

تسمح استراتيجيات تمييز المنتج للمؤسسة بعزل نفسها جزئياً من الخصومة التنافسية في الصناعة . حيث يحاول المنتجين الكبار تفادي المنافسة المباشرة القائمة على الأسعار كل منهم مع الآخر من خلال تمييز المنتج ،