

מודל פורטר לזיהוי "איומים" עסקיים:

הוא מדבר על האיומים. את כל האיומים של העסק אפשר להכניס למסגרת ואז יהיה קל יותר להגדיר את הבעיה.

“מכשולים הם הדברים המפחידים האלה שאתם רואים בשעה שאתם מסירים את העיניים מהמטרה

שלכם. " הנרי פורד

איום 1: מתחרים שמציעים את אותו מוצר/שירות.

מי הם המתחרים שלי?

איום 2: מתחרים פוטנציאליים, אפשרות שיקומו מתחרים נוספים.

מי הם המתחרים הפוטנציאליים? מי עוד עשוי להציע שירות/מוצר דומה?

איום 3: מוצרים חלופיים: עונים על אותו צורך שהמוצר שלי עונה.

אילו מוצרים עונים/עשויים לענות על הצורך שהשירות שלי עונה?

איום 4: ספקים, יכולים פתאום להחליט על עליית מחירים או לספק רק את מחצית הסחורה.

האם ישנם ספקים/אנשי מפתח העשויים להשפיע על מכירת השירות/המוצר?

איום 5: לקוחות, פתאום לא רוצים מוצר מסוים.

האם לקוחות עשויים לאבד עניין במוצר/שירות שלי? באילו תנאים?

חברות חדשות:

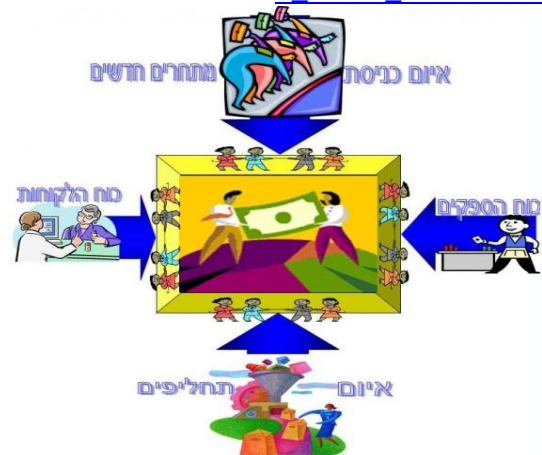
איום 6: חסמי כניסה - דרישות מוקדמות לשוק מוצר כמו שלי

האם קיימים חסמי כניסה למוצר/שירות כמו שלי? לגבי מי הם רלוונטיים?

איום 7: חסמי יציאה - איך ניתן להפסיק לספק שירות כזה?

התמונה נדלתה מהאתר ב 22/9/12 :

http://ci.haifa.ac.il/index.php?title=%D7%AA%D7%9E%D7%95%D7%A0%D7%94:Porter_5_forces_model.JPG



בברכה , צוות היגוי - קבוצת עניין
"פיתוח אישי ושיווקי- שיח מקצועי אחר בפיזיותרפיה"
(בחסות העמותה לקידום הפיזיותרפיה בישראל)

physical1therapy@gmail.com