 **Hand-out: SWOT- Analyse**

Sie können für sich selbst/Ihr Unternehmen eine SWOT Analyse durchführen, die Ihnen dabei helfen kann Ihren Wettbewerbsvorteil festzustellen. Vielleicht beinhaltet Ihre Stärke starke Führungsqualitäten und Kommunikationsfähigkeiten, wohingegen Ihre Schwächen einen Mangel an Organisation beinhalten. Chancen können für Sie eventuell in spezifischen Karrieren und Industrien liegen; jedoch könnte ein Risiko darstellen, dass Sie mit anderen Menschen um dieselbe Stelle kämpfen.

Interne Faktoren, wie beispielsweise Stärken und Schwächen, beziehen sich auf spezifische Schwächen des Unternehmen oder des Individuums, wohingegen externe Faktoren – wie Chancen und Risiken- viele Individuen und Organisationen auf dem Markt beeinflussen. Die einfachste Art festzustellen, ob ein Faktor extern oder intern ist, ist die Firma/ die Organisation/ das Individuum „auszublenden“ und in Folge zu eruieren, ob dieser Faktor noch existiert, z.B. Gesetzesänderung.

Nach dem Sammeln von Informationen listen Sie jeden internen Faktor (Stärken und Schwächen) und alle externe Faktoren (Chancen und Risiken) auf und evaluieren diese auf einer Skala von 1-5 in Bezug auf ihre Wichtigkeit. Das Ziel ist es die eigene Position auf dem Markt zu identifizieren und die Möglichkeiten für die Produktmarketingstrategie, oder spezifischer, welche Maßnahmen durchgeführt werden können und sollten, um am Markt zu bestehen, auszuloten.

 Interne Faktoren Externe Faktoren

Quelle: https://saylordotorg.github.io/text\_principles-of-marketing-v2.0/s05-strategic-planning.html