

4 coisas que você precisa saber sobre matriz SWOT

Ao criar uma estratégia para determinada marca, você provavelmente já deve ter se perguntado se certo item da análise era mesmo importante, ou se havia algum ponto que poderia ser melhorado para que o resultado final ficasse impecável. No entanto, é muito comum encontrar pessoas que não sabem como a análise dos aspectos da estratégia podem ser avaliados.

Luciano Montelatto

Ao criar uma estratégia para determinada marca, você provavelmente já deve ter se perguntado se certo item da análise era mesmo importante, ou se havia algum ponto que poderia ser melhorado para que o resultado final ficasse impecável. No entanto, é muito comum encontrar pessoas que não sabem como a análise dos aspectos da estratégia podem ser avaliados.

Pensando nisso, resolvemos criar este artigo, onde vamos falar mais sobre a matriz SWOT e como ela pode contribuir para a estratégia de desenvolvimento de marcas. Quer aprender mais? Então continue acompanhando!

O que é a matriz SWOT?

A matriz SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats*), também chamada de FOFA em português, é uma análise com a qual você pode identificar fatores internos (Forças e Fraquezas) e fatores externos (Oportunidades e Ameaças) de um planejamento, o que contribui para a elaboração de estratégias que podem otimizar resultados.

Normalmente, ela é utilizada durante o planejamento estratégico e ajuda a ter uma visão melhor sobre cada uma das características citadas acima. Dessa forma, é possível estabelecer um panorama geral de todos os aspectos (internos e externos) que podem representar riscos, ou pontos que podem ser explorados para maximizar os resultados finais.

Características da matriz SWOT

Forças: são aspectos internos que contribuem positivamente. Para saber quais são as forças, você pode identificar quais são seus melhores recursos e quais suas vantagens. Em resumo, são todos os seus pontos fortes.

Fraquezas: são aspectos internos que podem prejudicar os resultados do planejamento. São seus pontos fracos. Para identificá-los é preciso ser sincero e saber se, e onde, existem falhas, se existe alguma lacuna em algum processo e até mesmo quais pontos podem trazer possíveis problemas.

Oportunidades: são fatores externos que influenciam o planejamento de forma positiva. Diferentemente dos aspectos internos, não é possível ter controle as oportunidades. Você pode identificar como oportunidades alterações em determinada legislação, por exemplo.

Ameaças: são fatores externos, que também fogem do controle e que, se concretizados, podem afetar o planejamento de forma negativa. Ameaças podem ser plágio de seu produto, entrada de um novo concorrente no mercado e até mesmo as alterações na legislação.

Como a matriz SWOT pode influenciar o planejamento da marca?

A matriz SWOT permite identificar aspectos que podem ser favoráveis, ou não, no planejamento da marca. Entre eles, podemos destacar a força da marca, a participação no mercado, a localização e até mesmo qual é o conceito que a empresa possui no mercado.

Cada ponto que possui capacidade de influenciar os resultados do planejamento pode ser facilmente visualizado. Dessa forma, qualquer característica favorável à empresa pode ser fortalecida e desenvolvida de forma a alcançar melhores resultados, assim como os pontos negativos — sejam externos ou internos — podem ser identificados, minimizados ou até mesmo excluídos do planejamento da marca, se for o caso.

O que fazer com as informações levantadas através da matriz?

Feita a matriz e todos os levantamentos relacionados a ela, é possível estabelecer metas que podem proporcionar melhorias aos itens que são considerados relevantes, mas que podem ter um baixo desempenho. Além disso, também é possível estabelecer metas relacionadas a um melhor aproveitamento das oportunidades identificadas e estabelecer planos de ação que podem ajudar a mitigar os impactos caso as eventuais ameaças se concretizem.

De forma mais prática, podemos dizer que as fraquezas e as ameaças devem ser reduzidas ou até mesmo eliminadas, enquanto as oportunidades e as forças devem ser desenvolvidas para que alcancem o resultado máximo.

Como podemos ver, a matriz SWOT, apesar de ser uma ferramenta comumente empregada no planejamento estratégico de negócios, pode ser usada para a avaliação da estratégia de marcas e auxiliar na melhoria do plano, minimizando os riscos e maximizando os pontos fortes.

O que achou do post de hoje? Já conhecia ou já trabalhou com a análise SWOT? Comente sobre suas opiniões e experiências e conte conosco para esclarecer suas dúvidas!

Fonte: <http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/4-coisas-que-voce-precisa-saber-sobre-matriz-swot/90309/>