

שלום לך,

אנו שמחים להגיש לך סקירה נוספת בסדרת **Managing By The Book**. כתמיד, כדאי לנצל גם את ההרחבות והקישורים הרבים למידע נוסף ומעשיר. קריאה מהנה ומועילה, עידן בכור

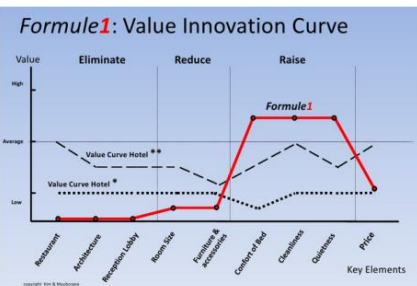
אסטרטגיית האוקיינוס הכחול / וו.צ'אן קים, ר. מובורן

חוגגים עשור להצלחה: במלאת 10 שנים לצאתו לאור של אחד מספרי הניהול המצליחים והנמכרים ביותר (3.5 מיליון עותקים ב-43 שפות) הוציא בית ההוצאה לאור של הרווארד בתחילת שנה זו מהדורה חדשה ועדכנית של הספר, הכוללת מספר הרחבות ודוגמאות חדשות ליישום מוצלח של שפע הרעיונות המוצגים בו. מאחר ומהדורה חדשה זו עדיין לא תורגמה לשפה העברית, מציגה סקירה זו את הגרסה המקורית של הספר, אשר יצאה לאור בעברית בתחילת שנת 2005.

הרעיון המרכזי: מקרבות שוק אכזריים ליצירת נישות חדשות ורווחיות

בשונה מהגישה "המסורתית" המקובלת בקרב מנהלים רבים המחפשים דרכים וכלים להתמודדות האינסופית עם מתחריהם, מציע הספר גישה שונה שמטרתה זיהוי ויצירה של "נישות" שיווקיות חדשות העשויות להיות עתירות רווחים, וזאת באמצעות **חדשנות ערך** (Value Innovation) הנוצרת ממיקסום התועלת ללקוח (והמחיר שהוא מוכן לשלם) והקטנה משמעותית של כלל העלויות לחברה.

תכל'ס בשטח - מעבר לתפיסה "הפילוסופית" מציע הספר שורה ארוכה של כלים מעשיים ליצירת נישות חדשות בעלות פוטנציאל לרווחיות וצמיחה מתמשכת.



מיפוי ועיצוב מחודש של "גורמי הערך"

זיהוי גורמי הערך המקובלים בענף וביצוע מניפולציות (יצירה, הרחבה, צמצום, ביטול) אשר משבשות את חוקי המשחק המקובלים, מעלות באופן דרמטי את הערך עבור הלקוח ומקטינות את העלויות לארגון.

* הקלקה על התמונה מקשרת למצגת המלאה המציגה את 4 הפעולות לעיצוב "מפת הערך".

מיקוד בקהלי יעד חדשים: איתור קהלים אשר "מכירים אך לא משתמשים" והמעגל הרחב עוד יותר של מי שכלל לא מכירים אותנו (ואנו לא מכירים אותם).

שישה נתיבים לעיצוב מחודש של גבולות השוק ויצירת "נישות" חדשות:

- שבירת "החומות הוורטיקליות" בין ענפים קרובים (לדוגמה: רכבת + תעופה).
- זיהוי קבוצות חדשות בתוך הענף (לדוגמה: פעילויות ספורט לנשים בלבד).
- בחינה מחודשת של "שרשרת הקונים" (רוכשים / משתמשים / משפיעים).
- הוספת מוצרים ושירותים משלימים היוצרים ערך נוסף ללקוח / המשתמש.
- עיצוב מחדש ומתן ביטוי תקשורתי למרכיבים רציונאליים ואי-רציונאליים.
- זיהוי מגמות והפיכתן מאיום להזדמנות (דוגמה: חנות iTunes של חברת Apple).

**** **השורה התחתונה:** מספרי האסטרטגיה הטובים ביותר בשנים האחרונות, שרעיונותיו והכלים המעשיים הרבים שבו הופכים אותו לפרקטי עבור מנהלים בארגונים אשר רוצים "לחשב מסלול מחדש" בדרך לרווחיות וצמיחה מתמשכת.

הרחבות מומלצות (הקלקה לקישור ישיר לסרטונים, לאתרים ולמאמרים מטה)

[אתר הבית של הספר - שפע חומרים עדכניים וסרטוני וידאו על הספר ומחבריו](#)

[מצגת קצרה \(אנגלית\) על "חדשנות ערך" כחלק מאסטרטגיית האוקיינוס הכחול](#)

[פרופ' רנה מובורן בהרצאה המציגה את הרעיון המרכזי של הספר](#) - וידאו 6:01 דק'

[8 נקודות יתרון לשימוש באסטרטגיית האוקיינוס הכחול ככלי ארגוני](#) - וידאו 2:56 דק'

[השוואה ביקורתית: האוקיינוס הכחול מול "5 הכוחות" של פורטר](#) - וידאו 6:37 דק'

[לרכישה מקוונת של הספר: מטב, סטימצקי, צומת ספרים, Amazon.com](#)

© כל הזכויות שמורות | הפקה והפצה מקוונת: [Managing By The Book](#)
למידע נוסף על שירותי מנחי לארגונים: info@managingbythebook.com



מהדורה עברית: מטר + המי"ל
הודפס בישראל: 2005
כריכה קשה, 198 עמודים

Blue Ocean Strategy:

W. Chan Kim & R. Mauborgne
Harvard Business School, 2004



מחברי הספר, פרופ' רנה מובורן ופרופ' וו. צ'אן קים כיהנו במשך שנים רבות כפרופסורים לאסטרטגיה וניהול בבית הספר לעסקים Insead, שמרכזו בפונטבלו צרפת.

הספר מבוסס על מחקר רב שנים אשר ניתח את מרכיבי ההצלחה של החדרת מוצרים חדשים לשוק בקרב 150 חברות בכל רחבי העולם.

מידע נוסף כאן

"קים ומובורן מציגים את הנימוקים המשכנעים ביותר לגישה יצירתית, לא "תחרותית", לאסטרטגיה עסקית. הדגש שלהם על חדשנות ערך ושיתוף כל בעלי העניין, הופכים ספר זה לספר חובה למנהלים ולסטודנטים למנהל עסקים כאחד."

קרלוס גוסן

נשיא ומנכ"ל חברות הרכב ניסן + רנו



Managing By the Book

www.managingbythebook.com