EDIÇÃO ESTENDIDA DO
BEST-SELLER INTERNACIONAL

MAIS DE
3,5 MILHÕES DE
EXEMPLARES
VENDIDOS

A ESTRATÉGIA DO OCEANO AZUL

Como criar novos mercados e tornar a concorrência irrelevante

W. CHAN KIM | RENÉE MAUBORGNE

SEXTANTE

Resumo de A Estratégia do Oceano Azul. Como Criar Novos Mercados e Tornar a Concorrência Irrelevante

Fenômeno global com mais de 3,5 milhões de exemplares vendidos, A estratégia do oceano azul foi publicado em 44 idiomas e se tornou uma obra de referência, adotada por organizações do mundo inteiro, ao desafiar tudo aquilo que se julgava saber sobre os requisitos para o sucesso estratégico.

“Depois de ler A estratégia do oceano azul , você nunca mais verá a concorrência da mesma forma. Os autores apresentam uma proposta convincente para perseguir uma estratégia por meio de uma abordagem criativa e não combativa.

Sua ênfase na inovação de valor e no engajamento torna este livro obrigatório tanto para executivos quanto para estudantes de administração e negócios.” – Carlos Ghosn, CEO da Renault Nissan Alliance Para os professores W.

Chan Kim e Renée Mauborgne, o resultado de uma concorrência acirrada nada mais é que um oceano vermelho sangrento, repleto de rivais que lutam entre si por uma parcela de lucros cada vez menor.

Com base em um estudo de 150 movimentos estratégicos (que abrangem mais de 100 anos e 30 setores), os autores afirmam que o êxito duradouro não decorre da disputa feroz entre concorrentes, mas da criação de “oceanos azuis” – novos e intocados espaços de mercado prontos para o crescimento.

Eles apresentam ainda uma abordagem sistemática para tornar a concorrência irrelevante e descrevem os princípios e ferramentas que qualquer organização pode utilizar para criar e desbravar seus próprios oceanos azuis.

Esta edição ampliada inclui um novo prefácio dos autores, casos de

estudo e exemplos atualizados, dois capítulos novos e um terceiro estendido, que aborda as questões mais prementes levantadas pelos leitores nos últimos 10 anos.

Acesse aqui a versão completa deste livro