

## Izdales materiāls: SVID analīze

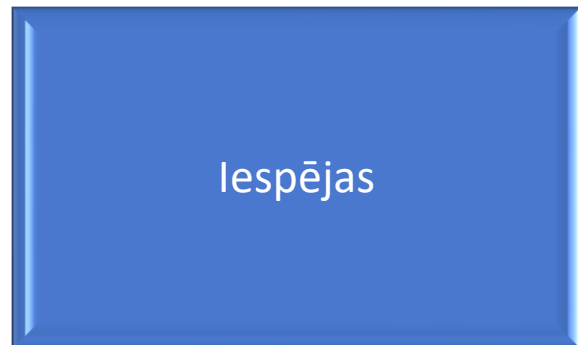
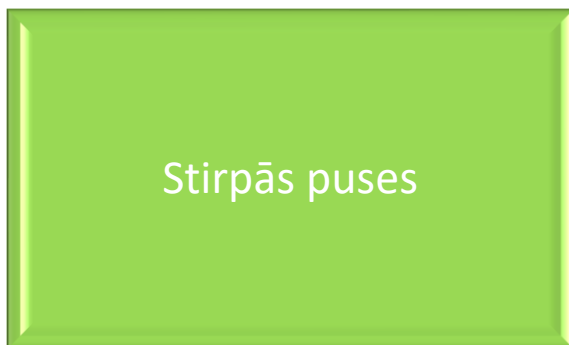
Jūs varat veikt SVID analīzi sev/savam biznesam, lai noteiktu jūsu konkurētspējas priekšrocības. Iespējams, jūsu stiprās puses ietver labas līdera spējas un komunikācijas prasmes, kamēr jūsu vājā puse ir organizācijas trūkums. Jums varētu būt iespējas dažādās karjerās un industrijās, tomēr ekonomika un citu cilvēku konkurence varētu būt draudi.

Tādi iekšējie faktori kā stiprās un vājās puses ir specifiski katram uzņēmumam vai personai, bet ārējie faktori, kā iespējas un draudi, ietekmē daudzas personas un organizācijas tirgū. Vienkāršākais veids, lai noteiktu, vai faktors ir ārējs vai iekšējs, ir “noņemt” uzņēmumu, organizāciju vai personu un pavērot, vai šis faktors joprojām eksistē (piem., izmaiņas likumdošanā).

Pēc informācijas apkopošanas, uzskaitiet visus iekšējos faktorus (stiprās un vājās puses) un ārējos faktorus (iespējas un draudus) un novērtējiet to svarīgumu skalā no 1 līdz 5. Šī uzdevuma mērķis ir noteikt jūsu pozīciju tirgū un iespējas produkta mārketinga stratēģijai un konkrētas darbības kuras būtu jāveic, lai spētu konkurēt tirgū.

### Iekšējie faktori

### Ārējie faktori



Avots: [https://saylordotorg.github.io/text\\_principles-of-marketing-v2.0/s05-strategic-planning.html](https://saylordotorg.github.io/text_principles-of-marketing-v2.0/s05-strategic-planning.html)