



Sempre più aziende adottano strategie dirompenti come mezzo efficace per raggiungere una crescita straordinaria. Il professore di Harvard Clayton Christensen, reduce dal grande successo ottenuto al World Business Forum 2007 di Milano, propone alcuni consigli per quelle aziende che vogliono scrivere le loro storie di successo dirompente.

1. Cerca il "compito" difficile da svolgere. I clienti in realtà non comprano prodotti, piuttosto li noleggianno per svolgere dei "compiti". Per trovare opportunità di crescita cerca quei clienti frustrati dall'incapacità di portare a termine un compito importante.
2. Ricorda che i non-clienti possono essere grandi clienti. A volte i migliori clienti sono quelli cui mancano le competenze, la ricchezza, l'accesso o il tempo per utilizzare prodotti esistenti. Rimuovere una barriera che costringe il consumo può essere la carta vincente.
3. Impedisce alla ricerca della perfezione di disperdere ciò che è "abbastanza buono". Non creare prodotti sofisticati complicati e costosi mentre il cliente potrebbe preferire una soluzione più semplice, più economica e dalle minori performance.
4. Fai quello che non vogliono fare i tuoi concorrenti. Seguendo un approccio che i leader di mercato snobbano o considerano poco interessante l'azione dirompente può trasformare il più grande asset del concorrente in una limitazione.
5. Concentra le attività iniziali intorno alla verifica delle premesse principali. Non versare denaro in una strategia fatalmente debole stanziando un investimento troppo in fretta.

Per saperne di più <http://www.claytonchristensen.com>