|  | **Facteurs Positifs** | **Facteurs Négatifs** |
| --- | --- | --- |
| **Diagnostic Interne** | **FORCES** | **FAIBLESSES** |
| Exemples :* Une forte notoriété ;
* Un doublement de son chiffre d'affaires lors du dernier exercice ;
* Un fichier client très vaste ;
* Une présence internationale ;
* Une page Facebook comptant 1 million d’abonnés ;
* Une qualité supérieure ;
* Un prix accessible ;
* Des fonctionnalités innovantes...
 | Exemples :* Une diminution des ventes au dernier trimestre ;
* Une baisse de la fréquentation du site web ;
* Une gamme de produits qui dégage une marge faible ;
* Une faible notoriété ;
* Un produit bénéficiant d'une distribution limitée ;
* Un produit daté, ringard...
 |
| **Diagnostic Externe** | **OPPORTUNITÉS** | **MENACES** |
| Exemples :* Un changement dans la législation favorable à l'activité ;
* Le développement de la vente sur internet pour une catégorie de produit ;
* L'ouverture à la concurrence d'un marché public ;
* La faillite d'un concurrent ;
* L'ouverture économique d'un nouveau pays...
 | Exemples :* Un concurrent en forte croissance qui gagne des parts de marché ;
* Des consommateurs qui évoluent (ex : la montée du véganisme est une menace pour les producteurs de viande) ;
* Une baisse du pouvoir d'achat des acheteurs (en cas de crise économique, par exemple) ;
* Des mesures juridiques ou politiques contraignantes...
 |

