

企业战略管理分析

——以迪士尼为例

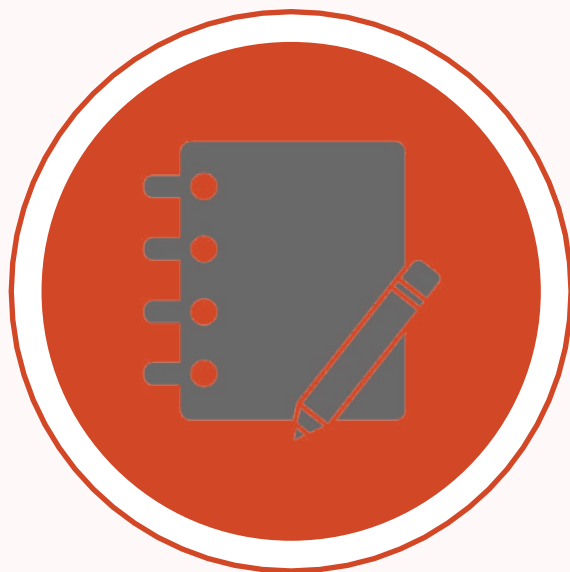
Designed by Group13



01 迪士尼



02 迪士尼战略分析



03 思考与启发





01 迪士尼



02 迪士尼战略



03 思考与启发



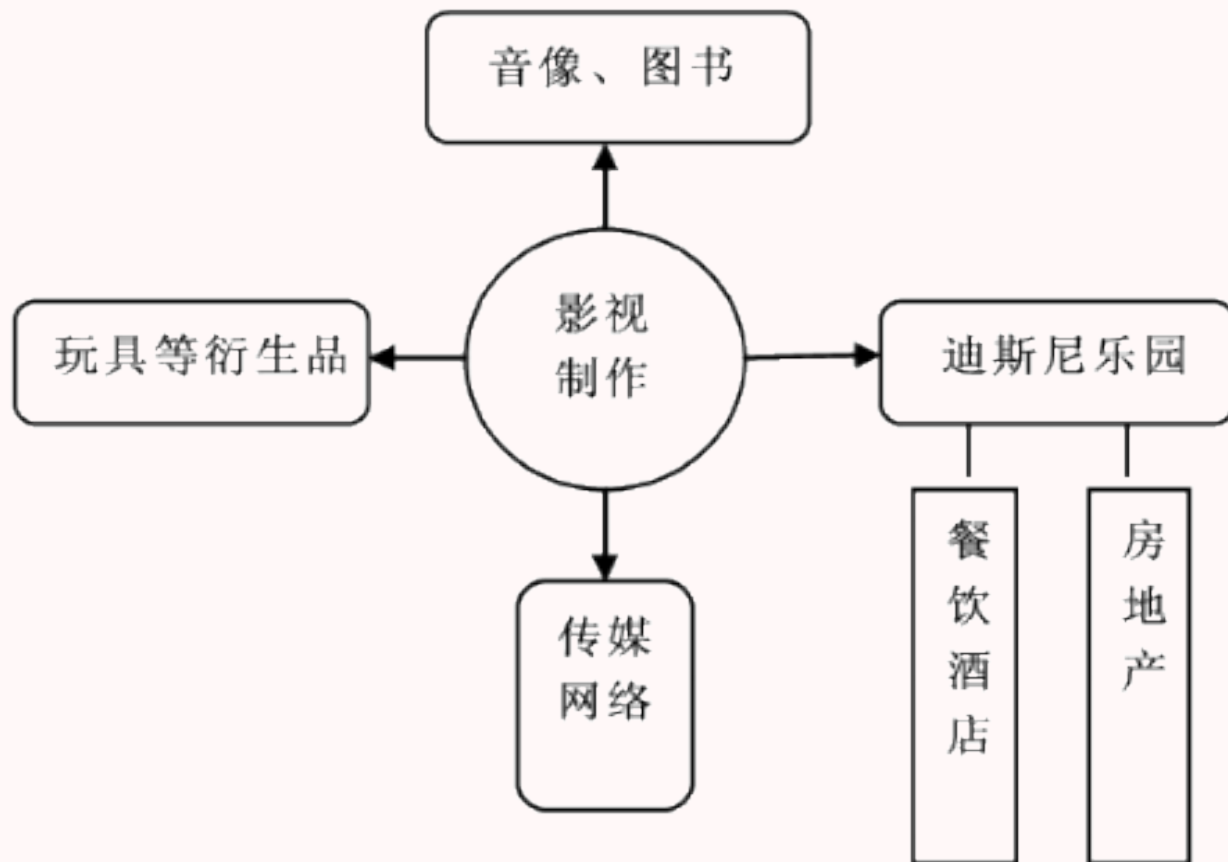


迪士尼

认识迪士尼

第 5 页





迪士尼

迪士尼品牌核心

第 7 页

分享

尊重

创新

乐观

故事

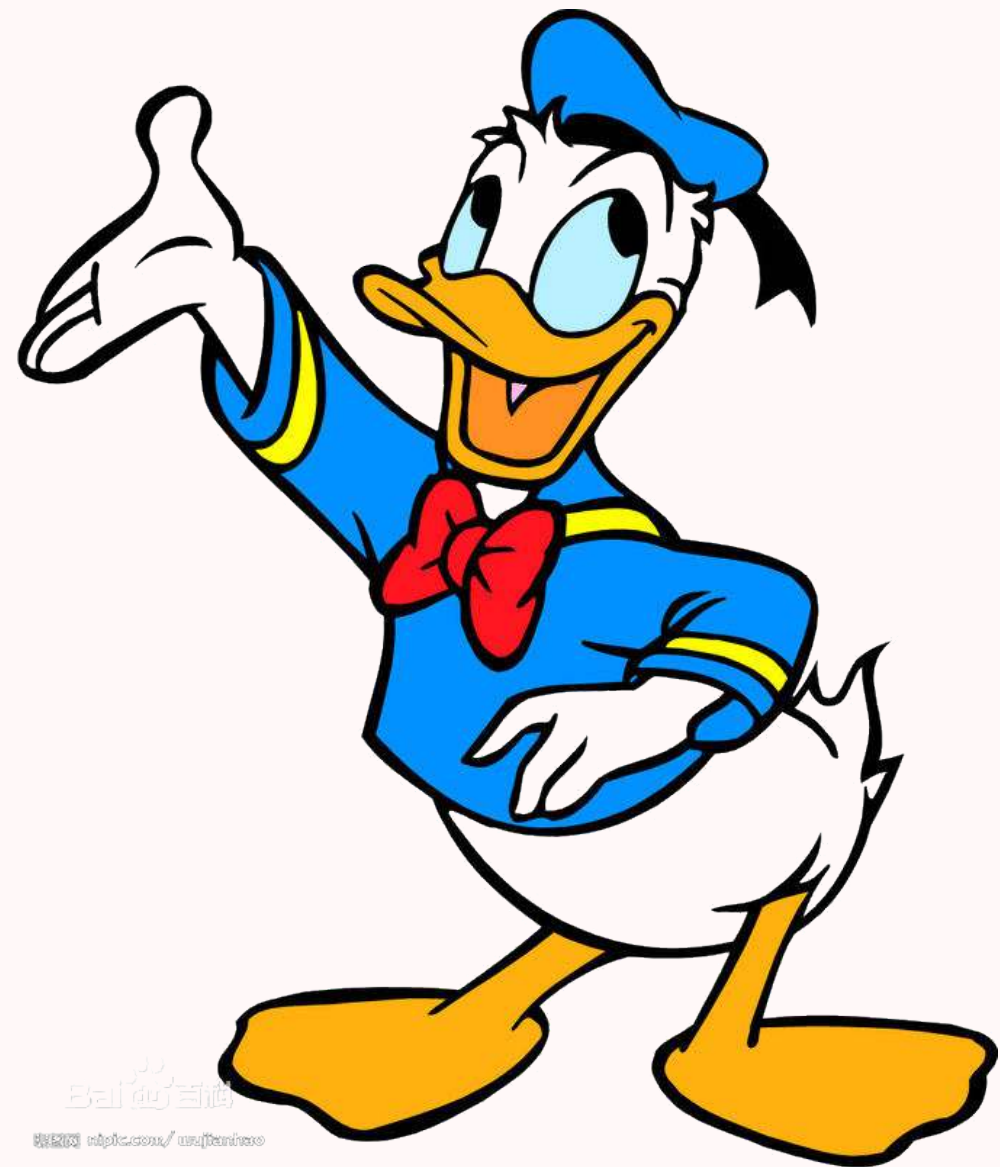
高质



不断的创新
顺应时代潮流

全球化定位与本土化
相结合

精湛的制作技术



在**影视娱乐**和**主题公园**这两方面被认为是最优秀和最领先的，并在此基础上努力扩大媒体网络和衍生品的市场份额，成为最优秀的综合性娱乐巨头

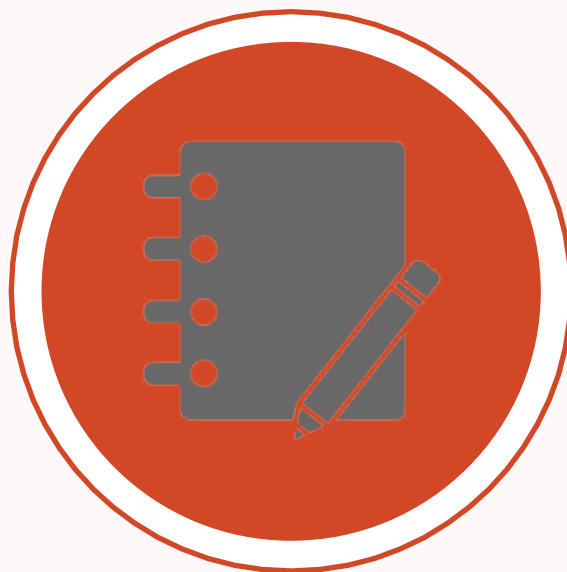




01 迪士尼



02 迪士尼战略



03 思考与启发





外部环境分析

宏观----pest模型

微观----波特五力模型



内部环境分析

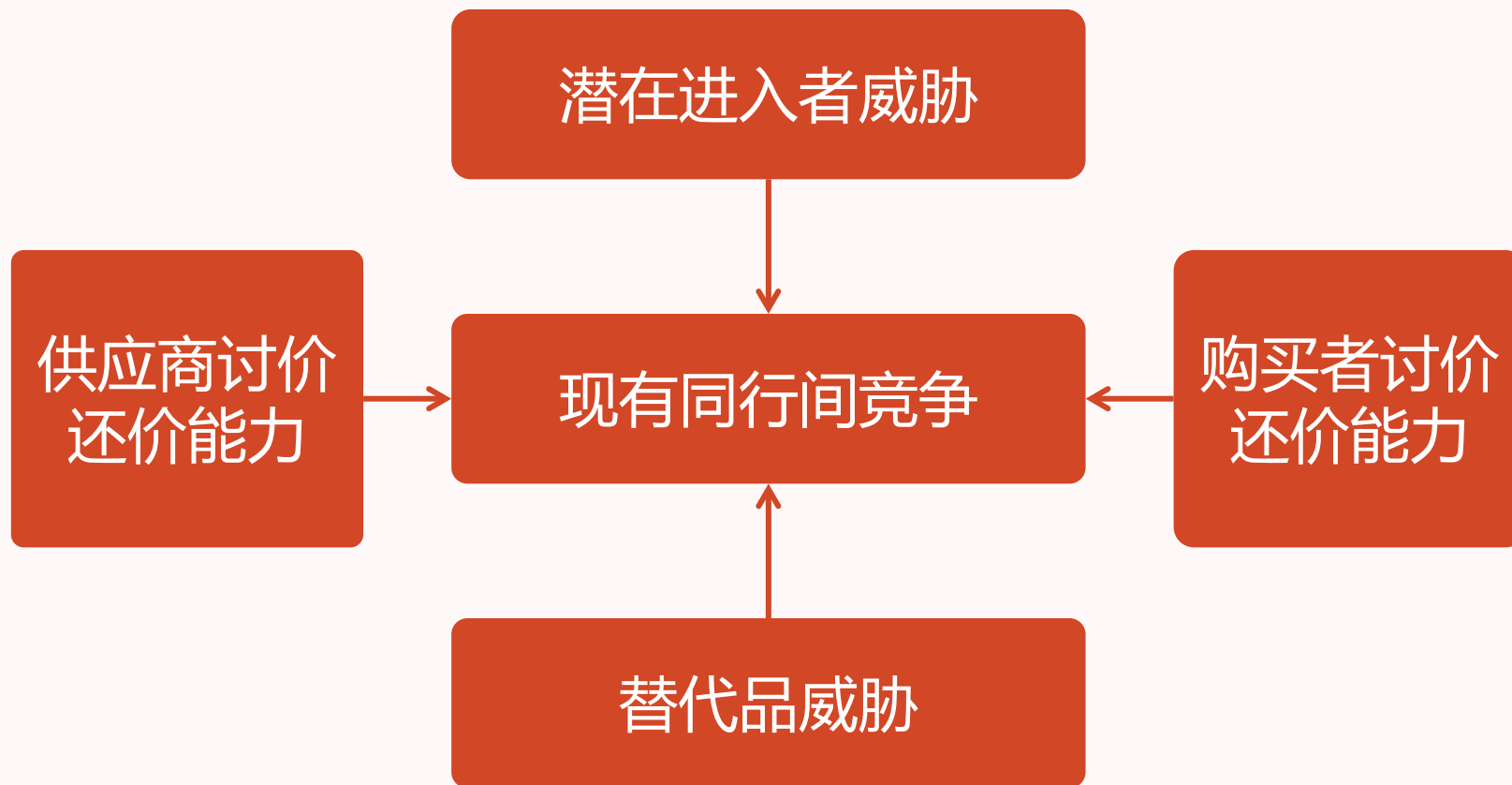


SWOT综合分析



宏观环境分析 (PEST分析)

微观环境分析（波特五力模型）



供应商讨价还价能力

迪士尼作为以娱乐型产业为主的企业，它的商品基本上是**自产型**的、不存在供货商讨价还价的压力

购买者讨价还价能力

作为一种应用于娱乐消费的商品，迪士尼的品牌形象深入人心，购货方众多，迪士尼**选择空间**大，基本上无购买者讨价还价的威胁

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/297002060021010004>