* S – **Strengths** – сильные стороны;
* W – **Weaknesses** – слабые стороны;
* O – **Opportunities** - возможности;
* T – **Treats** – угрозы.
* Использует ли компания внутренние сильные стороны или отличительные преимущества в своей стратегии? Если компания не имеет отличительных преимуществ, то какие из ее потенциальных сильных сторон могут ими стать?
* Являются ли слабости компании ее уязвимыми местами в конкуренции и/или они не дают возможности использовать определенные благоприятные обстоятельства? Какие слабости требуют корректировки, исходя из стратегических соображений?
* Какие благоприятные возможности дают компании реальные шансы на успех при использовании ее квалификации и доступа к ресурсам?
* Какие угрозы должны более всего беспокоить менеджера и какие стратегические действия он должен предпринять для хорошей защиты?
* Максимально **конкретизировать сферу** проведения SWOT-анализа и **формулировки** факторов.
* Соблюдать корректность при отнесении того или иного **фактора к силам/слабостям или возможностям/угрозам.**
* SWOT-анализ должен показывать **реальное положение** и перспективы компании на рынке, а **не внутреннее их восприятие**.
* При проведении SWOT-анализа должны учитываться **точки зрения всех** функциональных подразделений компании
* **SO** – мероприятия, которые необходимо провести, чтобы **использовать сильные стороны для** **увеличения возможностей** компании;
* **WO** – мероприятия, которые необходимо провести, **преодолевая слабые стороны** и **используя** представленные **возможности**;
* **ST** – мероприятия, которые используют **сильные стороны** организации **для минимизации угроз**;
* **WT** – мероприятия, которые **минимизируют слабые стороны** для **минимизации угроз**.