Come battere la concorrenza e creare un nuovo mercato

di Paolo Franzese



Oggi voglio parlarti di **come battere la concorrenza**, facendo focus sulla differenza tra “strategia oceano rosso” e “strategia oceano blu”.

Errori del passato

Nella storia ci sono state affermazioni folli su mercati non noti, privi di competizione:

- *“Entro sei mesi la gente si stancherà di stare a guardare quella scatola di legno chiamata **tv***” – Darryl F. Zanuck, presidente della 20th Century Fox, 1946;
- *“È assurdo pensare che una **locomotiva** possa andar più veloce di una carrozza a cavalli*” – The Quarley Review, (Gran Bretagna), 1825;
- *“Il cavallo resterà, l’**auto** è passeggera*” – Horace Rackham, avvocato di Henry Ford, 1903;
- *“In futuro un **computer** potrà forse pesare solo 1,5 tonnellate*” – La rivista Usa ‘Popular Mechanics’, 1949;
- *“Che bisogno ha una persona di tenersi un **computer** in casa?*” – Kenneth Olsen, fondatore della Digital Equipment, 1977;
- *“Penso che nel mondo ci sia mercato forse per quattro o cinque **computer***” – Thomas Watson, presidente della Ibm, 1943;
- *“La **radio** non ha futuro*” – Autore: William Thomson, noto anche come Lord Kelvin (1824-1907), presidente della Royal.

Luoghi nuovi dove la domanda è stata creata e sappiamo oggi che hanno avuto ampia opportunità di crescita, rapida e profittevole.

Un modello di riflessione iniziale potrebbe essere rispondere a queste **4 domande**:

1. Su cosa investono i tuoi competitor?
2. Quali elementi hai in comune alla concorrenza?
3. Quali fattori sono necessari al tuo business?

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com

4. Hai elementi di unicità?

Come battere la concorrenza? Parti da questo libro.

Strategia oceano blu

Ecco come vincere senza competere, si parla di un libro che ha rivoluzionato il mondo delle aziende. Prima eravamo immersi in una battaglia per conquistarsi un vantaggio nel rosso oceano della della competizione. Un mare di rivali che lottano per un potenziale di profitti sempre più striminzito.

Pensa all'oceano blu, le prospettive di operare senza alcuna concorrenza, in un mercato incontestato, con possibilità illimitate. Un modello per scoprire nuovi mercati, maturi per la crescita, un nuovo modello per battere la concorrenza.

Ricordati che ogni oceano blu prima o poi comincia a macchiarsi di rosso. Ti consiglio di acquistare questo libro per rendere la concorrenza irrilevante.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com



Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com

Come battere la concorrenza

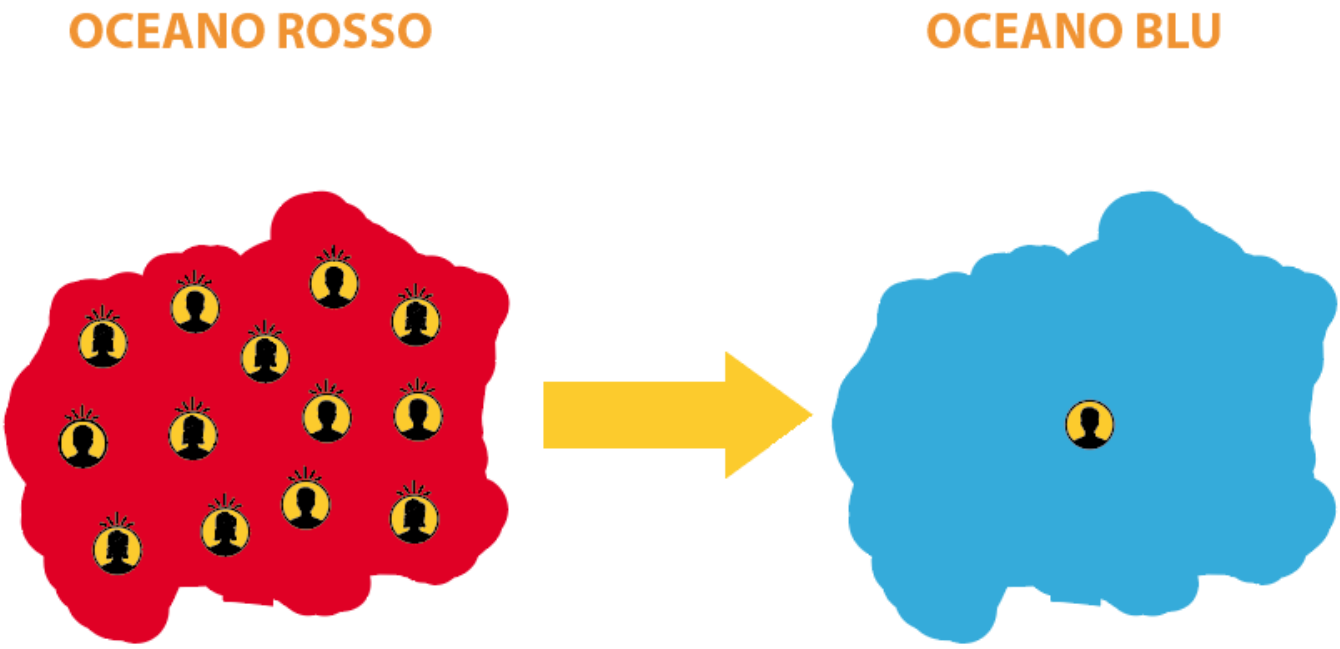
Come battere la concorrenza? I due oceani del tuo mercato.

Oceano Rosso e oceano Blu

Quando pensiamo all'**oceano rosso**, immaginiamo del *sangue* nell'acqua, la causa di tutto questo *sangue* è che tutti stanno lottando, l'uno contro l'altro perché concorrenti tra loro. Questo è il problema in un mercato a "oceano rosso" fondamentalmente si litiga per lo stesso mercato, le stesse persone, le stesse vendite e cose del genere.

Se sei in un mercato del genere ti trovi a litigare per tutto il tempo.

Invece se consideri un **oceano blu** ti trovi in un mercato incontrastato, non devi combattere, l'oceano è completamente aperto, non ci sono preoccupazioni. Puoi muoverti attraverso di esso senza avere alcun problema.



L'oceano rosso genera deve diventare un oceano blu.

Come battere la concorrenza? Esci da questa battaglia costante.

Guarda la realtà

Nell'oceano rosso troviamo delle condizioni che rispecchiano, in effetti, la nostra **economia**:

- Processo tecnologico accelerato;

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

- Mercati aperti;
- Globalizzazione;
- Riduzione della popolazione nei paesi sviluppati.

Queste condizioni portano a:

- Alta produttività;
- Riduzione di monopoli e nicchie;
- Concorrenza globale;
- Tanta offerta ma riduzione della domanda.

Con conseguenti:

- Aumento dei prodotti “commodity” senza differenze qualitative sul mercato;
- Guerra dei prezzi;
- Crollo dei profitti.

Con l’oceano blu, in sintesi, intendiamo uno spazio di mercato nuovo;

- Senza concorrenza;
- Con una nuova domanda;
- Un nuovo mercato.

Come battere la concorrenza? Esci da questa battaglia perenne.

Ora sei la concorrenza

> L’unico modo per battere la concorrenza, è smettere di cercare di battere la concorrenza.
> – W. Chan Kim, Renée Mauborgne

Considera in un oceano rosso, ovunque tu ti diriga, sarai costretto a combattere.

In un oceano rosso cosa sei? Sei la **concorrenza**, litighi sempre con gli altri, una battaglia costante, tipo un tiro alla fune, una volta sei chi sta vincendo, ed una volta sei chi sta perdendo, e così via.

Invece in un oceano blu, la competizione è sostanzialmente irrilevante, perché renderai irrilevanti i competitor, mettendoti in questo tuo piccolo mondo.

Non sarai nemmeno preoccupato per ciò che dovrai fare, gli altri non sono a competere con te, l’altro mercato dove gli altri sono a litigare è irrilevante per te. Il fatto di non doverti preoccupare dei concorrenti lo vedrai in termini di richieste.

Nell’oceano rosso ti devi inchinare alla richiesta già esistente, con un oceano rosso sarai distratto a competere su una domanda già esistente.

Nell’oceano blu tutto diventa una cosa molto diversa da una battaglia, perché in effetti stai

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

vendendo prodotti diversi dagli altri.

Come battere la concorrenza? Crea qualcosa che la gente ancora non conosce.

Crea il nuovo

Quale strategia devi attivare? Sicuramente devi lavorare per creare qualcosa di **completamente nuovo**, creare un'esigenza che la gente non sa nemmeno ancora di avere, una domanda e un'offerta nuova.



Come battere la concorrenza e crearsi uno spazio di mercato.

Crea un prodotto completamente nuovo, una nuova richiesta, un tipo di "industria" completamente diverso, per un tipo di clienti completamente diverso.

Le aziende che si trovano nell'oceano rosso possono farsi spazio con una strategia:

- Di prezzo;
- Di differenziazione;
- Tradizionale.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Dobbiamo essere speciali, la gente verrà da noi per un'esperienza di shopping originale. di fantasia, si può essere anche speciali e magari avere il prezzo più basso.

Se sei in un oceano rosso devi *combattere* con le *unghie e* con i *denti*, mentre in un oceano blu, sei la novità, sei differente, sei un nuovo prodotto, sei una nuova richiesta, stai facendo qualcosa di diverso.

La sostanza è differenziare se stessi, dare un'altra opzione, un diverso tipo di prodotti, ma anche cercare di dare il prezzo più basso può essere un modo di differenziarsi.

Devi rompere gli standard, segui questo metodo:

- Aggiungendo qualcosa a cui nessuno pensava;
- Sottraendo qualcosa che tutti davano per scontato.

Come battere la concorrenza? Riflessione sul rapporto costo/valore.

Rapporto costo/valore

Devi imparare a rompere il rapporto **costo/valore** così potrai innescare un nuovo posizionamento nel mercato, l'obiettivo è essere i primi di una categoria (prodotti o servizi) a venire in mente al consumatore.

> Meglio essere i primi, che migliori di altri.
> – Ries & Trout

Educare i clienti a un nuovo modo di vivere il prodotto/servizio.

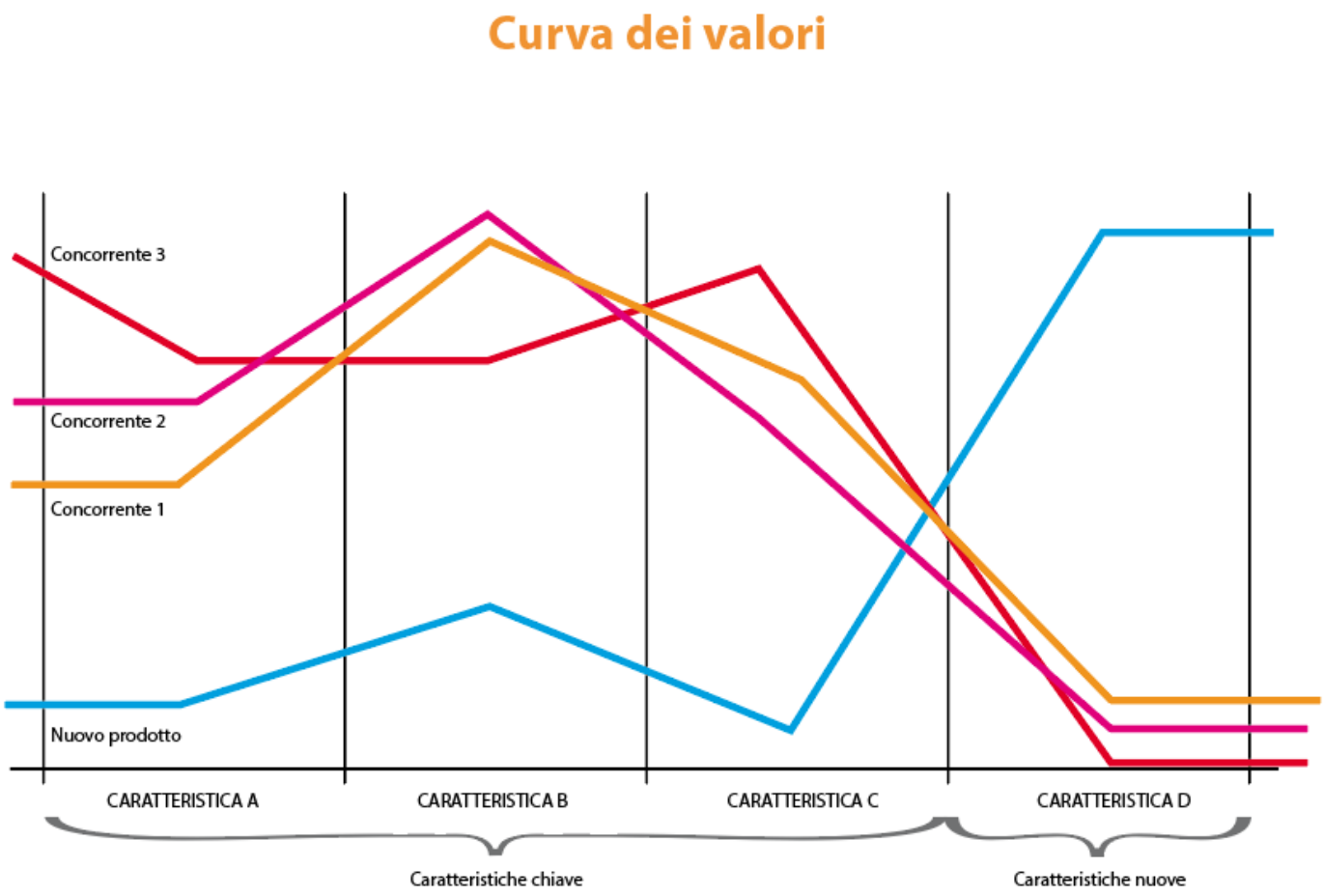
Ora devi concentrarti sul rapporto costo/valore, ovvero:

- Quanto costa per farlo?
- Quale valore ne puoi trarre?

Se siamo in un oceano rosso siamo concentrati sul rapporto tradizionale valore e costo, invece considerando l'oceano blu andremo oltre il rapporto costo/valore.

? Esempio: per i prodotti/servizi economici, talmente tanto che non mi importa se si ottiene un buon valore rispetto al costo, è solo un buon costo.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons



La curva dei valori per differenziarsi in un mercato “oceano rosso”.

Come battere la concorrenza? Ora devi solo mettere in pratica i consigli.

Abbandona la guerra

Sei in un oceano rosso? Sei costantemente in **guerra** per:

- La stessa domanda;
- Lo stesso rapporto qualità prezzo.

Sempre le stesse cose ogni giorno.

E la guerra la fai per andare in quel bell’oceano blu, pulito, alla fine quell’oceano blu diventa anch’esso un oceano rosso e devi trovare qualcos’altro.

Se vuoi saperne di più su questi argomenti ti consiglio anche di registrarti alla mia newsletter:

Spero che possa esserti d’aiuto per imparare un po’ di più.

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 20 Dicembre 2021

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com