# SWOT analyse

SWOT-analysen skal hjælpe os med, at skabe struktur og overblik over svømmeklubbens styrker og konkurrencesituation. SWOT-analysen giver et virtuelt billede af, hvad svømmeklubbens aktuelle situation er.

|  |  |
| --- | --- |
| Interne forhold | |
| Stærke sider (+) | Svage sider (-) |
| * Ny svømmeklub (nyhedsværdien) * Flere aktiviteter og medlemskaber1 * Central placering * Deltagelse ved sociale aktiviteter * Betaling (at pris og faciliteter hænger sammen) * Konkurrencesvømmerne har deres egen træner * Reklame | * Ny svømmeklub (ukendt, mangel på reklame) * Ikke så mange medlemmer * Dårlig placering * For lav deltagelse ved sociale aktiviteter * Betaling (at pris og faciliteter ikke hænger sammen) * Mangel på konkurrencesvømmere * Mangel på reklame/dårlig reklame2 |
| Eksterne forhold | |
| Muligheder (+) | Trusler (-) |
| * Bedre faciliteter * Udvidelse af anlæg * Konkurrencestævner * Samarbejdspartnere * Sponsorer | * Konkurrence fra andre svømmehaller * Manglende mulighed for udvidelse af anlæg * Manglende deltagelse ved konkurrencestævner/andre begivenheder * Svømmeklubbers konkurrenceevne * Mangel på samarbejdspartnere * Mangel på sponsorer |

1. Da det er en mindre svømmeklub under vækst, ønsker den selvfølgelig at få så mange nye medlemmer som muligt. Det kan svømmeklubben blandet andet gøre via reklame.
2. Det vides ikke om svømmeklubben har reklameret for sig selv, derfor vil det vær en god idé at sende en form for nyhed ud til den lokale befolkning (for at tiltrække nye medlemmer). Svømmeklubben kan evt. reklamere med konkurrencesvømning.