

ЧТО ТАКОЕ SWOT АНАЛИЗ

О Т

Сильные стороны	Слабые стороны
S	W
Возможности	Угрозы
O	T

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



Вход крупных игроков

Изменение поведения ЦА

Низкие входные барьеры

Изменение размера ЦА

Рост низко-стоимостных предложений

Ослабление экономики

Открытие технологий и утрата КП

Ужесточение правовых норм

Окончание патента

Рост затрат превышающий роста цен



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