|  |  |
| --- | --- |
| **GÜÇLÜ YÖNLER** | **ZAYIF YÖNLER** |
| **H**angi alanlarda, konularda güçlüsünüz?**D**aha fazla güç için neleri değiştirilebilirsiniz | **Z**ayıf yönlerimizin ne kadar farkındasınız?**H**angi zayıf yönlerinizi güçlendirebilirsiniz? |
| **FIRSATLAR** | **TEHDİTLER** |
| **G**örünen fırsatlar neler?**D**iğer fırsatların (henüz farkında olmadığımız) nasıl farkında olabilirsiniz?**Y**eni fırsatları görebilmek için çalışanların desteğini (katılımını) sağlayabilir misiniz? | **O**lmasından en çok çekindiğiniz, en büyük tehdit nedir?**R**isk planlarınız hazır mı?**G**ereken tedbirleri alıyor musunuz?**O**lası tehditlere karşı ne kadar hazırlıklısınız? |

*SWOT Analizi, bir projede ya da bir ticari girişimde kurumun, tekniğin, sürecin, durumun veya kişinin güçlü* ***(Strengths)*** *ve zayıf* ***(Weaknesses)*** *yönlerini belirlemekte, iç ve dış çevreden kaynaklanan fırsat* ***(Opportunities)*** *ve tehditleri* ***(Threats)*** *saptamak için kullanılan stratejik bir tekniktir.*

 **Güçlü Yönlerinizi Belirlemenize Yardımcı Soru Listesi (Strength)**

Kuruluşunuzun sahip olduğu avantajlar ne?

Neleri diğerlerinden daha iyi yapıyorsunuz?

Sizin kullandığınız ancak diğerlerinin kullanamadığı eşsiz veya en düşük maliyetli kaynaklar neler?

Güçlü yönlerinizi hem kurum içi perspektiften hem de müşterilerinizin ve piyasadaki insanların bakış açısından değerlendirin.

Bununla birlikte güçlü yönlerinizi belirlemekte zorlanırsanız kurumunuzun karakteristik özelliklerinin listesini yapmayı deneyin. Umarız ki içlerinde bir kısmı güçlü yönlerinizdir.

Güçlü yönlerinizi incelerken bunları rakiplerinizle ilişkilendirin. Örneğin bütün rakiplerinizin üst kalite ürünler üretiyorsa sizinde üst kalite ürünler üretmeniz güçlü yönünüz olmaz.

**Zayıf Yönlerinizi Belirlemenize Yardımcı Soru Listesi (Weakness)**

Neleri iyileştirmelisiniz?

Nelerden sakınmalısınız?

Hangi faktörler satışlarınızın düşmesine neden oluyor?

Yine iç çevre ve dış çevre açıdan düşünün: Diğer insanlar sizin göremediğinizi zayıflık olarak algılıyor mu?

Gerçekçi olmanın zamanı geldi ve hoşunuza gitmeyen bütün gerçeklerle en yakın zamanda yüzleşmelisiniz.

**Fırsatları Belirlemenize Yardımcı Soru Listesi (Opportunities)**

Hangi fırsatları değerlendirebilirsiniz?

Hangi fırsatların farkındasınız?

**Tehditleri Belirlemenize Yardımcı Soru Listesi (Threats)**

Önünüzde ne tür engeller var?

İşinizle ilgili standartların veya uzmanlıkların, ürünlerin veya hizmetlerin kalitesi değişti mi?

Değişen teknolojisi piyasadaki yerinizi tehdit ediyor mu?

Borçlarınız veya nakit probleminiz var mı?

*İPUCU*

*Fırsatlara güçlü yönlermiş gibi bakmak doğru bir yaklaşımdır. Önünüze çıkan fırsatları geliştirip geliştiremeyeceğinizi değerlendirin.*

Zayıf yönlerinizden herhangi bir tanesi ciddi anlamda işinizi tehdit ediyor mu?

**SWOT Analizine Dair Genel İpuçları**

Tehditleri ve fırsatları göz önünde bulundururken PEST analizi (dış çevre analizinde makro düzeydeki çevresel faktörlerin analizidir) sayesinde yeni hükümet düzenlemeleri veya teknolojik değişimler gibi çevresel faktörleri gözden kaçırmazsınız.

SWOT analizini ciddi anlamda bir araç olarak kullanıyorsanız aşağıdaki maddeleri göz önünde bulundurmanız gerekir:

Sadece kesin ve doğrulanabilir raporları kabul edin.

Uzun faktör listelerini mümkün olduğunca kısaltın ve öncelik sırasına göre düzenleyin. Bu sayede vaktinizi daha önemli konulara harcarsınız.

Seçenekler strateji oluşturma sürecindeki ileri safhalar için üretilir. Bunu doğru seviyelere uygulayın. Örneğin belirsiz Kurum seviyeleri yerine ürün veya ürün hattı seviyelerine SWOT analizi yapmanız gerekebilir.

SWOT analizini diğer strateji araçlarıyla birlikte kullanın böylece durumla ilgili kapsamlı bir resim çıkara bilirsiniz.