

## Lista di controllo: «come sottoporre a verifica la propria strategia»

La vostra strategia è ancora attuale e vi permetterà di raggiungere il risultato atteso? Verificatelo con l'ausilio delle seguenti domande. L'efficacia della vostra strategia aziendale sul mercato sarà direttamente proporzionale al numero di risposte affermative. Qualora doveste rispondere «No» o «In parte» a molte domande, è invece consigliabile riesaminare la strategia con spirito critico, apportando adeguamenti mirati o rielaborandola completamente.

	Si	In parte	No
<b>Domande per sottoporre a verifica la strategia</b>			
1. La strategia migliora il vantaggio per la clientela e/o contribuisce in modo più efficace alla risoluzione dei problemi dei clienti?			
2. La strategia accresce il nostro profilo e il nostro grado di differenziazione rispetto alla concorrenza?			
3. La strategia ci permette di accedere a settori di attività promettenti?			
4. Incrementiamo l'efficienza riducendo i costi?			
5. Il mercato di sbocco è maturo per la strategia?			
6. La strategia fa leva sui nostri punti di forza? (in alternativa: la strategia porta miglioramenti nei punti deboli individuati?)			
7. La strategia porta a una concentrazione delle forze?			
8. La strategia sfrutta le opportunità individuate?			
9. La strategia permette di evitare i pericoli riscontrati?			
10. I concorrenti non hanno modo di reagire?			
11. La strategia ha un effetto di motivazione sul personale?			
12. La strategia è conciliabile con l'attuale cultura aziendale e con le attuali scale di valori?			
13. La strategia può essere realizzata con le risorse disponibili (personale, know-how, ecc.)?			
14. La strategia può essere realizzata gradualmente e con un dispendio finanziario ragionevole?			
15. La strategia è sufficientemente flessibile per tenere conto in misura adeguata di eventuali cambiamenti rilevanti del mercato?			
16. La strategia si addice all'approccio finora adottato nei confronti dei rischi (gli obiettivi ambiziosi comportano per lo più rischi elevati)?			
17. La strategia ci rende in grado di respingere le eventuali (contro) reazioni dei nostri concorrenti?			
18. Abbiamo la possibilità di comunicare le informazioni relative alla strategia ai principali gruppi d'interesse in modo adeguato al rispettivo livello?			
19. La strategia migliora l'immagine della nostra azienda agli occhi dei principali gruppi d'interesse?			
20. Siamo impazienti di attuare insieme la strategia a beneficio dei clienti così da festeggiare presto i primi risultati?			

## pi – Gestione delle piccole imprese

Pubblicato da PostFinance in collaborazione con KMU-HSG