**Porter five forces forklaring:**

Threat of new entry:

Der er ingen barriere der forhindre nye virksomheder at tilbyder samme services som touchpoint, det er samtidigt relativt billigt at oprette og vedligeligholde en hjemmeside. Det kræver ingen viden eller erfaring at tilgå sig markedet, da alt vi levere er et medie hvor kunder kan tilgå undervisere, vi sørger for at der er undervisere, og at der er lokaler til rådighed. På baggrund af det, mener vi at det er let at komme ind på markedet.

Buyer power:

Målgruppen for touchpoint er relativ lille, da de primært tilbyder kurser og foredrag til allerede udannet specialister inden for meget specialiseret områder. Da der også er andre på markedet der tilbyder det samme som touchpoint og kan konkurrere med priserne, samt kunderne mangel på grund til at være loyale, har kunderne meget magt.

Supplier power:

Vores leverandører er vores undervisere. Da der er et begrænset antal undervisere og andre virksomheder som tilbyder det samme som touchpoint, gør det, det let for underviserne at skifte mellem virksomheder, og blive hos dem de føler sig bedst behandlet af.

Derfor mener vi at leverandør har meget magt.

Threat of substitution:

Der findes mange virksomheder som tilbyder kurser og foredrag inden for større og bredere emner, med en større eksisterende kunde base. Skulle disse virksomheder brede sig ud på touchpoints marked, er der en reel trudsel for udskiftning.

Competitive rivalry:

Der er et moderate antal virksomheder som tilbyder det samme, som touchpoint og da der er lav kunde loyalitet, og det ikke koster noget at skifte kursus udbyder, mener vi at der er en høj konkurrence, mellem virksomheder på markedet.