零售業的營運之道

- 用低價進入市場
- 慢慢建立消費者信賴和忠誠度
- 增加提供的產品或服務範圍，並且漲價
- 用差異化和其他沒有特色的新進入者拉開距離

在位者對新進入者的因應方法

保留會排擠其他產品的自殘性產品

vs.

不要讓產品同門相殘

這個新加入者有爲每個市場區隔創造價值嗎？

或者

它採用 組合 / 反組合 銷售策略？