

«Стратегия голубого океана» как фасилитационный инструмент.





Стратегическая сессия. Основные шаги.

Содержание шага.

Результат.

«Визуальное пробуждение».

Определение факторов ценности отрасли. Оценка выраженности факторов в компании. (работа в мини-группах, затем сборка)



Стратегическая канва и кривая ценности компании «как есть».

«Исследование»: Шесть путей в голубой океан.

Генерация идей по каждому из шести путей, с опорой на систему вопросов. (работа в мини-группах, затем презентация идей)



Возможные новые факторы ценности.

«Ярмарка стратегий».

Работа с моделью четырех действий. (работа в других 2-3 мини-группах, презентации, «крэш-тест», доработка по результатам крэш-теста)



Новая кривая ценности компании «как должно быть» (2-3 варианта).

Переход к плану действий.

Определение лучшего варианта из представленных на «ярмарке». Сопоставление на стратегической канве новой кривой ценности («как должно быть») с кривой ценности «как есть», определение «разрывов».



План действий по каждому «разрыву» - план реализации новой стратегии.



ИСТОЧНИКИ:



1. Ким, В.Чан. Стратегия голубого океана. Как найти или создать рынок, свободный от других игроков / В.Чан Ким, Рене Моборн; пер. с англ. И.Ющенко. – 2-е изд. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 304 с.
2. Креативное мышление в бизнесе/ Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 228 с. – (Серия «Классика Harvard Business Review»).
3. Остервальдер А. Построение бизнес-моделей: Настольная книга стратега и новатора / Александр Остервальдер, Ив Пинье; Пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Альпина Паблицер, 2012 – 288 с .



О.Ю. Клепцова, 2017.

Дипломированный бизнес-тренер, консультант, фасилитатор. Член Ассоциации фасилитаторов.

www.OlgaKleptsova.ru +7 (916) 150 76 77 Olga.Kleptsova@yandex.ru



Ассоциация
Фасилитаторов