



PowerBranding

SWOT анализ

Предмет анализа:

Подготовлено:

Дата:

SWOT анализ. Ключевые выводы

- ▶ *Краткое изложение всех ключевых предложений и выводов, которые родились в результате проведения SWOT-анализа.*

SWOT анализ. Введение

- ▶ *Что было целью SWOT-анализа. Какие факторы рассматривались и были проанализированы?*
- ▶ **Цель проведения SWOT анализа (пример):** оценить конкурентоспособность товара, определить источники роста на 3 года вперед, подготовить маркетинговый план, развивающий ключевые компетенции товара, разработать корректирующие мероприятия для минимизации рисков.
- ▶ **Факторы внутренней среды компании, рассмотренные в анализе:** потребительские характеристики товара/ услуги, имеющиеся ресурсы компании, сила бренда (знание, лояльность), квалификация персонала, технологические возможности компании, уровень затрат и структура себестоимости товара.
- ▶ **Факторы внешней среды компании, рассмотренные в анализе:** правовые аспекты рыночной среды, потребительские характеристики товаров конкурентов, технологические возможности конкурентов и их ресурсы, рыночные тренды.

SWOT

- ▶ Укажите не более 6-8 ключевых факторов в каждом поле в порядке приоритетности (приоритетность - влияние на уровень продаж и прибыли компании)

Сильные стороны	Слабые стороны
<ol style="list-style-type: none">1. Приоритет №12. Приоритет №23.	<ol style="list-style-type: none">1.2.3.
Возможности	Угрозы
<ol style="list-style-type: none">1.2.3.	<ol style="list-style-type: none">1.2.3.

Слайды - обоснования

- ▶ *Data speaks first. Ключевой слоган всех презентаций. Подготовьте иллюстрацию доказательств по каждому фактору из SWOT анализа .*

SWOT-матрица. Стратегии и действия

	Сильные стороны	Слабые стороны
Возможности	Мероприятия или программы, использующие сильные стороны товара для охвата каждой из возможностей.	Мероприятия или программы, направленные на улучшение, изменение или преодоление «слабых сторон» для использования найденных возможностей
Угрозы	Стратегии защиты от внешних угроз за счет использования сильных сторон компании	Стратегии защиты от внешних угроз за счет укрепления слабых сторон компании

- ▶ *Ключевые выводы-действия, сделанные на основе анализа.*

План мероприятий

- ▶ *Все действия и программы с предыдущего слайда в порядке приоритетности и с указанием сроков выполнения и необходимых ресурсов. Ресурсы: финансовые (дополнительный бюджет или инвестиции), трудовые, необходимость проведения дополнительных исследований и т.п.*

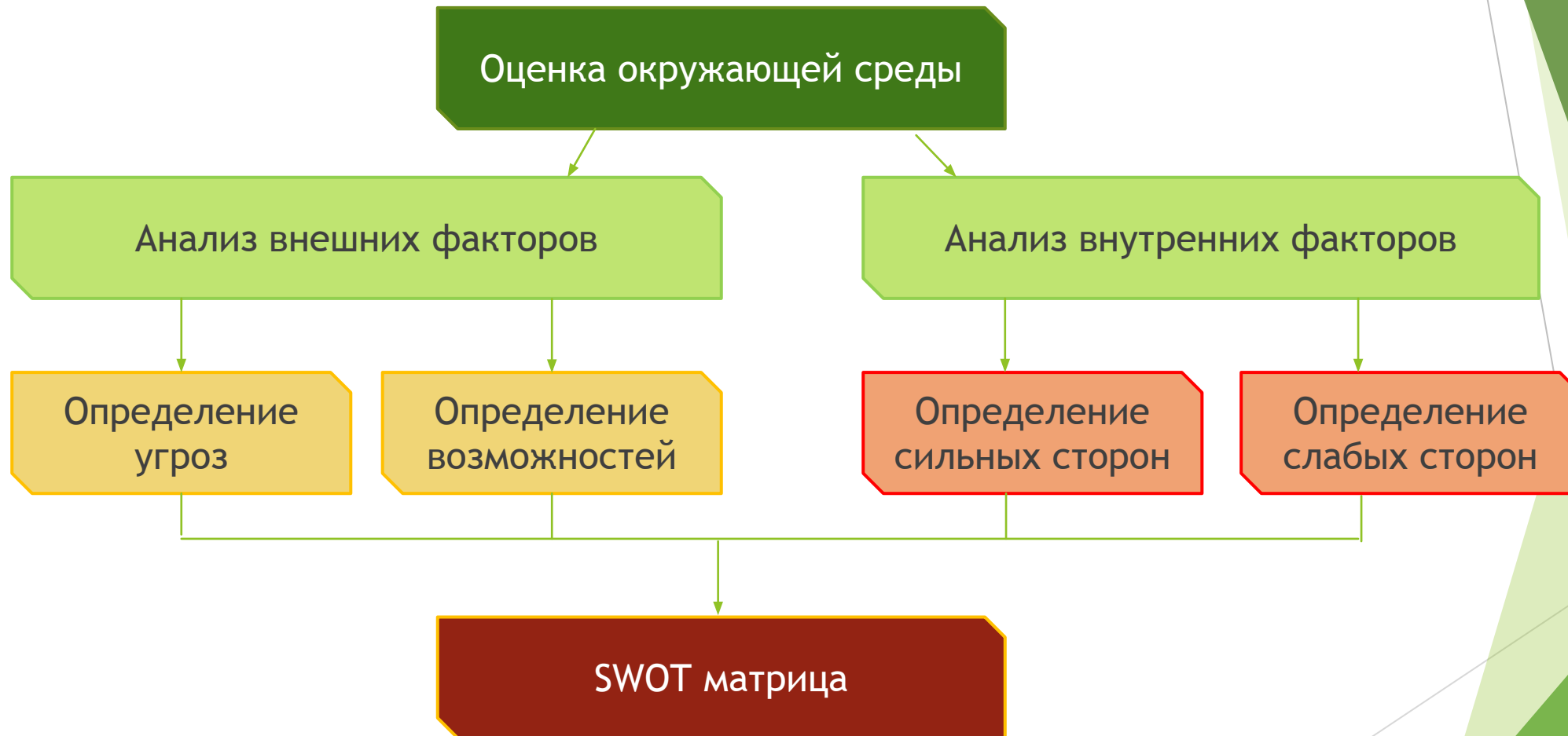
Мероприятие, программа	Цель	Срок выполнения	Необходимые ресурсы

Appendix

Порядок проведения SWOT анализа

Рекомендуется ознакомиться с теоретическими основами SWOT анализа по ссылке:

Порядок проведения SWOT анализа



Форма SWOT

Сильные стороны	Слабые стороны
Возможности	Угрозы

Определение сильных и слабых сторон

Ключевые факторы успеха компании, товара или услуги на рынке	Лучше, чем у конкурентов - сильная сторона	Хуже, чем у конкурентов - слабая сторона
Фактор 1	✓	
Фактор 2		✓
И т.д.	✓	