

1. Конкурентные стратегии

Область конкуренции
широкая

1. Лидерство в снижении издержек

2. Лидерство в дифференциации продукции

узкая

3а. Особое внимание снижению издержек*

3б. Особое внимание дифференциации*

Снижение издержек

Дифференциация продукции

* фокусирование на определенном сегменте

4. Матрица Портера



Товарные стратегии

Матрица Бостонской консалтинговой группы (БКГ)

Решения принимаются на основе информации о прибыльности каждого товара, которая позволяет сформировать рейтинг:

1. «Звезды» и «Дойные коровы».
2. «Собаки».
3. «Трудные дети», «знаки вопроса».

Темпы роста рынка	Высокие	«Звезда»	«Трудный ребенок»
	Низкие	«Дойная корова»	«Собака»
		Большая	Маленькая
		Относительная доля на рынке	

Темпы роста рынка определяются по сравнению с ВВП или по средневзвешенному темпу роста в остальных сегментах, в которых работает организация

Товарные стратегии

Матрица Ансоффа (модель «Продукт-рынок»)

		РЫНКИ	
		Имеющиеся	Новые
ПРОДУКТЫ	Имеющиеся	Обработка рынка I	Развитие рынка II
	Новые	Развитие продукта III	Диверсификация IV