

VARUMÄRKESMODELL

# SWOT-analys

Styrkor, svagheter, möjligheter, hot. Klassisk — men bara användbar om ni kopplar resultatet till konkreta strategiska beslut.

## S — STYRKOR

Interna fördelar ni kontrollerar

---



---



---



---

*Vad är ni genuint bra på? Vad är svårt att kopiera?*

## W — SVAGHETER

Interna begränsningar ni kontrollerar

---



---



---



---

*Vad saknar ni? Var tappar ni kunder? Vad undviker ni att pra...*

## O — MÖJLIGHETER

Externa faktorer ni kan utnyttja

---



---



---



---

*Marknadstrender, kundernas förändrade beteenden, konkurren...*

## T — HOT

Externa faktorer ni måste hantera

---



---



---



---

*Vad kan hota er position? Nya konkurrenter, teknologiskiften...*

## FRÅN SWOT TILL STRATEGI

*En SWOT som inte leder till beslut är bortkastad tid. Välj en styrka + en möjlighet och beskriv hur ni agerar på kombinationen.*

STYRKA × MÖJLIGHET — VAD AGERAR NI PÅ?

*Vår styrka X gör att vi kan ta tillvara möjligheten Y genom att...*

SVAGHET × HOT — VAD MÅSTE NI ÅTGÄRDA?

*Vår svaghet X gör oss sårbara för hotet Y — vi hanterar det genom...*