

# Fiche repère en Commerce

FORCES		FAIBLESSES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Marque : très connue</li> <li>- Image : jeune, dynamique</li> <li>- Implantations : grandes agglomérations</li> <li>- Positionnement de l'offre : bon (grâce à la bonne connaissance des consommateurs)</li> <li>- Prix : bas (coûts de production faibles)</li> <li>- Gamme de produits : Large</li> <li>- Design : apprécié = moderne + varié</li> <li>- Communication externe : importante</li> <li>- Sympathie : Satisfaction client</li> <li>- Vivre une expérience : Parcours d'achat</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Image/qualité des produits : parfois considérée comme trop moyenne</li> <li>- Renouvellement /Besoin de nouveauté : Produits devenant trop répandus</li> <li>- Confort : temps d'attente en caisses</li> <li>- Gamme : mobilier extérieur, gamme trop limitée</li> </ul>	
OPPORTUNITES		MENACES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Marché : expansion possible sur le territoire et à l'internationale</li> <li>- Distribution : Vente en ligne</li> <li>- Distribution : Vente par autres distributeurs</li> <li>- Fournisseurs &amp; gammes : Renouvellement</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Concurrence : grandissante et agressive</li> <li>- Consommateurs : risque de lassitude</li> <li>- Pouvoir d'achat : sur les segments à la hausse (montée en gamme) et à la baisse (diminution du budget déco)</li> </ul>	

<http://www.les-grandes-techniques-de-vente.fr/analyse-swot-matrice-exemple/>

Ressources pour la matrice SWOT - étude de l'environnement interne et externe d'une entreprise :

<http://www.succes-marketing.com/management/analyse-marche/analyse-swot>

<http://www.marketing-strategie.fr/2010/05/15/10-conseils-pour-reussir-lanalyse-s-w-o-t/>