

Estratégia do Oceano Azul

Explore como as empresas podem criar novos mercados, evitando a competição intensa e encontrando oportunidades de crescimento significativo.



Objetivos

- 1 Introduzir o conceito de Estratégia do Oceano Azul.
- 2 Compreender a diferença entre Oceano Azul e Oceano Vermelho.
- 3 Discutir como criar um mercado novo e não explorado.

Oceano Azul vs. Oceano Vermelho

Oceano Vermelho

Mercados existentes, com competição intensa e margens de lucro reduzidas

Oceano Azul

Mercados novos e inexplorados, onde a concorrência é irrelevante e há oportunidades de crescimento significativo

SIMULTANEOUS PURSUIT OF
DIFFERENTIATION AND LOW COST

**VALUE
INNOVATION**

THE CORNERSTONE OF
BLUE OCEAN STRATEGY

RIVER

Inovação de Valor

O pilar da Estratégia do Oceano Azul, envolvendo a criação de valor simultânea para a empresa e para os clientes, por meio de soluções inovadoras que abrem novos mercados e demandam menor custo operacional.

Desafios e Oportunidades



Inovação

Criar soluções disruptivas que atendam necessidades não atendidas



Coragem

Assumir riscos e explorar novos caminhos



Colaboração

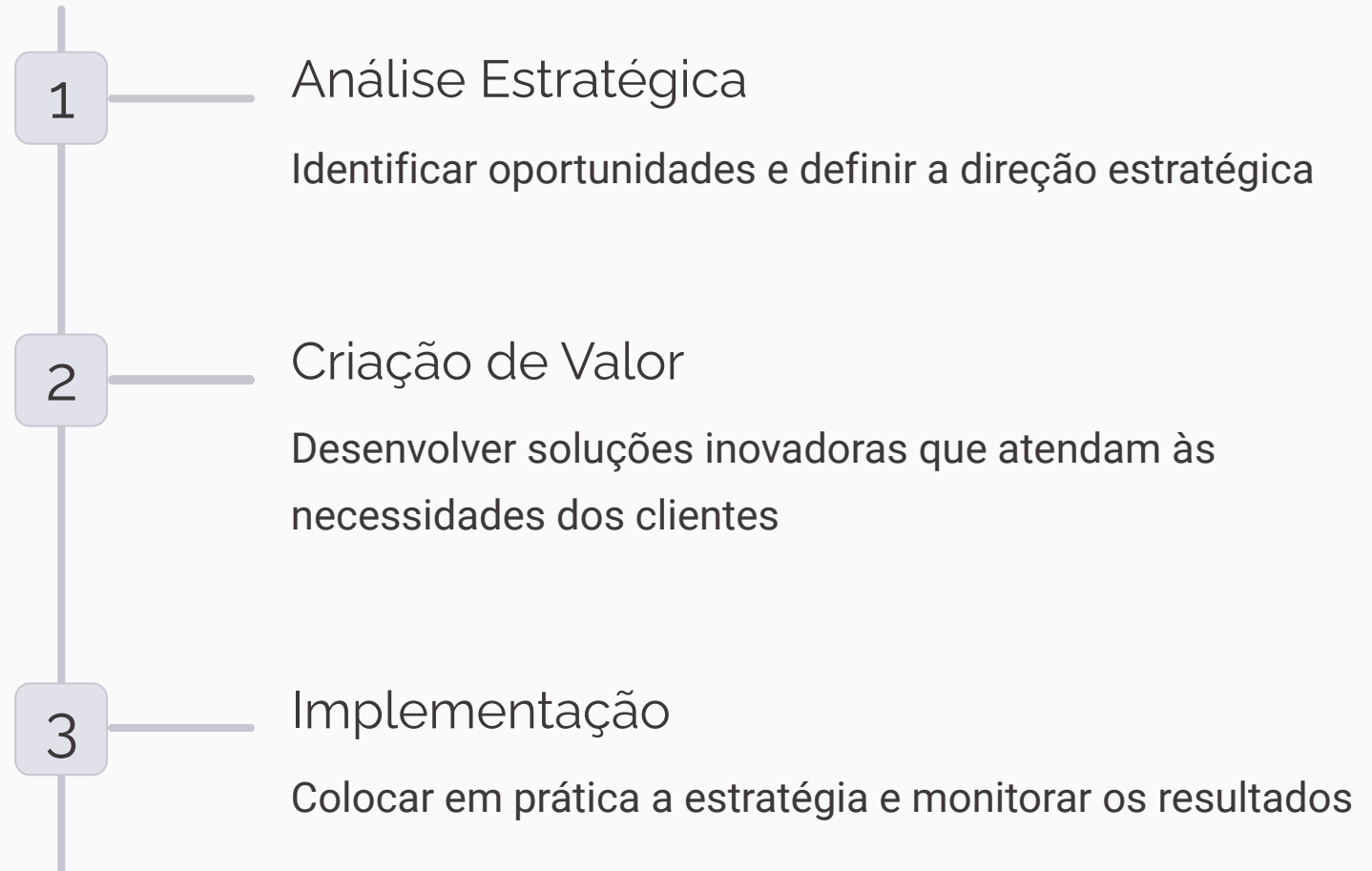
Trabalhar em equipe para desenvolver e implementar a estratégia



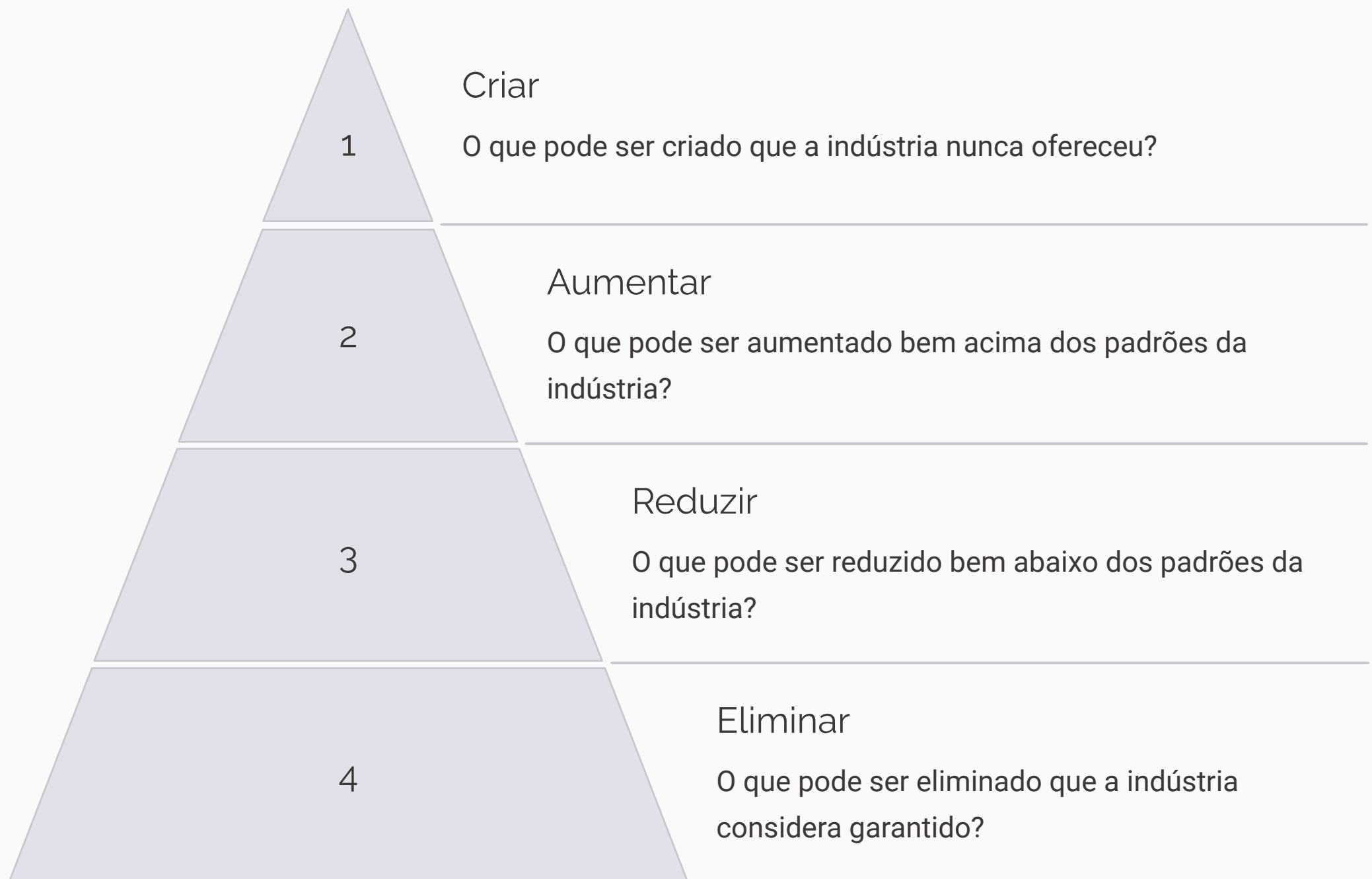
Foco no Cliente

Entender profundamente as necessidades e desejos dos clientes

Implementando a Estratégia do Oceano Azul



Esquema das 4 Ações



Este esquema das 4 ações é uma ferramenta-chave da Estratégia do Oceano Azul, que visa impulsionar a inovação de valor. Ao analisar cuidadosamente cada uma dessas dimensões, as empresas podem identificar oportunidades de criar novos mercados e se diferenciar da concorrência de maneira significativa.

Benefícios da Matriz de Avaliação de Valor

Clareza Estratégica

Proporciona uma visão clara de como a empresa está posicionada em relação aos concorrentes e onde existem oportunidades para se diferenciar.

Inovação de Valor

Ajuda a identificar onde eliminar, reduzir, aumentar ou criar fatores de valor, promovendo a inovação e a criação de novos mercados.

Comunicação

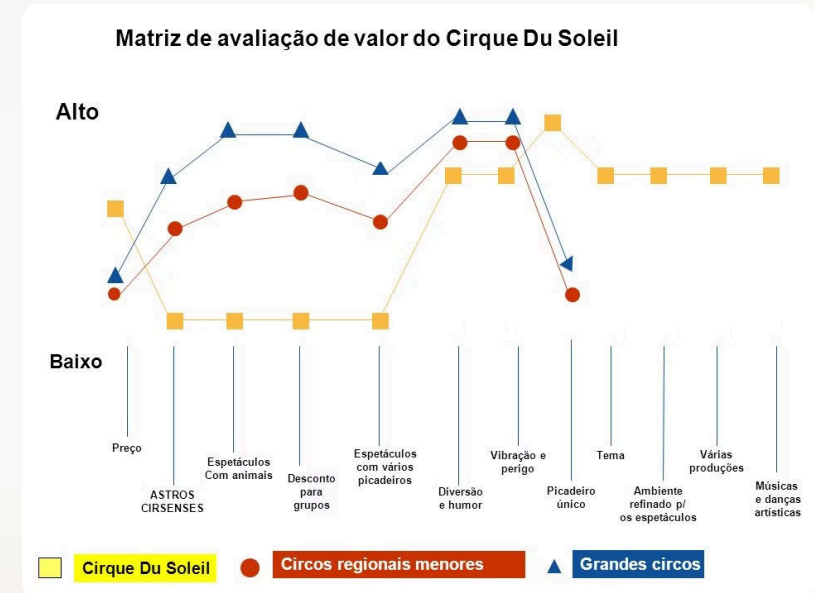
Serve como uma ferramenta de comunicação visual simples e eficaz para alinhar a equipe e os stakeholders em torno da nova estratégia de valor.

Redução da Competição

Ao focar em fatores de valor únicos, a empresa pode evitar a competição direta e criar novos mercados com menos concorrência.

Caso de Estudo: Cirque du Soleil

A empresa reinventou o conceito de circo, combinando elementos de teatro, dança e música, criando uma experiência única e diferenciada que evitou a competição com circos tradicionais e capturou uma nova audiência.



An aerial photograph of ocean waves, showing white foam and deep blue water, occupies the left side of the slide.

Estudos de Caso

Cirque du Soleil

Reinvenção do Circo

Nintendo Wii

Jogos para Todos

Yellow Tail

Vinho Simples e Acessível

Leitura Recomendada

Livro

"A Estratégia do Oceano Azul" - W. Chan Kim e Renée Mauborgne

Capítulo 1

Criar Novos Espaços de Mercado

Resumo

Introduz o conceito de Oceano Azul e explora como as empresas podem identificar oportunidades para criar novos mercados, evitando a competição direta

Reflexão

1

Como as empresas podem identificar oportunidades para criar um Oceano Azul?

2

Qual é a importância da inovação de valor na Estratégia do Oceano Azul?

3

Quais são os riscos associados à criação de um Oceano Azul?