

Analyse SWOT

Les Forces

Les forces représentent les avantages internes de votre entreprise.

Posez-vous les questions suivantes pour les identifier :

Quelles sont les ressources uniques que nous possédons ?

En quoi notre expertise / nos compétences surpassent-elles celles de la concurrence ?

Quel est notre avantage compétitif ?

Quels sont nos atouts en termes de réputation ou de marque ?

Quels aspects de notre service ou produit sont particulièrement appréciés par nos clients ?

Les Faiblesses

Les faiblesses sont des éléments internes qui peuvent limiter vos capacités.
Réfléchissez à ces questions :

Dans quels domaines pouvons-nous améliorer nos performances ?

Quelles ressources ou compétences nous manquent ?

Où perdons-nous du temps ou de l'argent inutilement ?

Quelles sont les plaintes fréquentes de nos clients ?

Quels sont les processus qui nécessitent une optimisation ?

Les Opportunités

Les opportunités sont des facteurs externes qui peuvent vous aider à croître.

Considérez ces questions :

Quelles tendances de marché pouvons-nous exploiter ?

Quels nouveaux segments de clientèle pouvons-nous cibler ?

Y a-t-il des technologies émergentes que nous pourrions adopter ?

Quels partenariats ou collaborations pourraient renforcer notre position ?

Existe-t-il des besoins non satisfaits sur lesquels nous pourrions capitaliser ?

Les Menaces

Les menaces sont des obstacles externes qui pourraient nuire à votre entreprise.

Évaluez-les avec ces questions :

Quels concurrents représentent un danger pour notre part de marché ?

Y a-t-il des changements réglementaires qui pourraient nous affecter ?

Quelles fluctuations économiques pourraient impacter nos opérations ?

Quels risques technologiques ou cybernétiques devons-nous anticiper ?

Comment les préférences des consommateurs évoluent-elles à notre détriment ?