

POR PUGLIA FESR – FSE 2014 – 2020
ASSE X - Avviso Pubblico n. 6/FSE/2017, DGR n. 1417 del 05/09/2017 (BURP n. 107/2017)
Corso ITS VII Ciclo “Tecnico superiore per la Valorizzazione delle
Produzioni Locali di Qualità”
(Acronimo: AGRO LOCAL QUALITY)

Docente: Dott. Onofrio Scoppio

AREA: VALORIZZAZIONE DELLE PRODUZIONI

UF: Marketing territoriale



GLI STRUMENTI DELLA PIANIFICAZIONE STRATEGICA

Può essere definita come il processo manageriale volto a sviluppare e mantenere una corrispondenza efficace fra:



**obiettivi e le risorse
dell'organizzazione**


e

le proprie opportunità ambientali.

Compito della pianificazione strategica è quello di far sì che l'attività dell'impresa sia composta di un numero di



valide aree di affari



sufficiente a garantire la sopravvivenza dell'impresa anche nel caso in cui alcune di queste venissero meno

“PENSARE STRATEGICAMENTE”

l'azienda significa delineare
una strategia complessiva
che consenta di

☞ Individuare e far propri i **fattori critici di successo** del mercato in cui si opera

☞ Segmentare il mercato per **acquisire differenti vantaggi competitivi**

☞ **Prevedere e anticipare** l'azione dei concorrenti

☞ **Investire prioritariamente** nelle attività che promettono vantaggi competitivi

LE DIVERSE FASI DELLA PIANIFICAZIONE STRATEGICA

1) Definizione della

- Mission**
- Vision**
- Valori aziendali in cui ci identifichiamo**

2) Determinazione degli obiettivi dell'impresa

3) Scelta delle Aree d'affari su cui investire o disinvestire

4) Scelta sulle opportunità di Sviluppo e Diversificazione

LA MISSION

CREIAMO, SELEZIONIAMO E PRODUCIAMO
ABBIGLIAMENTO DI QUALITÀ IN MANIERA RESPONSABILE,
SEMPRE AL GIUSTO PREZZO. QUESTA È OVIESSE



LA VISION

SUMMIT
SOCIETA' DI CONSULENZA MANAGERIALE

La Vision

**Divenire il Punto di riferimento per le
organizzazioni che hanno deciso di
perseguire l'eccellenza attraverso il
cambiamento culturale**

vision

Memorial University will be one of the most distinguished public universities in Canada and beyond, and will fulfil its special obligations to the people of Newfoundland and Labrador.

mission

Memorial University is an inclusive community dedicated to innovation and excellence in teaching and learning, research, scholarship, creative activity, service and public engagement.

Memorial welcomes and supports students and scholars from all over the world and contributes knowledge and expertise locally, nationally and internationally.

core values

excellence

Encouraging and promoting excellence through innovation and creativity, rigour and pragmatism.

integrity

Being honest and ethical in all interactions, maintaining the highest ethical standards in teaching, research, public engagement and service.

collegiality

Engaging others with respect, openness and trust in pursuit of a common purpose, having regard for individuals, ideals and the institution as a whole.

inclusiveness and diversity

Embracing and acting on responsibility to guarantee diversity and equity.

responsiveness

Being receptive to individuals and communities.

accountability

Accepting responsibility for achievement of common goals and objectives.

freedom and discovery

Supporting the freedom to pursue knowledge that is based on individual and collective intelligence, curiosity, ingenuity and creativity.

recognition

Acknowledging, tangibly, all aspects of university enterprise including teaching and learning, research, scholarship, creative activity and public engagement.

responsibility to place

Valuing and fulfilling the special obligation to the people of Newfoundland and Labrador by supporting and building capacity for excellence that:

- addresses needs and opportunities for Newfoundland and Labrador;
- engages the university community on matters of national and international significance;
- produces and delivers academic programs of national and international calibre, and
- recognizes the dynamic opportunities presented by a multi-campus institution.

responsibility to learners

Recognizing students as a first priority and providing the environment and support to ensure their academic and personal success.

interdisciplinary collaboration

Supporting overarching themes in all pursuits that cut across academic units and address significant opportunities and challenges for which Memorial is particularly well positioned to build nationally and internationally recognized capacity.

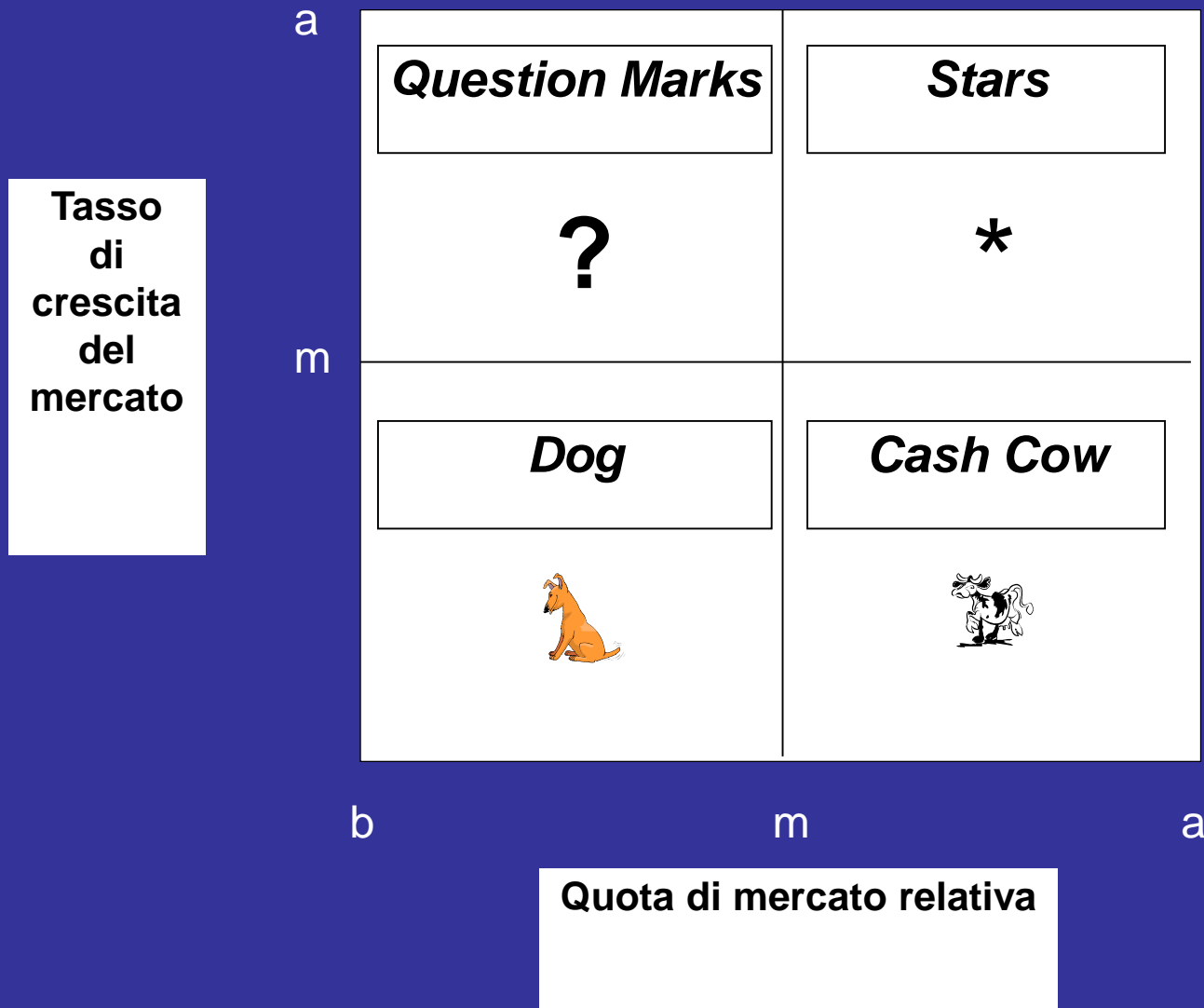
sustainability

Acting in a manner that is environmentally, economically and socially sustainable in administration, academic and research programs.

*Conceived, developed and adopted by the Memorial University community (2013).
www.mun.ca/president/VMV_poster.pdf*

**Su quali
Aree d'affari
investire o
disinvestire?**

LA MATRICE BOSTON CONSULTING GROUP



Matrice General Electric – Mc Kinsey

Grado di Attrattività del Settore



Capacità
Competitiva
dell'azienda

Investimento e Crescita	Crescita Selettiva	Selettività	Elevato
Crescita Selettiva	Selettività	Mietitura/ Abbandono	Medio
Selettività	Mietitura/ Abbandono	Mietitura/ Abbandono	Basso

Elevato

Medio

Basso

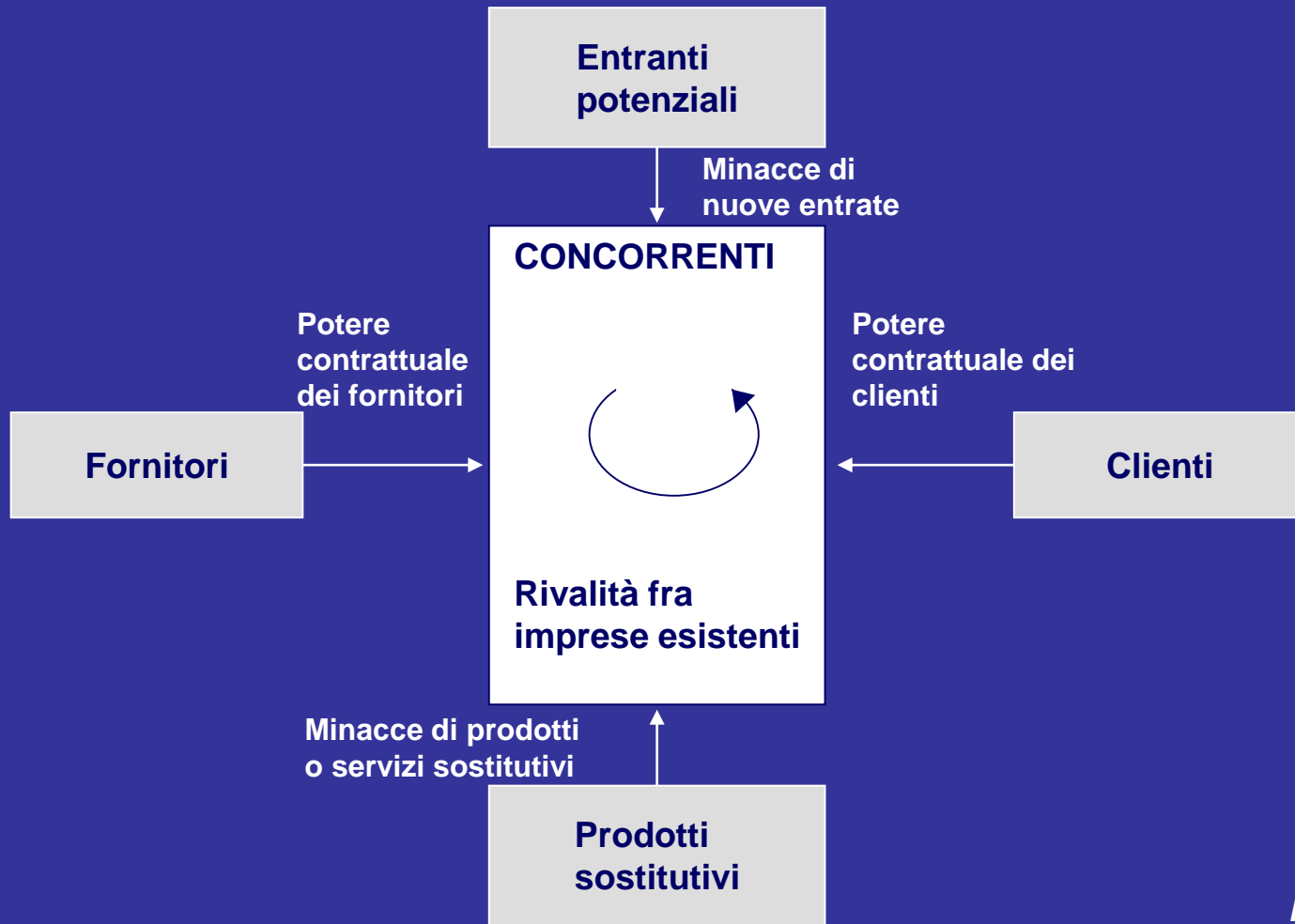
LA CAPACITÀ COMPETITIVA

- Economie di scala;
- Economie di esperienza;
- Efficacia ed efficienza produttiva;
- Produttività della forza lavoro;
- Innovazione tecnologica;
- Qualità intrinseca dei prodotti;
- Competitività dei prezzi;
- Competitività delle condizioni di pagamento;
- Solidità finanziaria;
- Reputazione dl prodotto ;
- Reputazione di marca;
- Capacità promozionale;
- Immagine globale;
- Accesso ai diversi canali distributivi;
- Puntualità;
- Servizio pre e post vendita;
- Organizzazione di vendita;
- Sistemi manageriali;
- Personale manageriale e tecnico.

ATTRATTIVITA' DI UN SETTORE

- Dimensioni del Mercato;
- Tasso di crescita del mercato;
- Ciclicità;
- Struttura concorrenziale;
- Barriere all'entrata;
- Barriere all'uscita;
- Redditività del settore;
- Evoluzione tecnologica;
- Legislazione attuale e futura;
- Disponibilità di manodopera;
- Consenso sociale;
- Problemi ambientali;
- Problemi politici;
- Problemi legali;

Il sistema concorrenziale



Fonte: Porter

Le opportunità di Sviluppo e Diversificazione

LA MATRICE PRODOTTO/MERCATO di Ansoff



La strategia: principali classi di opportunità di espansione

Intensivo	Integrativo	Diversificato
Penetrazione nel mercato	Verticale ascendente	Concentrica
Sviluppo del mercato	Verticale discendente	Orizzontale
Sviluppo del prodotto	Orizzontale	Conglomerativa