

# 13

## SWOT-analys

	<i>Positiva</i>	<i>Negativa</i>
<i>Interna</i>	<b>Styrkor</b> <ul style="list-style-type: none"><li>•</li><li>•</li><li>•</li></ul>	<b>Svagheter</b> <ul style="list-style-type: none"><li>•</li><li>•</li><li>•</li></ul>
<i>Externa</i>	<b>Möjligheter</b> <ul style="list-style-type: none"><li>•</li><li>•</li><li>•</li></ul>	<b>Hot</b> <ul style="list-style-type: none"><li>•</li><li>•</li><li>•</li></ul>

## Varför

När man tar fram nya idéer, affärsmodeller, sociala innovationer och verksamheter så blir de aldrig perfekta direkt. Genom att systematiskt analysera t.ex. en affärsmodell kan dess brister och styrkor identifieras och förbättringsmöjligheter samt helt nya affärsmodeller upptäckas.

## Vad

SWOT-analys är ett etablerat verktyg för att systematiskt analysera t.ex. en affärsmodell utifrån dess styrkor och svagheter men även utifrån externa möjligheter och hot.

Den består av fyra fält som vertikalt delas upp i positiva och negativa, och horisontellt i interna och externa. De interna är i större utsträckning kopplade till hur affärsmodellen ser ut idag och de externa är i större utsträckning kopplade till hur affärsmodellen kan och behöver utvecklas framöver.

I övre högra hörnet finns då **Styrkor** (strengths) som är de interna positiva faktorerna. De delar av affärsmodellen som fungerar bra idag. Om man inte har kommit igång med verksamheten ännu är det de delar man tror är verksamhetens framtida styrkor och som man får positiv respons på från intressenter, inte minst målgrupper, kunder och finansiärer.

I övre vänstra hörnet finns **Svagheter** (weaknesses) som är de interna negativa faktorerna. Det kan vara delar av affärsmodellen som är underutvecklade eller helt enkelt inte fungerar så bra som man önskat. Om man är i en tidig fas av affärsmodellens utveckling kanske det är delar som man ens inte har kommit på hur de ska vara utformade ännu.

I nedre högra hörnet finns **Möjligheter** (opportunities) som är de externa positiva faktorerna. Det kan vara möjligheter som redan existerar men som man inte tagit tillvara på ännu, men även positiva trender och utvecklingar som man tror sig kunna använda till affärsmodellens fördel i framtiden.

I nedre vänstra hörnet finns **Hot** (threats) som är externa negativa faktorer. Det kan vara hot som redan existerar men även trender och framtida hot som riskerar att göra affärsmodellen mindre framgångsrik och/eller svår att utveckla och skala upp.

SWOT-analysen kan användas på hela Sopact BMC, på värdeerbjudandet men även på de andra delarna i Sopact BMC. Verktöget är främst relevant under Ideationfasen i Design Thinking-processen men kan användas även i Inspirationsfasen för att analysera tidigare existerande lösningar och Implementeringsfasen för utveckling av lösningar man implementerat.

## Hur

Förslagsvis börjar man med att låta alla i teamet, och möjligen även intressenter, var och en för sig eller i mindre grupper brainstorma fram olika Styrkor, Svagheter, Hot och Möjligheter utifrån en eller flera affärsmodeller. Därefter får samtliga presentera det de kommit fram till och skriva in i en gemensam SWOT.

Till att börja med kan det vara smart att låta deltagarna titta på affärsmodellen i sin helhet, men sedan gå in och analysera varje fält i Sopact BMC separat.

När det gäller de externa hoten och möjligheterna kan **PESTEL-analys** vara ett bra stöd. Då analyserar man externa faktorer och trender utifrån Politiska, Ekonomiska, Sociala, Tekniska, Miljömässiga (Environmental) och Legala aspekter.

