|  |
| --- |
| **Porters Generiske Konkurrencestrategi** |
| **Formål:**  Porters Generiske konkurrencestrategi har til formål at skabe et overblik over grundlæggende konkurrencemæssige muligheder |
| **Indhold:**  Udgangspunktet for de grundlæggende konkurrencemæssige muligheder er lave omkostninger sat i forhold til produktdifferentiering samt generel konkurrence på hele markedet sat i forhold til en mindre del af 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. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Porters Generiske Konkurrencestrategi opdelt i fem trin** | | |
| **Trin 1** | **Omkostningsleder**   * Hele markedet * Lave omkostninger | (Fx varer der anvendes af en meget stor del af markedet. Det giver mulighed for masseproduktion, der kan holde omkostningerne nede.) |
| **Trin 2** | **Differentiering**   * Hele markedet * Unikt produkt | (I et marked med mange udbydere kan det være en fordel af fremstille et produkt eller en serviceydelse, der adskiller sig fra andre på vigtige punkter.) |
| **Trin 3** | **Omkostningsfokus**   * En mindre del af markedet * Lave omkostninger | (Fokus på en mindre del af markedet, f.eks. via en geografisk afgrænsning eller en afgrænsning i forhold bestemte kundegrupperinger baseret på lave omkostninger.) |
| **Trin 4** | **Fokuseret differentiering**   * En mindre del af markedet * Unikt produkt | (En del af markedet, samtidig med at der sker en differentiering i forhold til produktområdet) |
| **Trin 5** | **Samlet vurdering** | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Porters Generiske Konkurrencestrategi opdelt i fem trin** | | |
|  |  | **Samlet vurdering** |
| **Trin 1** | **Omkostningsleder**   * Hele markedet * Lave omkostninger | * … * .. |
| **Trin 2** | **Differentiering**   * Hele markedet * Unikt produkt | * … * .. |
| **Trin 3** | **Omkostningsfokus**   * En mindre del af markedet * Lave omkostninger | * … * .. |
| **Trin 4** | **Differentieret fokus**   * En mindre del af markedet * Unikt produkt | * … * .. |
| **Trin 5** | **Samlet vurdering** | |