1. **Intensivering van concurrentie:** Andere bedrijven kunnen vergelijkbare producten aanbieden.
2. **Prijsconcurrentie:** Anna moet concurreren met andere aanbieders op prijsniveau.
3. **Verandering in consumententrends:** Als de voorkeuren van consumenten veranderen, moet Anna zich aanpassen.
4. **Economische recessie:** Een economische neergang kan de vraag naar Anna’s producten beïnvloeden.
5. **Groeiende markt voor vegetarische voeding:** Anna kan profiteren van de toenemende vraag naar gezonde en vegetarische opties.
6. **Focus op gezondheid:** Anna kan haar producten positioneren als gezonde alternatieven.
7. **Ongemak van koken:** Anna kan inspelen op de behoefte aan gemakkelijke en snelle maaltijdoplossingen.
8. **Toenemende online bestellingen:** Anna kan haar online aanwezigheid versterken om meer klanten te bereiken.
9. **Beperkte naamsbekendheid:** Anna’s bedrijf moet werken aan het vergroten van de bekendheid bij het publiek.
10. **Relatief hoge prijs:** De prijs van Anna’s producten kan een obstakel zijn voor sommige klanten.
11. **Beperkt marketingbudget:** Anna moet creatieve manieren vinden om haar bedrijf te promoten met een beperkt budget.
12. **Afhankelijkheid van leveranciers:** Als de leveranciers problemen hebben, kan dit invloed hebben op Anna’s bedrijfsvoering.
13. **Unieke en gevarieerde recepten:** Anna’s bedrijf biedt een breed scala aan originele en smakelijke recepten.
14. **Hoge kwaliteit verse ingrediënten:** Anna hecht veel waarde aan de kwaliteit van de gebruikte ingrediënten.
15. **Flexibele en klantgerichte service:** Anna’s team is bereid om zich aan te passen aan de behoeften van de klanten.
16. **Ervaren team:** Anna kan vertrouwen op een team met ruime ervaring.

Negatieve punten

Positieve punten

Externe factoren

Interne factoren

**Sterktes (Strengths)**

**Zwaktes (Weaknesses)**

**Kansen (Opportunities)**

**Bedreigingen (Threats)**

**SWOT-analyse invulschema**

De Vegetarische Maaltijdbox