



PORTERS VIJFKRACHTENMODEL



Gebruik van de tool
Template
Voorbeeld

Porters Vijfkrachtenmodel

Porters Vijfkrachtenmodel laat zien welke vijf belangrijke krachten de concurrentiekracht van je bedrijf bepalen. Door het template van Porters Vijfkrachtenmodel in te vullen kun je jouw concurrentiepositie beter begrijpen. Zo wordt duidelijk welke verbeterpunten je bedrijf heeft en wat de sterke punten van je bedrijf zijn.

Tips voor gebruik

Je kunt het canvas met Porters Vijfkrachtenmodel zelf invullen, maar het is effectiever als je dit doet met een groep, zoals collega's of experts in je domein.

Print de template van Porters Vijfkrachtenmodel groot uit om te gebruiken in een brainstorm. Gebruik Post-its om iets in de template te zetten, zo kun je er gemakkelijk iets bij zetten of iets verplaatsen indien nodig.

Download het voorbeeld van Nike en laat je inspireren door een praktisch toepassing van Porters Vijfkrachtenmodel.

Gebruik van de tool

Er zijn vijf krachten die bepalen of jij een goede concurrentiepositie hebt in de markt. Als een kracht groot is dan is jouw positie minder sterk, als een kracht klein is dan heb jij een betere positie op de markt. Bijvoorbeeld als er veel concurrenten in jouw markt zijn dat hebben zij een grote kracht en is jouw positie minder sterk. Als leveranciers weinig

onderhandelingsmacht hebben dan hebben zij een kleine kracht en is jouw positie sterk. Schrijf voor elk van de vijf volgende krachten op of ze groot of klein zijn.

Rivaliteit van de bestaande competitie

Schrijf de namen en de omvang op van je bestaande concurrenten. Schat in hoe zwaar de concurrentie is.

- Als je veel concurrenten met een vergelijkbare dienst of product hebt, heb je weinig macht in de markt. Leveranciers en kopers kunnen gemakkelijk ergens anders heen.
- Als niemand anders jouw product of dienst aanbiedt, heb je veel macht omdat leveranciers en klanten nergens anders heen kunnen.

Dreiging van vervanging

Vervangende producten of diensten bieden een alternatief voor jouw aanbod. Schrijf op voor welke producten en diensten die je aanbiedt er een vergelijkbaar alternatief bestaat.

- Als er veel vervangende aanbiedingen zijn, is het gemakkelijk voor klanten om een alternatieve oplossing te kiezen en is de macht van je bedrijf laag.
- Als er geen alternatief is voor je product dan heeft je bedrijf veel macht omdat klanten geen alternatief kunnen afnemen.

De dreiging van nieuwe aanbieders

Nieuwe aanbieders zijn nieuwe bedrijven die eenzelfde of een vergelijkbaar product of dienst willen gaan verkopen als jouw bedrijf. Je macht wordt beïnvloed door de mogelijkheid van anderen om toe te treden tot de markt waarin jij actief bent. Nieuwe competitie kan gemakkelijk deelnemen aan de markt wanneer bijvoorbeeld de toegangskosten laag zijn, er weinig schaalvoordelen zijn, weinig kennis nodig is en weinig bescherming van cruciale technologie aanwezig is.

Schrijf op welke drempels nieuwe aanbieders hebben om deel te nemen in de markt waarin jij je begeeft.

- Als er geen tot weinig drempels zijn, is het gemakkelijk om een nieuw bedrijf in jouw markt op te zetten, en is je positie op de markt minder sterk.
- Als de toegangsdrempels veel en hoog zijn is het gemakkelijker voor je om je positie in de markt te behouden en hiervan te profiteren.

Onderhandelingsmacht van je leveranciers

De onderhandelingspositie van een leverancier wordt bepaald door het aantal leveranciers in de markt. Bij weinig leveranciers hebben de leveranciers meer onderhandelingsmacht en kunnen sneller prijzen veranderen.

Schrijf op van welke leveranciers je afhankelijk bent en hoeveel leveranciers hetzelfde zouden kunnen bieden.

- Als er veel leveranciers in de markt zijn, heeft een leverancier een slechte onderhandelingspositie en dus weinig invloed. Jij kunt makkelijk ergens anders je product gaan kopen.

- Als er juist weinig leveranciers zijn, heeft een leverancier veel macht in onderhandelingen. Wat mogelijk de prijs opdrijft.

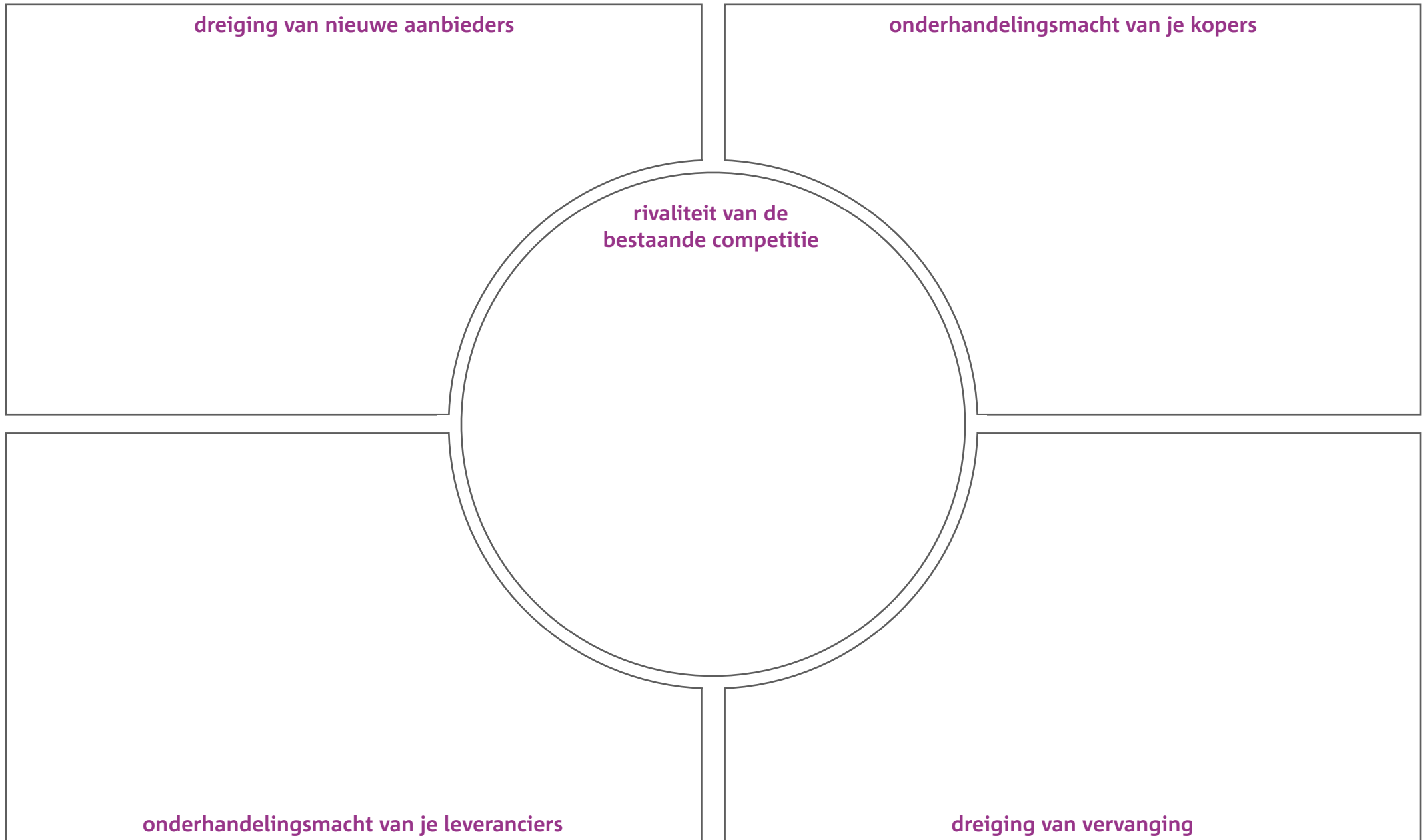
Onderhandelingsmacht van je kopers

De onderhandelingspositie van een koper wordt bepaald door het aantal kopers in de markt. Schrijf op hoeveel kopers er in jouw markt zijn en in welke mate je afhankelijk bent van deze kopers en in welke mate deze kopers afhankelijk zijn van jou.

- Als er veel kopers zijn heeft de koper weinig macht en kan deze de marktprijs niet beïnvloeden.
- Als er weinig afnemers zijn van je product of dienst, dan heeft iedere klant juist meer macht tijdens onderhandelingen. Een grote macht van kopers betekent dat het gemakkelijk is voor de koper van je product of dienst om de prijs omlaag te krijgen. Je bedrijf is immers afhankelijk van deze kopers.

porters vijfkrachtenmodel

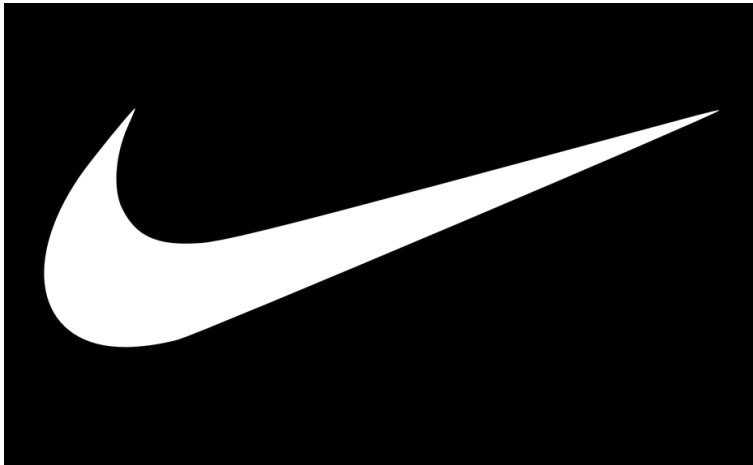
naam _____



datum _____

Voorbeeld Nike

industrie	Kledingindustrie
producten & diensten	Sportkleding
bedrijfs-grootte	74.400 werknemers (2017)
omzet	€ 24,35 miljard
locatie	Washington, Verenigde Staten



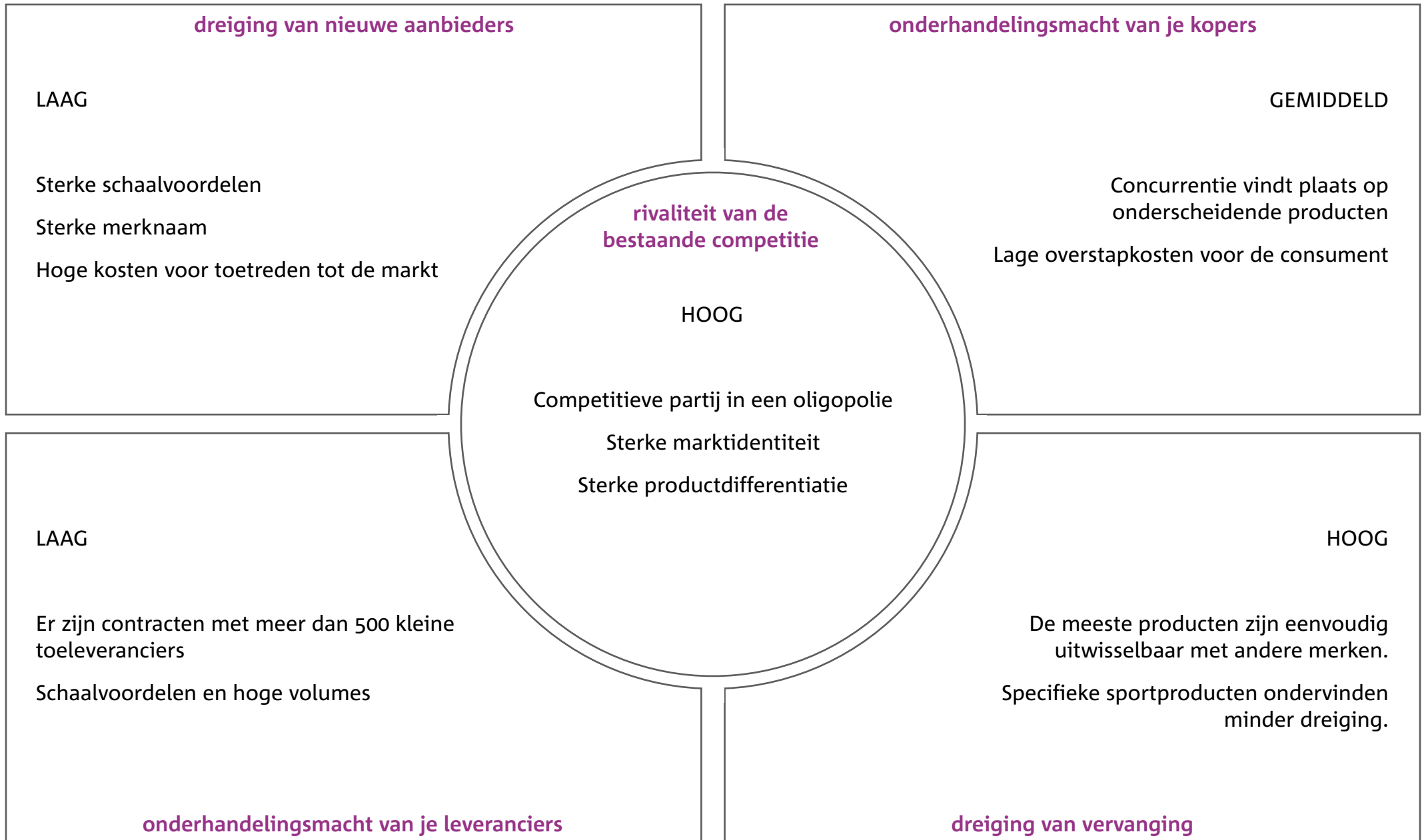
Nike begon als doorverkoper van schoenen van een Japans merk, maar ging uiteindelijk eigen sportschoenen maken. Het assortiment werd daarna steeds verder uitgebreid. Nike verkoopt tegenwoordig alles van vrijetijdskleding tot sportsokken. Het bekendste zijn ze nog altijd van hun (sport)schoenen, bijvoorbeeld de zeer populaire Nike Air Max en Air Jordans.

Porter's vijf krachten van Nike

In het voorbeeld is de concurrentiepositie van Nike onderzocht. Porter's vijf krachten geeft aan dat Nike vooral rekening moet houden met rivaliteit van bestaande competitie en dreiging van soortgelijke producten die sterk lijken Nike's producten. Nike hoeft minder rekening te houden met het inbreken van nieuwe partijen in hun markt. Nike heeft financiële voordelen van het grootschalig produceren, dit kunnen nieuwe spelers niet evenaren. Een nieuwkomer zal moeite hebben om snel veel klanten aan zich te binden.

porters vijfkrachtenmodel

naam Nike



datum _____