

SWOT ANALÝZA

<p style="text-align: center;">SILNÉ STRÁNKY</p> <p>Silné stránky pomáhají posilovat tržní pozici. Jejich pochopení vám pomáhá identifikovat, v jakých aspektech je vaše firma před konkurencí. Cílem firmy je maximalizace silných stránek – vytěžit co nejvíce z toho, co už umíte. Patří sem např.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • výborná lokalita firmy • produkt, který je unikátní • výborná image značky • tradice značky • nízké náklady, nákladová výhoda • patentované technologie, licence • výborná technická vybavenost • nastartovaná inovace produktů • dobré zdroje financování • dlouhodobé vztahy se zákazníky • vysoká úroveň marketingové komunikace • silné partnerství, atd. 	<p style="text-align: center;">SLABÉ STRÁNKY</p> <p>Obvykle jsou měřeny interním hodnotícím systémem nebo srovnáním s konkurencí. Jde o slabé stránky firmy, které snižují její vnitřní hodnotu (dovednosti, aktiva, podnikové zdroje atd). Cílem firmy je minimalizace slabých stránek. Patří sem např.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • nedostatečná diferenciacce produktu • vysoké náklady • nízká produktivita • slabá reputace • poškozená značka • zadluženost • omezený přístup k distribučním kanálům, atd.
<p style="text-align: center;">PŘÍLEŽITOSTI</p> <p>Jde o potenciální vnější příležitosti – šance pro rozvoj podniku a posílení pozice na trhu. Podnik se proto snaží o jejich správnou identifikaci a maximální využití. Tyto skutečnosti vám mohou přinést úspěch v podobě např. větší poptávky, lepšího uspokojení zákazníků, zvýšení povědomí. Patří sem např.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • nové trhy – expanze do zahraničí • nové segmenty trhu • spolupráce s novými dodavateli • zajištění dlouhodobé věrnosti zákazníků • spolupráce s partnery na vývoji • příznivý demografický vývoj • příznivý politický vývoj • nové technologie • dotační programy na technologie a vzdělávání, atd. 	<p style="text-align: center;">HROZBY</p> <p>Hrozby jsou faktory vnějšího prostředí a leží mimo kontrolu firmy. Představují možná rizika, která ohrožují dosažení cílů společnosti nebo její samotnou existenci. Cílem analýzy je hrozby identifikovat, sledovat a případně eliminovat. Patří sem např.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ztráta zákazníka, • ztráta dodavatele, • posílení konkurence, • cenové války s konkurencí, • fluktuace zaměstnanců, • nárůst fixních nákladů, • nedostatečná ochrana duševního vlastnictví, • změna legislativy, • nezaměstnanost, • obecné ekonomické trendy, atd.

Více o SWOT analýze se můžete dozvědět v [našem článku](#).