

## SWOT

– virksomhedsanalyse

**Virksomhedsanalysen beskriver virksomhedens stærke og svage sider, trusler og muligheder. Det er en temperaturmåling på virksomheden.**

Resultatet af en virksomhedsanalyse er en prioritering af top-tre-udfordringer og top-tre-potentialer. Derudover bliver det tydeligt, hvilken type rådgivning virksomheden har brug for.

En god proces – sådan gør du:

1. Det bedste resultat opnås, hvis I er to rådgivere, der gennemfører analysen sammen.  
Den ene interviewer, og den anden noterer på gule post-it-sedler. Forbered en række spørgsmål til hver kasse i figuren, så I kommer rundt om det hele.
2. Start med 30-45 minutter, hvor intervieweren spørger til status i virksomheden. Noter nøgleord på de gule sedler. Herefter laver du en opsamling på det, der er noteret.
3. Brug 60 minutter, hvor intervieweren spørger til fremtiden. Noter nøgleord på de gule sedler. Herefter en opsamling på det der er noteret.
4. Inden mødet afsluttes, udpeger kunden de tre største udfordringer og de tre største potentialer. Udfordringerne og potentialerne skal være afgørende for virksomhedens økonomi.
5. Efter mødet skrives det hele rent og afleveres til kunden (gerne ved et nyt møde). Målet er at definere indsatsområder, mål og handlingsplaner.
6. Følg op på analysen, og spørg ind til, hvilke indsatsområder kunden har udpeget.
7. Undersøg om du og din virksomhed skal samarbejde med kunden om disse indsatsområder og handlingsplaner.
8. Få accept fra kunden og udarbejd et tilbud/en plan for, hvordan der kan arbejdes med indsatsområderne.

### Tidsforbrug

En analyse vil kunne gennemføres på 2-3 timer.

### Anvendelse

Virksomhedsanalysen anvendes på det første møde med landmanden, hvor bedriften analyseres.

Efterfølgende kan analysen anvendes som dialogværktøj og til løbende opfølgning på f.eks. bestyrelsesmøder.

### Hvad kan virksomhedsanalysen?

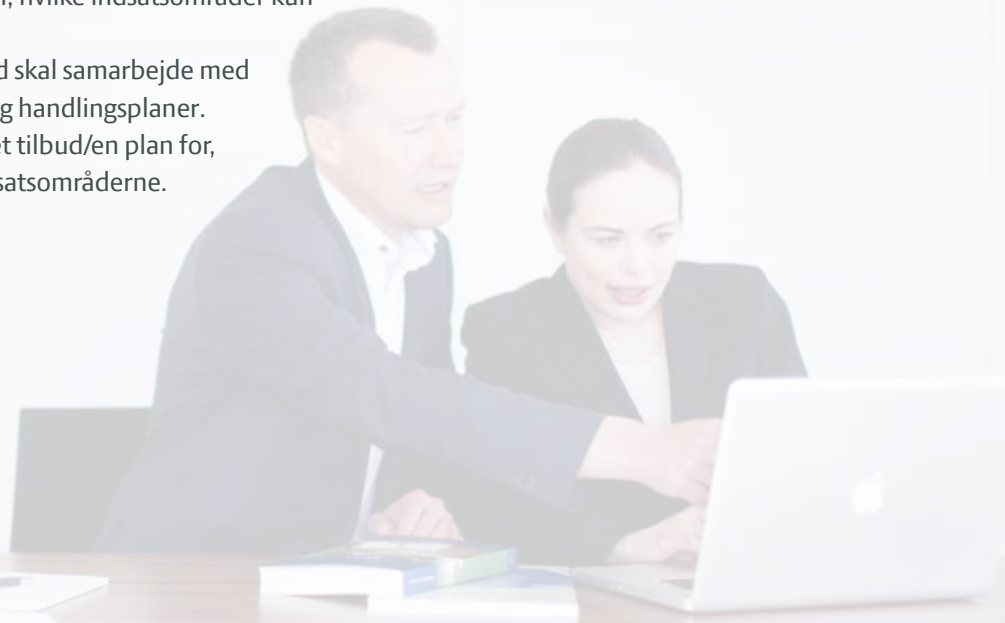
Analysen skaber overblik og indsigt hos kunden og rådgivere.

### Faldgruber

Hold fast i, at det er et analyseværktøj. Løsningerne kommer i en senere fase.



Se 'European Agricultural Fund for Rural Development' (EAFRD)



# Gode spørgsmål – til inspiration

## Styrker

Hvad er vi gode til i dag?  
Hvad fungerer godt?  
Hvor er vi bedre end de andre?

## Svagheder

Hvad er vi ikke gode til i dag?  
Hvor er vi svagere end de andre?  
Er der noget, vi er dårlige til?

## Usikkerheder

Hvad ved vi ikke?  
Hvad skal vi blive klogere på?

## Vigtige forandringer

Er der noget, vi ved, at vi skal forandre?  
Er der nogle forandringer, som vi ved kommer?

## Muligheder

Hvilke overordnede muligheder kan vi se for os?  
Hvad kan vi blive bedre til?  
Hvad gør vi ikke i dag?

## Trusler

Er der noget, vi skal tage os i agt for?  
Hvad kan bremse os?

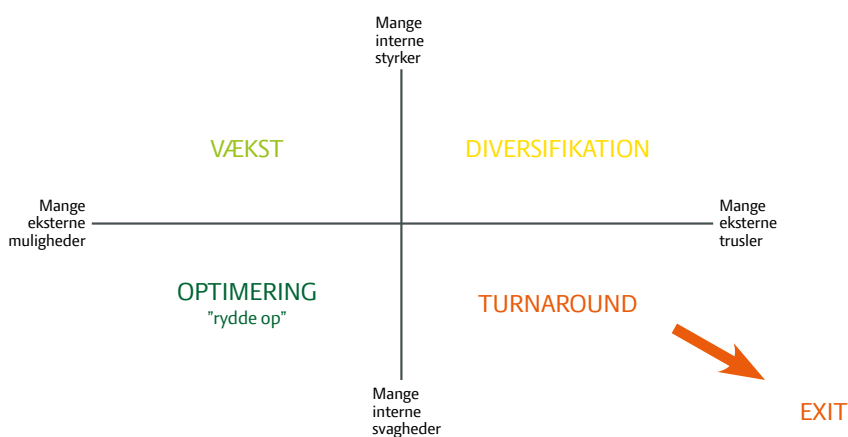
## Bastioner at forsvare

Hvad må vi bare ikke ændre ved?  
Hvad vil vi slås for?

## Områder at aflære

Hvad hæmmer os?  
Hvad skal vi stoppe med at gøre?

Nedenstående figur viser sammenhængen mellem resultatet af virksomhedsanalysen og de typer af rådgivning, der er behov for:



### Hjemmeside og links

Skabelonen kan du hente på [landbrugsinfo.dk/vaerktoejskassen](http://landbrugsinfo.dk/vaerktoejskassen)

### Tips og tricks

Start dit interview med at spørge til fakta om bedriften. Det er let for kunden at svare på, og så er du godt i gang.

### Support

Specialkonsulent  
Ivan Damgaard  
[ivd@vfl.dk](mailto:ivd@vfl.dk) / 8740 5036

DEC 13