

SWOT-analyse / situationsanalyse baseret på 5 Forces

<p>Interne situation</p> <p>Herunder:</p> <ul style="list-style-type: none"> Benchmarking <p>Egen situation sammenholdt med branchen eller konkurrenterne (konkurrentanalyse samt Five Forces)</p>	<p>Stærke sider – strengths</p> <p>I forhold til:</p> <p>Nuværende konkurrenter (alle kapabiliteter, inkl. kapacitet, økonomi - tænk fx på konkurrencetrekanten og Porters generiske - og personel).</p> <p>Kunderne (branding, positionering, likes/dislikes etc.)</p> <p>Leverandørerne, qua deres afhængighed</p>	<p>Svage sider – weaknesses</p> <p>I forhold til:</p> <p>Nuværende konkurrenter (alle kapabiliteter, inkl. kapacitet, økonomi - tænk fx på konkurrencetrekanten og Porters generiske - og personel).</p> <p>Kunderne (branding, positionering, likes/dislikes etc.)</p> <p>Leverandørerne, qua deres afhængighed</p>
<p>Eksterne situation</p> <ul style="list-style-type: none"> Omverdensanalyse (s. 378) PEST (Political – Economical – Sociocultural – Technological) (s.377) Porter’s five forces – strukturanalysemodel (s.382ff) Konkurrentanalysemodellen specifikt (s. 397) Five forces+Pest (s.413) 	<p>Muligheder – opportunities</p> <p>Udnytte stærke sider i forhold til kunder og leverandører og under skyldig hensyntagen til konkurrenterne (konjunktural vs. autonom handlemåde).</p> <p>Gennemføre handlinger, så betydningen af svage sider reduceres eller elimineres.</p> <p>Arbejde på at reducere svage sider.</p>	<p>Trusler – threats</p> <p>Nuværende udbydere kan ændre kurs, opfinde noget nyt, markedsføre sig på en anden måde, blive opkøbt og dermed få adgang til flere resurser etc.</p> <p>Kunderne (mellemandhandel såvel som slutbrugere) kan reagere negativt i form af boykot, stop for køb etc. med henblik på fx at opnå lavere priser eller bedre vilkår. Her spiller også den (ændrede) relative stilling i forhold til konkurrenter ind. Sidstnævnte gælder alle parametre (4 P’er).</p> <p>Leverandører kan sætte prisen op etc.</p> <p>Virksomheder, der ikke tidligere har været på markedet kan etablere sig (typisk fra udlandet) = potentielle konkurrenter.</p> <p>Nye varearter, der opfylder behovene bedre og eller billigere, kan dukke op.</p>

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.