SWOT-MODEL

Stærke sider:

- udannede slagtere

- konkurrencedygtige på pris i forhold til andre steder

- Økologiske råvarer

- friskhakket kød hver dag

Svage sider:

* Placering (ligger meget gemt)
* Ingen hjemmeside

Muligheder:

* Kundebevidsthed (omkring økologi osv.)
* Inflation (lønningerne stiger ikke gradvist med priserne)
* Samarbejdspartnere

Trusler:

* Konkurrenter
* Finanskrise (Formindsket pengeforbrug)
* Dyrehelbred (ny generation af svineinfluenza)
* Veganisme (Flere og flere bliver veganere i Danmark)
* afgifter (Afgifter på diverse maskiner og eller dyrefoder stiger)

Tows

S-O:

Med henblik på stærke sider og muligheder, så kan de gøre folk mere opmærksomme på, at de sælger økologisk og friskhakket kød, da det er en stærkt voksende trend.

W-O

Med svage sider og muligheder, så kunne de få sig en hjemmeside, så kunderne kan se hvad de sælger, og hvor de får deres råvarer fra, så de selv kan vurdere, om det er noget for dem.

S-T

De kunne reklamere mere med deres konkurrencedygtige priser, så kunderne kan se, at selvom det er økologisk og frisk hakket, så er de ikke dyrere end andre burger restauranter.

W-T

De kunne få en hjemmeside op at køre, så kunderne kan se, hvad de har at tilbyde i forhold til deres kunder, og på den måde reklamere bedre med sig selv og deres image.