

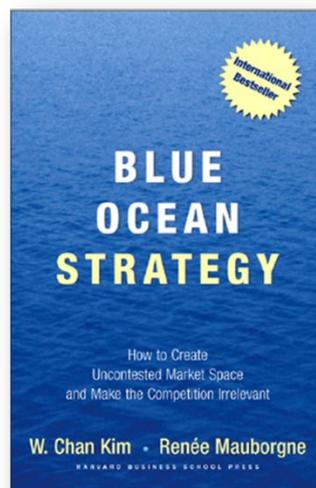
BLUE OCEAN STRATEGY SIMULATION Zusammenfassung

Gerade in Zeiten von Corona wird es immer wichtiger, seinen Mitarbeitern auch im Homeoffice Team- und Erfolgs-Erlebnisse zu ermöglichen. Auf Basis einer ausgeklügelten Simulationssoftware führen die Teilnehmer ein Unternehmen durch 9 Jahre und müssen dabei eine solide Strategie für ihre Produkte entwickeln, um sich von virtuellen Wettbewerbern und den anderen Teams abzuheben. Das fordert eine verstärkte Kommunikation zwischen den Mitarbeitern und steigert das WIR-Gefühl und die Motivation im Team.

Die Blue Ocean Strategie Simulation wurde mit umfangreichem Input von den Autoren des Bestsellers Blue Ocean Strategy entwickelt. Die Teilnehmer werden die Macht der Blue Ocean Strategie selbst erleben, indem sie die Theorie anwenden und die im Buch beschriebenen Methoden und Werkzeuge nutzen werden.



W. Chan Kim
*Professor of Strategy and
International Management*
INSEAD



Renée Mauborgne
Professor of Strategy
INSEAD

Zudem ist BOSS das perfekte Werkzeug für das gleichzeitige Bestreben nach Differenzierung und niedrigen Kosten, um neuen Marktraum zu schaffen. Die Blue Ocean Strategie zielt darauf ab, die Konkurrenz irrelevant zu machen, indem sie einen Wertsprung sowohl für das Unternehmen als auch für seine Käufer schafft. Die Durchführung der Sessions machen den Mitarbeitern Spaß und durch das Begleiten der Teams in den Review-Sessions durch Top-Referenten des *SGBI lernen die Mitarbeiter wichtige Aspekte des Managements dazu, die im realen Unternehmen eine hohe Relevanz haben.

BLUE OCEAN STRATEGY SIMULATION

Zusammenfassung

Die Blue Ocean Strategie vereint die folgenden drei Konzepte:

1. **Value Proposition:** Der Nutzen, den Käufer durch das Produkt oder die Dienstleistung erhalten, abzüglich des Preises, den sie dafür zahlen. Gibt es einen zwingenden Grund für die Masse der Zielkäufer (Kunden und Nicht-Kunden), das neue Angebot zu kaufen? Ist das Angebot preislich so gestaltet, dass es für die Masse der Zielkäufer so attraktiv ist, dass sie zwingend dafür bezahlen wollen?
2. **Profit Proposition:** Der Preis des Angebots abzüglich der Kosten für dessen Herstellung und Vertrieb. Erzielen von besseren Kostenpositionen durch Effizienzsteigerung bei Eigenschaften, die in der Branche bzw. dem Kunden als selbstverständlich angesehen werden und nicht mehr zur eigentlichen Differenzierung vom Wettbewerb taugen oder gar Eliminierung von Produktmerkmalen oder Kostenpositionen, die nicht mehr benötigt werden. Desweiteren Konzentration auf den Aufbau von höchsteffizient produzierten Mehrwerten, um die eigene Position zu stärken.
3. **People Proposition:** Die Bereitschaft der Mitarbeiter, die neue Strategie mit aller Energie, nach bestem Wissen und Gewissen und freiwillig umzusetzen. Akzeptanzhürden können die Umsetzung einer Blue Ocean Strategie blockieren. Diese können von den Mitarbeitern des Unternehmens, von Geschäftspartnern oder von der Gesellschaft ausgehen. Man muss diese Akzeptanzhürden identifizieren und sie im Vorfeld angehen, bevor man versucht, eine Blue Ocean Strategie umzusetzen.

Dauer der Simulation. Insgesamt 2 bis 3 Tage über mehrere Tage individuell aufteilbar. Die Sessions können dabei auf 2-3h begrenzt werden.

2 Varianten: Vermarktung von Videospielekonsolen ausgehend von einer Industriestufe B2B oder einer Handelsstufe B2C

Empfehlung: Wir empfehlen 3-5 Teilnehmer pro Team (zusammen an einem Ort oder gänzlich im jeweiligen Home-Office), um innerhalb der Teams bestmögliche Diskussion und Austausch zu fördern.

Szenario. Sie und Ihr Team übernehmen die Leitung eines fiktiven Unternehmens im Markt für Videospielekonsolen. Sie werden das Unternehmen über die nächsten neun Jahre leiten und zu Beginn jedes Jahres wichtige strategische Entscheidungen treffen. Ein ausgeklügelter Algorithmus wird Ihre Leistung während jedes Jahres berechnen und Sie werden die Ergebnisse Ihrer Teamstrategie in Dashboards sehen und anschließend mit unseren Top-Referenten besprechen können.

BLUE OCEAN STRATEGY SIMULATION

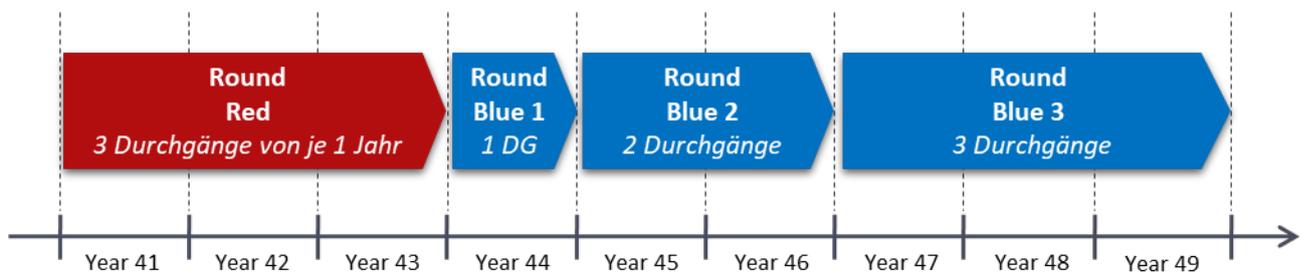
Zusammenfassung

Die Magnavox Odyssey und die Atari Pong waren die ersten Videospielekonsolen für den Heimgebrauch, die in den frühen Siebzigern auf den Markt kamen. Zu dieser Zeit waren die Konsolen eher analog als digital und hatten eine eher einfache Grafik, eine schlechte Reaktionsfähigkeit der Controller und keinen Sound! 40 Jahre später sind enorme Fortschritte gemacht worden und eine Handvoll Konkurrenten liefern sich einen erbitterten Kampf um die Vorherrschaft auf diesem Markt.

Diese Einführung in die BOSS-Welt behandelt die wichtigsten Aspekte des aktuellen Marktes, die Kunden, die Vertriebskanäle, die bestehenden Angebote und die Wettbewerber. Zu Beginn jeder Runde gibt es eine zusätzliche Einführung, die Sie mit genaueren Details zur jeweiligen Runde versorgt.

Die Simulation beginnt im Jahr 40 der Videospielekonsolen-Ära. Die neun Jahre, in denen Sie das Unternehmen führen - von Jahr 41 bis Jahr 49 - sind in vier Runden unterteilt. Eine Runde bezieht sich im Großen und Ganzen auf einen bestimmten Satz von Lernzielen. Innerhalb einer Runde können Sie ein oder mehrere Jahre haben, wie in Abbildung 1 unten dargestellt.

Ablauf:



Jede Runde stellt Sie vor neue strategische Herausforderungen:

Runde Red: Managen Sie Ihr bestehendes Angebot für 3 Jahre und nutzen Sie die Werkzeuge der Wettbewerbsstrategie als Grundlage für Ihre Entscheidungsfindung.

Runde Blue 1: Erarbeiten eines hochwertigen (differenzierten und kostengünstigen) Produktangebots im Rahmen der Blue Ocean Strategie.

Runde Blue 2: Erschließung weiterer Nachfrage durch Bestimmung des richtigen strategischen Preises und Verfeinerung Ihres Angebots.

BLUE OCEAN STRATEGY SIMULATION

Zusammenfassung

Runde Blue 3: Erweiterung Ihrer Blue-Ocean-Strategie durch die Nutzung von Service- und Lieferplattformen als Grundlage für die Schaffung von unangefochtenem Marktraum sowie den Umgang mit dem Aufkommen neuer Niedrigpreis-Wettbewerber.

Voraussetzung. Die Team- und Ausbilderplattformen sind vollständig Browser-basiert und laufen auf den meisten Systemen, einschließlich Mac OS, Windows, iOS (iPad), Android (Galaxy Tab), Linux. Zur Kommunikation unter den Teams und zwischen den Referenten nutzen wir gewöhnlich Zoom oder Teams von MS z.B. auch für Breakout-Sessions. Wir können uns auch auf ihre jeweilige Kommunikationsplattform einstellen.