

Ključni faktori	Personalizacija			Povećana pokrivenost			Premijum proizvodi			Razvoj novog proizvoda		
	-1 Ponder	Atraktivnost (2)	Ukupna ocena atraktivnosti	-1 Ponder	Atraktivnost (2)	Ukupna ocena atraktivnosti	-1 Ponder	Atraktivnost (2)	Ukupna ocena atraktivnosti	-1 Ponder	Atraktivnost (2)	Ukupna ocena atraktivnosti
SNAGE												
1. Lider na tržištu	0.02	5	0.1	0.07	8	0.56	0.058	8	0.464	0.06	8	0.48
2. Jake veze sa trgovcima	0.04	6	0.24	0.3	10	3	0.02	8	0.16	0.003	5	0.015
3. Snažni kanali distribucije	0.03	7	0.21	0.04	7	0.28	0.4	10	4	0.04	5	0.2
4. Dobar tim za I&R	0.3	9	2.7	0.04	6	0.24	0.305	9	2.745	0.4	10	4
5. Dobra atmosfera u organizaciji	0.05	5	0.25	0.04	4	0.16	0.002	7	0.014	0.001	5	0.005
6. Lojalni potrošači	0.28	6	1.68	0.04	6	0.24	0.003	8	0.024	0.1	8	0.8
			0									
			0									
SLABOST												
1. Loš PR	0.07	6	0.42	0.02	7	0.14	0.003	8	0.024	0.05	8	0.4
2. Nizak kvalitet sirovina	0.05	4	0.2	0.04	8	0.32	0.03	10	0.3	0.0202	10	0.202
3. Deca u radu	0.04	7	0.28	0.03	6	0.18	0.005	5	0.025	0.202	6	1.212
4. Visoki troškovi marketinga	0.04	6	0.24	0.05	7	0.35	0.04	8	0.32	0.0358	8	0.2864
5. Veliki trgovci utiču na redukovanje cena	0.04	4	0.16	0.05	9	0.45	0.064	6	0.384	0.04	8	0.32
6. Veći deo prodaje zavisi od malog broja krucijalnih proizvoda	0.04	6	0.24	0.28	8	2.24	0.07	8	0.56	0.048	9	0.432
SUMA PONDERA	1		6.72	1		8.16	1		9.02	1		8.3524
ŠANSE												
1. Komunikacija sa kupcima	0.3	10	3	0.06	8	0.48	0.09	9	0.81	0.09	9	0.81
2. Sporazumi o slobodnoj trgovini (NAFTA, FTA)	0.02	7	0.14	0.2	9	1.8	0.004	4	0.016	0.004	4	0.016
3. Visoka kupovna moć	0.1	9	0.9	0.09	10	0.9	0.4	10	4	0.09	8	0.72
4. Tehnološki know how	0.1	9	0.9	0.004	7	0.028	0.08	8	0.64	0.3	10	3
5. Okrenutost promenama	0.09	10	0.9	0.226	10	2.26	0.09	10	0.9	0.1	9	0.9
6. Kvalitet života, životne navike	0.009	10	0.09	0.09	9	0.81	0.09	10	0.9	0.09	8	0.72
PRETNJE												
1. Kupci su potpuno informisani	0.2	9	1.8	0.04	7	0.28	0.01	7	0.07	0.07	8	0.56
2. Novi propisi i izmene zakona	0.04	7	0.28	0.1	9	0.9	0.0002	5	0.001	0.004	9	0.036
3. Visoka diferencijacija proizvoda konkurenata	0.09	9	0.81	0.04	8	0.32	0.1	9	0.9	0.04	9	0.36
4. Smanjenje troškova proizvodnje konkurenata	0.01	8	0.08	0.09	8	0.72	0.02	8	0.16	0.1	8	0.8
5. Proizodi supstituti	0.03	8	0.24	0.02	9	0.18	0.03	8	0.24	0.02	9	0.18
6. Lojalnost konkurentskim brendovima	0.011	8	0.088	0.04	8	0.32	0.0858	8	0.6864	0.092	9	0.828
SUMA PONDERA	1		9.228	1		8.998	1		9.3234	1		8.93