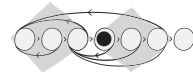


Outil océan bleu et carte d'utilité pour l'acheteur



Lewrick / Link / Leifer
Le Kit Du Design Thinking
978-2744067631



Guide rapide : La stratégie de l'océan bleu de W. Chan Kim et Renée Mauborgne aide à définir une proposition de valeur unique. La carte de l'utilité de l'acheteur définit les facteurs de décision critiques pour les utilisateurs pour l'offre connue aujourd'hui (= océan rouge). Les facteurs inutilisés peuvent être utilisés à l'avenir (= océan bleu).

Plus de conseils et d'astuces pour ce modèle sur la page du livre : 181

1 Problématique

Breve description du problème.

Nouvelles courbes de valeur avec le schéma des quatre actions

Identifiez les principaux facteurs sur lesquels la concurrence directe ou alternative ou l'industrie s'est concentrée jusqu'à présent.

Augmenter
Quels facteurs renforcer bien au-dessus du standard de l'industrie ?

Réduire
Quels facteurs réduire bien au-dessus du standard de l'industrie ?

Éliminer
Quels sont les facteurs qui pourraient être éliminés ?

Créer
Quels facteurs non offerts par l'industrie à ce jour pourraient être créés ?

Cycle de vie		3 • L'océan rouge						4 • L'océan bleu
		Achats	Livraison	Usage	Extension	Entretien	Élimination	
2	Levier d'avantages							
	Productivité <i>Est-il possible d'accroître la productivité ?</i>							
	Simplicité <i>La simplicité peut-elle créer un avantage ?</i>							
	Commodité <i>Le confort peut-il créer de la valeur ?</i>							
	Risque <i>La situation des risques peut-elle être améliorée ?</i>							
	Plaisir et image <i>Comment augmenter le plaisir ou améliorer l'image ?</i>							
	Durabilité <i>Comment peut-on accroître la durabilité ?</i>							

Conclusions

Créez une nouvelle proposition de valeur pour l'océan bleu.



Obtenir un PDF Premium de modèle de design thinking: www.dt-toolbook.com/shop