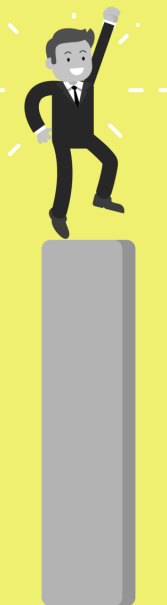


КРАТКОЕ
СОДЕРЖАНИЕ

ЧАН КИМ И РЕНЕ МОБОРН

СТРАТЕГИЯ ГОЛУБОГО ОКЕАНА



КАК НАЙТИ ИЛИ СОЗДАТЬ РЫНОК,
СВОБОДНЫЙ ОТ ДРУГИХ ИГРОКОВ



MYBOOK

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

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=40204459

Стратегия голубого океана. Как найти или создать рынок, свободный от других игроков:

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.

Чан Ким и Рене Моборн – авторитетные бизнес-консультанты, преуспевшие в создании стратегий продвижения и развития компаний. Именно они разработали теорию алых и голубых океанов в мире предпринимательства.

Алые океаны – это уже известные компании и конкурентные сферы рынка. Стоит ли делать ставку на развитие в этих

сегментах? Возможно, лучше было бы открыть для своей корпорации путь к новым, еще неизведанным водам? Голубые океаны – принципиально новые и свободные от конкуренции рыночные ниши. Именно их создание и является залогом успешного развития крупных организаций.

Авторы убеждены, что современный рынок, подобно нашей вселенной, обладает потенциалом бесконечного расширения. Разве это не повод воспользоваться стратегией голубых океанов и открыть для себя множество новых возможностей?

Напоминаем, что этот текст – краткое изложение книги «Стратегия голубого океана. Как найти или создать рынок, свободный от других игроков»

Содержание

Введение	5
Стратегия голубого океана	7
Создание голубых океанов	7
Конец ознакомительного фрагмента.	9

Стратегия голубого океана. Как найти или создать рынок, свободный от других игроков

Введение

Принято считать, что в основе успеха любой компании лежит умение выгодно выделяться на фоне конкурентов. Но, чтобы удовлетворить постоянно расширяющиеся запросы покупателей, этого недостаточно. Руководителям организаций приходится прибегать к новым методикам управления, чтобы занять как можно больше сегментов рынка.

Бизнес-консультанты Чан Ким и Рене Моборн разработали собственную систему создания рыночных ниш, получившую название стратегии голубого океана, которая позволяет отказаться от устаревших подходов к развитию компаний. Авторы предлагают делать ставку на стимуляцию спроса в условиях новых рынков. Их система охватывает все этапы реновации фирмы – от поиска подходящей идеи до ее по-

этапного воплощения в жизнь.

Все приведенные в книге советы базируются на многолетнем опыте и исследованиях авторов. Издание будет полезно всем, кто уже стоит во главе компании, а также тем, кто еще только задумывается о создании собственного дела.

Стратегия голубого океана

Создание голубых океанов

Авторы рассматривают успешную стратегию нововведений на примере всемирно известного «Цирка дю Солей». На сегодняшний день это самое знаменитое шоу в мире, и возглавляет этот бренд музыкант, акробат и факир Ги Лалиберте.

Компания Cirque du Soleil никогда не ставила перед собой задачи конкурировать с традиционными цирками. Ее создатели сразу решили занять свободную нишу рынка, ориентируясь на новую целевую аудиторию – корпоративных клиентов и взрослых людей, готовых платить за уникальное экстремальное шоу гораздо больше, чем за билет на обычную программу.

Даже название проекта было говорящим: «Мы изобретаем цирк заново». Именно в этом кроется секрет успеха «Цирка дю Солей»: чтобы стать победителем, необязательно пытаться кого-то превзойти.

Авторы условно делят всю рыночную систему на два вида океанов: алые и голубые. Алые океаны – это все существующие на данный момент сегменты, представляющие собой уже изученную часть рынка. Голубые океаны – возможные,

НО НИКЕМ НЕ ОСВОЕННЫЕ НИШИ.

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.