

Esempio di analisi SWOT di un centro città irlandese

| | |
|--|--|
| <p>Punti di forza</p> <p>Una delle più grandi città irlandesi Buon mix commerciale, presenza di medie, grandi e piccole strutture di vendita Aree rurali circostanti belle e accessibili Atteggiamento positivo nei confronti del partenariato Coinvolgimento degli stakeholder nei partenariati Camera di commercio forte Università Squadra di rugby importante Interventi strutturali pubblici Area con valenza storica Associazione imprenditori locali attiva Miglioramenti visibili: luminarie natalizie; street ambassador; megaschermo per il rugby</p> | <p>Punti di debolezza</p> <p>Immagine triste Crimine nei confronti delle attività commerciali elevato Mancanza di un punto centrale Edifici in degrado Mancanza di verde Centro dominato dalle auto Troppa segnaletica Lungo fiume sottoutilizzato Ambiente urbano povero (contrasto tra edifici e strade) Nessuna esperienza visiva Nessuna esperienza qualitativa Nessun brand o valori identitari Mancanza di una visione per la città Mancanza di una strategia di marketing per la città</p> |
| <p>Opportunità</p> <p>Nuovi sviluppi Nuove acquisizioni da parte del comune di aree di trasformazione Qualificazione del fronte fluviale Città fluviale Aeroporto di Shannon/destinazione turistico-ricreativa per i weekend Patrimonio storico-culturale Collegamenti con l'università Collegamenti con l'Europa Gestione centro città Centro di intrattenimento (cibo e tempo libero) Nuova identità e nuovi valori identitari Creare "un'esperienza che merita" Capitale europea del rugby Città dello sport</p> | <p>Minacce</p> <p>Voli low cost offrono nuova accessibilità a offerte commerciali e di intrattenimento esterne Presenza di città rivali, come Galway, in fase di crescita Nuovi insediamenti a commercio e intrattenimento esterni alla città Troppi partenariati Mancanza di individuazione chiara di responsabilità e stimolo per realizzare una strategia di marketing</p> |