

Przeanalizował przypadki firm z 30 branż, aby poznać mechanizmy pozwalające na uzyskanie przewagi rynkowej w warunkach intensywnej rywalizacji (hiperkonkurencja) oraz utowarowienia, tj. sytuacji, w której jedynym czynnikiem decydującym o wyborze produktu jest cena. Prof. Richard D'Aveni, światowy autorytet w dziedzinie strategii konkurencyjnej, był gościem konferencji Harvard Business Review Polska.

„Polska zmierza się obecnie z podobnymi problemami, jakie były udziałem gospodarki USA 15 lat temu” - powiedział prof. Richard D'Aveni podczas konferencji „Hiperkonkurencja, czyli jak wygrać w obliczu intensywnej rywalizacji i upodobniania się produktów i usług” zorganizowanej w ramach cyklu Autorytety Zarządzania Harvard Business Review Polska. Obecnie podczas spotkania zaproponował mini-quiz pozwalający zilustrować, na ile powszechne w Polsce są zjawiska hiperkonkurencji i utowarowienia. „To jest rodzaj kwestionariusza. Jeśli na 2 lub 3 pytania dotyczące otoczenia rynkowego, w którym działają Wasze firmy, odpowiecie pozytywnie, zmagacie się właśnie z hiperkonkurencją. Jeśli wszystkie prawdziwe są wszystkie 4 stwierdzenia – w szybkim tempie zbliżacie się do utowarowienia” – tłumaczył prof. Richard D'Aveni. Pytania brzmiały: Czy obserwujecie na swoim rynku wojnę cenową? Czy unikalność Waszego produktu lub usługi zanika? Czy produkty zastępcze osłabiają Waszą proporcję wartości? A może zastępują ją nowe technologie i modele biznesowe? Niemal wszyscy obecni na sali twierdząco odpowiedzieli na co najmniej 2 z nich. Oznacza to, że zmagają się z hiperkonkurencją.

Tego, jak pokonać pułapkę hiperkonkurencji i utowarowienia prof. Richard D'Aveni uczył polskie firmy podczas konferencji w dniu 19 października 2010 r. Dla jej uczestników poprowadził także specjalny warsztat podczas którego pokazywał, jak samodzielnie weryfikować własną sytuację konkurencyjną.

Kolejne spotkania organizowane przez Harvard Business Review Polska w ramach cyklu Autorytety Zarządzania odbędą się już w listopadzie. Pierwsze z nich poświęcone nowoczesnym narzędziom nawiązywania i utrzymywania długotrwałych relacji z klientami będzie mieć miejsce 15 listopada. Gościem specjalnym tej konferencji, noszącej tytuł „Strategie sprzedaży nowej generacji” będzie David Lambert. 16 listopada natomiast o tym, jak zarządzać doświadczeniem klientów, aby przyspieszyć rozwój firmy i zwiększyć jej zysk podczas konferencji „CEM: Customer experience management” opowie Dr Bernd Schmidt. Warunkiem uczestnictwa w obydwu spotkaniach jest rejestracja na www.hbrp.pl.

Autorytety Zarządzania HBRP

Cykl konferencji Autorytety Zarządzania organizowany przez Harvard Business Review Polska, to prestiżowe wydarzenia prezentujące nowatorskie podejście do takich fundamentalnych kwestii menedżerskich, jak strategia, przywództwo, innowacja, sprzedaż i marketing. Uznani światowi eksperci przedstawiają na nich przełomowe koncepcje, które zmieniają spojrzenie na biznes.

Harvard Business Review Polska