

Vision n. 25/2019

La *swot analysis* nella professione: dall'obiettivo all'azione

di Valentina Dal Maso – dottore commercialista

Nata nel novecento dall'intuizione di un'economista statunitense il Sig. Albert Humphrey¹, oggi come allora la matrice swot dimostra di essere uno strumento di pianificazione strategica utilizzabile a livello imprenditoriale ma anche professionale e personale, in grado di porre l'attenzione su quattro elementi focali: punti di forza (Strengths), debolezza (Weaknesses), opportunità (Opportunities) e minacce (Threats).

Dal punto di vista professionale, l'utilizzo della matrice permette un'autoanalisi non semplice ma obbligatoria se si vuol raggiungere un obiettivo o uno status personale e professionale di carriera consolidato.

Perché per ambire a una propria crescita personale, prima di tutto bisogna conoscere se stessi, le proprie attitudini professionali e di riflesso il proprio posizionamento sul mercato.

Non si può partire da modelli predefiniti: infatti per costruirsi una specifica *professional branding* è necessario fare un viaggio dentro la propria storia, i propri trascorsi professionali, il proprio carattere e le proprie attitudini in un raffronto poi con il mercato.

Una matrice swot che, riflessa su di sé, permette di porre le basi per capire quanto combaciano o collimano le nostre visioni, per evidenziare punti forti e punti deboli che non pensavamo di avere e utile per comprendere realisticamente ciò che possiamo realizzare al di là dei nostri sogni per giungere a una consapevolezza di utilizzabilità delle nostre forze nel mercato.

I 4 elementi della *swot analysis*

Entrando nel vivo dell'analisi e approfondendo i 4 elementi della matrice è evidente che i punti di forza costituiscono una risorsa fondamentale, perché riflettono inevitabilmente la propria *vision* e/o la propria *mission* e devono essere sfruttati al meglio per raggiungere i propri obiettivi economici.

¹ Creatore e promotore, fra gli anni '60 e '70, dell'analisi swot.