

M&O in Balans, 7^e druk, vwo, Hoofdstuk 20 Strategische keuzes Samenvatting d.d. 1-2-2014

Een *bedrijfstak* bestaat uit de bedrijven op dezelfde hoogte in de bedrijfskolom binnen een bepaalde branche.

Het *vijfkrachtenmodel* gebruiken we om de aantrekkelijkheid van een bedrijfstak te analyseren. De aantrekkelijkheid van een bedrijfstak is afhankelijk van: leveranciers, kopers, potentiële toetreders, substituten en de concurrentie binnen de bedrijfstak zelf.

Het *3C model* neemt aan dat het succes van een onderneming afhankelijk is van drie factoren: customers (klanten), corporation (bedrijf) en competition (concurrentie).

De *SWOT-analyse* bestaat uit vier elementen. De S staat voor strength (sterkte), de W voor weakness (zwakte), de O voor opportunities (kansen) en de T voor threats (bedreigingen).

Met deze analyse kijken we hoe de onderneming ervoor staat door onderzoek te doen naar deze elementen.

Groeistrategieën zijn methodes om te groeien voor een onderneming. Ansoff heeft de volgende groeistrategieën ondergebracht in een matrix: *marktpenetratie* (het vergroten van het marktaandeel in een al bestaande markt), *productontwikkeling* (nieuwe producten aanbieden op al bestaande markten), *marktontwikkeling* (bestaande producten aanbieden op nieuwe markten) en diversificatie (nieuwe producten aanbieden op nieuwe markten).

Portfolioanalyse is een model waarmee een onderneming de situatie van haar producten analyseert. In dit model komen de volgende categorieën voor: question marks (of wild cats, producten met een laag marktaandeel in een snel groeiende markt), stars (producten met een hoog marktaandeel in een snel groeiende markt), cash cows (producten met een hoog marktaandeel in een marktsegment met een beperkte groei) en Dogs (producten met een laag marktaandeel in een beperkt groeiend marktsegment).