

# ЧТО ТАКОЕ SWOT АНАЛИЗ

О Т

Сильные стороны	Слабые стороны
<b>S</b>	<b>W</b>
Возможности	Угрозы
<b>O</b>	<b>T</b>

Технология SWOT – инструмент стратегического анализа, использующийся для оценки конкурентоспособности продукта компании



# ЗАДАЧИ SWOT АНАЛИЗА

SWOT анализ помогает:

- Провести анализ внутренних ресурсов и внешнего окружения
- Провести анализ рисков и оценить конкурентоспособность
- Создать конкурентное преимущество для продукта компании

Результатом SWOT анализа является:

- общее представление о положении товара на рынке
- план действий для повышения конкурентоспособности продукта
- план действий по росту продаж и прибыли компании



# ОБЪЕКТЫ SWOT АНАЛИЗА

SWOT анализ может проводиться для:

Товаров или услуг

*или*

Группы товаров

*или*

Целой компании

Проекта

Страны, региона

Личности

А также для конкурентов





# ЗА НЕДЕЛЮ ДО SWOT АНАЛИЗА

- Анализ положения компании на рынке
  - Какие свойства особо ценятся на рынке?
  - Кто целевой потребитель компании?
  - Что потребитель думает о товаре компании?
  - Основные причины покупки и отказа?
- Конкурентный анализ
  - Кто основные конкуренты?
  - Какие товары, где и как они предлагают?
  - Что потребитель думает от конкурентах?
  - Основные причины покупки и отказа?
- Оценка тенденции
  - динамика рынка
  - изменение экономики
  - новые конкуренты
  - политико-правовая среда
  - развитие технологий
  - предпочтения потребителей
  - медиа каналы
  - каналы распределения



# НЕМНОГО ТЕОРИИ

- Описывая сильные и слабые стороны товара, Вы описываете внутренние ресурсы компании
- **Сильные стороны:** все то, в чем Вы лучше конкурентов
  - конкурентные преимущества
  - почему покупают товар
  - то, что обеспечивает более высокую норму прибыли
- **Слабые стороны:** все то, в чем Вы хуже конкурентов
  - недостатки товара
  - почему не покупают товар
  - то, что приносит потери и снижение прибыли

# ГДЕ ИСКАТЬ СИЛЬНЫЕ И СЛАБЫЕ СТОРОНЫ?





# КАК СИСТЕМАТИЗИРОВАТЬ

- Составьте свой собственный список параметров

Скорость обслуживания

Расположение офиса

Возможность выбора

Квалификация персонала

Качество продукта

Присутствие на проф выставках





# КАК СИСТЕМАТИЗИРОВАТЬ

- Составьте свой собственный список параметров

Скорость обслуживания

Расположение офиса

Возможность выбора

Квалификация персонала

Качество продукта

Присутствие на проф выставках

- Отметьте в списке ключевые факторы успеха в сегменте

Скорость обслуживания

Расположение офиса

Возможность выбора

Квалификация персонала

Качество продукта

Присутствие на проф выставках



# РЕЗУЛЬТАТ

- Сравнительная таблица по всем важным факторам

Ключевые факторы успеха		Сильные стороны	Слабые стороны
		Лучше чем у конкурентов	Хуже, чем у конкурентов
2	Скорость обслуживания	✓	
3	Квалификация персонала		✓
1	Качество продукта		✓
4	Возможность выбора	✓	

- Проранжируйте факторы

---

## **ШАГ №2 ОПРЕДЕЛЕНИЕ УГРОЗ И ВОЗМОЖНОСТЕЙ БИЗНЕСА**

---

# НЕМНОГО ТЕОРИИ



- Описывая угрозы и возможности для товара, Вы описываете влияние внешней среды на деятельность компании
- **Возможности** – то, что позволяет компании увеличить объем продаж или нарастить прибыль
  - Источники роста
  - Пути снижения затрат
- **Угрозы** – то, что может снизить объем продаж или уровень прибыли компании в будущем.

# ГДЕ ИСКАТЬ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ РОСТА БИЗНЕСА?







# ГДЕ ИСКАТЬ УГРОЗЫ ДЛЯ БИЗНЕСА?

Ищите ключевые угрозы рынка в ужесточении конкуренции





# КАК СИСТЕМАТИЗИРОВАТЬ

- Составьте свой собственный список угроз и возможностей

Возможности	В мес.	№	Угрозы	В мес.	№
Выход в новый сегмент А	50 т.р.	2	Появление новых игроков	70 т.р.	2
Расширение географии продаж	200 т.р.	1	Переключение на деш.продукты	50 т.р.	3
Снижение затрат на материалы	35 т.р.	3	Значимый рост затрат в категории А	120 т.р.	1

- Оцените вероятность возникновения каждого фактора и его возможный вклад в продажи и прибыль компании
- Проранжируйте все факторы по степени влияния на продажи или прибыль



# ВНОСИМ ВСЮ ИНФОРМАЦИЮ В ОДНУ ТАБЛИЦУ

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"><li>• Технологическое преимущество</li><li>• Высокая лояльность</li><li>• Высокий уровень сервиса</li><li>• Самый большой офис компании</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Отсутствие сайта</li><li>• Низкая доля высоко-доходной аудитории</li><li>• Отсутствие у ТП личного автомобиля</li><li>• Низкое знание на рынке</li></ul>
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"><li>• Расширение географии продаж</li><li>• Выход в сегмент дорогих товаров</li><li>• Внедрение новой технологии А</li><li>• Использование интернет и e-mail маркетинга для рекламы товара</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Появление федеральных игроков</li><li>• Значимый рост затрат в отрасли</li><li>• Снижение доходов части клиентов</li></ul>