

La matrice Ansoff

	Produits existants	Nouveaux produits
Marché existant	Stratégie de pénétration sur un marché <ul style="list-style-type: none">- Augmenter les parts de marché- Augmenter l'usage du produit- Augmenter la fréquence d'usage- Augmenter les quantités- Chercher de nouvelles applications au produit	Stratégie de développement de produit <ul style="list-style-type: none">- Améliorer un produit- Extension de la gamme du produit- Nouveau produit pour un même marché
Nouveau marché	Stratégie de développement de nouveau marché <ul style="list-style-type: none">- Trouver de nouveaux marchés pour un produit existant- Expansion géographique- Nouvelle segmentation du marché	Stratégie de diversification <ul style="list-style-type: none">- Intégration verticale- Diversification du portefeuille