

零售业的营运之道

- 用低价进入市场
- 慢慢建立消费者信赖和忠诚度
- 增加提供的产品或服务范围，并且涨价
- 用差异化和其它没有特色的新进入者拉开距离

在位者对新进入者的因应方法

保留会排挤其它产品的自残性产品

VS.

不要让产品同门相残

这个新加入者有为每个市场区隔创造价值吗？

或者

它采用 组合 / 反组合 销售策略？