|  |
| --- |
| **Virksomhedens produktportefølje /**  **Boston-matrix** |
| **Formål:**  Formålet med en porteføljeanalyse er at skabe et overblik over virksomhedens produkter og serviceydelser set i en strategisk sammenhæng. |
| **Indhold:**  Virksomhedens produktportefølje er de produkter og serviceydelser, som virksomheden producerer og yder over for kunderne.  Boston-matrixen består af de enkelte produkter og serviceydelsers relative markedsandel sat i forhold til markedsvæksten. De enkelte produkter og serviceydelsers markedsandel skal ses i forhold til den største konkurrent på markedet. |
| **Data:**  Kilder til indsamling af oplysninger kan komme fra følgende steder:   * Primære dataanalyse * Fx egne undersøgelser og vurderinger * Sekundære data   + Fx statistiske oplysninger m.m. |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Beskrivelse af Boston-matrixen opdelt i fem trin** | | | |
| **Trin 1** | **Spørgsmåls-**  **tegn** | * Produkter * Omsætning * Retning * .. | (Fx nye innovative produkter med ingen eller meget lille omsætning og med positive mulighed i markedet) |
| **Trin 2** | **Stjerne** | * Produkter * Omsætning * Retning * .. | (Fx produkter som er ved at etablere sig på markedet og med forventning om en stor omsætning) |
| **Trin 3** | **Malkeko** | * Produkter * Omsætning * Retning * .. | (Fx velfungerende produkter med stor omsætning og med en stabil markedssituation) |
| **Trin 4** | **Hund** | * Produkter * Omsætning * Retning * .. | (Fx gamle forældet produkter med lille omsætning og med meget begrænset mulighed i markedet) |
| **Trin 5** | | **Samlet vurdering** | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | | **Boston-matrix** | |
|  | | **Relativ markedsandel** | |
| **Høj** | **Lav** |
| **Markedsvækst** | **Høj** | **Stjerne**   * Produkter * Omsætning * Retning * .. * . | **Spørgsmålstegn**   * Produkter * Omsætning * Retning * .. * . |
| **Lav** | **Malkeko**   * Produkter * Omsætning * Retning * .. * . | **Hund**   * Produkter * Omsætning * Retning * .. * . |