ANÁLISE SWOT

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | PONTOS FORTES  poupança de energia, lâmpada económica considerada revolucionária, durabilidade média bastante superior a da concorrência, | PONTOS FRACOS |
| OPORTUNIDADES  Mercado de grande dimensão, Informação dos consumidores a importância do comportamento para poupar energia, | SUGESTÕES  Apostar na divulgação das vantagens do produto (através da política da comunicação da empresa) | SUGESTÕES  Promover a experimentação (através de campanhas promocionais tipo leve 3 pague 2 ou campanhas de venda nas grandes superfícies ou campanhas de recolhas e através de campanhas informativas juntos as companhas com e sem tempo) |
| AMEAÇAS  marcas com notoriedade e bastante reduzida, marca com notoriedade bem implementadas no mercado,  as pessoas apresentam alguma resistência à mudança, face a um preço superior ao praticado pela concorrência (forte cessibilidade ao preço), apenas a experimentação permitirá que as pessoas reconheçam as vantagens deste produto. | SUGESTÕES  Reforçar a Imagem da Marca e procurar políticas de preços que têm em conta a sensibilidade do consumidor | SUGESTÕES  Promover a imagem, promover a experimentação,  Fidelização de clientes |