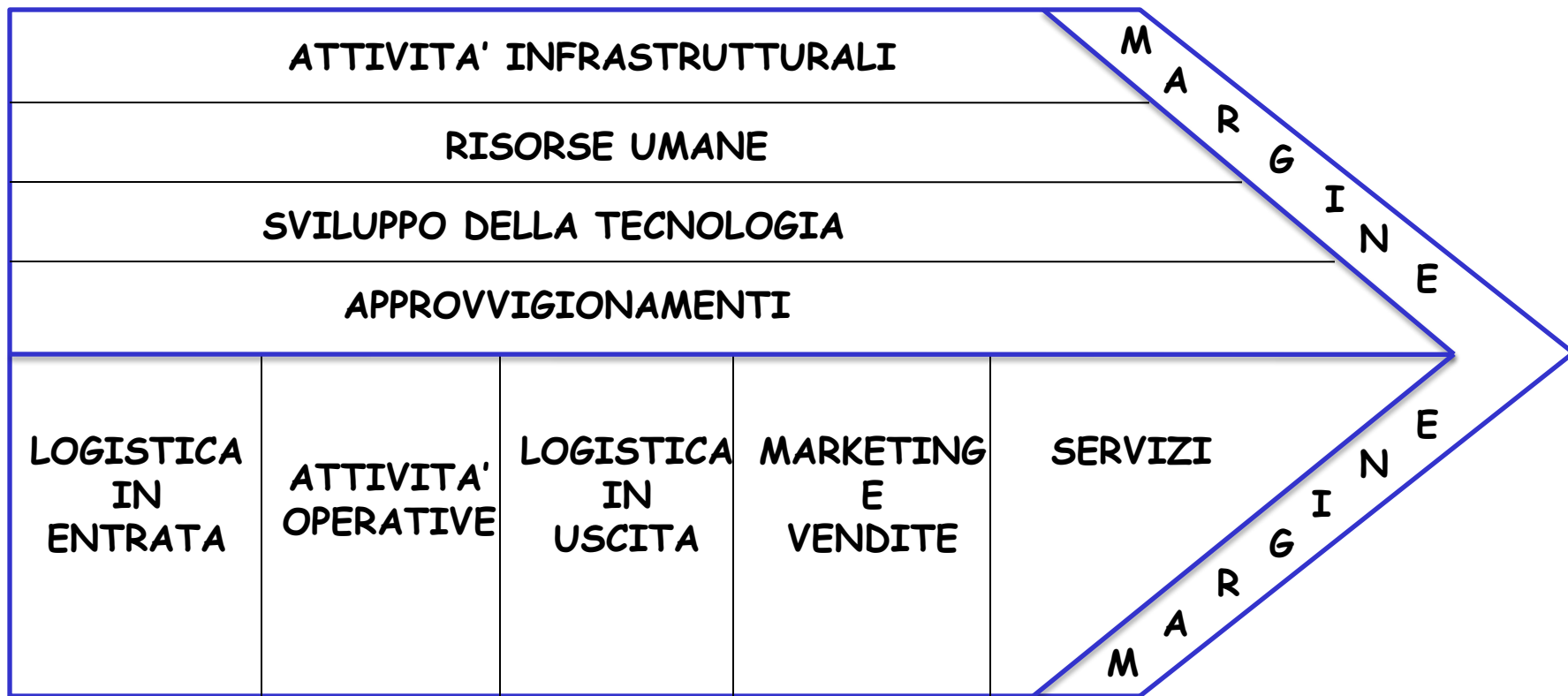
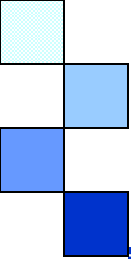


# La catena del valore come strumento di analisi





# La catena del valore

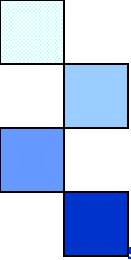
---

- » 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 solo 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 dei distributori, 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

# Le tre strategie competitive

## Fonte del vantaggio competitivo

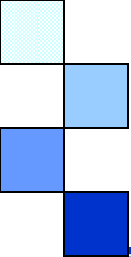
Basso costo

Differenziazione

**Ambito competitivo**

|          |                            |                                       |
|----------|----------------------------|---------------------------------------|
| Settore  | <b>Leadership di costo</b> | <b>Differenziazione</b>               |
| 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:  
limitazione dei costi a monte con produzione di componenti standard (modulari), personalizzazione del prodotto a valle