

Analisi SWOT: uno strumento fondamentale per pianificare un business

L'Analisi SWOT è uno strumento fondamentale per la redazione di un business plan, di una strategia marketing e per analizzare il contesto competitivo di un prodotto/servizio.

Analisi SWOT e Turismo

L'analisi SWOT della destinazione turistica (*strength, weakness, opportunities, threats*) è un'operazione utile e necessaria ai fini della programmazione di viaggi in quanto identifica quali sono i punti di forza e di debolezza di una meta turistica (fattori endogeni) assieme alle opportunità e alle minacce che influiscono sulla stessa (fattori esogeni).

I primi due fattori sono fattori **modificabili** mentre i secondi **non sono modificabili**

Perchè stilare un'analisi SWOT

Grazie **all'analisi SWOT** possiamo individuare e mettere sotto la lente di ingrandimento i punti di forza (*strenght*), di debolezza (*weakness*), delle opportunità (*oppotunities*) e delle minacce (*threats*) di un prodotto, azienda, territorio etc etc.

I primi due fattori, **Strenght e Weakness**, si riferiscono a "fattori interni", intrinseci del prodotto al centro dell'analisi. Gli altri due, **Opportunities e Threats**, sono invece correlati a "*fattori esterni*", ad esempio relativi al mercato di riferimento del prodotto.

Qui di seguito un esempio di puro scopo esemplificativo, in riferimento alla destinazione Italia.

	Aspetti positivi	Aspetti negativi
Elementi interni	Forza (<i>strength</i>) Tradizione, storia, patrimonio culturale Presenza di prodotti notorietà Enogastronomia Varietà del paesaggio Eccellenze in città, montagne, paesaggi <i>Made in Italy</i> in design e moda Attrattiva derivante da diverse nicchie	Debolezza (<i>weakness</i>) Carenze nell'organizzazione turistica Mancanza di strategie Parcellizzazione nella promozione Catena di distribuzione inefficiente Scarsa capacità di fidelizzare i clienti Prodotti di qualità inadatta Prezzi troppo elevati Sistema di trasporti da migliorare Aree con problemi di sicurezza
Elementi esterni	Opportunità (<i>opportunities</i>) Possibilità di sfruttare le forme di attrazione mediatiche Diffusione voli low cost Moda legata all'enogastronomia Uso dei <i>social media</i> per destinazioni minori	Minacce (<i>threats</i>) Confusione politico-istituzionale Progresso tecnologico degli altri paesi Sistema fiscale Nuovi canali di distribuzione Riposizionamento dei paesi concorrenti Strategie dei concorrenti Efficace promozione dei concorrenti

Manuale di Tecnica Turistica e amministrativa- Giorgio Castoldi – Hoepli