

välëo



ANALISI SWOT

Ing. Venera Monaco PMP & IMPA Lev B

Che cos'è una strategia



- La strategia è la creazione di un posizionamento unico, valido che implica un insieme di attività differenti rispetto ai concorrenti;
- L'assenza di strategia è la scelta di perseguire attività in un modo uguale rispetto ai concorrenti;
- Un'azienda può avere successo solo se può stabilire e mantenere un posizionamento differente rispetto ai concorrenti

Le caratteristiche di una buona strategia

- Focalizzazione – puntare su pochi elementi distintivi;
- Differenziazione – Avere elementi di differenza chiari rispetto alla concorrenza;
- Slogan – Possedere uno slogan attraente.



SWOT uno strumento di analisi strategica

- Che cos'è? : uno strumento di supporto alle scelte che risponde all'esigenza di razionalizzare i processi decisionali;
- Una tecnica sviluppata più di 50 anni fa come supporto alla definizione delle strategie aziendali in contesti caratterizzati da INCERTEZZA e COMPETTIVITA';
- A partire dagli anni 80 è stata utilizzata come supporto alle scelte di intervento pubblico per analizzare scenari alternativi di sviluppo;
- I regolamenti comunitari ne richiedono l'utilizzo per la valutazione di piani e programmi

Analisi SWOT

- Viene condotta sui punti di forza (strenghts) e debolezza (weaknesses) propri del contesto di analisi e sulle opportunità (opportunities) e minacce (threats) che derivano dal contesto esterno
- I punti di forza e di debolezza sono propri del contesto di analisi e sono modificabili grazie alla politica o all'intervento proposto;
- Le opportunità e le minacce derivano dal contesto esterno e non sono quindi modificabili;
- Consente di analizzare scenari alternativi di sviluppo

Analisi SWOT

- Supporta l'impostazione di una strategia coerente rispetto al contesto su cui si interviene
- Può essere utilizzata:
 - in fase iniziale quando si deve decidere un nuovo progetto;
 - per decidere eventuali modifiche al proprio progetto;
 - alla fine per contestualizzare i risultati ottenuti
- Può costituire la base per i piani di miglioramento

Competenze / Abilità
Differenziazione

S

Punti di
Forza

O

Opportunità

Trend interessanti
Domanda insoddisfatta
Cambiamenti
legislativi
Cambiamenti
tecnologici

Cosa ti rende meno
competitivo dei
concorrenti
Che componenti non
riesci a recuperare
Quale tecnologia non è
ancora affidabile

W

Punti di
debolezza

T

Minacce

Cambiamenti
legislativi
Concorrenti aggressivi
Cambiamenti
tecnologici

Supporto per fare un'analisi SWOT efficace

văleő

Strengths – esempi di criteri di analisi



- Vantaggi competitivi
- Risorse, assets, persone
- Esperienza, conoscenze, dati
- Riserve finanziarie
- Forte brand, marketing
- Innovazione
- Aspetti geografici
- Prezzo, valore, qualità
- Certificazioni, qualifiche
- Processi, sistemi, IT
- Aspetti culturali e comportamentali
- Management
- Valori e filosofia

Supporto per fare un'analisi SWOT efficace

Weaknesses – esempi di criteri

- Svantaggi nella proposizione
 - Gap nelle competenze
 - Mancanza di forza competitiva
 - Reputazione
 - Risorse limitate
 - Vulnerabilità del know-how
- Svantaggi nella proposizione
 - Gap nelle competenze
 - Mancanza di forza competitiva
 - Reputazione
 - Risorse limitate
 - Vulnerabilità del know-how

Supporto per fare un'analisi SWOT efficace

Opportunities – esempi di criteri

- Sviluppo del mercato
- Difficoltà dei competitors
- Trends nel settore o negli stili di vita
- Sviluppo delle tecnologie e innovazione
- Influenze globali
- Nuovi mercati/mercati di nicchia
- Aspetti geografici
- Sviluppo del business e dei prodotti
- Informazione e ricerca
- Partnership, agenzie, distribuzioni
- Volumi ed economie di scala
- Stagionalità
- Cambiamenti legislativi

Supporto per fare un'analisi SWOT efficace

Threats – esempi di criteri

- Aspetti politici
- Aspetti legislativi
- Aspetti ambientali
- Sviluppo tecnologie e IT
- Intenzioni dei competitors
- Domanda del mercato
- Nuove tecnologie, servizi, idee
- Controlli e partnership “vitali”
- Debolezze interne
- Perdita di personale chiave
- Situazione economica generale
- Stagionalità

SWOT ANALYS - ESEMPIO



FORZA	DEBOLEZZA
<ul style="list-style-type: none">- Location "Chiesa in centro a Modena": posizione centrale e sito di interesse culturale e turistico- La Corale Rossini: gode di ottima popolarità a Modena- Buona comunicazione dell'evento attraverso tutti i canali locali (TV, Quotidiani, negozi, ...)- testimonianza di un opinion leader di Modena che ha accreditato maggiormente il progetto- coinvolgimento dei soci modenesi nelle attività di promozione e di sponsorizzazione dell'evento	<ul style="list-style-type: none">- Location: poca capienza (max 300 persone)- Pochi rappresentanti delle aziende sponsor- Poco tempo per l'organizzazione- Basse risorse volontarie per la diffusione del materiale- Pochi giornalisti coinvolti durante il momento della conferenza stampa
OPPORTUNITÀ	MINACCE
<ul style="list-style-type: none">- sponsor aziende- sponsor associazioni di categoria- partecipazione della cittadinanza- nominativi raccolti- coinvolgimento delle istituzioni	<ul style="list-style-type: none">- Tempi stretti per l'organizzazione- Fiera del Gusto Balsamico (molte aziende e realtà sponsor coinvolte)- Pioggia- Altre attività/eventi di altre organizzazioni non profit