
SWOT analýza

SWOT

Strengths – silné stránky

Weaknesses – slabé stránky

Opportunities – příležitosti

Threats - hrozby

Cíle

- Identifikovat nejdůležitější silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby optické praxe
- Vytvořit akční plán co nejlepšího využití silných stránek a příležitostí a odstranění či neutralizace slabých stránek a hrozeb

Silné stránky

K diskusi pracovníků...

- Co zajistilo úspěch naší praxe?
- Co děláme lépe než ostatní?
- O čem pacienti říkají, že se jim v naší praxi líbí?
- Co uvádí noví pacienti jako důvody, proč přišli do naší praxe?
- Jaké jsou osobnostní silné stránky našeho očního specialisty?
- Co podle konkurence děláme dobře?
- Na co jsme nejvíce pyšní?

Slabé stránky

K diskusi pracovníků...

- Když si pacienti stěžují, co říkají?
- Jaké chyby se v praxi objevují nejčastěji, co se nejvíce kazí?
- Z čeho mají pracovníci největší pocit bezmoci?
- V jakých oblastech jsou konkurenční optiky lepší než my?
- V jakých oblastech by bylo možné zvýšit produktivitu naší praxe?
- V jakých oblastech není náš výkon konzistentní anebo se zhoršil?

Příležitosti

K diskusi pracovníků...

- Jaké nové zdroje příjmů existují?
- Jakým způsobem bychom mohli zlepšit produktový mix v kategorii brýlí, abychom zvýšili tržby i spokojenost pacientů?
- Jakým způsobem bychom mohli zlepšit produktový mix v oblasti kontaktních čoček, abychom zvýšili tržby i spokojenost pacientů?
- Kde plýtváme na straně výdajů?
- Odpovídají poplatky poskytovaným službám?

Hrozby

K diskusi pracovníků...

- Kteří konkurenti nám přebírají zákazníky? Co dělají lépe než my?
- Co nejvíce ohrožuje ziskovost naší praxe?
- Jaké jsou naše ceny, zásoby, výběr, dodávání produktů ve srovnání s jinými optikami?

SWOT analýza – sestavování akčního plánu

- **Silné stránky**

- Identifikovat jednu nebo dvě klíčové silné stránky
- Vymyslet „příběhy“ pro pacienty, které by stručně komunikovaly tyto silné stránky a které by si pacienti snadno zapamatovali
- Shromáždit nápady, jak by bylo možné posílit silné stránky

- **Slabé stránky**

- Identifikovat dvě nebo tři klíčové slabé stránky
- Pomocí brainstormingu navrhnout způsoby odstranění slabých stránek prostřednictvím změn v procesech, zavedení nových služeb, modernizace apod.

SWOT analýza – sestavování akčního plánu (pokr.)

- **Příležitosti**

- Identifikovat dvě nebo tři možnosti zvýšení tržeb, které nabízejí nejvyšší krátkodobý ziskový potenciál
- Stanovit kvantitativní cíle
- Pomocí brainstormingu navrhnout metody dosahování cílů
- Definovat role a odpovědnosti

- **Hrozby**

- Identifikovat jednu nebo dvě hlavní hrozby
- Pomocí brainstormingu navrhnout strategii neutralizace těchto hrozeb