Corso di Strategie d'Impresa

* * * * *

Quarta Unità Didattica
Le fonti del vantaggio competitivo

Le fonti del vantaggio competitivo

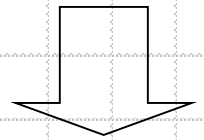
Fonti Esterne:

- Domanda
- Prezzo
- Tecnologia

Fonti Interne di cambiamento



eterogeneità, rapidità ed efficacia

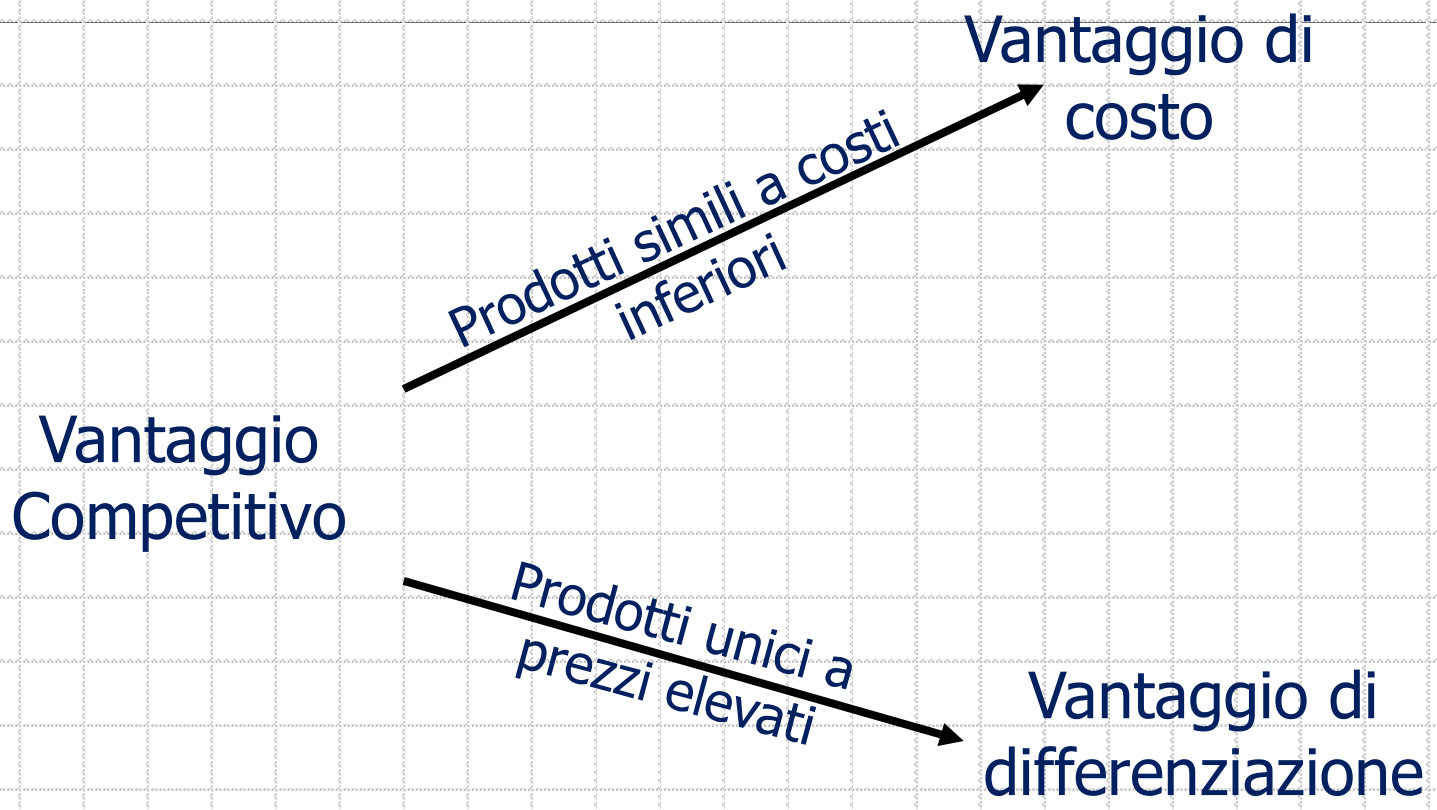


Competenze creative e innovative

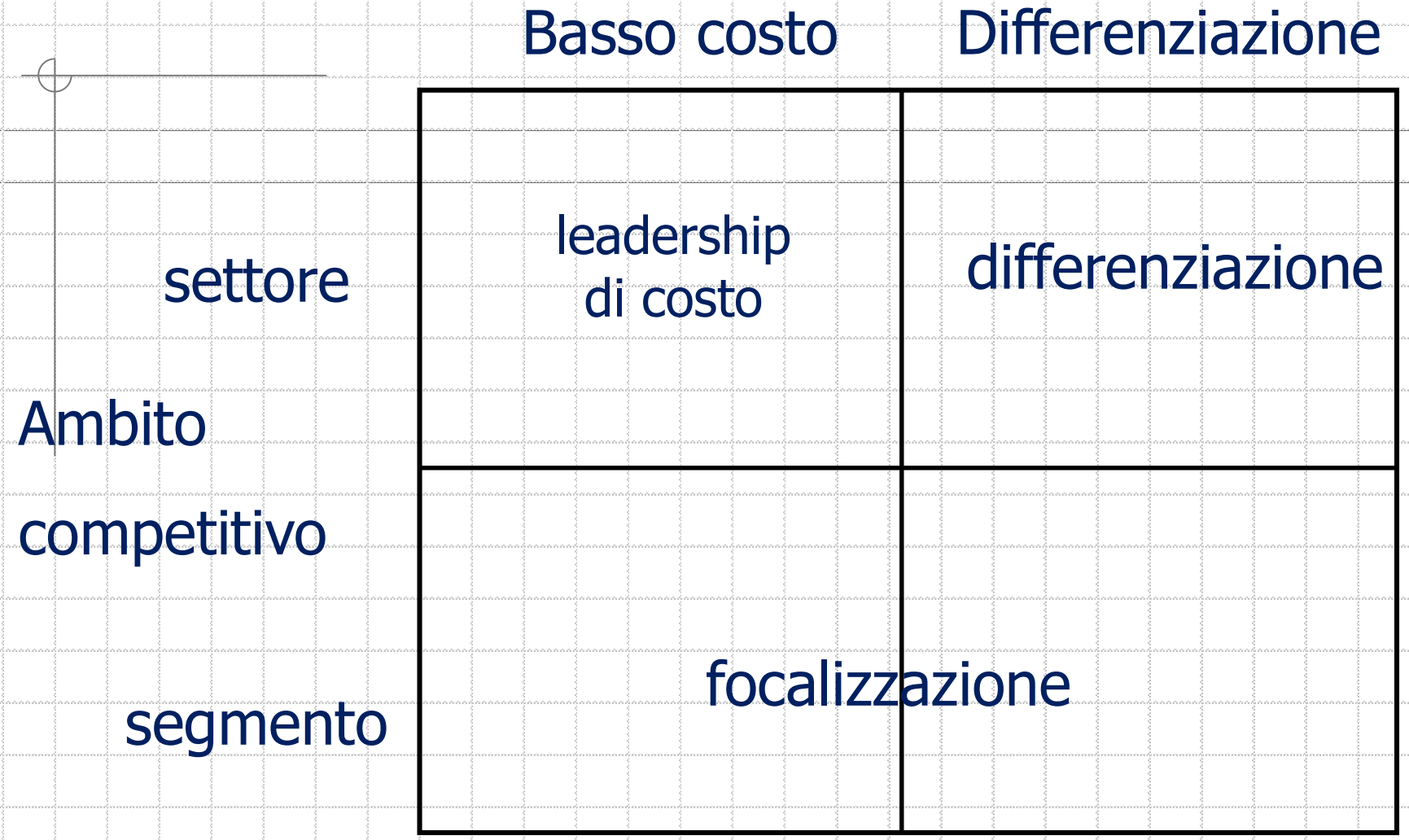
La difesa del vantaggio competitivo

- Identificare la fonte e 'occultarla' alla concorrenza
- Disincentivare la concorrenza: anticipare, dissuadere e minacciare
- Diagnosticare il vantaggio: ambiguità causale e incerta imibitabilità
- Basare il vantaggio su risorse non trasferibili
- Il vantaggio della prima mossa

Il vantaggio competitivo nei mercati



Fonti di vantaggio competitivo



Il vantaggio di costo

- Le economie d'esperienza
- Le economie di scala
- L'apprendimento
- Progettazione per prodotto
- Progettazione per processo
- L'utilizzo della capacità produttiva
- I costi di approvvigionamento
- L'analisi dei costi e la catena del valore

Il vantaggio della differenziazione

PRODOTTO → Bisogni da soddisfare → Caratteristiche

CLIENTI

Criteri di scelta → **Preferenze** in relazione al pdt

Criteri di scelta → **Price-premium** giustificati dal pdt

Motivazioni → Fattori di **Segmentazione**

Posizionamento Competitivo

Selezione del segmento obiettivo

Valutazione costi e benefici

Il vantaggio della differenziazione

- **L'analisi della differenziazione: l'offerta**
- **La reputazione e i segnali**
- La catena del valore e le opportunità di differenziazione per **i beni industriali** e per i **beni di consumo**

L'evoluzione del settore

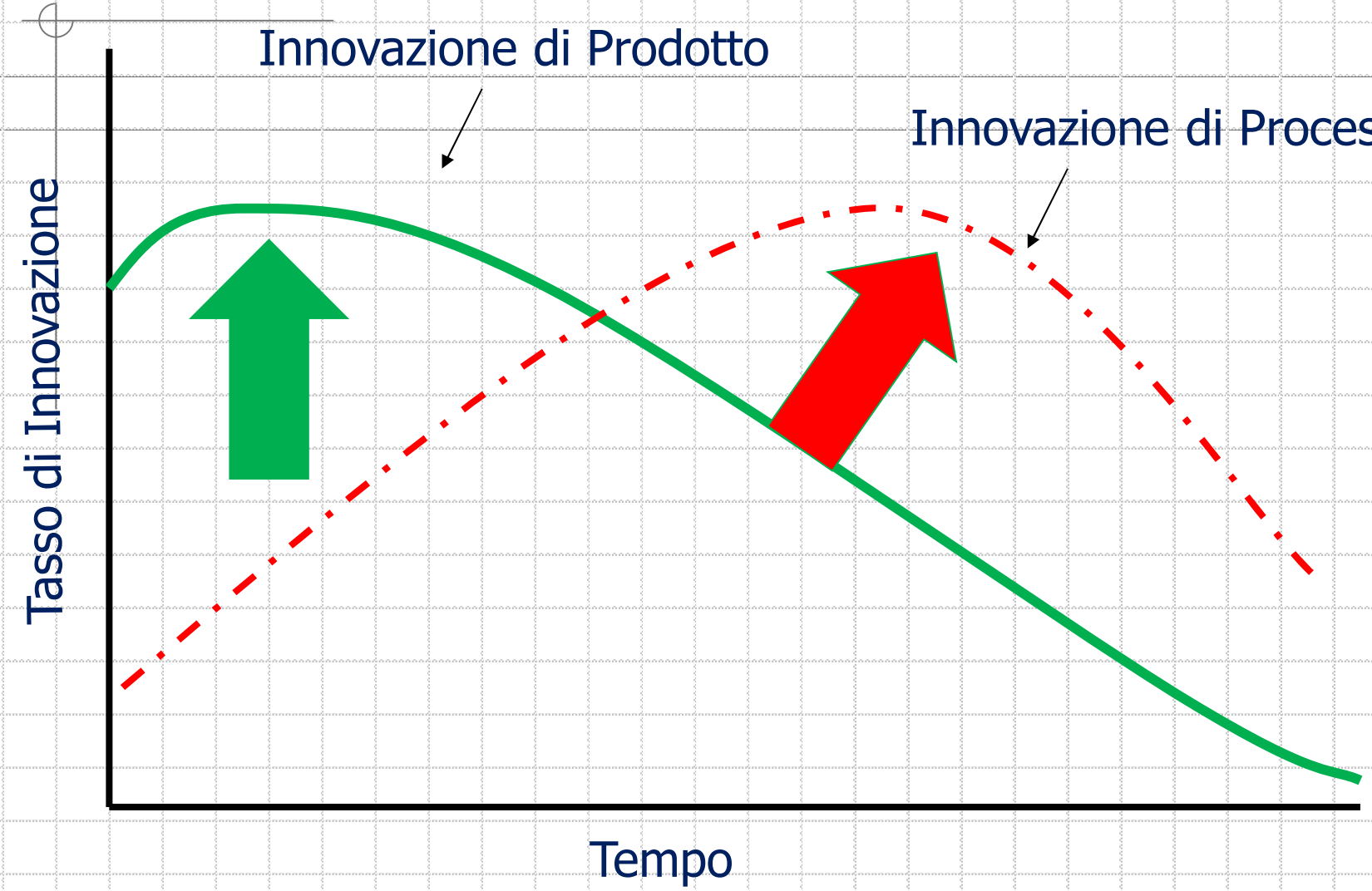
IL CICLO DI VITA DEL SETTORE E DEL PRODOTTO

lo sviluppo della domanda

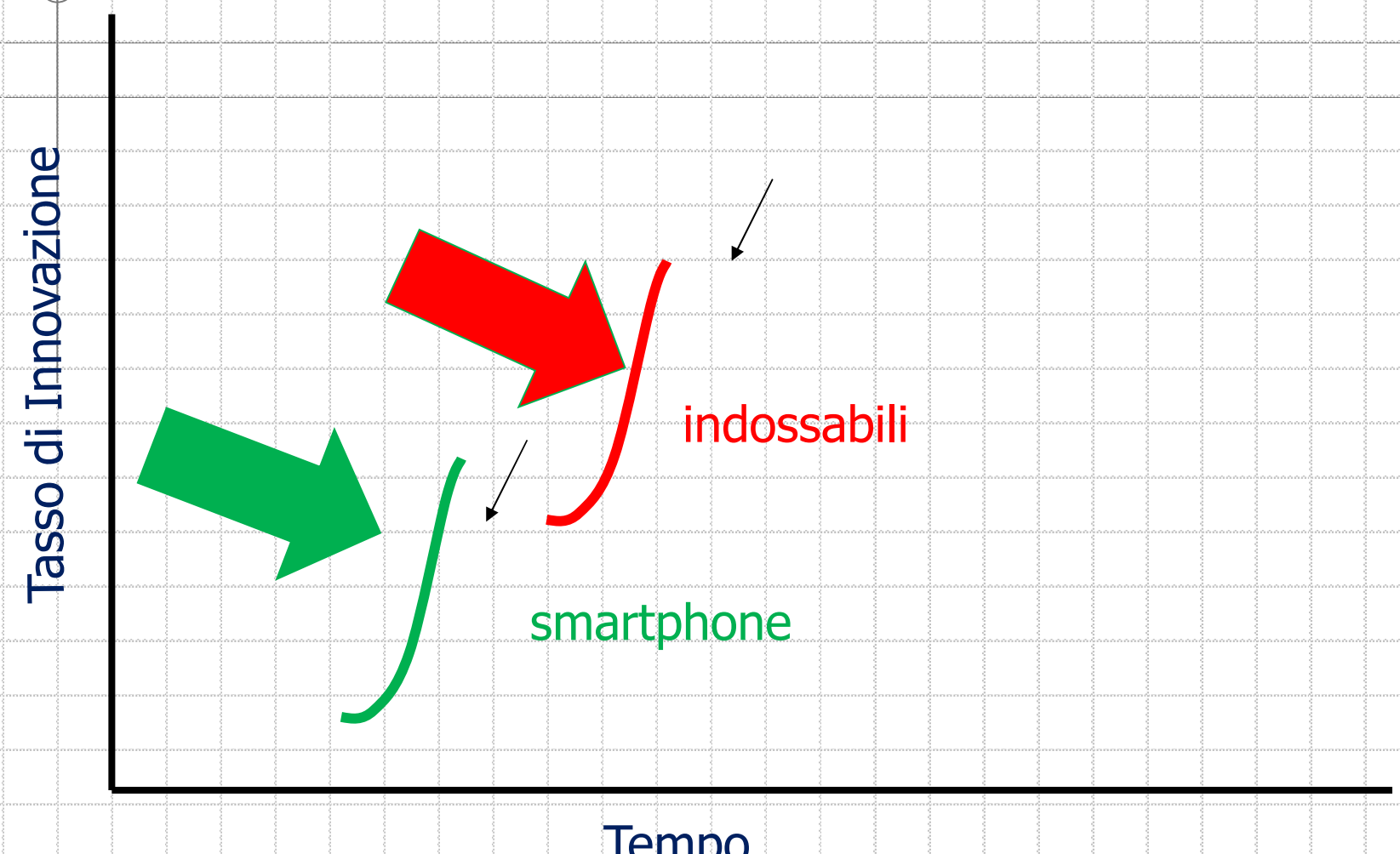
la creazione e la diffusione dalla conoscenza

la 'generalizzazione' del ciclo di vita

L'evoluzione del settore



L'evoluzione del settore



Concorrenza e fattori di successo

Caratteristiche del Settore \ Fase	Introduzione	Sviluppo
domanda	pionieri	massa antic.
tecnologia	diverse	standard
prodotti	varietà e bassa qualità	+ qualità
produz. e distribuz.	limitata, specializzata selettiva	dominant design massa
concorrenza	poca	crescente
fcs	innovazione brand	progettazione modulare distribuzione inn. processo

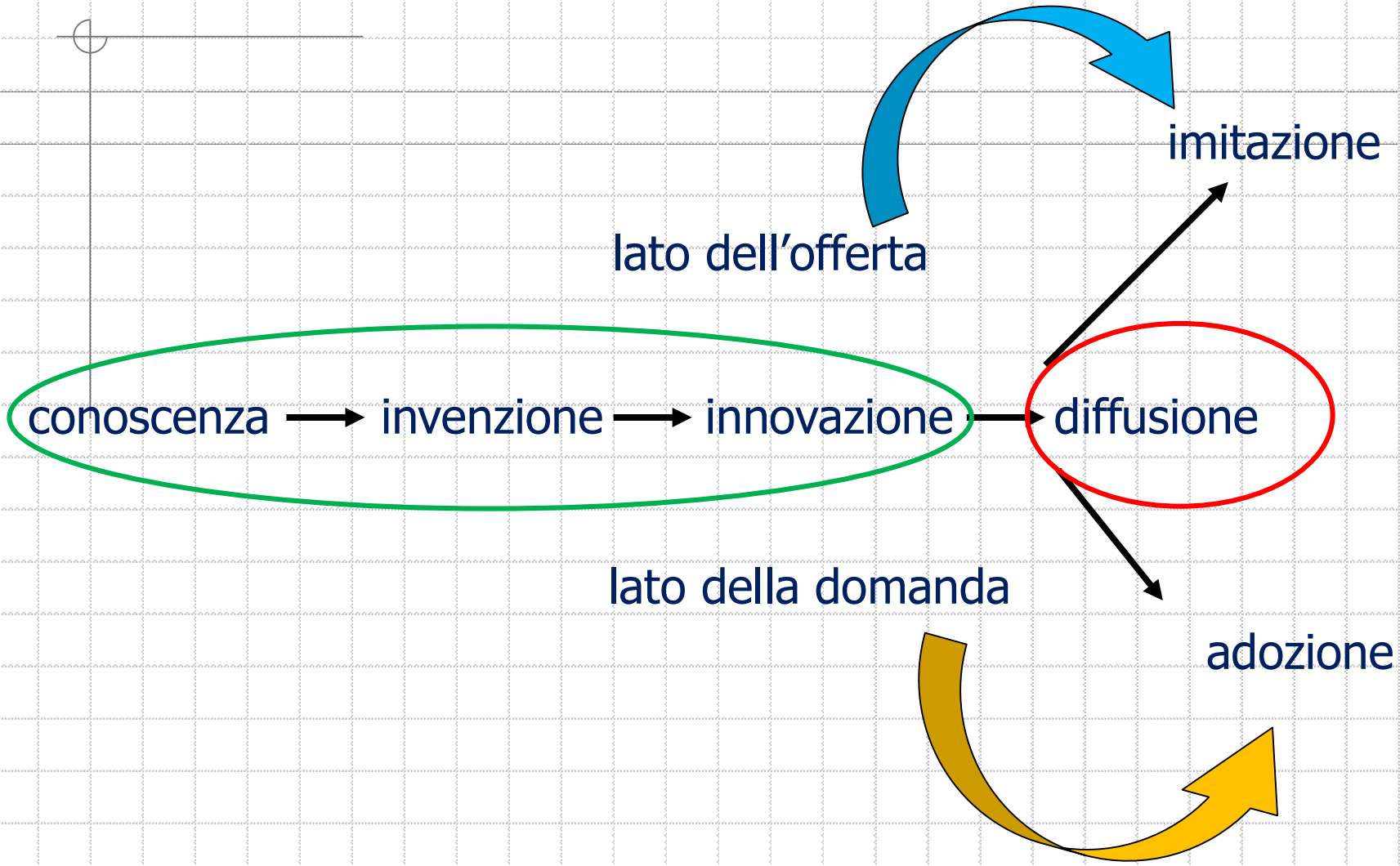
Concorrenza e fattori di successo

Caratteristiche del Settore \ Fase	Maturità	Declino
domanda	massa pdt.sostitutivi	consumatori informati
tecnologia	diffusa	diffusa
prodotti	differenziazione di marca	indifferenziata
produz. e distribuz.	outsourcing riduzione canali	eccesso di capacità canali specializzati
concorrenza	globale, price-compet. concentraz.	prezzo,abbandono
fcs	efficienza, saturazione time to mkt	riduzione CF saturazione rivitalizzaz.

La gestione della Tecnologia e dell'Innovazione

- Il vantaggio competitivo nei settori high-tech
- La gestione strategica della tecnologia e dell'innovazione
- Valorizzare l'innovazione

Il vantaggio competitivo nei settori high tech



Il vantaggio competitivo nei settori high tech

La redditività dell'innovazione

La durata dei vantaggi dell'innovazione

L'appropriabilità

Il vantaggio competitivo nei settori high tech

- Le risorse complementari
- Il Lead-time
- La protezione dell'innovazione

La gestione strategica della tecnologia e dell'innovazione

Quale modello?

Innovare o imitare?

La guerra degli standard

Condividere il rischio dell'innovazione

Valorizzare l'innovatività

Sviluppare la creatività

Lavorare per processi in team interfunzionali

Capovolgere i punti di vista: cercare problemi per le soluzioni