Analisi SWOT – Step 1

scritto da Monica Maurino



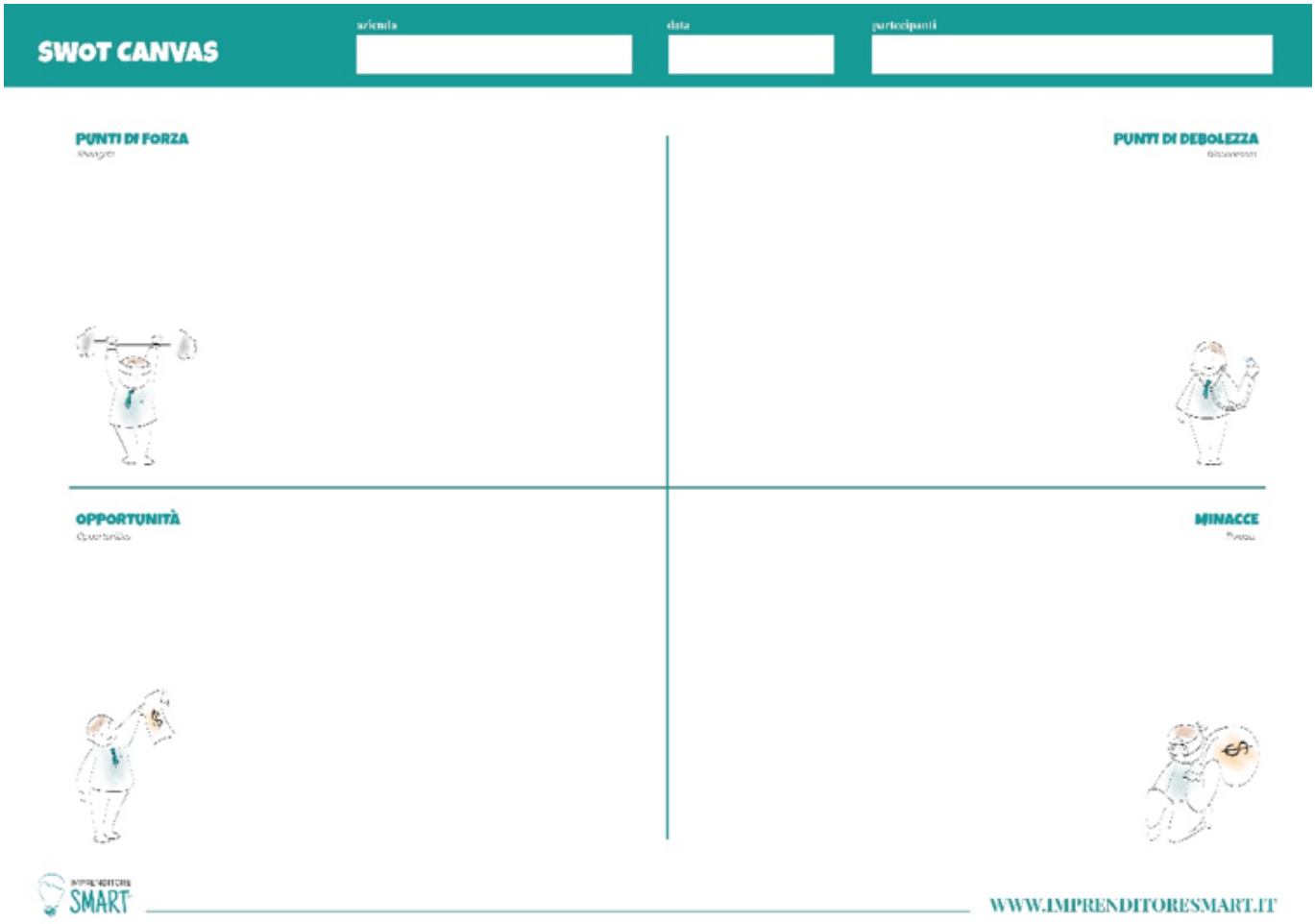
> “Gli esperti [nell’arte] del combattere inducono gli altri [a fare la prima mossa], e non vengono indotti a farla. ” [Sun Tzu]

Un imprenditore di successo è un imprenditore che conosce la propria azienda a 360 gradi e questo gli consente di prendere le decisioni migliori.

L’analisi SWOT è uno strumento che aiuta l’imprenditore, e più in generale un’intera organizzazione, a riflettere sui principali aspetti interni ed esterni all’attività: **punti di forza, punti di debolezza, opportunità e minacce.**

L’obiettivo principale dell’analisi è quello di creare un elenco di punti su cui ragionare, in modo da valorizzare i punti di forza e le opportunità dell’azienda e allo stesso tempo mitigare i rischi derivanti dai suoi punti di debolezza e dalle minacce esterne.

Solitamente l’analisi SWOT si realizza in una matrice a quattro quadranti, ognuno dei quali si concentra su uno dei quattro elementi di analisi.



Il quadrante dei punti di forza nell’analisi SWOT

In questo primo articolo poniamo l’attenzione sul quadrante dei **punti di forza,** fornendo una guida agli imprenditori per individuarli e valorizzarli al meglio.

Vedi alcuni esempi di analisi SWOT

Prima di procedere con l’analisi dei punti di forza della tua azienda è buona norma esaminare alcune analisi SWOT completate da altre aziende, per farsi un’idea dell’approccio utilizzato.

Organizza un incontro con più persone

per condurre un’analisi approfondita è fondamentale confrontarsi con più persone. Le analisi SWOT vengono eseguite per motivi diversi: piani di crescita strategica, ristrutturazioni aziendali, piani industriali… Qualunque sia la ragione, l’analisi SWOT non può prescindere dal confronto con diversi soggetti. Potresti inoltre realizzare l’analisi in una o due ore al massimo, ma noi consigliamo di prendere tutto il tempo necessario per riflettere su ogni aspetto.

Annota i punti principali

durante il brainstorming chiedi ad ogni partecipante di suggerire un punto di forza su cui riflettere. Annota ogni punto usando dei Post-It, utilizzando frasi brevi e semplici. Se le persone non riescono a riassumere le proprie idee in singole affermazioni, prenditi del tempo per elaborarle. Inoltre se nel ragionamento noti che emergono punti relativi ad altre

categorie, annota anch’essi, ma discutine successivamente. Per il momento poni l’attenzione solo sui punti di forza.

Ragiona su diversi punti di forza

prima di completare la sezione dei punti di forza, fissa dei parametri di riferimento su cui riflettere. I punti di forza rappresentano gli aspetti positivi interni che sono sotto il tuo controllo. Pensa per esempio alle risorse disponibili o all’esperienza che la tua azienda ha accumulato negli anni.
Di seguito proponiamo un elenco di punti, non esaustivo, su cui ragionare:

- Risorse finanziarie;
- Beni fisici;
- Proprietà intellettuali;
- Risorse umane;
- Processi aziendali;
- Cultura aziendale;
- Reputazione/Immagine;
- Posizionamento Competitivo.

Poni delle domande per far emergere i punti di forza

In relazione alle diverse tipologie di punti di forza è utile porsi alcune domande. Abbiamo creato un elenco di domande per aiutarti. Tieni presente però che alcune di esse potrebbero non essere applicabili alla tua attività. Ricorda inoltre che in questa sezione stai analizzando solo i tuoi punti di forza di oggi. Pertanto, se rispondendo alle varie domande emergono aspetti negativi della tua attività o eventuali opportunità future, rimanda la trattazione ad un momento successivo.

Domande generali:

- Perché i clienti comprano i tuoi prodotti/servizi?
- In cosa ti distingui dalla concorrenza?In relazione ai diversi punti di forza:

- **Risorse finanziarie**:
  Che tipo di risorse finanziarie hai a disposizione? Le tue entrate sono diversificate? Com’è il tuo flusso di cassa? Che investimenti hai per il futuro? Se in linea con le tue previsioni di vendita?
- **Beni fisici**:
  Che tipi di beni hai a disposizione? Quali beni possiedi? Che vantaggi apportano?
- **Proprietà intellettuali:**
  Quali proprietà intellettuali possiedi nella tua azienda (Es. marchi, brevetti…)
- **Risorse umane:**
  Quali sono le risorse chiave? Quali opportunità di carriera offre la tua azienda? Come attiri e trattieni le risorse migliori?
- **Processi aziendali:**
  Quali processi rendono efficiente la tua azienda? Hai migliorato l’efficienza con un nuovo strumento di gestione? Com’è il processo di delega interna?
- **Cultura aziendale:**
  Che tipo di cultura aziendale ha sviluppato nel tempo la tua azienda? In che modo i valori e i principi sono trasmessi all’interno dell’organizzazione?

- **Reputazione/Immagine:**
  Come viene vista la tua azienda dalla comunità? Come ha raggiunto una certa reputazione? Qual è il tasso di abbandono e il valore di vita medio dei tuoi clienti?
- **Posizionamento competitivo:**
  Hai un vantaggio competitivo? Come lo hai ottenuto e come intendi mantenerlo nel tempo?

Gestisci il tuo SWOT Team

Prima di iniziare la discussione definisci alcune regole di base per te stesso, come moderatore del dibattito, e per i membri del team coinvolto, come partecipanti attivi e costruttivi.

- **Cerca di essere sincero**: anche se può sembrare ovvio, l'efficacia dell'intera analisi dipende dalla sincerità dimostrata durante l'intero processo.
- **Stimola feedback:** mentre analizzi i punti di forza, assicurati che tutti i partecipanti siano a loro agio nell'offrire i propri punti di vista. Può capitare di trovarsi in disaccordo su alcuni punti, l'importante però è discuterne.
- **Rimani concentrato**: il confronto con diverse persone può allontanarti dall'obiettivo prefissato. Rimani concentrato sulla tua *mission* pur mantenendo il gruppo attivo.

Infine **conserva i tuoi appunti** perché potrebbero rivelarsi utili per l'analisi delle altre variabili. Lo step successivo, infatti, consiste nell'individuazione dei punti di debolezza. Alcuni spunti di riflessione potresti già averli trovati.