

ANALISI SWOT

Dopo aver analizzato l'ambiente aziendale in cui opera l'organizzazione (utilizzando l'analisi PESTLE), è necessario riassumere i risultati utilizzando un'analisi SWOT.

COSA È UNA “SWOT ANALYSIS”

Un'analisi SWOT è una sintesi dei punti di forza e di debolezza della tua organizzazione rispetto ai tuoi concorrenti e sulle opportunità e minacce presenti nel mercato di tuo interesse. Esso riassume i fattori che possono avere un impatto sullo sviluppo delle strategie e che devono essere presi in considerazione quando si sviluppano future opzioni.

Lo strumento vi permetterà di:

- Comprendere la tua attuale posizione strategica
- Identificare strategie future idonee, accettabili e realizzabili
- Considerare in che modo la tua posizione avrà un impatto sulle strategie sviluppate.

Definizioni

FATTORI INTERNI

- **FORZE:** sono le tue capacità strategiche. Sono le cose in cui la tua organizzazione è brava rispetto ai tuoi concorrenti. I punti di forza potrebbero includere personale con alta qualificazione, riserve di liquidità significative o beni fisici unici nel settore.
- **DEBOLEZZE:** Le cose in cui la tua organizzazione non è così brava rispetto ai tuoi concorrenti. Sono gli aspetti della tua organizzazione che devi migliorare per superare i tuoi rivali. I punti deboli potrebbero includere materie prime ad alto costo, elevati livelli di indebitamento o prodotti obsoleti.

FATTORI ESTERNI

- **OPPORTUNITA':** Sono cambiamenti nel tuo mercato che offrono alla tua organizzazione la possibilità di ottenere un vantaggio competitivo. Le opportunità potrebbero includere un cambiamento nella legislazione che consente l'esportazione di merci, una maggiore domanda dei consumatori in mercati sottosfruttati e miglioramenti tecnologici che rendono un servizio più attraente per il vostro mercato.
- **MINACCE:** Sono cambiamenti nel tuo mercato che influenzeranno negativamente la capacità della tua organizzazione di competere in modo efficace. Le minacce potrebbero includere una scarsa piattaforma di e-commerce rispetto ai tuoi concorrenti, cambiamenti nelle opinioni dei clienti che danneggiano la reputazione della tua organizzazione e un cambiamento nel potere politico.

COME COMPLETARE UN'ANALISI SWOT

1. Esaminare i risultati nell'analisi dell'ambiente aziendale ed **evidenziare i fattori più rilevanti rispetto ai concorrenti**. Includere fattori interni che sono migliori o peggiori rispetto ai vostri concorrenti piuttosto che quelli uguali. Evidenziare i fattori esterni direttamente rilevanti per l'organizzazione piuttosto che per il mercato nel suo complesso. Ad esempio, avere riserve di liquidità significative è solo un punto di forza se la maggior parte dei vostri concorrenti finanziano le loro attività commerciali utilizzando il prestito. Allo stesso modo, l'allentamento della restrizione all'esportazione in un paese specifico non è rilevante per la tua organizzazione se non soddisfi quel mercato.



Cofinanziato dal
programma Erasmus+
dell'Unione europea

Cofinanziato dal Programma Erasmus + dell'Unione Europea.

Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea. Questa pubblicazione riflette solo le opinioni dell'autore e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per qualsiasi uso che possa essere fatto delle informazioni in essa contenute. Project No: 2017-1-UK01-KA202-036682

2. Elenca i punti di forza, i punti deboli, le opportunità e le minacce identificati in una tabella SWOT: vedi un modello qui sotto.

FORZE (S)	DEBOLEZZE (W)
OPPORTUNITA' (O)	MINACCE (T)

3. Una volta completata l'analisi SWOT, sarà possibile creare una **“matrice SWOT”**. Questa tabella ti permetterà di comprendere le opzioni strategiche disponibili per la tua organizzazione e determinare se le opzioni che hai identificato sono adatte, accettabili e fattibili.

COME COMPLETARE UNA TABELLA SWOT

1. Per completare la **“matrice SWOT”**, è necessario combinare i fattori interni con i fattori esterni per creare le opzioni strategiche dell'organizzazione e creare potenziali strategie. Ad esempio, i punti di forza identificati sarebbero combinati con i punti deboli identificati e quindi le minacce per creare una serie di diverse opzioni strategiche.
2. Di seguito è riportata una tabella SWOT.

	FATTORI INTERNI	
	FORZE (S)	DEBOLEZZE (W)
OPPORTUNITA' (O)	(SO) OPZIONI STRATEGICHE Generare opzioni che utilizzino i punti di forza organizzativi per sfruttare le opportunità di mercato	(WO) OPZIONI STRATEGICHE Generare opzioni che sfruttino le opportunità di mercato superando le debolezze organizzative
MINACCE (T)	(ST) OPZIONI STRATEGICHE Generare opzioni che utilizzino i punti di forza organizzativi per evitare minacce	(WT) OPZIONI STRATEGICHE Generare opzioni che rilevino al minimo i punti deboli ed evitino le minacce

Tabella 2: Matrice SWOT – JOHNSON AT EL, 2014

