

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