



Business Performance Services

Stratégie Océan Bleu

Réflexions autour du pilotage stratégique
de l'innovation

Réunion ICG INM LORRAINE - XX septembre 2010

ADVISORY

Copyright KPMG
Eric INGLEBERT

Introduction

Les outils

1. Le canevas stratégique
2. La grille des 4 actions
3. La matrice de choix
4. Les critères d'évaluation

La formulation de la stratégie

1. Redessiner les frontières entre marchés
2. Visualiser la stratégie
3. Viser au-delà de la demande existante
4. Réussir le séquençement stratégique

Introduction

La stratégie Océan Bleu : tour de table...



La stratégie Océan Bleu : regarder son marché autrement



Quels marchés ces entreprises regardent-elles autrement ?

Le principe : une démarche axée sur l'innovation

- L' Univers du marché se décompose en deux océans :
- **L' Océan Rouge**
 - Toutes les entreprises existant à ce jour, les frontières du secteur d'activité sont définies et acceptées, les règles du jeu compétitif sont bien connues
 - Chaque entreprise essaie de faire mieux que les autres pour s'approprier une part plus importante de la demande existante
 - Concurrence exacerbée : banalisation des produits, espace du marché encombré, guerre des prix, rentabilité érodée...
- L'entreprise doit surpasser ses rivaux. Mais elle risque de s'épuiser si elle ne trouve pas ailleurs des opportunités de croissance rentable

Le principe : une démarche axée sur l'innovation

- L'entreprise doit trouver des gisements de croissance et de rentabilité dans de nouveaux espaces
- **L' Océan Bleu**
 - Créer un nouvel espace stratégique non exploité
 - Créer une demande nouvelle avec de nouvelles règles du jeu
 - Rechercher une forte croissance rentable en dehors de l'arène de la concurrence traditionnelle
- On peut créer un océan bleu très au-delà des secteurs existants ou en repoussant les frontières existantes