



**ATELIER BLUE OCEAN STRATEGY:
“CUM REALIZEZI SI SUSTII CRESTERI SI PROFIT MARI?”**

Descopera si aplica acum principiile Blue Ocean Strategy (BOS) in afacerea ta, pentru cresteri si profit mari! Unul dintre cele mai influente si premiate concepte de strategie de afaceri ale tuturor timpurilor, BOS ofera un mod simplu si eficient de a-ti dezvolta afacerea cu cresteri accelerate, in timp scurt. (www.danmocanu.com)



Dan Mocanu este un catalizator pentru afaceri cu cresteri accelerate, prin echipe dinamice, cu performante mari.

Dan aduce in activitatea sa de consultant, facilitator si coach cei 17 ani de experienta in SUA, ca inginer si manager la Microsoft in Redmond si profesor la mai multe colegii.

Este practician acreditat Blue Ocean Strategy. Din 2004, a lucrat cu succes cu peste 150 de companii locale si multinationale, in proiecte de crestere si dezvoltare a afacerilor prin transformarea culturii organizationale.

In atelierul de lucru de 2 zile vei deprinde:

A. Logica Blue Ocean Strategy (BOS)

Care sunt principiile care stau la baza BOS?

Cum deblocheaza BOS creativitatea?

Cum stii ca strategia BOS este potrivita pentru organizatia mea?

Vei descoperi principiile si metodologia Strategiei Oceanului Albastru si logica sa de baza: inovatia in valoare ca utilitate (folos). Prin dialogurile facilitate de Dan, vei vedea cum iti poti creste organizatia si profitul ei cu BOS.

B. "Setul de Instrumente" pentru reconstrucția limitelor de piață

Care sunt instrumentele de analiză BOS și cum le folosesc?

Cum maximizez oportunitățile și minimizez riscurile prin procesul celor "patru pași"?

Vei testa setul de instrumente analitice BOS diagnosticându-ți afacerea ta. Te vei localiza astfel în peisajul concurențial. Vei învăța cum să folosești BOS cu succes pentru decizii esențiale în strategia afacerii tale. Vei înțelege ce perspective poți construi prin metodologie, acum sau în viitor, în explorări individuale și de echipă.

C. Pași în crearea unei strategii de tipul Ocean Albastru

Cum creez o piață nouă? Cum știu că am creat o strategie Blue Ocean?

Vei lucra în echipă pe un caz din "viața reală" sau un "studiu de caz" și vei folosi toate instrumentele BOS pentru a crea o strategie de simulare a unui Ocean Albastru. Vei vedea cum poți să te diferențiezi prin eliminarea și reducerea costurilor de producție care nu duc la diferențiere și cum să crești, inovând în factorii care te fac unic.

Participanții spun...

*"Am petrecut zeci și sute de ore de sedințe cu auditorii despre clientul cheie și găsirea nevoilor lui. M-au costat, probabil, niste sute de mii de euro! Dar **în toți acești ani, nu mi-a pus nimeni întrebările pe care le-am auzit de la Dan.** Niste întrebări cu puterea de a reaseza realitatea. Am văzut ceva ce era de mult acolo, dar care până acum imi scăpase."*

Gina Calagiu, antreprenor

"Workshopul a fost în mod real cea mai bună investiție de dezvoltare din ultimii ani prin abordarea pe cât de ușor de înțeles, pe atât de inovatoare și cu valoare adăugată. Am simțit o gură de oxigen în mediul asta plin de strategii de business și planuri de creștere satisfăcând clienții.

Speram să fie un model care să mă surprindă, acum sunt convinsă că îi va surprinde și pe participanții care vor decide să facă această investiție. De-abia aștept să o aplic cu succes."

Marta Rosu, Specialist Resurse Umane

Agenda de lucru Ziua 1 si Ziua 2

PROGRAM ZIUA 1	
09:00-11:00	I. Introducere in Strategia Oceanului Albastru Care este logica Oceanului Albastru
11:00-11:20	Pauza de Cafea
11:20-13:00	II. Harta Pionieri-Migratori-Colonisti Poza la zi a portofoliului tau fata de concurenta
13:00-14:00	Pauza de Masa
14:00-15:40	III. Distingerea Tabloului Strategiei de "Azi" Cum stii dintr-o privire care e strategia ta de "Azi"
15:40-16:00	Pauza de Cafea
16:00-17:00	IV. Ciclul Experientei Cumparatorului / Harta Utilitatii Cumparatorului Vrei sa gasesti clientii. Si mai mult, vrei sa gasesti non-clientii: CEC / HUC
17:00-17:30	V. Concluzii si incheiere zi
17:30	INCHEIERE ZIUA 1

PROGRAM ZIUA 2	
09:00-11:00	I.Cadrul de Referinta al celor 6 căi Cum sa reconstruiesti granitele pietei, sa creezi piete noi
11:00-11:20	Pauza de Cafea
11:20-13:00	II. Tabelul ERRC si Tabloul Strategiei de "Viitor" Vrei sa te diferentiezi la un cost scazut. Solutia: Inovatia in Valoare
13:00-14:00	Pauza de Masa
14:00-15:40	III. Procesul Echitabil si Tipping Point Leadership Executia planului incepe chiar cu formularea strategiei
15:40-16:00	Pauza de Cafea
16:00-17:30	IV. Concluzii atelier si incheiere zi
17:30	INCHEIERE ZIUA 2

Sectiunea I. Introducere in Strategia Oceanului Albastru

Care este logica Oceanului Albastru

Concepte cheie:

Toate industriile de astazi sunt oceane rosii: spatii de piata cunoscute, cu granite definite si acceptate. In oceanele rosii companiile rivalizeaza pentru o cota de piata cat mai mare din cererea existenta.

Oceanele albastre sunt industriile inca inexistente, cu spatiu de piata necunoscut. Aici cererea este creata, nu rezultatul unei lupte concurentiale. In oceanul albastru poti creste profitabil si rapid.

Piatra de temelie a BOS este inovatia in valoare, in utilitatea pentru client, ca o alaturare de diferentiere si cost scazut. Deci de o utilitate exceptionala, fara precedent, la cost de productie mic.

Pentru o strategie Blue Ocean, o companie trebuie sa alinieze:

- 1) **oferta de valoare** (valoarea in utilitate minus pret), adica sa ofere valoare wow la pretul corect pentru cumparatori (oceanul);
- 2) **profitul** (pret minus cost), deci compania insasi trebuie sa faca un salt in valoare pentru a se structura pentru profitabilitate mare;
- 3) **oamenii** prin echitabilitate si transparenta (tipping point leadership).

Sectiunea II. Harta Pionieri-Migratori-Colonisti

Poza la zi a portofoliului tau fata de concurenta

Obiective Cheie:

- 1) Cum arata peisajul curent al industriei si unde se plaseaza portofoliul companiei fata de concurenta;
- 2) Ce poate fi dincolo de performanta de astazi si de unde poate veni cresterea afacerii in viitor.

Pionierii ofera o valoare fara precedent, sunt divergenti fata de concurenta si au o masa mare care ii urmeaza. Colonistii concureaza pe schimbari minimale, de tipul "si eu" (me-too). Migratorii sunt intre acestia, ofera o valoare imbunatatita, dar nu inovatoare.

Pentru o crestere mare, o companie are nevoie in portofoliu si de pionieri solizi, dar si de venituri stabile, generate de colonisti si migratori.

Sectiunea III. Distingerea Tabloului Strategiei de "Azi"

Cum stii dintr-o privire care e strategia ta de "Azi"

Obiective cheie:

Ajungi la Strategia Oceanului Albastru prin procesul de "Strategie Vizuala," adica vazand imaginea de ansamblu, care da companiei directia clara spre un teritoriu de piata nou, virgin.

Aceasta abordare produce in mod constant strategii care deblocheaza creativitatea in organizatii, deschid ochii companiei catre oceane albastre si sunt usor de inteles si comunicat si eficient de executat.

Tabloul Strategic de "Azi" este instrumentul central de diagnostic. Surprinde situatia actuala in spatiul cunoscut de piata si comunica clar si eficient cele trei elemente cheie ale strategiei:

- 1) factorii competitivi cheie,
- 2) cata valoare primesc cumparatorii pentru fiecare din acesti factori, precum si
- 3) profilul strategic si de costuri al companiei in raport cu concurentii sai.

Sectiunea IV. Ciclul Experientei Cumparatorului / Harta Utilitatii Cumparatorului

Vrei sa gasesti clientii. Si mai mult, vrei sa gasesti non-clientii: CEC / HUC

Obiective cheie:

- 1) Care sunt ipotezelor de necontestat pe care se bazeaza industria ta, care diminueaza valoarea ofertei si pe care le-ai putea inversa?
- 2) Ce factori cresc costurile fara sa creasca in mod semnificativ valoarea in utilitate oferita cumparatorilor?
- 3) Care sunt "punctele dureroase" ale clientilor?
Asa incepi sa identifici grupurile de non-clienti (oceanul).

V. Concluzii si incheiere zi

Sectiunea I. Cadrul de Referinta al celor 6 căi

Cum sa reconstruiesi granitele pietei, si sa creezi pieti noi.

Obiective cheie:

Cele 6 Căi te ajuta sa te uiti dincolo de limitele conventionale ale concurentei. Vei vedea cum poti reconstrui sistematic ipotezele (presupunerile) legate de piata pentru a crea un spatiu nou de piata (oceanul albastru).

Vei jongla cu:

- 1) industriile alternative,
- 2) grupurile strategice,
- 3) grupurile de cumparatori,
- 4) produsele si serviciile complementare si/sau conexe,
- 5) orientarea functionala-emotionala a unei industrii, si
- 6) tendintele in timp.

Sectiunea II. Tabelul ERRC si Tabloul Strategiei de "Viitor"

Vrei sa te diferentiezi la un cost scazut. Solutia: Inovatia in Valoare. Acum primesti instrumentul principal de actiune pentru viitor.

Obiective cheie:

Cum poti sa ai si cost scazut, si diferentiere?

Va trebui sa vezi ce factori competitivi cheie poti:

- 1) elimina, pe care industria ii considera esentiali?
- 2) reduce cu mult sub standardul industriei?
- 3) ridica cu mult peste standardul industriei? si
- 4) crea, pe care industria ta nu i-a oferit inca?

Sectiunea III. Procesul Echitabil si Tipping Point Leadership

Executia planului incepe chiar cu formularea strategiei

Obiective cheie:

Implementarea strategiei nu este un proces secvential, ci implica urmarirea simultana a unui input intelectual (formularea) si a unui input emotional (executia). Prin practicarea unui proces echitabil, transparent si Tipping Point Leadership, mobilizezi oamenii pentru cooperarea voluntara in executia strategiei oceanului albastru.

Procesul echitabil genereaza oameni care depasesc asteptarile, un nivel ridicat de energie si initiativa pentru implementarea strategiilor.

Trei elemente se sustin reciproc si definesc un proces echitabil: angajament, informare si asteptari clare si rezonabile.

Angajament inseamna implicarea persoanelor in deciziile strategice care ii afecteaza in mod direct, a le permite sa respinga ideile si ipotezele altora.

Informarea face ca toti cei implicati si afectati sa inteleaga de ce deciziile strategice finale sunt asa cum sunt.

Claritatea in asteptari presupune ca, o data strategia aleasa, managerii sa comunice in mod clar noile reguli ale jocului.

Tipping Point Leadership produce liderii capabili sa depaseasca cele 4 obstacole universale la executarea strategiei:

- 1) cognitiv: trezirea angajatilor la nevoia de o schimbare strategica,
- 2) resurse limitate,
- 3) motivatie, si
- 4) politica.

Sectiunea IV. Concluzii Atelier