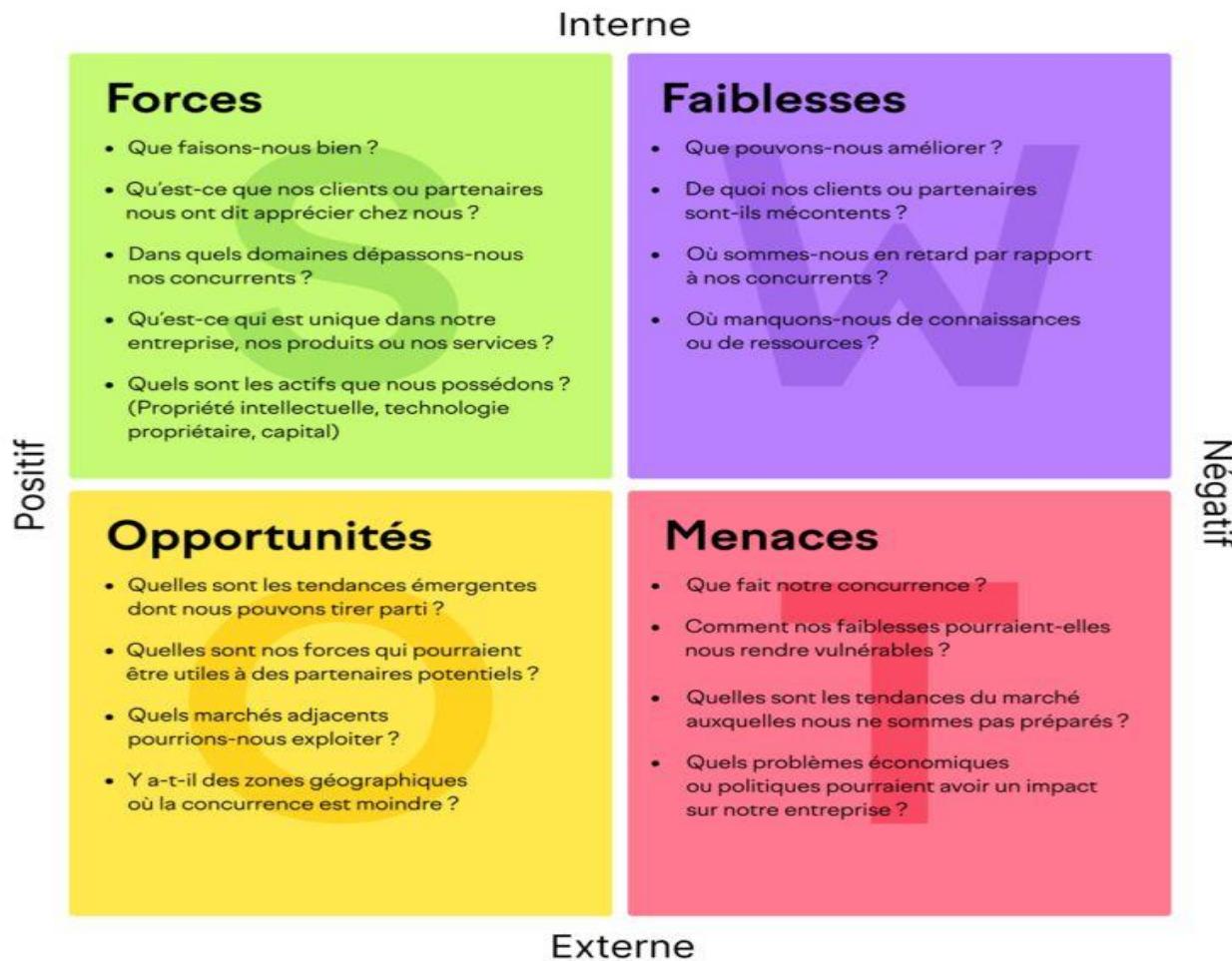


Comment faire une analyse SWOT



Des exemples de Forces, Faiblesses, Opportunités et Menaces pour la SWOT de votre structure médicale

Pour vous aider à compléter votre SWOT, nous avons élaboré un tableau avec des exemples de forces, faiblesses, opportunités, et menaces pour une structure médicale.

Forces	Faiblesses	Opportunités	Menaces
Équipe médicale hautement qualifiée 	Manque de spécialités médicales disponibles 	Augmentation de la demande pour les soins de santé préventifs 	Concurrence d'autres cliniques et hôpitaux 
Équipements médicaux de pointe 	Coûts élevés de maintenance des équipements 	Partenariats avec des entreprises de biotechnologie 	Réglementations strictes en matière de santé 
Ambiance accueillante et professionnelle 	Espace limité pour accueillir plus de patients 	Développement de services de télémédecine 	Fluctuations des coûts des fournitures médicales 
Localisation dans un quartier accessible 	Prix des consultations plus élevés que la moyenne 	Expansion des services de santé à domicile 	Hausse des loyers dans le quartier 
Services médicaux diversifiés 	Faible présence en ligne 	Partenariats avec des événements de santé locaux 	Crise économique affectant la capacité de payer des patients 
Connaissance approfondie des dernières avancées médicales 	Difficulté à fidéliser une nouvelle clientèle 	Développement du tourisme médical 	Concurrence des services de santé en ligne 
Expérience de soins personnalisée 	Manque de diversification des services (peu d'alternatives) 	Lancement d'un programme de fidélité pour les patients 	Accès réduit aux médicaments étrangers en cas de pénurie 
Bonne réputation grâce au bouche-à-oreille 	Difficulté à renouveler les équipements ou les installations 	Augmentation de la demande pour les consultations à domicile 	Changements dans les préférences des patients 
Forte identité visuelle et branding 	Manque d'espace pour agrandir les installations 	Développement de programmes de bien-être et de prévention 	Problèmes de logistique liés à la livraison de fournitures médicales 
Patients réguliers et satisfaits 	Peu de variété dans les services proposés 	Création d'une marque privée de produits de santé 	Fermetures dues à des mesures sanitaires 
Participation à des conférences médicales 	Manque d'investissement dans le marketing digital 	Opportunité d'exporter le concept à d'autres villes 	Forte taxation sur les services de santé 
Relation solide avec des fournisseurs de matériel médical 	Horaire d'ouverture restreint 	Exploitation des réseaux sociaux pour attirer une nouvelle clientèle 	Risques liés à des concurrents innovants 

