

Продукт/услуга

- Изучение потенциальных рынков и ниш
- Изучение продуктов/услуг этого рынка и ниш
- Изучение конкурентов
- Создание продукта/формулирование услуг
- Проведение SWOT-анализа

метод стратегического планирования, для оценки внутренних и внешних факторов, которые влияют на развитие компании. SWOT-анализ нужен, чтобы оценить сильные и слабые стороны компании и определить перспективы развития и угрозы извне.

- S Strengths (сильные стороны),
- W Weaknesses (слабые стороны),
- O Opportunities (возможности),
- T Threats (угрозы).



Сильные стороны

- Известное имя;
- Репутация бренда;
- Широкий ассортимент;
- Отменное качество продукции;
- Удобное месторасположение;
- Большая клиентская база;
- Развитая бонусная система;
- Хорошие финансовые ресурсы;
- Квалифицированный персонал;
- Достойный уровень сервиса и обслуживания.
 И так далее...

Слабые стороны

- Высокие цены;
- Раздутая клиентская база;
- Слабый отдел продаж;
- Высокая текучесть кадров;
- Недостаточная квалификация персонала;
- Отсутствие бюджета на маркетинг;
- Некомпетентные управляющие кадры;
- Плохие условия труда;
- Слабая представленность на рынке;
- Негативная репутация;
- Маленький ассортимент;
- Низкое качество товара.
- И так далее...

Возможности

- Повышение доходов населения (компания может повысить цены);
- Повышение барьеров входа в отрасль (конкурентам сложнее зайти на рынок);
- Введение налоговых льгот (которые снизят Ваши обязательства);
- Развитие технологий (например, появление новых площадок для привлечения клиентов);
- Возможность выхода на новые рынки (например, рынок позволяет работать по всей России);
- Возможность работы за рубежом (например есть все нужные условия для поставки товаров в др. страну);
- Возможность открытия нового направления бизнеса (есть возможность захвата новых ниш);
- Уход с рынка конкурента (значит освободилась доля рынка);
- Появление новых партнеров (которые упростят работу компаний);
- Появление новых поставщиков (с более выгодными условиями).
 И так далее...

Угрозы

- Ценовая конкуренция (придет более крупный игрок, установит цены ниже, и Ваш бизнес прогорит);
- Рост числа конкурентов (Ваши позиции могут ослабнуть);
- Изменение законодательства и стандартов отрасли (могут повлиять на бизнес в негативную сторону);
- Проблемы с поставщиками (может не быть нужного товара, значит нечего продавать);
- Внедрение высоких технологий в отрасль (не каждая фирма может себе это позволить и закрывается);
- Рост цен на сырье (рост издержек);
- Ослабление национальной валюты (при международных расчетах);
- Высокая зависимость от грузоперевозчика (задержка сроков поставки);
- Сбой в оборудовании (например, вследствие этого потеря клиентской базы);
- Форс-мажор (пожар, паводки и т.д.). И так далее...

Матрица

Сильные стороны

- Владение преимущественными правами на контракт;
- Большая клиентская база;
- Значительные объемы поставок;
- Хорошая репутация фирмы на рынке.

Возможности

- Возможность передать доставку на аутсорсинг; - Привлечение новых контрактов.

Слабые стороны

- Отсутствие собственного автопарка.
- Неспособность обеспечить своевременную доставку товара;
- Неспособность справиться с имеющимися объемами отгрузок;
- Высокая текучесть кадров.

Угрозы

- Сокращение доли рынка в связи с потерей исключительных прав на дистрибьюторский контракт.

Задание

Делимся на группы:

- 1.Выбираем нишу
- 2.Выбираем компанию или создаем продукт или услугу
- 3.Изучаем конкурентов
- 4.Делаем SWOT-анализ