

Estrategia del océano azul

La estrategia del Océano Azul, plantea que existe un “océano rojo” que busca superar a la competencia para obtener una parte de un mercado existente y un “océano azul”, que consiste en buscar un mercado que nadie haya tocado y que tenga el potencial de crecer. En este Seminario con un enfoque muy práctico, los participantes aprenderán cómo desarrollar y pensar en una Estrategia de Océano Azul.

Destinatarios

• Gerentes, Empresarios y Dueños de Empresas.

Ejecutivos y personal involucrado activamente en la dirección y comercialización.

Jefes de Venta y Responsables de Marketing.

Responsables Funcionales que implementan iniciativas estratégicas dentro.

Objetivos

• Ofrecer a los participantes herramientas prácticas para formular una estrategia nueva y diferente que le permita a su empresa crear nuevos mercados (océanos azules) al ofrecer un valor fundamentalmente nuevo y superior a los clientes.

Duración

• La duración del curso es de 8 horas.

Programa

- 1 • De la planificación estratégica a la estrategia del Océano Azul.
- 2 • Las fuerzas competitivas.
- 3 • La lógica del crecimiento rentable.
- 4 Océano Rojo versus Océano Azul.
- 5 Innovación de valor.
- 6 La curva de valor y la matriz ERAC.
- 7 • Análisis de ejemplos de Estrategias de Océano Azul.

Metodología

• Este seminario es altamente dinámico y participativo. Se presentaran casos prácticos reales de empresas que han logrado crear nuevos mercados sin competencia (océanos azules) en diferentes industrias y países. Se compartirán nuevas experiencias entre los participantes. Los participantes aprenderán cómo desarrollar y pensar en una Estrategia de Océano Azul.

