

Les 5 forces de Porter – exemple pour un organisation de formation numérique

Forces stratégiques	Analyse	Impacts
Rivalité entre concurrents	• Présence de nombreuses offres locales et nationales • Concurrence avec organismes certifiés Qualiopi et CPF • Plateformes en ligne très agressives	Forte : nécessité de se différencier par l'approche humaine, la proximité ou la spécialisation
Menace des nouveaux entrants	• Barrières faibles à l'entrée pour les très petites structures • Mais exigence Qualiopi reste dissuasive • Possibilité de concurrence indirecte (agences marketing qui forment par exemple)	Moyenne : surveiller l'émergence d'acteurs hybrides ou spécialisés
Produits de substitution	Add a subtitle • Tutoriels gratuits sur YouTube • Autoformation avec l'IA (ex : ChatGPT pour Excel, Notion, etc.) • Livres, podcasts, MOOC...	Élevée : mettre en avant la valeur de l'accompagnement, du sur-mesure, de l'interaction
Pouvoir de négociation des clients	• Clients finaux (B2C) très sensibles au prix et aux avis • Entreprises (B2B) plus stables mais exigeantes sur la qualité, le reporting et le financement OPCO	Moyenne à forte : nécessité d'un bon relationnel + structuration des offres
Pouvoir de négociation des fournisseurs	• -Dépendance à certains formateurs experts difficilement remplaçables • Montée des tarifs des indépendants qualifiés • Certaines plateformes ou outils LMS imposent leurs règles	Moyenne : diversifier les prestataires, négocier sur du volume ou l'engagement

