

## Strategiafsnittet, oversigt

### Overordnede strategier

- Markedsstrategier
- Konkurrencestrategier
- Strategi for ønsket konkurrencemæssig position
- Produktlivsløbsstrategier
- Internetstrategier

#### ***Markedsstrategier***

Udifferentieret. Differentieret, Koncentreret markedsføring (s. 326)

#### ***Konkurrencestrategier***

Porters generiske strategier: Omkostningsleder. Differentiering,.Omkostningsfokus. Differentieret fokus. (s. 327 ff)

#### ***Strategi for ønsket konkurrencemæssig position***

Markedsleder. Markedsudfordrer. Markedsfølger. Markedsnicher. (s 333-335)

#### ***Produktlivsløbsstrategier***

Udvikling. Introduktion, Vækst. Modenhed/mætning. Nedgang (s. 336 + 456-485)

Herunder:

#### **Pris- og promotionstrategi i forbindelse med nylanceringer**

Høj pris, kraftig reklameindsats. Høj pris, moderat/ingen reklameindsats. Lav pris, kraftig reklameindsats. Lav pris, moderat/ingen reklameindsats. (s. 465)

#### ***Internetstrategier***

(s. 336-339)

### Underordnede strategier

- Målgruppefastlæggelse
- Produktpositionering
- Produktstrategi
- Distributionsstrategi
- Prisstrategi
- Kommunikationsstrategi

## **Vækst**

- **Ansoff's vækstmatrice**
- Intensiv vækst (svarer til Ansoff 1-3)
- **Integrativ vækst** (vækst ved vertikal eller horisontal **integration** = opkøb/fusionering).
- Diversifikation (svarer til Ansoff 4).  
(Se notater om Ansoff og Integration)

## **Analyseværktøjer i virksomheden**

### SWOT-analyse

Værdikæde (Porter) (s. 367-374)

Benchmarking (s. 375)

### Branchestrukturanalyse

- Porters Five Forces of Competition (s. 383)

### Analyse af konkurrencen på et brancheområde

- Porters Five Forces of Competition (s. 383)

### Konkurrentanalyse

- Porters Konkurrentanalysemodel (s. 397)

### Omverdensanalyse

- PEST Political. Economical. Socially. Technical.

### Konkurrencetrekanten (McKinsey)

- Virksomhedens evne til at skabe varige konkurrencemæssige fordele ved differentiering eller lavere omkostninger (priser) i forhold til konkurrenterne.  
Benyttes ofte basis for vedtagelse af konkurrencestrategier (Porters generiske).

## **Porteføljeplanlægningsmodeller**

### **Boston- eller BGC-matricen**

- Succeskriterier: Markedsvækst og relativ markedsandel (s. 492ff.)

### **McKinsey-matricen**

- Succeskriterier: Markedets attraktivitet og Virksomhedens position/konkurrenceevne/styrke (s. 496ff.)

This document was created with Win2PDF available at <http://www.daneprairie.com>.  
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.