

19 maggio 2021

Notizie dal Web n. 204

Benedetti&Co

Qual è la strategia più efficace per la mia azienda?



La strategia aziendale definisce l'orientamento di lungo periodo di un'organizzazione e rappresenta un insieme di decisioni che consentono all'impresa di conseguire i propri obiettivi di fondo, derivanti dalla mission e della vision.

Avere una strategia, a prescindere da quelle che sono le dimensioni e le caratteristiche strutturali dell'impresa, è quindi di vitale importanza, perché permette di definire degli obiettivi, capire come realizzarli e misurare i risultati.

Quali sono le diverse tipologie di strategie?

Le strategie formulate da un'impresa si distinguono principalmente in strategie Corporate e Business.

La strategia di gruppo (**Corporate strategy**) definisce il campo di azione dell'impresa attraverso la scelta dei settori e dei mercati nei quali competere.

La strategia di Business (**Business strategy**) determina il modo di competere all'interno di un determinato settore o mercato e quindi il posizionamento che l'impresa assume nei confronti dei competitors.

Come possono posizionarsi le imprese rispetto ai competitors?

Secondo le prime teorie di management, i comportamenti delle imprese sono sempre stati focalizzati sul cosiddetto "vantaggio competitivo", inteso come la capacità dell'impresa di realizzare un profitto maggiore rispetto a quello dei competitors.

Il vantaggio competitivo può derivare da due condizioni di base:

- ✓ la capacità di vendere un prodotto simile a quello offerto dalla concorrenza ma ad un prezzo inferiore;
- ✓ oppure realizzare e vendere un prodotto con caratteristiche distintive grazie alle quali il cliente percepisce un valore per il quale è disposto a pagare un prezzo più elevato.

Questi due elementi portano a due diverse strategie competitive: **leadership di costo e differenziazione.**

Tali strategie possono essere perseguite operando nell'intero mercato oppure in un particolare segmento dello stesso; in quest'ultimo caso, si attua una terza strategia competitiva: la **strategia di focalizzazione.**

Ricerche più recenti hanno portato invece all'elaborazione di una nuova visione chiamata **Strategia Oceano Blu** formulata nel 2005 da W. Chan Kim e Renée Mauborgne, due professori di strategia presso l'INSEAD. Le imprese che adottano una strategia Oceano Blu cercano di entrare in spazi di mercato nuovi e inesplorati con prodotti o servizi diversi e con l'intento di creare o catturare una nuova domanda.

Il punto di forza di questa strategia è quindi la mancanza di altri competitors negli spazi in cui si decide di operare. Ciò permette alle imprese che l'adottano di focalizzarsi esclusivamente sulle esigenze e

sulla soddisfazione dei propri clienti ed evitare che sia la competizione a guidare le proprie scelte strategiche.

La strategia oceano Blu consiste quindi nel riscrivere radicalmente le regole del gioco e superare quelle che sembrano apparentemente i soli modi di competere in un mercato.

Ma qual è la strategia giusta per un'impresa?

Per avere successo, una strategia deve essere coerente con le caratteristiche organizzative dell'impresa, con le sue risorse e inoltre deve essere allineata al contesto competitivo in cui opera.

La formulazione di una strategia efficace si basa infatti su tre elementi essenziali:

- ✓ una chiara conoscenza degli obiettivi di lungo termine, della vision, della mission e dei propri valori;
- ✓ uno studio approfondito dell'ambiente esterno in cui opera l'azienda;
- ✓ una valutazione delle risorse interne disponibili.

Solo un'attenta conoscenza delle **variabili esogene** e di quelle **endogene** consente all'impresa di sviluppare una strategia in grado di creare valore nel tempo.

Le variabili esogene descrivono le **opportunità** e le **minacce** ossia rispettivamente i fattori positivi esistenti nel contesto che possono essere colti per supportare l'organizzazione e i fattori di rischio del contesto che devono invece essere limitati. Le variabili endogene, invece, descrivono i fattori interni dell'organizzazione ossia i suoi **punti di forza** e di **debolezza**.

Tuttavia, non esiste una strategia ottima, universalmente valida ed efficace per tutte le tipologie di imprese e costante durante il loro ciclo di vita.

La **strategia** è infatti **dinamica** per natura e deve evolversi nel tempo. L'impresa, quindi, deve mettere in atto un'attività intenzionalmente finalizzata a porre in discussione la strategia prescelta per verificarne la validità stessa e per valutare la necessità di introdurre delle modifiche

per rispondere più efficacemente ai mutamenti ambientali e alle evoluzioni della struttura organizzativa.

Solo in questo modo la strategia sarà in grado di soddisfare le attese di tutti gli stakeholder coinvolti.

Benedetti&Co, grazie alla sua esperienza nella pianificazione strategica, è in grado di dare supporto al management e all'imprenditore nella definizione e nell'implementazione della strategia più adeguata secondo il contesto attuale e con un'attenta valutazione degli scenari futuri.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Milano

Via S. Michele del Carso 22
20144 Milano
tel. +39 02 805 057 74
info@benedetti-co.it

Brescia

Via Oberdan 5/7
25128 Brescia
tel. +39 030 205 48 03
info@benedetti-co.it

Mumbai

INDIA - 400006 Mumbai,
Ajanta Building Flat 1.
LD Ruparel -
Marg. Malabar Hill
tel. +91 - 9820088817