

# La matrice SWOT

## Punti di Forza (*strengths*)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

## Punti di debolezza (*weaknesses*)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

## Opportunità (*opportunities*)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

## Minacce (*threats*)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



# Compile la matrice SWOT

## Punti di forza

- Cosa sapete fare meglio degli altri? Un prodotto con caratteristiche uniche? Un servizio eccellente?
- Quali vantaggi date ai clienti rispetto ai vostri concorrenti?
- Fate uso di tecnologie particolari per la produzione? Con le stesse tecnologie potete produrre anche altro?
- Cosa dicono di voi i vostri clienti? Quali caratteristiche apprezzano di più?
- Quali sono le risorse chiave dell'azienda? Quali ruoli ricoprono?

## Punti di debolezza

- Ci sono attività dei vostri concorrenti che voi non fate o non siete in grado di fare?
- I ruoli chiave in azienda sono coperti in modo adeguato?
- La forza vendita è preparata ad affrontare il mercato? Ha le competenze tecniche necessarie? Ha gli strumenti di vendita adatti?
- L'organizzazione aziendale è snella e preparata ad affrontare cambiamenti?
- I prodotti sono adeguati alla domanda di mercato? E i prezzi?



# Compile la matrice SWOT

## Opportunità

- Ci sono mercati non serviti nei quali potete proporre i vostri prodotti?
- I clienti mostrano segnali di cambiamento nelle abitudini? Siete in grado di coglierli?
- Avete la possibilità di migliorare o espandere la vostra gamma prodotti?
- Siate in grado di stringere degli accordi commerciali con altre aziende?
- Sono previste evoluzioni nella regolamentazione del mercato che potrebbero favorirvi?

## Minacce

- Ci sono concorrenti che vi stanno sottraendo del fatturato? Quanti sono?
- Ci sono prodotti sostitutivi che possono ridurre il valore del mercato in cui operate?
- Avete la possibilità di negoziare i prezzi di acquisto dai fornitori?
- Sono previste evoluzioni nella regolamentazione del mercato che potrebbero danneggiarvi?
- Il gradimento della clientela verso i prodotti dà segnali di sofferenza?

