

БИБЛИОТЕКА КНИГИКРАТКО

**КРАТКОЕ  
СОДЕРЖАНИЕ  
«СТРАТЕГИЯ  
ГОЛУБОГО ОКЕАНА.  
КАК НАЙТИ ИЛИ  
СОЗДАТЬ РЫНОК,  
СВОБОДНЫЙ ОТ  
ДРУГИХ ИГРОКОВ»**

КнигиКратко

Библиотека КнигиКратко

**Краткое содержание  
«Стратегия голубого океана.  
Как найти или создать рынок,  
свободный от других игроков»**

«Аktion управление и финансы»

## КнигиКратко Б.

Краткое содержание «Стратегия голубого океана. Как найти или создать рынок, свободный от других игроков»  
/ Б. КнигиКратко — «Актин управление и финансы»,  
— (КнигиКратко)

Этот текст — сокращенная версия книги «Стратегия голубого океана. Как найти или создать рынок, свободный от других игроков». Только самое главное: идеи, техники, ключевые цитаты. В каком океане «плавает» ваша компания — в алом, полном «крови» конкурентов, или голубом, где конкуренции почти нет? Спешите разобраться, потому что если большинство ваших активов находится в алом — серьезных проблем не избежать. Во всяком случае, их предсказывает автор знаменитой стратегии голубого океана профессор бизнес-школы INSEAD Чан Ким, который уже научил Samsung, LG и другие лидирующие компании уходить от конкуренции и реконструировать границы рынка Как рождается конкуренция? Ответ на этот вопрос очевиден: в поисках новых источников прибыли компании в первую очередь анализируют свое рыночное окружение, их успехи и неудачи. Итогом стратегии, разработанной по результатам такого анализа, часто бывает избыток похожих продуктов, приводящий к перенасыщению рынков и замешательству потребителей, не способных отличить одно предложение от другого. Спрос уменьшается, конкуренция ужесточается, приводя подчас к настоящим «боевым действиям», окрашивающим «конкурентный океан» алой кровью проигравших. С этим процессом в современных рыночных реалиях сталкивалась практически каждая компания. Но так ли уж он неизбежен? Нет! — уверенно утверждает знаменитый маркетолог, профессор французской бизнес-школы INSEAD Чан Ким в своем революционном бестселлере «Стратегия голубого океана», в основу которого легли пятнадцатилетние исследования данных о рыночных стратегиях 108 компаний в 30 отраслях за последние 100 лет. Согласно его теории, даже на самых исследованных рынках можно уходить от конкуренции, находить новые ниши и внедрять новые стратегии быстро и с оптимальными затратами, наслаждаясь чистыми и безопасными водами свободного голубого океана.

Преимущества стратегии, предложенной Чан Кимом, весьма ощутимы: из более чем сотни исследованных им компаний только каждая седьмая шла по пути создания голубого океана, но при этом суммарная прибыль этого меньшинства в полтора раза превысила суммарную прибыль выбравших традиционный подход к разработке стратегии. Напоминаем, что этот текст — краткое изложение книги

© КнигиКратко Б.

© Акцион управление и финансы

# «Стратегия голубого океана»

## Чан Ким

### Мастер «морского боя»

*В каком океане «плавают» ваша компания – в алом, полном «крови» конкурентов, или голубом, где конкуренции почти нет? Спешите разобраться, потому что если большинство ваших активов находится в алом – серьезных проблем не избежать. Во всяком случае, их предупреждает автор знаменитой стратегии голубого океана профессор бизнес-школы INSEAD Чан Ким, который уже научил Samsung, LG и другие лидирующие компании уходить от конкуренции и реконструировать границы рынка.*

Как рождается конкуренция? Ответ на этот вопрос очевиден: в поисках новых источников прибыли компании в первую очередь анализируют свое рыночное окружение, их успехи и неудачи. Итогом стратегии, разработанной по результатам такого анализа, часто бывает избыток похожих продуктов, приводящий к перенасыщению рынков и замешательству потребителей, не способных отличить одно предложение от другого. Спрос уменьшается, конкуренция ужесточается, приводя подчас к настоящим «боевым действиям», окрашивающим «конкурентный океан» алой кровью проигравших.

С этим процессом в современных рыночных реалиях сталкивалась практически каждая компания. Но так ли уж он неизбежен? Нет! – уверенно утверждает знаменитый маркетолог, профессор французской бизнес-школы INSEAD Чан Ким в своем революционном бестселлере «Стратегия голубого океана», в основу которого легли пятнадцатилетние исследования данных о рыночных стратегиях 108 компаний в 30 отраслях за последние 100 лет. Согласно его теории, даже на самых исследованных рынках можно уходить от конкуренции, находить новые ниши и внедрять новые стратегии быстро и с оптимальными затратами, наслаждаясь чистыми и безопасными водами свободного голубого океана.

Преимущества стратегии, предложенной Чан Кимом, весьма ощутимы: из более чем сотни исследованных им компаний только каждая седьмая шла по пути создания голубого океана, но при этом суммарная прибыль этого меньшинства в полтора раза превысила суммарную прибыль выбравших традиционный подход к разработке стратегии.

## **Конец ознакомительного фрагмента.**

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.