



Companhia Energética
Manauara

PROJETO EVOLUA LENDO
ALCIMAR FRANÇA
OUTUBRO 2016



W. CHAN KIM



RENÉE MAUBORGNE

INSEAD – Instituto Europeu de Administração

Como Criar Novos Mercados e Tornar a Concorrência Irrelevante

“Oceano Azul é um alinhamento de percepção de valor para o cliente, de lucro para a companhia, e motivação de pessoas.”



SUMÁRIO



PARTE UM - A estratégia do oceano azul

- ✓ Capítulo 1 Criando oceanos azuis
- ✓ Capítulo 2 Ferramentas e modelos de análise

PARTE DOIS - Formulando a estratégia do oceano azul

- ✓ Capítulo 3 Reconstrua as fronteiras do mercado
- ✓ Capítulo 4 Concentre-se no panorama geral, não nos números
- ✓ Capítulo 5 Vá além da demanda existente
- ✓ Capítulo 6 Acerte a sequência estratégica

PARTE TRÊS - Executando a estratégia do oceano azul

- ✓ Capítulo 7 Supere as principais barreiras organizacionais
- ✓ Capítulo 8 Embuta a execução na estratégia
- ✓ Capítulo 9 Conclusão: Sustentabilidade e renovação da estratégia do oceano azul



A estratégia do oceano azul - Como criar novos mercados e tornar a concorrência irrelevante.

Estratégia do oceano vermelho *versus* estratégia do oceano azul

Estratégia do oceano vermelho	Estratégia do oceano azul
Competir nos espaços de mercado existentes.	Criar espaços ou mercado inexplorados. ←
Vencer os concorrentes.	Tornar a concorrência irrelevante. ←
Aproveitar a demanda existente.	Criar e capturar a nova demanda. ←
Exercer o <i>trade-off</i> valor-custo.	Romper o <i>trade-off</i> valor-custo. ←
Alinhar todo o sistema de atividades da empresa com sua escolha estratégica de diferenciação ou baixo custo.	Alinhar todo o sistema de atividades da empresa em busca da diferenciação e baixo custo. ←

Fonte: livro *A estratégia do Oceano Azul*



Cirque du Soleil

ATRAÇÃO



Emily & Eric



ESPETÁCULO



O Cirque du Soleil não concorreu com o Ringling Brothers and Barnum & Bailey's Circus para chegar ao topo. Em vez disso, criou um novo espaço de mercado inexplorado, que tornou *irrelevante a concorrência*.

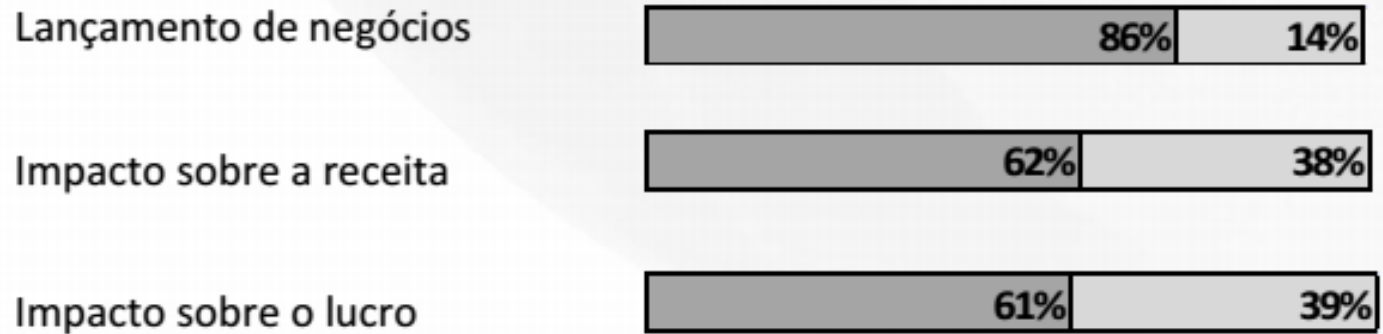
O foco predominante do pensamento estratégico tem convergido para as estratégias do oceano vermelho. Parte da explicação é que as raízes da estratégia empresarial sofrem forte influencia da estratégia militar.



concentrar-se nos oceanos vermelhos é aceitar os principais fatores restritivos da guerra – território limitado e necessidade de derrotar o inimigo para realizar os objetivos – e negar a força diferenciadora do mundo dos negócios: a capacidade de criar novos espaços de mercado inexplorados.



O impacto da criação de oceanos azuis

Figura 1.1
Conseqüências da criação de oceanos azuis sobre o lucro e o crescimento



-  Lançamentos para a criação de oceanos azuis
-  Lançamentos em oceanos vermelhos



A inovação de valor é uma nova maneira de raciocinar sobre a execução da estratégia, que resulta na criação de um novo espaço de mercado e no **rompimento com a concorrência**.

Figura 1.2
Inovação de valor: A pedra angular da estratégia do oceano azul



Busca simultânea de diferenciação e baixo custo



Formulando e executando a estratégia do oceano azul

os oceanos vermelhos continuarão a dominar a agenda estratégica das empresas, mesmo que os imperativos de negócios para a criação de oceanos azuis sejam cada vez mais urgentes.

Figura 1.4

Os seis princípios da estratégia do oceano azul

Princípios de formulação

- Reconstrua as fronteiras do mercado
- Concentre-se no panorama geral, não nos números
- Vá além da demanda existente
- Acerte a seqüência estratégica

Fatores de risco atenuados por cada princípio

- ↓ Risco da busca
- ↓ Risco do planejamento
- ↓ Risco da escala
- ↓ Risco do modelo de negócios

Princípios de execução

- Supere as principais barreiras organizacionais
- Introduza a execução na estratégia

Fatores de risco atenuados por cada princípio

- ↓ Risco organizacional
- ↓ Risco da gestão



Ferramentas e modelos de análise

Ao invés de bater de frente com este mercado saturado, a Casella Wines decidiu criar o seu próprio mercado, oferecendo um vinho diferenciado e fora dos padrões. Para tanto, a empresa usou a matriz de avaliação de valor para tomar conhecimento dos atributos deste mercado e chegou a sete principais características:

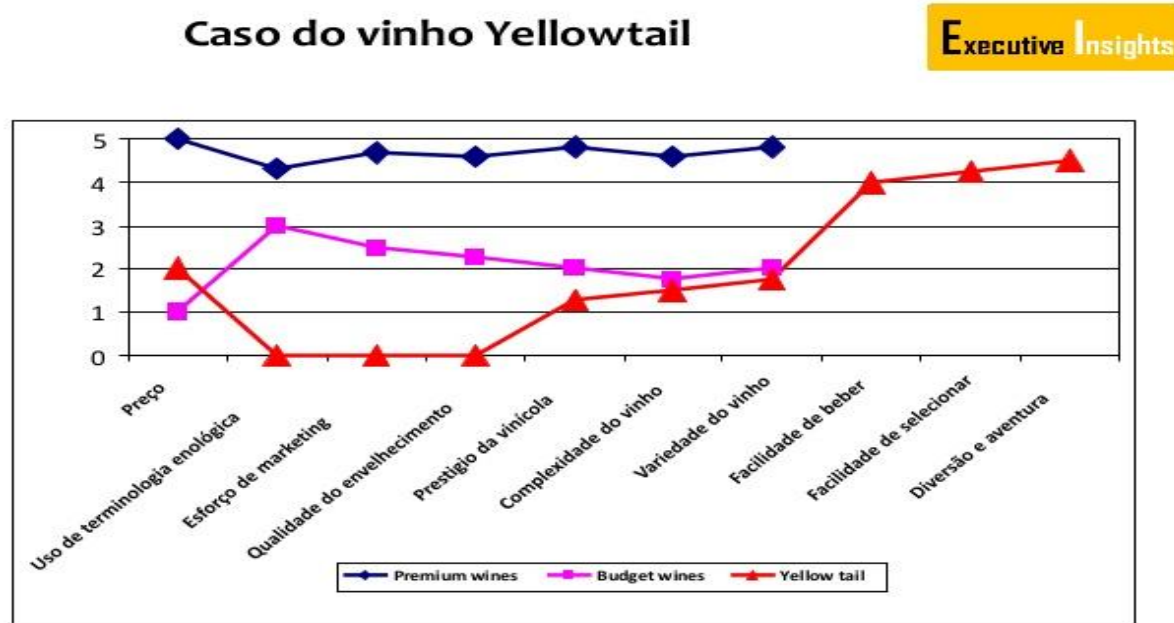


Fig. 2.3 pag 32

Daniel de Carvalho Luz - (15) 9 9126 5571
Daniel.Luz@grupopanpanna.com.br



Reconstrua as fronteiras do mercado

Primeira fronteira: Examine os setores alternativos

Segunda fronteira: Examine os grupos estratégicos dentro dos setores

Terceira fronteira: Examine a cadeia de compradores

Quarta fronteira: Examine as ofertas de produtos e serviços complementares

Quinta fronteira: Examine os apelos funcionais e emocionais dos compradores

Sexta fronteira: Examine o transcurso do tempo



BMG, EMI Group, Sony, Universal Music Group e Warner Brothers Records – a iTunes oferece o download de músicas ao gosto do cliente, de maneira legal, fácil e flexível.



Concentre-se no panorama geral, não nos números

Passo 1: Despertar visual

Comparar sua empresa com os concorrentes

Passo 2: Exploração visual

Sair a campo

Passo 3: Feira de estratégia visual

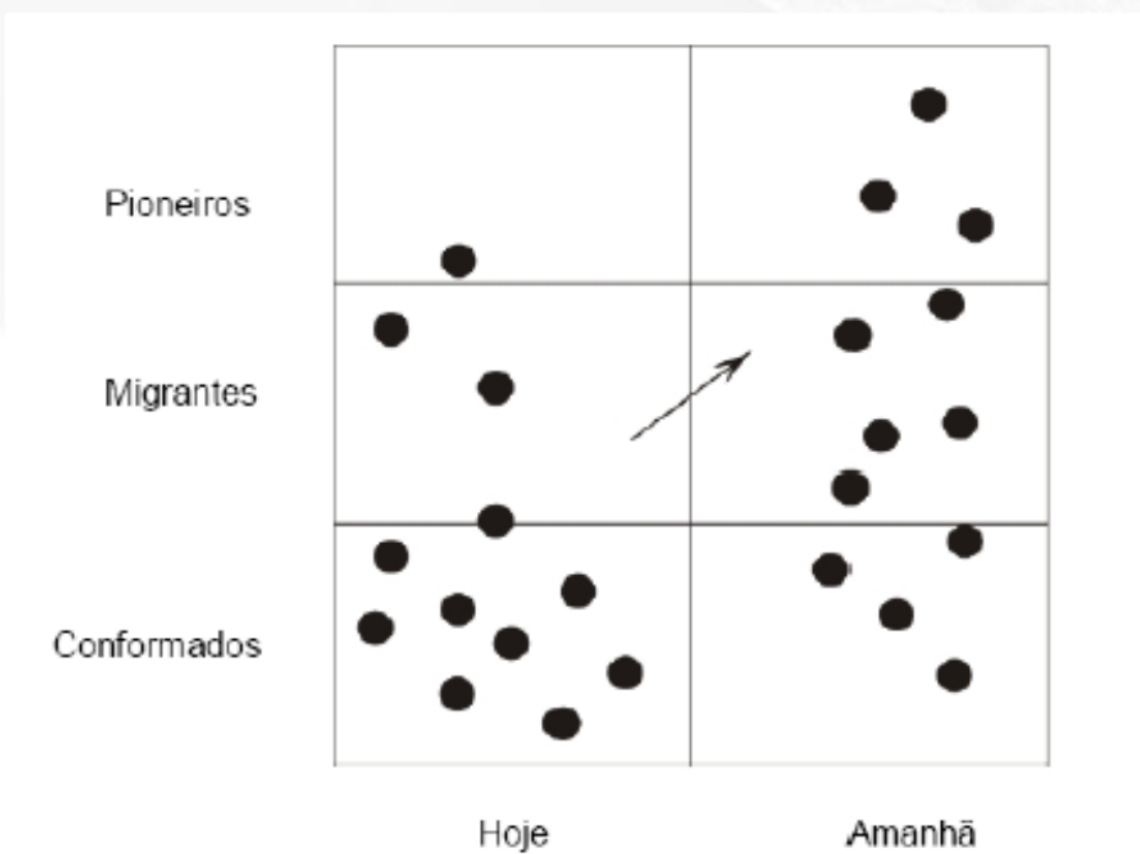
Desenhar a própria Matriz

Passo 4: Comunicação visual

Facilitar a comparação apresentando em uma única pagina



AVALIAÇÃO DO POTENCIAL DE CRECIMENTO DE UM PORTIFÓLIO DE NEGOCIOA



VAI ALÉM DA DEMANDA EXISTENTE



cadeia de lojas de fast-food inglesa



outdoors



aviões de combate

Primeiro nível: não-clientes “quase-convertidos”, que estão na fronteira do seu mercado, prontos para embarcar.

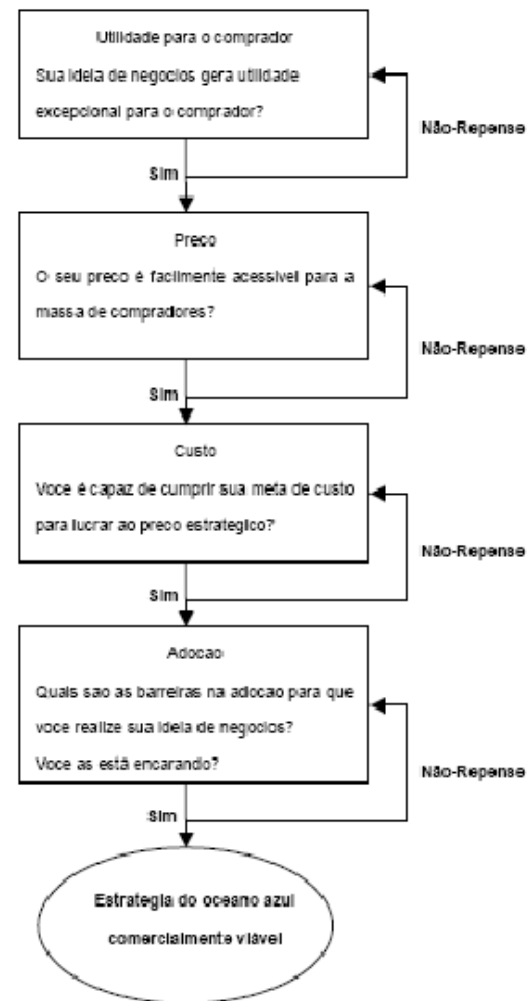
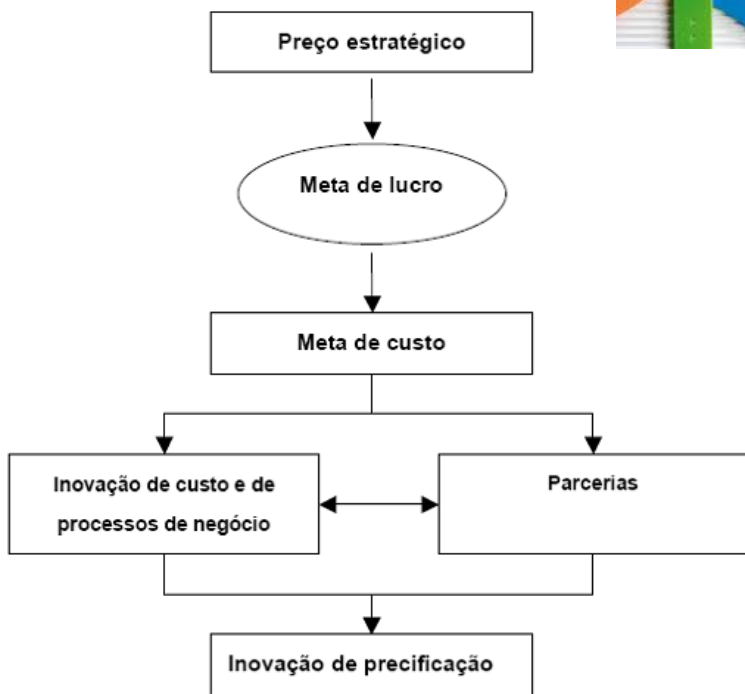
Segundo nível: não-clientes “refratários”, que conscientemente optaram contra o seu mercado.

Terceiro nível: não-clientes “inexplorados”, que estão em mercados distantes do seu.

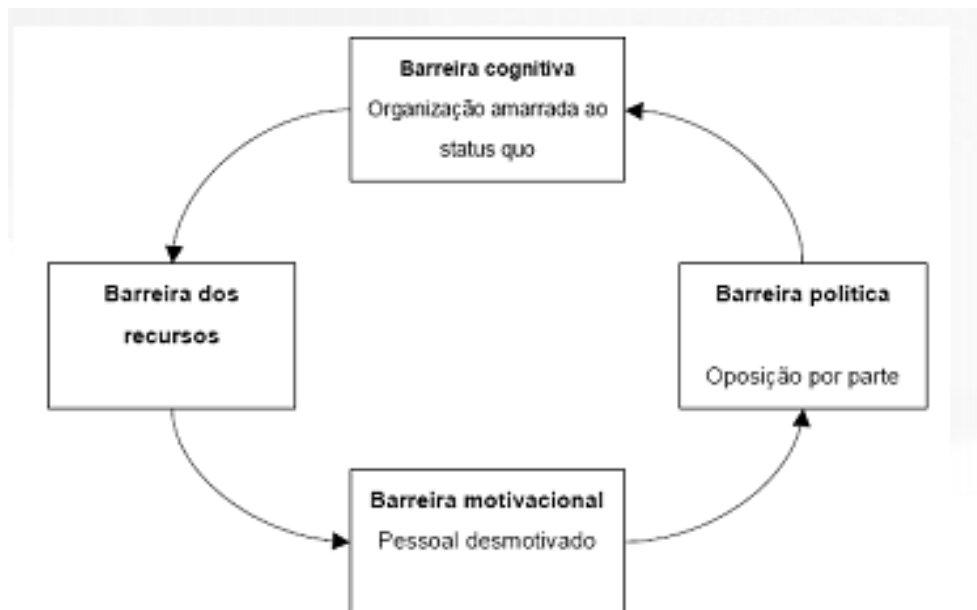


Acerte a sequência estratégica

swatch[®] 



Supere as principais barreiras organizacionais



MAPEAR O CRIME



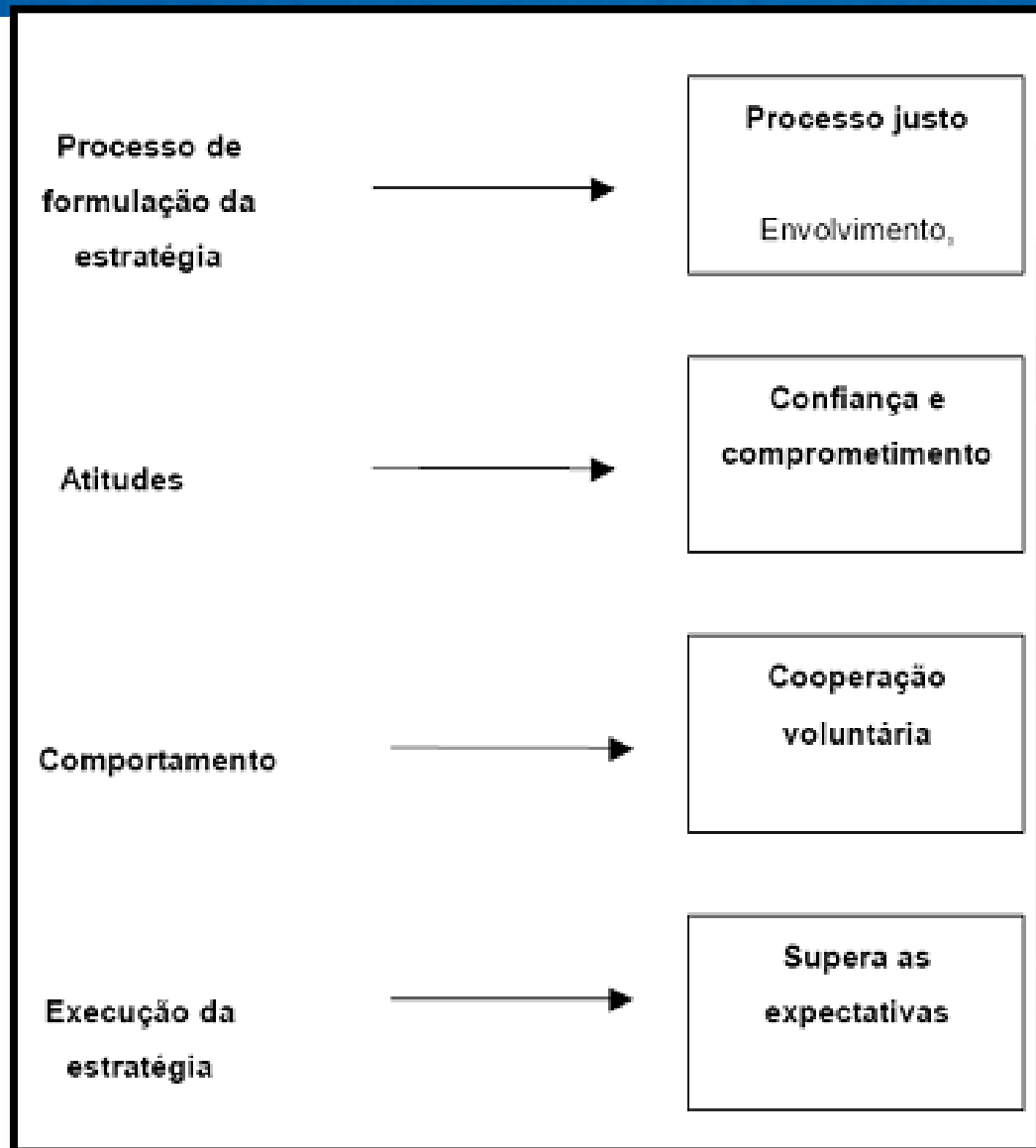
Tolerância Zero, fez com que os homicídios caíssem em 80%

Bratton transformou Nova York na metrópole mais segura dos Estados Unidos. Ele rompeu as barreiras do oceano vermelho com uma estratégia policial do oceano azul que rompeu com o conceito de policia nos Estados unidos nos termos até então conhecidos.



Massa de empregados

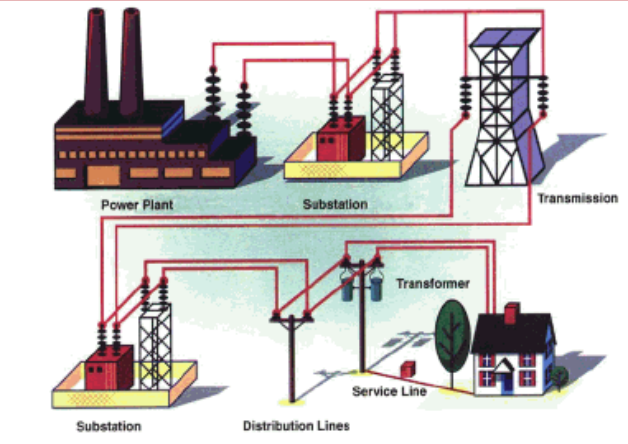
Os resultados dependem do desempenho de todos, do topo às linhas de frente.



Conclusão: Sustentabilidade e renovação da estratégia do oceano azul



PROJETO EVOLUA LENDO – ESTRAGÉIA DO OCEANO AZUL







Felipe



Mara

