

ターゲット:

競合先:

内部環境(組織内部)	
強み(Strength)	弱み(Weakness)
外部環境(社会、経済、競合)	
機会(Opportunity)	脅威(Threat)


## クロスSWOTによる戦略の方向づけ

	強み(S)	弱み(W)
機会(O)		
脅威(T)		

## ブルーオーシャン市場を創造する6つのパス

	6つのパス	潜在的なニーズ	新たな市場
1	代替産業、代替サービスに学ぶ		
2	業界内の他の戦略グループから学ぶ		
3	別の買い手グループに目を向ける		
4	補完財、補完サービスを見渡す		
5	機能志向と感性志向を切替える		
6	将来を見渡す		

## 非顧客市場の喚起手法

市場	ニーズ	市場の喚起方法(商品・営業)
第1グループ 		
第2グループ 		
第3グループ		

# ブルーオーシャン戦略のキャンバス



高



低

