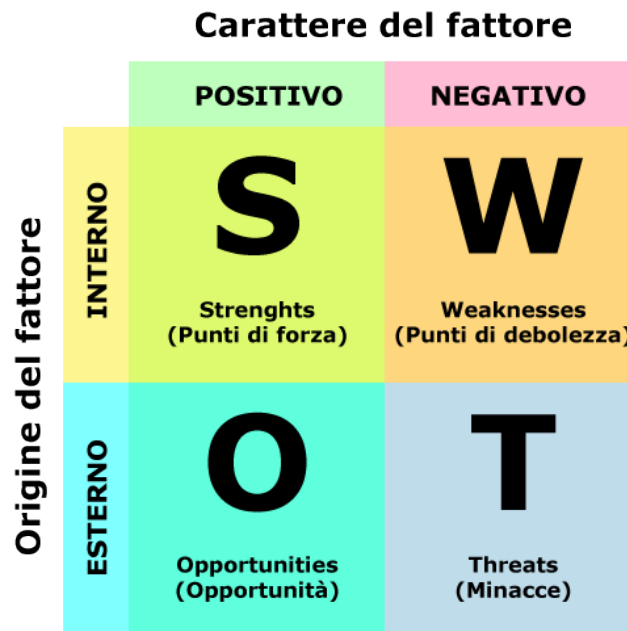


# SWOT

L'analisi SWOT (conosciuta anche come matrice SWOT) è uno strumento di pianificazione strategica usato per valutare i punti di forza (STRENGTHS), i punti di debolezza (WEAKNESSES), le opportunità (OPPORTUNITIES) e le minacce (THREATS) di un progetto in un'azienda/impresa o in ogni altra situazione in cui un'organizzazione (o un individuo) debba svolgere una decisione per il raggiungimento di un obiettivo.



## Punti di forza

→ Vantaggi competitivi, competenze fondamentali che conferiscono un vantaggio nel soddisfare i bisogni del mercato target (know how, fedeltà al brand aziendale, vantaggi di costo, nuove tecnologie, capacità di innovazione...)

## Punti di debolezza

→ Vincoli o limitazioni che ostacolano lo sviluppo di strategie di marketing (risorse mancanti o eccedenti, ostacoli al cambiamento, personale non formato, scadenze troppo concentrate, pubblicità non incisiva, tecnologie poco innovative...)

## Opportunità

→ Condizioni ambientali favorevoli (mercato in crescita, leggi, incentivi, regolamenti a favore del settore, difficoltà della concorrenza, pubblicità, consorzi...)

## Minacce

→ Condizioni sfavorevoli o barriere (stagionalità, calo dei consumi, crisi, leggi sfavorevoli, pubblicità contrarie, forza della concorrenza, condizioni meteorologiche avverse, nuovi mercati emergenti...)

## FASI DELL'ANALISI SWOT:

1. FASE ANALITICA: osservare la realtà in oggetto e descriverla con parole, immagini, grafici
2. ANALISI INTERNA (analizzare la realtà aziendale → punti di forza e di debolezza)
3. ANALISI ESTERNA (analizzare il contesto in cui si inserisce l'azienda si inserisce → opportunità e minacce)
4. FASE PROGETTUALE: identificare azioni che mirino a potenziare o consolidare i punti di forza, eliminare o arginare i punti di debolezza, sfruttare le opportunità e mitigare le minacce)