

# Инновационная предпринимательская стратегия и пример ее использования

Подготовил: студент группы ДИ-19

Журбинова Виктория

# Стратегия «следование за лидером»

Сущность стратегии «следование за лидером» заключается в том, что компания дожидается момента выведения конкурентной продукции на рынок, а после приступает к производству и реализации аналогичной продукции. Параллельно осуществляются технологические и маркетинговые корректировки новой продукции за счет изучения возможных ошибок «технологического лидера».

Стоит отметить тот факт, что компания «последователь» выпускает не точную копию продукции «лидера», а ее улучшенный вариант.



Компании, которые следуют данной стратегии, активно финансируют свои НИОКР для внесения существенных изменений в концепцию продукции. Компании «последователи» имеют мощную производственную базу, которая позволяет снижать себестоимость новой продукции за счет гибкости и экономии на масштабах. «Последователи» используют уникальный опыт в области маркетинговой деятельности, что позволяет эффективно использовать сбытовые каналы, а также превращать просчеты компании «лидеров» в свои конкурентные преимущества. Избрание данной стратегии связано с желанием минимизировать риски и неопределенность, с которыми могут столкнуться «лидеры».



Ярким примером, можно назвать компанию IBM, которая имела разработки PS, но, не смотря на это, позволила фирмам Altair и Apple первыми выйти на рынок персональных компьютеров. Эта стратегия позволила IBM верно оценить потенциал и емкость рынка, а также, позволила избежать маркетинговых просчетов конкурентов и вывести на рынок свою версию РС для корпоративных пользователей



«Следование за лидером» является самой популярной стратегией среди других, так как намного проще ввести обновленный продукт на базе уже существующего товара или услуги. Также данная стратегия позволяет не допускать ошибок, которые уже допустил конкурент, а, следовательно, может уберечь от незапланированных затрат.