

ANALISI SWOT

Analisi del Contesto Interno

		PUNTI DI FORZA (Strengths)		PUNTI DI DEBOLEZZA (Weaknesses)		
		<p>F1: Capitalizzazione F2: Struttura organizzativa F3: Gestione budget F4: Comunicazione obiettivi F5: Assegnazione obiettivi F6: Soddisfazione dipendenti F7: Coinvolgimento del personale F8: Consapevolezza del personale F9: Gestione delle problematiche F10: Struttura sistema informativo F11: Qualità dei dati F12: Coerenza dati - decisioni F13: Comunicazione interna F14: Analisi di mercato F15: Identificazione requisiti cliente</p>	<p>F16: Gestione reclami/segnalazioni F17: soddisfazione cliente F18: Soddisfazione cliente CSF F19: Partnership con i sostenitori F20: Valutazione dei fornitori F21: Costi di acquisizione F22: Pianificazione F23: Qualità del prodotto servizio F24: Tempi di attraversamento F25: Sicurezza F26: Ambiente</p>	<p>D1: Liquidità aziendale D2: Costo risorse finanziarie D3: Individuazione strategie D4: Defezione clienti D5: Qualità dei fornitori D6: Patrimonio immobiliare a reddito D7: Costi di struttura</p>		
		 STRATEGIE DI MATCHING		 STRATEGIE DI CONVERSIONE		
		F	O	D	O	
		<p>1. Progettazione, architettura ed arte [Progetto Villaggio Montedomini; Conclusione Museo Bigallo; ArtBonus] 2. Personale [Contratto Collettivo integrativo aziendale] Bilancio sociale</p>		3.	<p>1. Immobili [Piano vendita ed alienazioni immobili]; 2. Progetto San Filippo Neri; 3. Progettazione e architettura [Progetto Villaggio Montedomini; Conclusione Museo Bigallo; Art Bonus]</p>	
		 STRATEGIE DI NEUTRALIZZAZIONE		 STRATEGIE DI DIFESA		
		F	M	D	M	
		<p>1. Comunicazione [Linee guida per immagine coordinata con servizi socio-assistenziali]; 2. Fuligno [Scadenza vicolo Comune di Firenze per struttura: prospettive ed evoluzioni]; 3. RSA Thouar[Nuona Autorizzazione e Accreditamento]</p>		<p>1. Customer satisfaction 2. Quota sociale[Revisione e sostenibilità aumento] 3. Revisione Convenzione Domiciliari</p>		

OPPORTUNITÀ (Opportunities)

O1: Incidenza del fornitore sul fatturato
O2: Accesso al credito
O3: Qualità fornitori
O4: Influenza sui prezzi fornitori lavori pubblici, ecc...)
O5: Influenza sui prezzi fornitori secondari
O6: Dipendenza fatturato rispetto al 1° cliente
O7: Indice di fidelizzazione/mantenimento clienti
O8: Indice di fidelizzazione clienti CSF
O9: Redditività clienti area Socio Assistenziale
O10: Redditività clienti area patrimonio
O11: sostituibilità cliente
O12: Impatto del servizio
O13: Mercato immobiliare
O14: differenziazione concorrenti
O15: Barriere concorrenti entranti
O16: Disponibilità infrastrutture Software
O17: Disponibilità infrastrutture Hardware
O18: Leggi e direttive Qualità
O19: Leggi e direttive di settore

MINACCE (Threats)

M1: Sostituibilità fornitori
M2: Incidenza sulle decisioni aziendali
M3: Struttura dimensionale concorrenti
M4: Nuovi concorrenti
M5: Qualità concorrenti
M6: Prezzi concorrenti

Analisi del Contesto Esterno