

1. Innledning

Denne situasjonsanalysen gir en grundig gjennomgang av bedriftens nåværende situasjon, inkludert interne og eksterne faktorer som påvirker virksomheten. Analysen er et viktig verktøy for å forstå bedriftens konkurransesituasjon og muligheter for fremtidig vekst og suksess.

2. Bakgrunn

Gi en kort beskrivelse av bedriftens historie, formål og hovedprodukter/tjenester. Forklar også hvilken bransje bedriften opererer i og dens posisjon i markedet.

3. Interne faktorer

Identifiser og vurder bedriftens styrker og svakheter. Dette kan inkludere faktorer som organisasjonsstruktur, ledelseskvalitet, ansattes kompetanse, produksjonskapasitet, markedsføringsstrategier osv.

4. Eksterne faktorer

Analyser de eksterne faktorene som påvirker bedriften. Dette kan inkludere markedstrender, konkurransesituasjon, politiske og juridiske forhold, økonomiske og finansielle forhold, teknologiske endringer osv.

5. Konkurrentanalyse

Undersøk og vurder konkurrentene i bransjen. Identifiser deres styrker, svakheter, markedsandeler, produkter/tjenester, markedsføringsstrategier osv. Sammenlign bedriftens egne produkter/tjenester og markedsføringsstrategier med konkurrentene for å identifisere konkurransedyktige fordeler.

6. Kundeanalyse

Få innsikt i bedriftens kunder og deres behov og preferanser. Identifiser målgrupper, segmenter og deres kjøpsatferd. Evaluér kundetilfredshet og kundelojalitet.

7. SWOT-analyse

Syntetiser funnene fra de tidligere analysene i en SWOT-analyse. Identifiser bedriftens styrker, svakheter, muligheter og trusler. Dette vil hjelpe bedriften med å utvikle strategier som bygger på sine styrker og muligheter, mens man adresserer svakheter og trusler.

8. Konklusjon

Oppsummer hovedfunnene fra situasjonsanalysen og gi en konklusjon om bedriftens nåværende situasjon. Dette kan inkludere anbefalinger for forbedring og strategiske tiltak som kan bidra til bedriftens vekst og suksess.