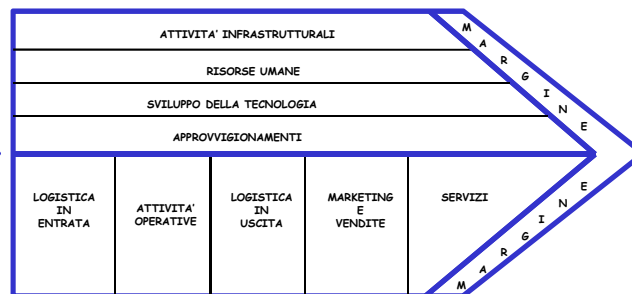
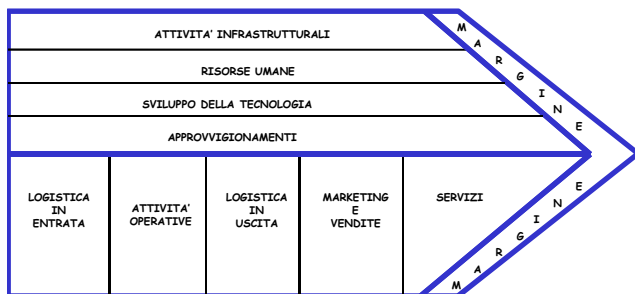


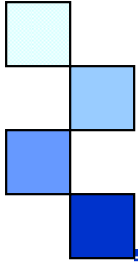
La catena del valore

- ▶ Ciascuna delle 9 **categorie di attività** si articola in un insieme di **compiti elementari**, sulla base della strategia d'impresa e del settore
- ▶ **Margine**: può essere generato sia dalle attività primarie che da quelle di supporto
- ▶ Il vantaggio competitivo può derivare non dalle singole attività ma dai **legami orizzontali** tra di esse
- ▶ **Confronto** tra la catena del valore dell'impresa e quelle dei **concorrenti** (quali attività sono svolte e come? Quali sono i fattori critici di successo?)

Legami tra catene del valore: la filiera o sistema del valore

- ▶ **Legami tra catene del valore** di fornitori, distributori, clienti finali ecc.
- ▶ Le modalità di svolgimento delle attività a ciascun livello della filiera influenzano le attività ai successivi livelli (es. just in time)
- ▶ **Conflitto / Collaborazione**
- ▶ **La costellazione del valore** (es. distretti)





La catena delle relazioni

- » Catena che racchiude l'insieme di relazioni attivate dall'impresa con soggetti diversi per acquisire le risorse di cui necessita
- » Dalle attività (catena del valore) alle relazioni (catena delle relazioni)
- » Cinque flussi:
 - flussi di beni
 - flusso di informazioni
 - flusso di competenze
 - flusso monetario
 - relazioni di influenza

La catena delle relazioni

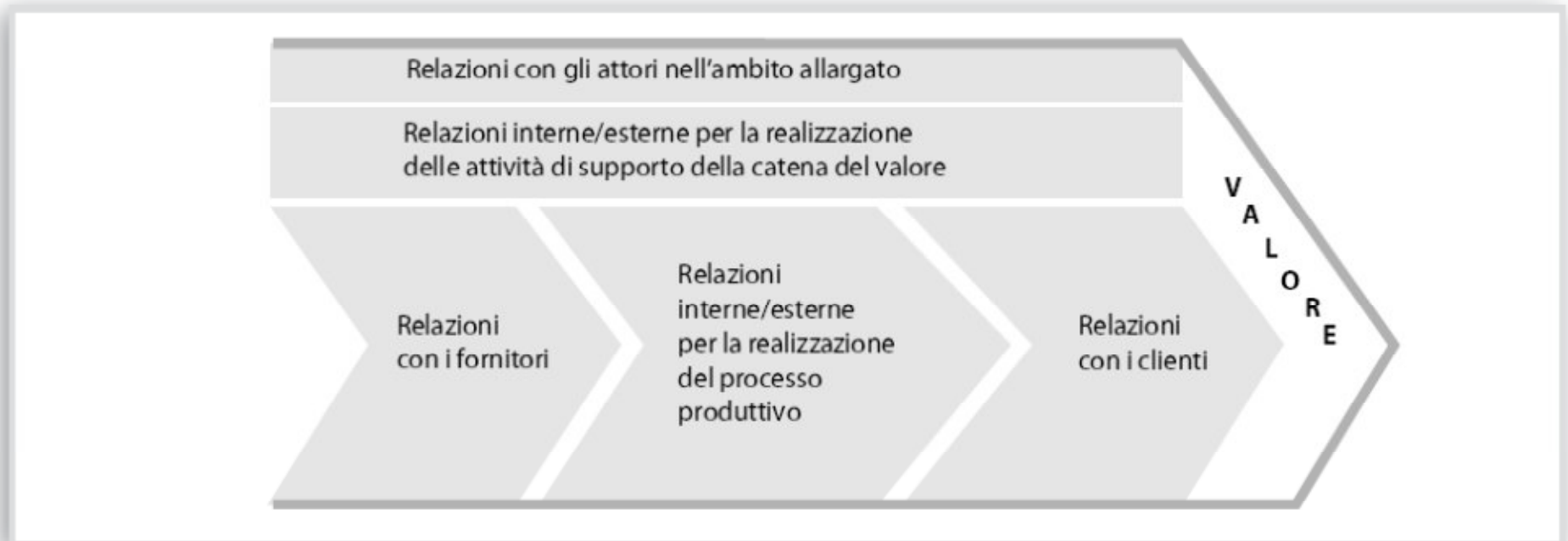
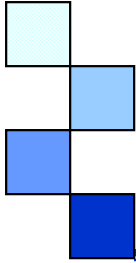


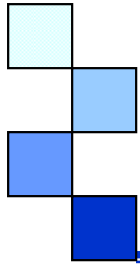
Figura 3.6
La catena delle relazioni.



Le tre strategie competitive

| | | Fonte del vantaggio competitivo | |
|--------------------|----------|---------------------------------|---------------------------------------|
| | | Basso costo | Differenziazione |
| Ambito competitivo | Settore | Leadership di costo | Differenziazione |
| | Segmento | Focalizzazione sui costi | Focalizzazione sulla differenziazione |

Classificazione di Porter (1980-1985)



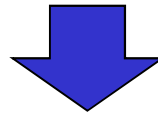
Integrazione di differenziazione e leadership di costo

- » Spesso entrambe le **strategie** sono **applicabili simultaneamente** (es. Total Quality Management)
- » Es. produttori di automobili:
economie di scala a monte con produzione di componenti modulari, personalizzazione del prodotto a valle

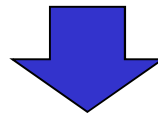


I vantaggi competitivi

Quali sono i fattori critici di successo?



Su quali l'impresa può raggiungere l'eccellenza?



Quale vantaggio competitivo?
Quale strategia competitiva?