دورة حياة المنتوج وتشابك الدورات

1. مرحلة التقديم :. الخدمات غير معروفة لدى الزبائن ولذلك يتطلب دراسة السوق اي معروف اذواقهم ورغباتهم قبل البدء بطرح الخدمات ويحتاج الى جهود تسويقية مكثفة (الدعاية والاعلان ) وبذلك تزداد المعروضات المفضلة لاغراض الترويج
2. مرحلة النمو خلال فترة النمو ينجح المنتوج في السوق بشكل جيد وخصوصاً اذا كان يمتاز بصفات مميزة عن المنتوجات الاخرى عندما يصبح معروفاً في السوق فأن المبيعات تزداد وكذلك الايرادات ينتج عن ذلك زيادة في الارباح او في هذه المرحلة يتطلب الاخرى الحفاظ وتحسين الخدمات والبحث عن منافذ توزيع سليمة وملائمة لان المنظمة تفكر بالارباح وبالعلامة التجارية
3. مرحلة النضوج : هذه المرحلة تعتبر ارقى المراحل وتبدأ حالة المنافسة بسبب مصروفة المنتوج في السوقي ويتطلب في هذه المرحلة الذات زيادة التكاليف التسويق اكثر من السابق و فهرها قنوات بهدف ان يمسك المرفق السياحي بعصة لايفرط في السوق وتبدأ بعض الضغوط لتخفيض السعر كافة المستويات ( المنتج الموزع الزبون ) .
4. مرحلة الاشباع :. في هذه المرحلة يبدأل المنتوج بالتقادم والتزمل من نقطة النضوج وحتى نقطة الاشباع وهي التخمة التي يبدأ فيها الضيف بالتفكير بمنتوج أخر .

مرحلة التدهور :. هذه المرحلة هي اخر مراحل حياة الخدمة الاول هي مرحلة السقوط والتدهور وأهم ما يعبر هذه المرحلة هو انخفاض الايرادات وهبوط كبير في الارباح ناتج عن الخسارة لطبيعة خدمة المنتوج وعدم أستجابة لمتطلبات ومواكبة السوق