# MARKETING ANALITICO
# *Analisi Swot*

GIORGIO Maria Francesca

Locorotondo, 24 gennaio 2018

STRENGHTS
FORZE
S
WEAKNESSES
DEBOLEZZE
W
O
OPPORTUNITIES
OPPORTUNITA'
T
THREATS
MINACCE

# ANALISI SWOT

**CHE COS'E'?**

L'analisi SWOT è uno strumento che viene usato nella formulazione della gestione strategica. Può aiutare ad identificare:

Forze (Strengths),

Debolezze (Weaknesses),

Opportunità (Opportunities)

Minacce (Threats) di un'azienda.

E' una tecnica sviluppata da più di 50 anni come supporto alla definizione di strategie aziendali in contesti caratterizzati da incertezza e forte competitività.

# ANALISI SWOT

L'OBIETTIVO dell'analisi SWOT è quello di dare consapevolezza all'azienda di cosa è e dove si trova.

Ma anche di agevolare dei processi virtuosi, migliorando ogni debolezza, e ridurre le minacce. Anzi, l'obiettivo sarebbe quello di eliminarle trasformandole in opportunità. In questo modo SI potrebbe ottimizzare la gestione della crisi e convertire il negativo in positivo.

# ANALISI SWOT

***I punti di forza e di debolezza sono fattori interni che possono creare o distruggere valore***.

Possono comprendere attività, abilità, o risorse che un'azienda ha a disposizione, paragonate a quelle dei suoi competitor. Possono essere misurate tramite valutazioni interne oppure benchmarking esterni.

# ANALISI SWOT

***Le opportunità e le minacce sono fattori esterni incontrollabili per l'azienda: questi al tempo stesso possono comportare la creazione o la distruzione del valore.***

Tali fattori vengono spesso riassunti con l'abbreviazione **"PEST":** fattori *Politici e Legali, Economici, Sociali e Demografici, Culturali, Tecnologici* (Innovazione).

Inoltre possono emergere dinamiche competitive dell'industria o dei mercati che possono rappresentare, di volta in volta, opportunità o minacce per l'impresa.

| PUNTI DI FORZA | DEBOLEZZE |
| --- | --- |
| - Competenze specialistiche di marketing<br>- Accesso esclusivo alle risorse naturali<br>- Brevetti<br>- Nuovo prodotto o servizio innovativo<br>- Ubicazione dell'attività<br>- Vantaggio costo attraverso il know-how della proprietà<br>- Processi e procedure di qualità<br>- Marchio o reputazione forte | - Mancanza di competenze specialistiche di marketing<br>- Prodotti e servizi differenziati (es. in rappo competitori)<br>- Ubicazione dell'attività<br>- I competitor hanno accesso superiore ai ca di distribuzione<br>- Qualità dei beni e dei servizi scadenti. Reputazione danneggiata |
| **OPPORTUNITA'** | **MINACCE** |
| - Sviluppare il mercato<br>- Fusioni, imprese comuni, alleanze strategiche<br>- Entrare in nuovi segmenti attraenti di mercato<br>- Nuovo mercato internazionale<br>- Scioglimento delle regolamentazioni<br>- Un mercato condotto da un competitore debole | - Un nuovo competitor nel mercato interno<br>- Guerra di prezzi<br>- Il competitor ha un nuovo prodotto o un n servizio competitivo<br>- Nuove regolamentazioni<br>- Barriere commerciali incrementate<br>- Una nuova tassa potenziale sul prodotto o |

ESEMPI TIPICI DI FATTORI IN UN DIAGRAMMA DI ANALISI SWOT:

- **STRENGTH (PUNTI DI FORZA**): sono gli elementi da potenziare e su cui puntare in quanto rappresentano gli argomenti principali da comunicare. Le condizioni dell'azienda, il know-how dei collaboratori e dei suoi dipendenti, la sua struttura patrimoniale ed il tipo di produzione.
- **WEAKNESSES (PUNTI DI DEBOLEZZA**): sono le cose da migliorare, neutralizzare o ridimensionare. Come ad esempio, attuare un processo innovativo, predisporre periodicamente corsi di formazione del personale, riorganizzare la struttura aziendale, ecc.
- **OPPORTUNITIES (OPPORTUNITÀ**): sono i vantaggi che possono venire dall'esterno come ad esempio normative favorevoli, cambiamenti socio economici, sviluppo di nuove tecnologie. Vanno colte al momento giusto per poterle trasformare in punti di forza. Se invece vengono trascurate, inevitabilmente diventano punti di debolezza per l'azienda.
- **THREATS (MINACCE**): sono eventi che possono ostacolare o frenare i progetti dell'azienda. Sono la conseguenza di punti deboli, opportunità trascurate, punti forti non utilizzati come si dovrebbe. Quando possibile, vanno trasformate in opportunità.

UTILIZZO DELL'ANALISI SWOT

Ogni azienda deve cercare di adeguarsi costantemente ai cambiamenti che avvengono nell'ambiente esterno. Il diagramma SWOT è uno strumento utile per analizzare le forze e le debolezze (interne) di un'azienda e le opportunità e minacce (esterne) che la circondano. Deve essere chiarò però che quest'analisi rappresenta solo un primo passo. Il lavoro più difficile è operare, all'interno dell'azienda, i cambiamenti necessari per restare al passo con l'evoluzione dell'ambiente esterno.

Uno strumento che permette di coniugare i fattori interni ai fattori esterni è la Matrice di Confronto.

| | OPPORTUNITA' | MINACCE |
|---|---|---|
| FORZE | **OFFENSIVO**<br>trarre il massimo vantaggio | **DIFENSIVO**<br>ristabilire le forze |
| DEBOLEZZE | **AGGIUSTARE**<br>controllare la concorrenza | **SOPRAVVIVERE**<br>girare intorno |

Spesso le due colonne del diagramma SWOT puntano nella direzione opposta. Pertanto i Responsabili aziendali devono affrontare il problema di come creare il necessario allineamento.

L'obiettivo può essere raggiunto attraverso una **STRATEGIA OUTSIDE** – in (dall'esterno all'interno – strategia guidata dal mercato) oppure attraverso la formulazione di una **STRATEGIA INSIDE** – out (dall'interno all'esterno – guidata dalle risorse).

***Suggerimento***: *l'approccio SWOT si può applicare anche all'analisi dei competitor, con la possibilità di far emergere nuove ed interessanti prospettive.*