيس	الكيفي، وهي عمليات بها البيانات هذا تصميم التسويق
نتيجة التسويق، لأنها تفيد هذا	نتيجة عميقا دينامية سمين إندونيسيا	الحياة (PLC) نظرية مهمة عملية تحليل (maturity) حيث إنها
البيع النتيجة قبلها التسويق	البيع النتيجة قبلها التسويق	المستهلكين. ويستقر الاستراتيجية الهجومية
(defensive-offensive) حيث يستعمل	(defensive) يتركز	الرئيسي ويستعمل الهجوم (offensive) بتعديل والنتيجة ترقية
وهذه الاستراتيجية فعالية. ويمكن تطبيق هذه الاستراتيجية يحدد	سمين هولسيم (Holcim) سمين	Indocement) وضعطهما
المستهلكين. سمين المستهلكين	المستهلكين	إندونيسيا تسويقها،
يعنى 43% 2012 وهو	2011 40 8%	وتظهر هذا
الرئيسي، (2) أهمية استراتيجية تقديم الأوليات لها	وهي: (1) أهمية لها	وميزة وحدوثية، (3) أهمية
الوحيد ووكيل	الوحيد	