

SWOT-анализ юридического агентства (фрагмент маркетингового плана)

1.1. Сильные и слабые стороны компании

Сильные стороны компании

Обширный опыт работы по оказанию юридических услуг

Наличие связей и репутации на рынке юридических услуг –

Возможность оказывать услуги высокого качества при решении нестандартных задач по конкурентоспособным расценкам –

Наличие профессиональных и высококвалифицированных кадров –

Наличие высококвалифицированных партнеров –

Наличие постоянных клиентов –

Диверсифицированные направления оказания услуг –

Слабые стороны компании

Отсутствие стратегии развития –

Услуги компании не продвигаются на рынке –

Отсутствуют стандарты оказания услуг –

Отсутствие регулярных продаж –

Отсутствие показателей контроля и оценки деятельности компании и отдельных сотрудников –

Большая доля издержек, связанных с оплатой труда, дефицит средств на развитие –

Не выделены уникальные направления специализации –

Слабые организаторские навыки большинства сотрудников, потребность в контроле и организации деятельности со стороны руководства –

Недостаток профессиональных управленческих знаний, навыков и опыта у руководителей –

1.2. Возможности и угрозы рынка

Возможности рынка

Усиление спроса на юридические услуги –

Рост рынка юридических услуг –¹

Переезд в Санкт-Петербург крупных компаний –

.....²

¹ См. **Ошибка! Источник ссылки не найден. Ошибка! Источник ссылки не найден.**

² См. **Ошибка! Источник ссылки не найден. Ошибка! Источник ссылки не найден.**

Угрозы рынка

Макроэкономические факторы –

Усиление конкуренции –

Сложности с подбором квалифицированных кадров –

1.3. SWOT-анализ

В настоящем разделе приведено сопоставление сильных и слабых сторон с возможностями и угрозами для бизнеса (SWOT-анализ).

В каждом списке факторы сопоставляются друг с другом. Порядок сопоставления приведен в следующей таблице.

	Возможности	Угрозы
Сильные стороны	<p>Поле СиВ (сильные стороны и возможности)</p> <p><i>Позволяют ли эти сильные стороны получить преимущества благодаря этой возможности?</i></p>	<p>Поле СиУ (сильные стороны и угрозы)</p> <p><i>Позволяют ли эти сильные стороны избежать этой угрозы?</i></p>
Слабые стороны	<p>Поле СлВ (слабые стороны и возможности)</p> <p><i>Препятствуют ли эти слабые стороны использовать эту возможность?</i></p>	<p>Поле СлУ (слабые стороны и угрозы)</p> <p><i>Препятствуют ли эти слабые стороны избежать этой угрозы?</i></p>

Таблица 1. Порядок сопоставления факторов при проведении SWOT-анализа

В следующей таблице приведен SWOT-анализ.

Положительные ответы на приведенные в представленной выше таблице вопросы помечаются символом «√».

		Возможности				Угрозы		
		1. Усиление спроса на юридические услуги	2.	3.	4.	5. Макроэкономические факторы	6.	7.
Сильные стороны	1. Обширный опыт работы							
	2.							
	3.,							
	4.							
	5.							
	6.							
	7.							
Слабые стороны	8. Отсутствие стратегии развития							
	9.							
	10.							
	11.							

	Возможности				Угрозы		
	1. Усиление спроса на юридические услуги	2.	3.	4.	5. Макроэкономические факторы	6.	7.
12.							
13.							
14.							
15.							
16.							

Таблица 2. SWOT-анализ

1.4. Стратегические инициативы

На основании выполненного SWOT-анализа разработан перечень стратегических инициатив, позволяющих использовать сильные стороны и возможности, компенсировать слабые стороны и минимизировать угрозы, представленный в следующей таблице.

№	Стратегическая инициатива
Использование сильных сторон и возможностей	
1.	Систематизация информации о клиентах, поддержание контактов с клиентами (поздравления с праздниками, рассылки анализа нормативных актов и т.д.)
2.
3.
Компенсация слабых сторон	
4.	Создание бренда юридической компании
5. –,,,
6.: («.....»),, .. -.....,
7. – (.....),,
8. (.....,,) – (.....) .
9.,
10.,
11. –,,
12. (.....,
13.
14.:,
15.
16.,
17. + ³
18.:,
19.-.....
20.
21. 1 .. 6
22. – ... 1 .. 7
23. – ... 1 .. 10
Минимизация угроз	
24.	Внедрение прозрачных и гибких схем оплаты услуг: разработка фиксированных расценок на стандартные услуги, при нестандартных услугах – использование предварительно согласованной суммы оплаты за оговоренный объем оказываемых услуг.
25.
26. – (.....)

³ Ключевые показатели эффективности (англ. Key Performance Indicators, KPI)

На нашем сайте вы можете ознакомиться с [примерами проведённых нами SWOT-анализов](#), а также с [процедурой заказа и разработки SWOT-анализа](#). Читайте о возможностях **оптимизации расходов** на эту услугу в разделе ["Стоимость проведения SWOT-анализа предприятия"](#).

Если вы [заполните эту форму](#), мы [подготовим коммерческое предложение](#) с учётом специфики вашей задачи.