

Esempio di esercitazione di *SWOT analysis*

Con l'aiuto di un moderatore, l'alta direzione è chiamata a razionalizzare gli elementi emersi nel momento di *story telling* in una analisi dei punti di forza, di debolezza, delle minacce e delle opportunità: la cosiddetta *SWOT analysis*.

- Utilizzando i biglietti riposizionabili dell'esercitazione di *story telling*, occorre razionalizzare in un quadrante le voci individuate, suddividendo in:
 - **Punti di forza** (quello che abbiamo e che costituisce un reale vantaggio competitivo per l'organizzazione, il processo, il prodotto o il territorio studiato, tutto ciò che funziona)
 - **Punti di debolezza** (quello che abbiamo e che costituisce un vincolo, un freno al conseguimento di un determinato risultato, i problemi)
 - **Minacce** (i rischi generati da particolari condizioni del contesto in cui si opera, sempre in riferimento ad ambiente, concorrenza, clienti e fornitori)
 - **Opportunità** (tutti quei fattori esterni che vanno a vantaggio dell'oggetto di analisi)

Una volta riordinati i biglietti nel quadrante, si avvia un confronto tra i partecipanti alla riunione. Il quadrante permette diverse chiavi di lettura.

Si riporta qui di seguito un esempio di *SWOT analysis*.

| | |
|---|--|
| Strenghts (punti di forza) Radicamento nella comunità Forti valori e identità dell'organizzazione Fidelizzazione dei dipendenti Know-how specialistico Attenzione alla salute e sicurezza dei lavoratori | Weaknesses (punti di debolezza) Gestione basata sulle capacità dei singoli Carenza di procedure e sistemi Mancanza di comunicazione verso l'esterno Mancanza di rendicontazione |
| Opportunities (opportunità) Attenzione da parte dei consumatori alle garanzie di qualità/sicurezza del prodotto Attenzione del mercato alle garanzie in tema di salute e alla sicurezza Collaborazioni con altri partner della filiera per valorizzare il «made in Italy» | Threats (minacce) Ingresso di nuovi competitor dai mercati dell'Est Europeo e/o Estremo Oriente Chiusura di alcuni fornitori chiave locali Forte concorrenza sul prezzo dei prodotti |

L'uso della *SWOT analysis* consente di cogliere immediatamente le zone critiche e le zone di forza consentendo all'organizzazione di focalizzare, nella dimensione interna, i fattori endogeni che possono giocare un ruolo negativo (cioè i punti di debolezza, quali una gestione eccessivamente basata sulle capacità dei singoli) o positivo (cioè i punti di forza, quali fidelizzazione dei dipendenti in possesso di know-how specialistico).

Analogamente, conducendo un'analisi rispetto ad elementi del contesto, si possono evidenziare elementi critici (cioè le minacce, quali la concorrenza di nuovi soggetti capaci di offrire prezzi molto più bassi) o favorevoli (cioè le opportunità, quali la sensibilità dei consumatori rispetto alle garanzie di qualità/sicurezza): tali elementi derivano dall'esterno, dal conteso per l'appunto, e l'organizzazione può solo prepararsi per saperli gestire o cogliere, ma non ha diretta responsabilità su di essi.