

БИБЛИОТЕКА КНИГИКРАТКО

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

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

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=27360430

DG Win&Soft;

Аннотация

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 предрекает автор знаменитой стратегии голубого океана профессор бизнес-школы INSEAD Чан Ким, который уже научил Samsung, LG и другие лидирующие

компания уходит 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 уйти 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

«Стратегия голубого океана»

Чан Ким

Мастер «морского боя»

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 предрекает 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 уже сточается, приводя подчас к настоящим «боевым действи-

ям», 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.