|  |
| --- |
| **Ansoffs Vækstmatrix** |
| **Formål:** Ansoffs Vækstmatrix har til formål at skabe et overblik over grundlæggende strategiske vækstmuligheder. |
| **Indhold:**Matrixen tager udgangspunkt i to variable – produktet og markedet – som hver især deles op i nuværende og nyt. Dette giver fire vækstmuligheder kaldet markedspenetration, markedsudvikling, produktudvikling og diversifikation.  |
| **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.
 |

|  |
| --- |
| **Ansoffs Vækstmatrix opdelt i fem trin** |
| **Trin 1** | **Markedspenetration*** Nuværende marked
* Nuværende produkt
 | (På basis af sin nuværende produktportefølje vil virksomheden øge salget på sin nuværende markedsplads) |
| **Trin 2** | **Produktudvikling*** Nuværende marked
* Nyt produkt
 | (Fastholde eksisterende marked ved at udvikle nye produkter) |
| **Trin 3** | **Markedsudvikling*** Nyt marked
* Nuværende produkt
 | (Nyt marked skal bearbejdes markedsføringsmæssigt og distributionsmæssigt) |
| **Trin 4** | **Differentiering*** Nyt marked
* Nyt produkt
 | (Udvikling af nye pro­dukter til nye markeder) |
| **Trin 5** | **Samlet vurdering**(En virksomhed kan godt have varer / serviceydelser i flere felter i vækstmatrixen. Har skabes overblik over de vækststrategier, som virk­somheden kan følge med henblik på at realisere virksomhedens strategiske udvikling.) |

|  |
| --- |
| **Ansoffs Vækstmatrix opdelt i fem trin** |
|  |  | **Samlet vurdering** |
| **Trin 1** | **Markedspenetration*** Nuværende marked
* Nuværende produkt
	+ Øget markedsandel
	+ Øget forbrug hos nuværende kunder
 | * …
* ..
* .
 |
| **Trin 2** | **Produktudvikling*** Nuværende marked
* Nyt produkt
	+ Produktforbedring
	+ Produktlinjeudvikling
 | * …
* ..
* .
 |
| **Trin 3** | **Markedsudvikling*** Nyt marked
* Nuværende produkt
	+ Udvide markedet til nye segmenter
	+ Geografisk ekspansion
 | * …
* ..
* .
 |
| **Trin 4** | **Differentiering*** Nyt marked
* Nyt produkt
	+ Koncentrisk diversifikation
	+ Konglomerat diversifikation
 | * …
* ..
* .
 |
| **Trin 5** | **Samlet vurdering** |