

# Στρατηγική Γαλάζιων Ωκεανών



## Γιατί;

Οι νέες εταιρείες που κινήθηκαν με καινοτόμα προσέγγιση έχουν καλύτερα οικονομικά αποτελέσματα από αυτές που ήταν απλές επεκτάσεις στον ήδη γνωστό χώρο της αγοράς (\*)

Νέες εταιρείες

86%

14%

Έσοδα

62%

38%

Κέρδη

39%

61%

Με τη **Στρατηγική των Γαλάζιων Ωκεανών** (Blue Ocean Strategy) η επιχείρηση:

- **Αποχωρεί** από τις συνωστισμένες, υψηλού ανταγωνισμού και χαμηλών περιθωρίων κέρδους αγορές και
- **Μεταβαίνει** σε αγορές, ανακαλύπτοντας νέους πελάτες που αναζητούν καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες.

## Νέο παιχνίδι | σε νέο τόπο | με νέους παίκτες!

(\*) Σύμφωνα με την έρευνα των Chan W. Kim και Renée Mauborgne το 86% των νέων εταιριών ήταν απλές επεκτάσεις στον ήδη γνωστό χώρο της αγοράς. Αυτές οι εταιρίες κατείχαν το 62% των εσόδων και το 39% των συνολικών κερδών. Το υπόλοιπο 14% των εταιριών που κινήθηκαν με καινοτόμα προσέγγιση, είχαν συμμετοχή στο 38% των εσόδων ενώ τα κέρδη τους ανέρχονταν στο 61%.

Η έρευνα περιλαμβάνεται στο [βιβλίο](#) τους: «Η στρατηγική των γαλάζιων ωκεανών – Κερδίστε τις ανεκμετάλλευτες αγορές». Chan W. Kim και Renée Mauborgne. Εκδόσεις ΚΡΙΤΙΚΗ.



Η **Στρατηγική των Γαλάζιων Ωκεανών** προτείνει:

- **Εξαλείψτε** τα χαρακτηριστικά, προϊόντων και υπηρεσιών, που ο κλάδος θεωρεί δεδομένα
- **Μειώστε** αυτά που δεν προσφέρουν αξία
- **Αυξήστε** αυτά που προσθέτουν
- **Δημιουργείστε** νέα χαρακτηριστικά στα προϊόντα και τις υπηρεσίες που δεν προσφέρονται από τον κλάδο

### Αξιακή Καινοτομία

Με αξιοποίηση της πλάγιας σκέψης, η Στρατηγική των Γαλάζιων Ωκεανών μπορεί να συνδυάσει τα δύο, φαινομενικά αντίθετα, τη μείωση του κόστους με την αύξηση αξίας!

Η **μείωση του κόστους παραγωγής** επιτυγχάνεται από την εξάλειψη ή μείωση χαρακτηριστικών που δεν προσθέτουν αξία.

Η **αξία για τον πελάτη αυξάνει** με την παροχή βελτιωμένων ή νέων χαρακτηριστικών που δημιουργούνται.

## Πιστέψτε στο αδύνατο: μείωση κόστους με αύξηση αξίας, είναι δυνατό!

Μην ανταγωνίζεστε σε υπάρχουσες αγορές

Οδηγήστε την επιχείρησή σας σε περιοχές περιορισμένου ανταγωνισμού

Μην προσπαθείτε να ξεπεράσετε τους ανταγωνιστές σας

Καταστήστε τους αδιάφορους

Μην προσπαθείτε απλά να εκμεταλλευτείτε υφιστάμενη ζήτηση

Δημιουργείστε νέα ζήτηση για τα προϊόντα σας

Μην κάνετε το συμβιβασμό μεταξύ χαμηλού κόστους και μοναδικότητας

Προσπαθήστε να τα πετύχετε και τα δύο

## Γιατί η Στρατηγική των Γαλάζιων Ωκεανών είναι επίκαιρη για τις ελληνικές επιχειρήσεις

Η ζήτηση στον ανεπτυγμένο κόσμο αυξάνεται με χαμηλούς ρυθμούς. Η προσφορά από χώρες χαμηλού κόστους αυξάνεται ραγδαία. Ως συνέπεια τα περιθώρια κέρδους συμπιέζονται και επιχειρηματικοί κλάδοι μετατρέπονται σε **Κόκκινους Ωκεανούς** (περιοχές μεγάλου ανταγωνισμού).

Επιπλέον, στο τοπικό περιβάλλον οι περιορισμοί στις χρηματοδοτικές δυνατότητες σε συνδυασμό με τη μείωση της αγοραστικής δύναμης επιβάλλουν την ανάγκη για στρατηγική καινοτομία και καθιστούν επίκαιρη την πρόταση των **Γαλάζιων Ωκεανών** (επέκταση σε αγορές με χαμηλό ανταγωνισμό, υψηλά περιθώρια κέρδους και προοπτικές μεγέθυνσης).

Η **P&I** υποστηρίζει την ανάπτυξη εργασιών των επιχειρήσεων αξιοποιώντας εργαλεία και μεθοδολογίες όπως η **Στρατηγική των Γαλάζιων Ωκεανών**. Η μεθοδολογία αυτή συμβάλλει στη δημιουργία **σύγχρονων οργανωτικών δομών**, στην παραγωγή **καινοτόμων προϊόντων** και την εφαρμογή **ανατρεπτικού marketing**.

