

REDDITIVITA': come si calcola?

- ROS
- ROS NETTO
- ROA

• ROE  
 • ROI | investimenti di capitale  
 ↳ suggerisce se investire sull'impresa o viceversa o meno

Per ciascuna impresa, bisognerebbe calcolare la redditività utilizzando tutti gli indicatori

↓  
+ software che sintetizzi tutto

Avere il valore delle azioni è utile; da tenere separato rispetto agli altri. Perché qui si parla di imprese quotate in borsa

Il prezzo delle azioni: info facilissima da ottenere e divulgare

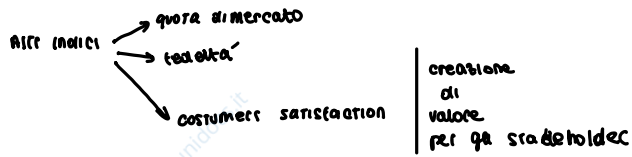
↓  
positivo per l'impresa perché si aumenta la conoscenza (anche maggiori vendite) <sup>B2C</sup>

Se la capitalizzazione cresce → vantaggio dell'impresa

2 definizioni della slide + legata alla parte di marketing

↓  
vantaggio che si clienti  
ti vengono superiore  
rispetto ai concorrenti

Difficile da misurare però

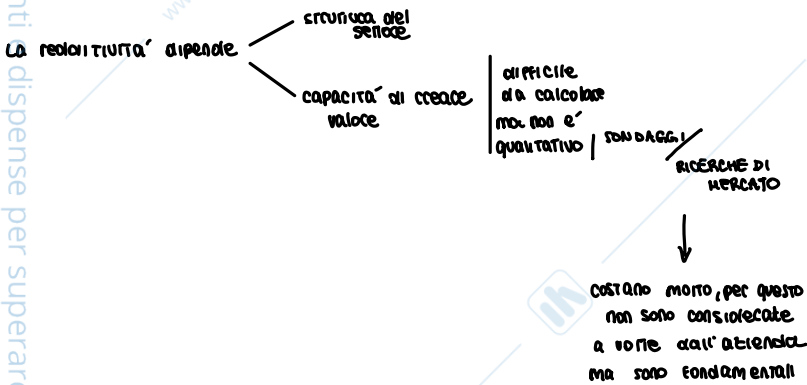


BARRIERE ALL'USCITA?

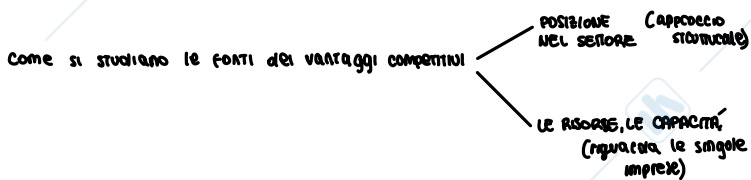
- produzione ampia
- fattore psicologico
- barriere legali/politiche

ESEMPIO slide 100 years of America's top 10 companies

Importante capire come si muove il settore intorno a noi



Consumer Surplus: Vedi slide + spiegazione n. 4:10



Perché le studiamo entrambe?

- Le caratteristiche del settore agiscono sulla redditività
- Le imprese che hanno redditività superiore hanno anche la capacità di affrontare i lati del settore per loro negativi
- La struttura agisce sulle strategie, ma le strategie contribuiscono alla struttura

Si parla delle problematiche del metaverso → cosa vuol dire lavorare nel metaverso?

il mondo del metaverso deriva dal gaming,  
obiettivo e' rendere più immersivo lo smart working

La prima volta che si parla di metaverso e' nel libro snow crash (1992)

↓  
futuro distopico  
posto per nascondersi

1935 → gli occhiali di pigmalione  
esempio di realtà virtuale

1950 → il mondo in una scatola

1960  
Rodriguez filosofo che parla di un'iperrealtà (influenza filosofica)

METAVERSO → online, coniato da Luciano Floridi (mix reale e digitale)

400 milioni di utenti

si gioca online (prima versione del metaverso  
e' dungeons and dragons)

1986 → mondi paralleli, prima testuali e  
poi via via più complessi

1995 → banche e case virtuali

1999 → google heart, si poteva giocare  
esempio di metaverso

2023 → second life (videogioco)  
realtà virtuale, no gioco  
solo vivere con avatar  
(un po' un fallimento)

Metaverso difficile da definire perché è un work in progress

↳ Non è solo gaming, non è solo per un piccolo gruppo

crisi economiche  
↳ 2021 anno di hype  
↳ trend in forte crescita

**CATERPILLER:** impresa acquistata da altre, focus sul post-vendita.

**WOLSONICA:** fusa con impresa francese, gestisce in maniera buona.

il **VALUE SYSTEM** (logistica come fonte di valore importante)

Come si riesce a costruire delle competenze distintive?

- Le imprese creano delle routine → insieme di procedure standardizzate e divise in più parti. Questi processi diventano parte dell'attività e ciò implica che le competenze restino anche quando una o più persone arrivano o lasciano l'attività.

**CATENA DEL VALORE**  
 - Individuo processo  
 - diviso nelle sue componenti

Secondo la **RESOURCE BASED THEORY**: l'analisi strategica parte dalle risorse, che possono essere trasformate in capacità / vantaggi competitivi.

La matrice SWOT nasce da questi studi

Inoltre vengono trasformate in strategie (sulla base di tutto ciò)

Sempre colmare un GAP di risorse

**ES. CLUSTER:** distretti, imprese che si trovano nella stessa area geografica.

il più famoso è quello della Silicon Valley

Come sostenere i vantaggi competitivi?

- devono poter durare (marca, se creata e conservata protegge l'impresa a lungo)
- non trasparenti (meglio se i consumatori non lo vedono subito es. supermercati)
- non replicabili (routine organizzative es. Giappone)
- non imitabili con facilità (es. CANON / Giappone)

Le competenze vengono sviluppate anzitutto dalle capacità, che si

sviluppano se si usano bene le risorse.

Le competenze distintive generano superiorità in

- 1 Efficienza
- 2 Qualità (Total Quality Management)
- 3 Innovazione
- 4 Capacità di risposta al cliente

Risparmio su costi e prezzi (vedi slide schema)  
 Generando un vantaggio competitivo

INCREMENTALE / RADICALE  
 CAUSA INCERTEZZA

Il TQM richiede

- focus sul cliente
- MISURA della QUALITÀ
- Obiettivi chiari
- stimolo ai suggerimenti dei clienti
- sviluppo e miglioramento del rapporto con i fornitori collaborazione

- Esempi non virtuosi (foto slide)

BRAND: il cliente riconosce i prodotti dalla marca

TESTIMONIANZA MET IL SOU

Esempio mappa delle percezioni: quadrato semiotico degli amari del caffè

(vedi foto slide)  
 ↳ telefono foto  
 + spiegazione registratore

Es. mappa percezione vaccini.  
 ↓  
 col covid questa mappa è cambiata?

Queste mappe servono anche per il lancio di nuovi prodotti → es. FERREO

Posizionamento e differenziazione sono connessi → un'offerta differente dalle altre maggior valore rispetto ai concorrenti

STRATEGIE DI POSIZIONAMENTO

- meglio essere i primi (non sempre è possibile, vedi caso Amazon)

o almeno farsi percepire come tale.  
 (es. Apple iPad)

per farlo a volte si sceglie una nicchia di mercato

www.unidocs.it

www.unidocs.it

www.



www.unidocs.it

www.unidocs.it



www.unidocs.it

www.unidocs.it



www.unidocs.it

www.unidocs.it