L’analisi strategica: guida pratica per l’implementazione della strategia aziendale

di Assunta Incarnato

Pubblicato il 31 Marzo 2018

Cos’è la strategia aziendale? Come si implementa concretamente? Come si può gestire la strategia aziendale in modo pratico e non accademico? In questo articolo ci dedichiamo all'analisi SWOT e alle possibilità della Balanced Scorecard

Cos’è la strategia aziendale? Come si implementa concretamente?

E, soprattutto, come può evolversi da asettico argomento da studio universitario a metodo di lavoro utile e pragmatico per l’implementazione e lo sviluppo di un’idea imprenditoriale?

Queste sono le domande che, da giovane professionista, sempre mi accompagnano.
In questo mio intervento cercherò quindi di esporre alcune mie considerazioni, conscia del fatto che – necessariamente – esse possono costituire solo uno dei tanti approcci possibili.

Una definizione di strategia

Di strategia si sente parlare spesso, negli ambiti più variegati; nel settore della crescita personale; del marketing, degli investimenti finanziari. Personalmente, trovo che sia un termine un po' abusato negli ultimi tempi, utilizzato spesso a sproposito.

Tuttavia, anche volendosi limitare al contesto economico-aziendalistico, sono state date più definizioni di strategia. Quella che però trovo più attinente in questo ambito, è quella di Alfred Chandler, professore alla Harvard Business School e vincitore del premio Pulitzer per il suo lavoro “The Visible Hand: the managerial Revolution in American Business” (1977), secondo il quale la strategia è:

“L’individuazione degli scopi e degli obiettivi di lungo periodo di un’impresa,
la conseguente allocazione delle risorse e lo sviluppo delle attività necessarie

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D

per raggiungere gli obiettivi programmati"

Chandler parla quindi di scopi, obiettivi, allocazione delle risorse…

Presupposto però per l'implementazione della strategia è la profonda conoscenza sia dell'idea imprenditoriale e dell'impresa, che delle condizioni ambientali nelle quali l'impresa stessa opera. In assenza di questa fondamentale analisi preventiva, l'impresa rischia di formulare obiettivi difficilmente irraggiungibili, e strategie destinate a rivelarsi fallimentari.
Può sembrare una fase forse meno stimolante rispetto a quella relativa alla formulazione della strategia vera e propria, ma assolutamente necessaria per non rischiare di prendere per buone assunzioni poco attinenti alla realtà e commettere quindi errori grossolani.

L'ANALISI DELL'IDEA IMPRENDITORIALE E DELL'IMPRESA (CONTESTO INTERNO)

Prima di tutto è necessario conoscere e analizzare approfonditamente sia l'idea imprenditoriale di per sé, che la struttura aziendale implementata e veicolo per la realizzazione dell'idea stessa.
Uno degli strumenti più pragmatici e utili allo scopo è senza dubbio il Business Model Canvas, modello teorizzato nei primi anni duemila da Alexander Osterwalder, ricercatore all'Università di Losanna e oggi consulente aziendale e strategico, che implementò questo tool grazie anche alla collaborazione ed esperienza sul campo di altrettanti 470 professionisti.

CONTINUA... LEGGI LA VERSIONE INTEGRALE - 11 pagine - NEL PDF QUI SOTTO==>

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D