

Анализ среды маркетинга

SWOT-анализ

Расшифровка SWOT:

S= Strengths, сильные стороны товара;

W=Weaknesses, слабые стороны товара;

O=Opportunities, возможности компании;

T=Threats, угрозы компании.

Этапы анализа

Шаг 1: определите сильные и слабые стороны
продукта

Ключевые факторы

Свойства товара

*Уровень
осведомленности*

Уровень лояльности

*Восприятие торговой
марки*

*Потребительские
качества*

Упаковка и внешний вид

Стоимость товара

Ассортиментный ряд

Патенты и технологии

Персонал и

интеллектуальный

Уровень дистрибуции

*Представленность
товара на полке в
магазине*

*Преимущество в
затратах*

*Возможности к
инвестированию*

*Рекламное присутствие и
методы продвижения*

*Гибкость и скорость
реакции на изменения*

*Используемые
технологии*

Шаг 2: определите угрозы и возможности для роста бизнеса

- Возможности компании (O=Opportunities) – факторы внешней среды, которые позволят компании увеличить объем продаж или нарастить прибыль.
- Угрозы компании (T=Threats) – факторы внешней среды, которые могут снизить объем продаж или уровень прибыли компании в будущем.

Порядок действий

- В поиске возможностей задайте себе вопрос: за счет каких факторов продажи и прибыль компании может вырасти?
- В поиске угроз задайте себе вопрос: какие тенденции изменения рынка, потребностей целевой аудитории, государственного и правового регулирования рынка, экономической ситуации в стране могут снизить продажи и прибыль моей компании?
- Ответы запишите в столбик и экспертно оцените вероятность их достижения/возникновения и потенциальный вклад в спад/прирост продаж.

Факторы SWOT анализа, которые следует рассмотреть при оценке возможностей компании

1. Возможности по расширению сферы влияния компании, экспансия: новые рынки сбыта, новые страны или регионы продаж, охват новых видов товарных категорий или услуг.
2. Новые потребители на существующих рынках: охват новых целевых групп, на которые в настоящий момент компания не смогла выйти.
3. Возможности по увеличению частоты использования товаром или услугой существующих потребителей, а также увеличение суммы покупки.
4. Удовлетворение новой потребности потребителя за счет расширения ассортиментной группы.

Факторы SWOT анализа, которые следует рассмотреть при оценке возможностей компании

5. Развитие технологий и введение программ, позволяющих снизить затраты компании.

6. Ослабление регулирования отрасли со стороны государства, прогнозируемое введение налоговых льгот и другое упрощение входа на рынок.

7. Улучшение экономической стабильности и рост покупательской способности аудитории.

8. Выход крупных игроков с рынка и прочее

Факторы SWOT анализа, которые следует рассмотреть при оценке угроз компании

1. Изменение предпочтений, ценностей и стиля жизни потребителей, которое может привести к отказу от товара компании
2. Рост конкуренции на рынке для компании и действия со стороны конкурентов, способные отрицательно повлиять на объем продаж компании: вход крупных игроков; низкие барьеры для новых игроков; рост низко-стоимостных предложений конкурентов и развитие ценовых войн; утрата конкурентных преимуществ за счет открытого доступа к используемым технологиям, в том числе утрата патентного преимущества.
3. Ужесточение регулирования со стороны государства и введение правовых норм, повышающих затраты на существование в отрасли.

Факторы SWOT анализа, которые следует рассмотреть при оценке угроз компании

4. Ослабление экономики и снижение покупательской возможности аудитории; повышение чувствительности к цене; повышение вероятности отказа от товаров, не являющихся товарами первой необходимости.
5. Рост затрат на производство, реализацию и поддержку товара, превышающий возможное повышение цен

Шаг 3: заполните матрицу SWOT-анализа

Сильные стороны	Слабые стороны
1) ... 2) ...	1) ... 2) ...
Возможности	Угрозы
1) .. 2) ...	1) ... 2) ... и т.д.

Шаг четвертый: подготовка выводов

- Выявите или разработайте основное конкурентное преимущество товара на основе сильных сторон
- Опишите способы развития возможностей компании за счет сильных сторон продукта
- Опишите, каким образом можно преобразовать слабые стороны в сильные, а угрозы в возможности для роста?
- Если такие преобразования невозможны, как компания может избежать слабых сторон и угроз, а также минимизировать их влияние на бизнес компании.
- Каким образом выявленные преимущества сделать очевидными для потребителя?
- Каким образом слабые стороны скрыть от потребителя?
- Каким образом в короткий срок реализовать возможности и нейтрализовать угрозы?

PEST-анализ

PEST анализ является аббревиатурой следующих показателей отрасли:

- политические (P);
- экономические (E);
- социально — культурные (S);
- технологические (T).

P (Political) — факторы политико-правового окружения

компании.

- Изменится ли в ближайшее время законодательная база страны, рынка, отрасли, в которой функционирует компания? Повлияют ли изменения законодательной базы на деятельность компании (в первую очередь в сфере прибыльности бизнеса)?
- Необходимо обратить внимание на уровень вмешательства государства в бизнес компании. Значителен ли он? Будет ли изменяться в ближайшем будущем?
- Уровень коррумпированности отрасли и его влияние на деятельность компании?
- Отношение страны с другими странами или международными организациями. Будут ли меняться, упрощаться или усложняться такие

E (Economiсal) — факторы экономического состояния рынка.

- Динамика развития экономики — спад, рост, стагнация
- Изменение курсов валют, стоимости капитала
- Изменение уровня безработицы
- Изменение уровня инфляции
- Изменение располагаемого дохода на душу населения
- Тенденции в банковской сфере

S (Socio — cultural) — факторы социального и культурного состояния рынка.

- Изменение демографического состояния: движение населения (убыль или рост), поло-возрастная структура рынка, изменение расовой принадлежности
- Уровень образованности населения, в том числе уровень квалифицированности кадров
- Особенности менталитета, важные культурные ценности
- Изменение социальных слоев населения
- Изменение вкусов и предпочтений аудитории, устоявшиеся мифы и предубеждения

T (Technological) — факторы, характеризующие технологический прогресс в отрасли.

- Возможные изменения в ключевых технологиях, используемых на рынке (инновации в оборудовании, материалах, в бизнес-моделях и методах ведения бизнеса)
- Влияние интернет на развитие рынка
- Влияние мобильных технологий на развитие рынка
- Инновации в информационных технологиях, позволяющих более эффективно конкурировать на рынке

P (POLITICAL)

- тип управления государством
- стабильность правительства
- свобода слова и нормы законодательства
- уровень бюрократии и коррупции
- тенденции к регулированию или дерегулированию
- законодательство в области труда и социальной помощи населению
- наиболее вероятные политические изменения на 3-5 лет

E (ECONOMICAL)

- степень развития бизнес-структуры
- темпы роста экономики, % ставки, курс валют и уровень инфляции
- уровень безработицы, ситуация на рынке труда и стоимость труда
- степень глобализации экономики
- уровень располагаемого дохода населения
- степень развития банков
- наиболее вероятные изменения в экономике на 3-5 лет

S (SOCIO – CULTURAL)

- численность населения, поло – возрастная структура населения
- здоровье, образование, социальная мобильность
- привычки и характер поведения работников, отношение к работе
- общественное мнение, нормы поведения и ограничения (табу)
- уровень и стиль жизни
- наиболее вероятные социально - культурные изменения на 3-5 лет

T (TECHNOLOGICAL)

- вклад технологий в развитие рынка
- развитие интернет и мобильных устройств
- активность и развитие научно-технических исследований
- степень использования, внедрения и передачи технологий
- наиболее вероятные изменения в технологическом плане на 3-5 лет