Idean maneras más eficientes de producir, nuevos productos y servicios, atraen clientes al con los SI se pueden obtener los costos operacionales más bajos y los menores precios Competidores tradicionales desarrollar sus marcas Liderazgo de bajo costo enlaza dirctly el comportamiento del consumidor con las cadenas de distribución, producción y Sistema de respuesta eficiente al cliente Trabajadores jóvenes y menos costosos, más 'hambrientos', no se encierran en viejas plantas y Crear productos y servicios adaptados a la medida para ajsutarse a las especificaciones precisas Nuevos participantes en el mercado Dependen de un funcionamento externo para nuevas plantas y equipo(costoso), menos del cliente × Diferenciación de productos experiencia y poco reconocimiento de marca. Ofrecer productos o servicios confeccionados de manera individual mediante los mismos recurses Estrategias para lidiar Porter personalización en masa Los clientes los pueden usar si los precios suben demasiado. Cuantos más existan, menor será el de producción que la producción en volumen Productos y servicios sustitutos control que se tenga sobre los precios y los márgenes de ganancia Habilitar el enfoque en un mercado especifico y ofrecer mejor servicio a este mercado más Enfoque de nichos de mercado Atraer y retenerlos cobrando precios altos. Su poder aumenta en un mercado transparente con pequeño que sus competidores Clientes poca diferenciación de productos. Estrechar lazos con proveedores y clientes. Esto aumenta los costos de cambio y la lealtad a la Fortalecimineto de la intimidad con los clinetes y los proveedores Cuantos más tengas, más control se puede ejercer sobre ellos en términos de precio, calidad e empresa Proveedores itinerarios de entrega