

Navigating The Oceans of Innovation Exploring Blue and Red Ocean Strategies

Charting Paths Beyond Competition

Management & Leadership

Navigating The Oceans of
Innovations Exploring Blue and
Red Ocean Strategies

Code: 251012



FUTURE CENTRE
مركز المستقبل




futurecentre.net



Course Introduction

In the vast and competitive sea of the global marketplace, companies are constantly battling for relevance and market share. Many engage in a bloody “Red Ocean” of fierce competition, fighting over a shrinking profit pool. But there is an alternative path—the creation of “Blue Oceans”—untapped new market spaces ripe for growth. This transformative course, inspired by the groundbreaking work of W. Chan Kim and Renée Mauborgne, provides a systematic framework for breaking away from the competition and making it irrelevant. Participants will learn to diagnose their current competitive reality, use powerful analytical tools and frameworks to reconstruct market boundaries, and create innovative value propositions that open up new, uncontested market space. This is a course for leaders and innovators who want to stop competing and start creating.

Training Method

- Pre-assessment
 - Live group instruction
 - Use of real-world examples, case studies and exercises
 - Interactive participation and discussion
 - Power point presentation, LCD and flip chart
 - Group activities and tests
 - Each participant receives a binder containing a copy of the presentation
 - slides and handouts
 - Post-assessment
- 

Course Objectives

Upon completion of this course, participants will be able to:

- Differentiate Blue and Red Ocean Strategies: Understand the core principles, characteristics, and strategic logic of both competitive and uncontested market spaces.
- Apply the Diagnostic Tools: Use the Strategy Canvas to visually capture the current state of play in their industry and diagnose the basis of competition.
- Reconstruct Market Boundaries: Systematically apply the Six Paths Framework to challenge industry assumptions and discover new market opportunities.
- Formulate a Blue Ocean Strategy: Develop a Four Actions Framework (ERRC Grid) to create a new value curve by Eliminating, Reducing, Raising, and Creating factors.
- Overcome Key Organizational Hurdles: Learn to use the Tipping Point Leadership and Fair Process principles to mobilize an organization and execute a blue ocean idea.
- Develop a Valid Business Model: Ensure the new strategy is commercially viable by aligning with a target costing model and a profitable business model.

Who Should Attend?

This course is designed for leaders, strategists, and innovators tasked with driving growth and creating a sustainable competitive advantage.

- **C-Suite Executives & Business Unit Heads** (CEO, COO, CMO, CSO) responsible for corporate strategy.
- **Vice Presidents & Directors** of Strategy, Innovation, Business Development, and Marketing.
- **Product Managers & Entrepreneurs** developing new products, services, or ventures.
- **Intrapreneurs & Innovation Team Leads** within established companies.
- **Consultants & Advisors** specializing in corporate strategy and business transformation.
- **Any leader or manager** looking to break free from commoditization and intense competition.

Course Outline

Day 1: Charting the Course – The Core Concepts of Ocean Strategy

Morning:

- **Module 1: Welcome & The Strategic Imperative:** Introduction to the Red Ocean vs. Blue Ocean paradigm. The necessity of value innovation.
- **Module 2: The Strategy Canvas:** The central diagnostic tool and analytic framework for capturing the current state of play.

Afternoon:

- **Workshop: Drawing Your Canvas:** Participants work in teams to map the competitive landscape of their own industry or a case study industry.
- **Group Discussion:** Analyzing the results to see the “bloody” nature of Red Ocean competition.
- **Day 1 Recap:** Seeing your world through a new lens.

Day 2: Discovering New Waters – The Six Paths Framework

Morning:

- **Module 3: Reconstructing Market Boundaries:** Introduction to the Six Paths Framework for systematic exploration of Blue Oceans.
- **Module 4: Paths 1-3:** Looking across alternative industries, strategic groups, and chain of buyers.

Afternoon:

- **Module 5: Paths 4-6:** Looking across complementary offerings, functional-emotional orientation, and time.
- **Workshop: The Six Paths Exercise:** Teams apply each path to their chosen industry to generate a portfolio of new market ideas.
- **Day 2 Recap:** How to systematically uncover opportunity.

Day 3: Designing Your Vessel – The Four Actions Framework

Morning:

- **Module 6: The ERRC Grid:** The cornerstone of value innovation: Eliminate, Reduce, Raise, Create.
- **Module 7: Crafting a New Value Curve:** Using the ERRC Grid to break the value-cost trade-off and design a unique strategic profile.

Afternoon:

- **Workshop: Building Your Blue Ocean Idea:** Teams use the ERRC Grid on their most promising idea from Day 2 to design a new value curve.
- **Presentation: The Pitch:** Teams present their new value curves and explain their strategic logic.
- **Day 3 Recap:** From insight to strategic formulation.

Course Outline

Day 4: Launching the Fleet – Execution and Overcoming Hurdles

Morning:

- **Module 8: Tipping Point Leadership:** How to mobilize an organization for execution with limited resources and time by focusing on key influencers and acts.
- **Module 9: Fair Process:** The critical role of engagement, explanation, and expectation clarity (the “3 E’s”) in overcoming cognitive and motivational hurdles.

Afternoon:

- **Module 10: Validating the Idea:** Introduction to the **Buyer Utility Map** and **Price Corridor of the Mass** to test commercial viability.
- **Case Study: Success & Failure:** Analyzing a real-world Blue Ocean initiative and the execution challenges it faced.
- **Day 4 Recap:** Leading the human side of change.

Day 5: The Voyage Ahead – Integration and Business Model Alignment

Morning:

- **Module 11: Aligning the Business Model:** Ensuring the new strategy is profitable through target costing and business model innovation.
- **Module 12: The Sequence of Strategy:** Properly sequencing the formulation and execution of Blue Ocean Strategy for maximum impact.

Afternoon:

- **Capstone Activity: The Blue Ocean Initiative:** Teams integrate all their work from the week into a comprehensive strategic plan, including:
 - A final Strategy Canvas
 - A narrative of their new value proposition
 - A high-level plan for overcoming key organizational hurdles
- **Final Presentations & Peer Feedback:** Teams present their full Blue Ocean Strategy.
- **Course Conclusion:** Final review, personal action planning, and awarding of certificates.




المقدمة

في بحر السوق العالمية الشاسع والمتنافس، تتنافس الشركات باستمرار على أهميتها وحصتها السوقية. ينخرط الكثير منها في "محيط أحمر" ضارٍ من المنافسة الشرسة، متصارعةً على ربحية متناقصة. ولكن هناك طريق بديل - وهو خلق "محيطات زرقاء" - مساحات سوقية جديدة غير مستغلة وجاهزة للنمو.

هذه الدورة التحويلية، المستوحاة من العمل الرائد لـ ديليو. تشان كيم ورينيه موبورن، تُقدم إطارًا منهجيًا للتحرر من المنافسة وتقليص أهميتها. سيتعلم المشاركون كيفية تشخيص واقعهم التنافسي الحالي، واستخدام أدوات وأطر تحليلية فعّالة لإعادة بناء حدود السوق، ووضع مقترحات قيمة مبتكرة تفتح آفاقًا جديدة في السوق غير قابلة للمنافسة. هذه الدورة مُصممة للقادة والمبتكرين الراغبين في التخلي عن المنافسة والبدء بالإبداع

طريقة التدريب

- التقييم المسبق
 - تدريب جماعي مباشر
 - استخدام أمثلة واقعية ودراسات حالة وتمارين
 - مشاركة ونقاش تفاعلي
 - عرض تقديمي باستخدام باور بوينت، وشاشة LCD، ولوح ورقي
 - أنشطة واختبارات جماعية
 - يحصل كل مشارك على ملف يحتوي على نسخة من العرض التقديمي
 - شرائح ومطبوعات
 - التقييم اللاحق
- 

أهداف الدورة

- عند الانتهاء من هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:
- التمييز بين استراتيجيات المحيط الأزرق والأحمر: فهم المبادئ الأساسية والخصائص والمنطق الاستراتيجي لكل من مساحات السوق التنافسية وغير المتنازع عليها.
 - تطبيق أدوات التشخيص: استخدم لوحة الإستراتيجية لالتقاط الحالة الحالية للعب في صناعتهم بصريًا وتشخيص أساس المنافسة.
 - إعادة بناء حدود السوق: تطبيق إطار المسارات الستة بشكل منهجي لتحدي افتراضات الصناعة واكتشاف فرص السوق الجديدة.
 - صياغة استراتيجية المحيط الأزرق: تطوير إطار عمل مكون من أربعة إجراءات (شبكة ERRC) لإنشاء منحى قيمة جديد من خلال إزالة العوامل وتقليلها ورفعها وإنشائها.
 - التغلب على العقبات التنظيمية الرئيسية: تعلم كيفية استخدام مبادئ القيادة عند نقطة التحول والعملية العادلة لتعبئة المنظمة وتنفيذ فكرة المحيط الأزرق.
 - تطوير نموذج أعمال صالح: تأكد من أن الاستراتيجية الجديدة قابلة للتطبيق تجارياً من خلال التوافق مع نموذج التكلفة المستهدفة ونموذج الأعمال المربح.

من ينبغي أن يهتم؟

- تم تصميم هذه الدورة للقادة والاستراتيجيين والمبتكرين المكلفين بدفع النمو وخلق ميزة تنافسية مستدامة.
- كبار المسؤولين التنفيذيين ورؤساء وحدات الأعمال (الرئيس التنفيذي، والمدير التنفيذي للعمليات، والمدير التنفيذي للتسويق، والمدير التنفيذي للاستراتيجية)
 - المسؤولين عن استراتيجية الشركة.
 - نواب الرئيس والمديرين للاستراتيجية والابتكار وتطوير الأعمال والتسويق.
 - مديرو المنتجات ورجال الأعمال الذين يقومون بتطوير منتجات أو خدمات أو مشاريع جديدة.
 - قادة فرق ريادة الأعمال والابتكار داخل الشركات الراسخة.
 - مستشارون ومستشارون متخصصون في استراتيجية الشركات وتحويل الأعمال.
 - أي قائد أو مدير يتطلع إلى التحرر من السلع الأساسية والمنافسة الشديدة

محتويات الكورس

اليوم الأول رسم المسار - المفاهيم الأساسية لاستراتيجية المحيط

صباح:

- الوحدة الأولى: الترحيب والضرورة الاستراتيجية: مقدمة لنموذج المحيط الأحمر مقابل المحيط الأزرق. ضرورة ابتكار القيمة.
- الوحدة 2: لوحة الاستراتيجية: أداة التشخيص المركزية والإطار التحليلي لالتقاط الوضع الحالي.

بعد الظهر:

- ورشة عمل: رسم لوحتك: يعمل المشاركون في فرق لرسم خريطة للمنافسة في صناعتهم الخاصة أو صناعة دراسة الحالة.
- مناقشة جماعية: تحليل النتائج لمعرفة طبيعة "الدموية" لمنافسة المحيط الأحمر.
- ملخص اليوم الأول: رؤية عالمك من خلال عدسة جديدة.

اليوم الثاني اكتشاف مياه جديدة - إطار المسارات الستة

صباح:

- الوحدة 3: إعادة بناء حدود السوق: مقدمة لإطار المسارات الستة للاستكشاف المنهجي للمحيطات الزرقاء.
- الوحدة 4: المسارات 1-3: النظر عبر الصناعات البديلة والمجموعات الاستراتيجية وسلسلة المشتريين.

بعد الظهر:

- الوحدة 5: المسارات 4-6: النظر عبر العروض التكميلية، والتوجه الوظيفي والعاطفي، والوقت.
- ورشة عمل: تمرين المسارات الستة: تطبق الفرق كل مسار على الصناعة التي اختارتها لتوليد مجموعة من أفكار السوق الجديدة.
- ملخص اليوم الثاني: كيفية اكتشاف الفرصة بشكل منهجي.

اليوم الثالث تصميم سفينتك - إطار العمل المكون من أربعة إجراءات

صباح:

- الوحدة 6: شبكة ERRC: حجر الأساس للابتكار في القيمة: القضاء ، التخفيض ، الرفع ، الإبداع .
- الوحدة 7: صياغة منحنى قيمة جديد: استخدام شبكة ERRC لكسر التوازن بين القيمة والتكلفة وتصميم ملف استراتيجي فريد من نوعه.

بعد الظهر:

- ورشة عمل: بناء فكرة المحيط الأزرق الخاصة بك: تستخدم الفرق شبكة ERRC على فكرتهم الأكثر إيجابية من اليوم الثاني لتصميم منحنى قيمة جديد.
- العرض التقديمي: تقدم الفرق منحنيات القيمة الجديدة الخاصة بها وتشرح منطقتها الاستراتيجية.
- ملخص اليوم الثالث: من الرؤية إلى الصياغة الاستراتيجية.

محتويات الكورس

اليوم الرابع إطلاق الأسطول - التنفيذ والتغلب على العقبات

صباح:

- الوحدة 8: القيادة عند نقطة التحول: كيفية حشد المنظمة للتنفيذ بموارد ووقت محدود من خلال التركيز على المؤثرين والأفعال الرئيسية.
- الوحدة 9: العملية العادلة: الدور الحاسم للمشاركة والشرح ووضوح التوقعات (العناصر الثلاثة) في التغلب على العقبات المعرفية والتحفيزية.

بعد الظهر:

- الوحدة 10: التحقق من صحة الفكرة: مقدمة لخريطة فائدة المشتري وممر الأسعار للكتلة لاختبار الجدوى التجارية.
- دراسة الحالة: النجاح والفشل: تحليل مبادرة المحيط الأزرق في العالم الحقيقي والتحديات التنفيذية التي واجهتها.
- ملخص اليوم الرابع: قيادة الجانب الإنساني للتغيير.

اليوم الخامس الرحلة القادمة - التكامل ومواءمة نموذج العمل

صباح:

- الوحدة 11: مواءمة نموذج الأعمال: ضمان ربحية الاستراتيجية الجديدة من خلال تحديد التكلفة المستهدفة وابتكار نموذج الأعمال.
- الوحدة 12: تسلسل الاستراتيجية: التسلسل الصحيح لصياغة وتنفيذ استراتيجية المحيط الأزرق للحصول على أقصى قدر من التأثير.

بعد الظهر:

- النشاط الختامي: مبادرة المحيط الأزرق: تقوم الفرق بدمج كل أعمالها خلال الأسبوع في خطة استراتيجية شاملة، بما في ذلك:
 - استراتيجية القماش النهائية
 - سرد لقيمتهم المقترحة الجديدة
 - خطة رفيعة المستوى للتغلب على العقبات التنظيمية الرئيسية
- العروض التقديمية النهائية وردود الفعل من الزملاء: تقدم الفرق استراتيجية المحيط الأزرق الكاملة الخاصة بها.
- خاتمة الدورة: المراجعة النهائية، والتخطيط للعمل الشخصي، ومنح الشهادات

Terms & Conditions

Complete & Mail to future centre or email

Info@futurecentre.com



Cancellation and Refund Policy

Delegates have 14 days from the date of booking to cancel and receive a full refund or transfer to another date free of charge. If less than 14 days' notice is given, then we will be unable to refund or cancel the booking unless on medical grounds. For more details about the Cancellation and Refund policy, please visit

<https://futurecentre.net/>

Registration & Payment

Please complete the registration form on the course page & return it to us indicating your preferred mode of payment. For further information, please get in touch with us

Course Materials

The course material, prepared by the future centre, will be digital and delivered to candidates by email

Certificates

Accredited Certificate of Completion will be issued to those who attend & successfully complete the programme.

Travel and Transport

We are committed to picking up and dropping off the participants from the airport to the hotel and back.

Registration & Payment

Complete & Mail to future centre or email

Info@futurecentre.com



Registration Form

- Full Name (Mr / Ms / Dr / Eng)
- Position
- Telephone / Mobile
- Personal E-Mail
- Official E-Mail
- Company Name
- Address
- City / Country

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Payment Options

- ☐ Please invoice me
- ☐ Please invoice my company

Course Calander:



23/03/2026 - 27/03/2026

[Click Now](#)



27/07/2026 - 31/07/2026

[Click Now](#)



30/11/2026 - 04/12/2026

[Click Now](#)

VENUES

 LONDON

 BARCELONA

 KUALA LUMPER

 AMSTERDAM

 DAMASCUS

 ISTANBUL

 SINGAPORE

 PARIS

 DUBAI

OUR PARTNERS



THANK YOU

CONTACT US

 +963 112226969

 +963 953865520

 Info@futurecentre.com

 Damascus - Victoria - behind Royal Semiramis hotel



FUTURE CENTRE
مركز المستقبل



futurecentre.net