

Cuales son los Principios de la Estrategia del Océano Azul

La estrategia del océano azul está basada en 6 principios básicos que se deben cumplir para conseguir el éxito:

1. Ampliar las fronteras del mercado.

Lo primero es ensanchar el mercado al cual pertenecemos; es decir, analizar qué otras opciones de negocio nos puede ofrecer. Los mercados no son estáticos; están hechos para ser reconstruidos cuantas veces haga falta.

- Las empresas no solo deben luchar con la competencia, sino con aquellas empresas que generan productos sustitutos. Por ejemplo, están los restaurantes, los cines, incluso almacenes de ropa; todos cumplen la función de distraer al consumidor pero de diferente manera. Las empresas por lo general se fijan en luchar contra los competidores directos, pero dejan de lado aquellos que indirectamente están creando alternativas para los consumidores. Por lo tanto, es importante estudiar qué hacen las industrias alternativas.
- Entre las mismas empresas se encargan de pelear por quien lidere un segmento del público o clientes; compañías de alto rango pelean entre sí, dejando de lado a empresas que pueden ser más pequeñas y omitiendo que estas, a su vez, les están generando competencia. Es importante estudiar los distintos segmentos estratégicos que forman parte del mercado, abriéndole la puerta a mayor cantidad de clientes.
- En muchas ocasiones, sustituir el grupo objetivo al cual se dirige la oferta de la empresa por otro puede funcionar; modificar la estrategia convencional puede permitir que haya una expansión en el mercado.
- Estudiar y entender qué pasa antes, durante y después de utilizar un servicio o producto es también un camino para la creación de una estrategia de *océano azul*.
- La competencia no se mide solo en el precio y la utilidad que el producto o servicio brinde al cliente, pues crear nuevos espacios en el mercado apelando a sentimientos y emociones del consumidor puede ser una estrategia que funcione.

Cuales son los Principios de la Estrategia del Océano Azul

2. Realizar un mapa estratégico.

Acto seguido se debe realizar un plano o mapa para definir la estrategia que seguiríamos una vez hallemos la oportunidad de negocio. Esto debe realizarse en función del potencial creativo de nuestra empresa.

- *Despertar visual.* Es la primera fase del segundo ciclo, donde en principio se compara a la empresa con los competidores actuales; lo que busca es realizar un estudio de la situación actual. Será la base para analizar en qué punto la estrategia debe cambiar.
- *Exploración visual.* Se necesita plantear cada uno de los cinco caminos que puedan ser tomados para crear un nuevo espacio estratégico en el mercado; en esta fase del segundo ciclo es necesario identificar los factores que se puedan modificar, eliminar o crear.
- *Trabajo de campo.* Es el momento de probar si la estrategia está funcionando. Los clientes, tanto los de la competencia como los nuevos, deberán aprobar.
- *Comunicación visual.* Se refleja la situación actual y la deseable de la empresa.

3. Explorar otros terrenos más allá de la demanda actual.

Empezaremos a explorar esos terrenos del mercado en los que nadie hasta ese momento haya entrado o que no estén del todo explotados. De momento es solo una cuestión de tanteo y valoración.

- La estrategia de toda empresa es mantener su lista de clientes actuales, pero una ventaja competitiva se ve cuando se dan nuevas oportunidades al segmentar el mercado.

4. Diseñar una estrategia de operación.

Una vez estemos seguros de la opción de negocio y de la viabilidad del mercado al que aspiramos, el siguiente paso es diseñar una estrategia concreta que refleje nuestra oferta: cualidades del producto, beneficios, utilidad, precio, etc.

Cuales son los Principios de la Estrategia del Océano Azul

5. Solucionar obstáculos.

Los responsables de la estrategia del océano azul deben destinar una serie de recursos para solventar los problemas que puedan surgir durante su ejecución.

6. Ejecutar la estrategia de innovación.

Por último, solo falta poner en marcha nuestra estrategia de negocio y evaluar los resultados obtenidos.

El *océano azul* necesita que se le presente al cliente algo excepcional en el producto o servicio. Un producto será exitoso en la medida en que permita que la vida del consumidor sea sencilla, productiva, cómoda, divertida; el nuevo producto debe marcar la diferencia con el anterior, además de una nueva utilidad.

Un nuevo aspecto dentro de la viabilidad es el precio estratégico, que deberá atraer a los clientes y, además, necesitará retenerlos, crear fidelidad en el cliente.

A continuación algunos ejemplos de uso de la estrategia del océano azul:

Cirque Du Soleil, es el ejemplo más utilizado para explicar en qué consiste una buena estrategia de océano azul. Este circo creó un mercado totalmente ajeno a los circos, innovando con espectáculos llenos de música, baile, color y artistas. Se convirtió en un entretenimiento para los adultos, en contra de los tradicionales circos en los cuales se utilizan animales para sus principales espectáculos y normalmente están dirigidos a un público infantil.

Apple. En los 90 el intercambio ilegal de música empezó a convertirse en un problema. Por ello, se empezaron a desarrollar programas que permitían compartir y descargar música para reproductores MP3, estando al alcance de cualquier dispositivo de manera gratuita. Sin embargo, y a pesar de que esto perjudicó en su momento a la industria de la grabación; Apple decidió innovar con lo que ahora conocemos ahora como iTunes Store. Esta tienda virtual ofrece más de 8 millones de canciones para ser compradas a través de su tienda.

Cuales son los Principios de la Estrategia del Océano Azul

¿Y cuál fue su principal valor en un inicio? Poder comprar solo una canción, cosa que con los CD era imposible y en muchas ocasiones era una freno para adquirir el disco completo. De esta manera, tú mismo podrías crear tu propia biblioteca digital incluyendo solo tus canciones favoritas. Actualmente Itunes Store no solo ofrece música, también existen libros que se pueden adquirir y mantenerlos de forma digitalizada.

Referencia:

THE HERO CAMP. (2018). Cuáles son los Principios de la Estrategia del Océano Azul. Recuperado de: <https://theherocamp.com/product-lab/principios-estrategia-oceano-azul/>