

ویژگیهای راهبردهای رقابتی

<p><input type="checkbox"/> سازمان در پی نوآوری است</p> <p><input type="checkbox"/> توانایی خود را در جمع آوری اطلاعات محیط پویا و توسعه ی کالا/خدمات برای تطبیق با محیط متغیر نشان داده است</p> <p><input type="checkbox"/> بطور دائم و پیوسته در حال نوآوری، توسعه و آزمودن کالا/خدمات جدید است</p> <p><input type="checkbox"/> رقیبان در مورد تصمیمات راهبردی آینده ی سازمان مطمئن نیستند</p>	<p>نفع برنده</p>
<p><input type="checkbox"/> در جستجوی ثبات بازار است</p> <p><input type="checkbox"/> تنها خط تولید محدودی برای بخش کوچکی از مجموع بازار بالقوه دارد</p> <p><input type="checkbox"/> به دنبال محافظت از تجارت معتبر خود می باشد</p> <p><input type="checkbox"/> هر کار لازمی را برای جلوگیری فعال از ورود رقیبان به سهم بازار خود انجام می دهد</p> <p><input type="checkbox"/> سخت در تلاش است تا جایگاه ویژه ای که نفوذ به آن برای رقبای مشکل باشد در صنایع برای خود ایجاد کند</p>	<p>دفاعی</p>
<p><input type="checkbox"/> راهبرد تحلیل و تقلید</p> <p><input type="checkbox"/> پیش از تصمیم به ورود به بازار، ایده های تجاری جدید را کاملاً تحلیل می کند</p> <p><input type="checkbox"/> ایده های نوید بخش و موفق نفع برندگان را پیگیری و شبیه سازی می کند</p>	<p>تحلیل گر</p>
<p><input type="checkbox"/> فاقد برنامه راهبردی منسجم است</p> <p><input type="checkbox"/> به سادگی به تغییرات محیطی واکنش نشان می دهد</p> <p><input type="checkbox"/> تنها زمانی راهبردها را تعدیل می کند که در نهایت مجبور به انجام این کار باشد</p> <p><input type="checkbox"/> قادر به پاسخگویی سریع به تغییرات محیطی نیست زیرا منابع/توانمندی های لازم موجود نیستند، به طور صحیح بسط داده نمی شوند، و یا به طور مناسب بکار گرفته نمی شوند</p>	<p>واکنش گر</p>