STRATEGISK MARKETING · SWOT OG PESTEL

Overblikket.

MEDIEGURU

SWOT kigger indad og udad. PESTEL kigger på de store kræfter, du ikke kan styre.

EKSEMPEL: MIKROBRYGGERIET · SWOT

INTERNT dig selv	**S Styrker** • Prisvindende IPA • Trofaste lokale fans • Egen bar ved bryggeriet
	W Svagheder • Kun én sælger • Ingen webshop • Lille produktion
EKSTERNT omverdenen	**O Muligheder** • Flere vil have alkoholfri øl • Turister vil smage lokalt • Flere lokale festivaler
	T Trusler • Supermarkeder presser prisen • Dyrere råvarer • Store bryggerier laver også craft

KOBL FELTERNE

STYRKE + MULIGHED
Lav en alkoholfri udgave af den prisvindende IPA til turisterne.

SVAGHED + TRUSSEL
Start en webshop, så I ikke kun afhænger af supermarkederne.

PESTEL · DE SEKS KRÆFTER

P	**Politisk** Kommunen satser på turisme.
Ø	**Økonomisk** Malt og energi bliver dyrere.
S	**Social** Flere drikker mindre alkohol.
T	**Teknologisk** Salg direkte via sociale medier.
M	**Miljø** Krav om flasker, der kan genbruges.
L	**Lovgivning** Regler for reklame for alkohol.

PESTEL fodrer SWOT med muligheder og trusler udefra.

KOM I GANG I FEM TRIN

1 Start med PESTEL Hvad sker der omkring dig?	**2 Udfyld SWOT** Vær ærlig om svaghederne	**3 Spørg andre** De ser det, du overser	**4 Prioritér** Højst tre til fem pr. felt	**5 Gør det til handling** Hvert punkt, en beslutning

Svagheder og trusler er de mest værdifulde felter. Vær ærlig.

SKABELON · SWOT OG PESTEL

MEDIEGURU

Din SWOT og PESTEL. Overblikket.

Begge analyser kan laves på et par timer med kaffe og en whiteboard.

1 Start med PESTEL

HVAD SKER DER DE NÆSTE PAR ÅR?

POLITISK

ØKONOMISK

SOCIAL

TEKNOLOGISK

MILJØ

LOVGIVNING

2 Udfyld SWOT

Højst tre til fem punkter i hvert felt

Styrker INTERNT

Svagheder INTERNT

Muligheder EKSTERNT

Trusler EKSTERNT

3 Spørg andre

SPURGT

DET SÅ DE, SOM JEG OVERSÅ

4 Prioritér

DE TRE VIGTIGSTE PUNKTER

1

2

3

5 Gør det til handling

STYRKE + MULIGHED

SVAGHED + TRUSSEL

HVEM OG HVORNÅR