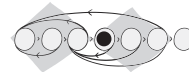


OCEANO BLU E MAPPA DELLA BUYER UTILITY



Lewrick / Link / Leifer
Gli strumenti per il Design Thinking
978-88-6895-899-2



Guida rapida: *Strategia Oceano blu* di W. Chan Kim e Renée Mauborgne aiuta a definire una proposta di valore unica. La mappa della buyer utility definisce i fattori decisionali critici per gli utenti per l'offerta conosciuta oggi (= *oceano rosso*). I fattori inutilizzati possono essere utilizzati in futuro (= *oceano blu*).

Altri consigli e trucchi per questo modello nel libro a pag. 181

3 • Oceano rosso
4 • Oceano blu

1 Enunciato del problema

Breve descrizione del problema.



Questi fattori critici sono classificati nella matrice della buyer utility e i fattori critici di decisione sono determinati per la gamma di prodotti del settore oggi conosciuti (oceano rosso). La definizione può essere indirizzata ai fattori non utilizzati (oceano blu).

Nuove curve di valore con il framework delle quattro azioni

Individuate i principali fattori sui quali la concorrenza diretta o alternativa o il settore si sono finora concentrati.



Aumentare

Quali fattori potrebbero essere aumentati?



Ridurre

Quali fattori potrebbero essere ridotti?



Eliminare

Quali fattori potrebbero essere eliminati?



Creare

Quali fattori potrebbero essere creati?

2

Ciclo di vita	Acquisto	Consegna	Uso	Estensione	Manutenzione	Smaltimento
Leva dei benefici						
Produttività <i>È possibile aumentare la produttività?</i>						
Semplicità <i>La semplicità può creare un vantaggio?</i>						
Comodità <i>La comodità può creare valore?</i>						
Rischio <i>La situazione di rischio può essere migliorata?</i>						
Divertimento e immagine <i>Come si può aumentare il divertimento o migliorare l'immagine?</i>						
Sostenibilità <i>Come si può aumentare la sostenibilità?</i>						

Risultati

Create una nuova proposta di valore per l'oceano blu.



Per ottenere un PDF Premium: