

V INVESTIGACIÓN DE LOS COMPETIDORES

Rivalidad tradicional



Análisis de los competidores

Identificación de los competidores

Coo-petencia*

Competir sin competencia

* Término originalmente acuñado por el director de Intel, Andy Grove para referirse a la necesidad de competir y colaborar al mismo tiempo.

13

o azul

12

Competir sin
competencia

Estrategia del océano azul

ESTRATEGIA DEL OCÉANO ROJO	ESTRATEGIA DEL OCÉANO AZUL
Competir en un espacio existente en el mercado	Crear un espacio en el mercado en el que no haya competencia
Vencer a la competencia	Hacer que la competencia pierda importancia
Explotar la demanda existente en el mercado	Crear y capturar nueva demanda
Elegir entre valor o costo	Romper disyuntiva entre valor o costo
Alinear las actividades de una empresa con la decisión estratégica de elegir entre diferenciación o bajo costo	Alinear las actividades de una empresa con el propósito de lograr, al mismo tiempo, diferenciación y bajo costo

Fuente: Kim y Mauborgne. Blue Ocean Strategy

Cinco formas de ampliar el mercado actual

1. Industrias adyacentes.
2. Segmentos de mercado.
3. Audiencias objetivo.
4. Estudiar productos y servicios relacionados.
5. Apuntar los sentimientos y emociones del consumidor

