



Kurzbeschreibung & Zweck

Die SWOT-Analyse ist ein Instrument, das uns hilft, z.B. die Wettbewerbsposition eines Unternehmens zu bewerten und strategische Pläne zu erstellen. Es ist ein Akronym für **S**trengths (Stärken), **W**eaknesses (Schwächen), **O**pportunities (Chancen) und **T**hreats (Risiken)

Ereignisse

Einsichten gewinnen

Dimensionen

Strategisches Denken

Aufwand

4 - hoch

Kompetenz

3 - Anwender

Dauer

über 4h

Rahmenbedingungen & Vorbereitung

Du brauchst dafür: Bei dieser Methode brauchen lediglich eine Vorlage zur Erfassung dieser 4 Dimensionen (steht im Downloadbereich zur Verfügung)

Vorbereitung: Bei dieser Methode benötigen Sie keine spezielle Vorbereitung, sondern Sie brauchen einen konkreten Fall für diese Art der Analyse

Wofür gut geeignet?



Eine SWOT-Analyse ist ein hervorragendes Instrument, um die richtigen Maßnahmen für ein Unternehmen zu ermitteln. Mit ihr lassen sich sowohl interne als auch externe Faktoren bewerten, die die Erfolgsaussichten Ihres Unternehmens beeinflussen.

Richtig eingesetzt, kann eine SWOT-Analyse Ihnen helfen, fundierte Entscheidungen darüber zu treffen, wo Sie Ihre Ressourcen und Energie einsetzen sollten, um Ihre Erfolgchancen zu maximieren.

Fragen und Antworten

Frage 1: Wie hilft die SWOT-Analyse bei der Entscheidungsfindung?

Sie identifiziert die Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken Ihres Unternehmens. Sie gibt Ihnen Hinweise darauf, was Sie gut machen und was Sie übersehen, wie Sie neue Chancen nutzen und Risiken minimieren können.

Frage 2: Wie oft sollte eine SWOT-Analyse durchgeführt werden?

Im Grunde genommen besteht die SWOT-Analyse darin, die aktuelle Situation zu bewerten und eine Strategie für das weitere Vorgehen festzulegen. Aber die Dinge ändern sich ständig, und Sie sollten deshalb regelmäßig Ihre SWOT Analyseergebnisse auf Aktualität prüfen

Frage 3: Was sind die Grenzen der SWOT-Analyse?

Eine SWOT-Analyse ist nur so gut wie die Informationen, die in sie einfließen. Bevor Sie mit einer SWOT-Analyse beginnen, sollten Sie sich vergewissern, dass Sie über genügend aktuelle Informationen über Ihr Unternehmen, Ihre Wettbewerber und Ihre Branche verfügen

Frage 4: Wer sollte bei der Erarbeitung einer SWOT Analyse eingebunden werden?

Auf diese Frage gibt es keine allgemeingültige Antwort, da die an der Entwicklung einer SWOT-Analyse beteiligten Akteure je nach Art des Unternehmens und den Zielen der Analyse variieren. Sie sollten aber alle einbinden, die Wissen und Erfahrung zu Ihrem Thema haben



Kurzbeschreibung & Zweck

Die SWOT-Analyse ist ein Instrument, das uns hilft, z.B. die Wettbewerbsposition eines Unternehmens zu bewerten und strategische Pläne zu erstellen. Es ist ein Akronym für **S**trengths (Stärken), **W**eaknesses (Schwächen), **O**pportunities (Chancen) und **T**hreats (Risiken)

Ereignisse

Einsichten gewinnen

Dimensionen

Strategisches Denken

Aufwand

4 - hoch

Kompetenz

3 - Anwender

Dauer

über 4h

Wie kannst Du es nutzen?

Schritt 1:

Stärken

Der erste Schritt besteht darin, die internen Stärken des Unternehmens zu ermitteln. Dazu gehört alles, was dem Unternehmen einen Vorteil gegenüber seinen Konkurrenten verschafft, z. B. ein einzigartiges Produkt oder eine einzigartige Dienstleistung, eine starke Marke oder ein treuer Kundenstamm.

Schritt 2:

Schwächen

Der zweite Schritt besteht darin, die internen Schwächen des Unternehmens zu ermitteln. Dazu gehört alles, was das Unternehmen im Vergleich zu seinen Konkurrenten benachteiligt, wie hohe Kosten, veraltete Technologie oder ein geringer Marktanteil.

Schritt 3:

Chancen

Der dritte Schritt besteht darin, alle externen Chancen zu ermitteln, die sich dem Unternehmen bieten. Dazu gehört alles, was eine positive Chance darstellt für das Unternehmen, wie etwa ein wachsender Markt, eine neue Technologie oder eine Lockerung der Vorschriften.

Schritt 4:

Risiken

Der vierte Schritt besteht darin, alle externen Bedrohungen zu ermitteln, denen das Unternehmen ausgesetzt ist. Dazu gehört alles, was eine negative Bedrohung für das Unternehmen darstellt, z. B. ein schrumpfender Markt, neue Konkurrenz oder veränderte Verbrauchergewohnheiten.

Schritt 5:

Maßnahmen

Jetzt ist es an der Zeit, das große Ganze zu betrachten. Es ist erstaunlich, wie oft eine SWOT-Analyse durchgeführt wird, aber nicht vollständig genutzt wird. Aufgrund Ihrer SWOT-Analyse wird es "Quick Wins" geben, die umgesetzt werden können. Überführen Sie nun alle Maßnahmen in einen nachhaltigen Prozess der Umsetzung



Deine Notizen