

Módulo 2

Lección 2

¡Analicemos las oportunidades de Blue Ocean, que no son fáciles de descubrir!

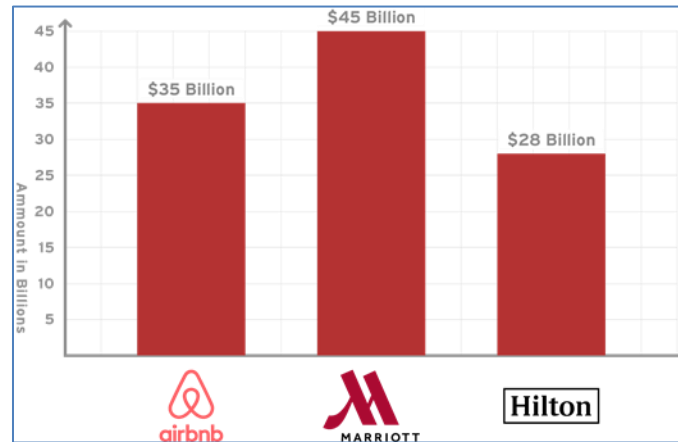
DESCUBRIENDO LAS OPORTUNIDADES DEL OCÉANO AZUL

Como se indicó, no es probable que una persona en el negocio se encuentre con numerosas oportunidades de Blue Ocean. Entonces, ¿qué se puede hacer para buscar estratégicamente tales oportunidades?

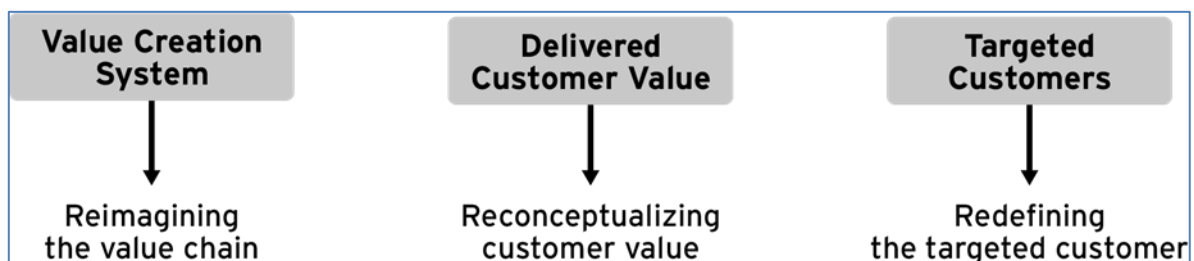
Airbnb ilustra cómo una empresa puede ingresar a una industria y tener éxito contra los titulares dominantes al alterar las reglas tradicionales del juego. En otras palabras, Airbnb descubrió una oportunidad de "Océano Azul".

Fundada en 2008, Airbnb permitió a las personas alquilar una habitación adicional (o incluso un sofá adicional) a otra persona a un precio inferior al que incluso los hoteles económicos pueden cobrar. En un abrir y cerrar de ojos, Airbnb se ha convertido en un gigante mundial. Hoy en día, puedes usar Airbnb para alquilar un apartamento en París, una villa en Florencia o incluso un castillo en Escocia.

La última ronda de financiación valoró Airbnb en alrededor de \$ 35 mil millones, que no está lejos del valor de mercado de \$ 45 mil millones del gigante Marriott. También está cerca del valor de mercado de \$ 28 mil millones de Hilton Worldwide. Airbnb ha interrumpido la industria del alojamiento redefiniendo el concepto de hotel y hotelero. En lugar de grandes instituciones que pueden poseer o controlar directamente miles de habitaciones en todo el mundo, Airbnb utiliza el poder de Internet para permitir que casi cualquier persona se convierta en hotelero. Las cadenas hoteleras ahora están luchando para copiar Airbnb.



Generalizando a partir de la historia de Airbnb, hay tres estrategias diferentes que los recién llegados o incluso los jugadores existentes pueden implementar para descubrir las oportunidades de Blue Ocean en una industria.



Oportunidad uno.

El primer tipo de oportunidad de Blue Ocean es uno en el que podría rediseñar drásticamente la cadena de valor sin muchos cambios en los productos, servicios o el cliente objetivo. Así es como Amazon comenzó en 1994. No había nada diferente sobre los clientes de Amazon o los libros que compraron. Lo que difería dramáticamente era la cadena de valor de

Amazon.

A diferencia de Borders y Barnes & Noble, Amazon no tenía librerías físicas. Recibió pedidos por Internet y envió los libros directamente desde sus almacenes. Como resultado, Amazon podría ofrecer una selección dramáticamente más amplia a precios dramáticamente más bajos. El resto es historia.

Oportunidad dos.

El segundo tipo de oportunidad de Blue Ocean es uno en el que podría redefinir drásticamente qué productos y servicios ofrecerá. En general, esto también requerirá un rediseño significativo de la cadena de valor. Sin embargo, esto puede no requerir un replanteamiento sobre los clientes objetivo. Por ejemplo, echemos un vistazo a Starbucks. Como Howard Shultz, el fundador de la compañía, ha dicho a menudo, “Starbucks no es un café típico. Más bien, es un "tercer lugar" (que no sea su hogar y su oficina) donde podría pasar el rato y reunirse con amigos y colegas” Una tienda de Starbucks ofrece un área de descanso más grande y wi-fi gratis, invitándote a detenerte en lugar de salir corriendo. Esta diferenciación permitió a Starbucks aprovechar una necesidad latente del mercado y expandirse rápidamente antes de que los competidores pudieran ponerse al día.

Oportunidad tres

El tercer tipo de oportunidad de Blue Ocean es uno en el que podría repensar radicalmente los tres elementos del modelo de negocio: cliente objetivo, productos y servicios ofrecidos, y diseño de la cadena de valor. Esto es lo que hicieron Steve Jobs y Steve Wozniak cuando lanzaron la primera computadora Apple a fines de la década de 1970. En lugar de grandes corporaciones, Apple se dirigió a individuos y pequeñas empresas. Sus computadoras eran pequeñas, podían sentarse en una computadora de escritorio, costaban solo \$ 2000 y no necesitaban mucho espacio.

Por último, se vendieron a través de tiendas minoristas en lugar de vendedores dedicados enviados por la empresa directamente a la oficina del cliente. El resultado ha sido una transformación completa de toda la industria informática.

Exploremos esta idea en el contexto de un campo específico.

MENSAJE DE DISCUSIÓN DE BLUE OCEAN

Discuta este aviso en el siguiente panel de discusión:

Haga una lluvia de ideas y describa una posible oportunidad de Blue Ocean que podría existir y que podría alterar uno o más elementos del modelo comercial tradicional en los TELÉFONOS MÓVILES.

¿Cómo afectaría su oportunidad identificada a:

Elección de clientes específicos?

Definición de productos y servicios?

Diseño de la cadena de valor?

¿Cómo podría experimentar y probar rápidamente si su estrategia funcionaría?

Comente la publicación de un compañero de clase con una industria diferente a la suya con una oportunidad alternativa que podrían considerar.

Comenta en la publicación de un compañero de clase con la misma industria que tú con tus pensamientos sobre su experimento o prueba.

Vota por las publicaciones con las que estás de acuerdo.