

兩者都會各出奇招,要做出最引人注目的封面故事。一個富有戲劇性或者饒有趣味的封面,可以吸引站在報攤前的潛在買主的目,這些人只會在自己感興趣的新聞變成封面故事的時候掏錢買雜誌。

假如兩本雜誌用了同一條新聞做封面故事,那麼感興趣的買主就會平分兩組,一組買《時代》,另一組買《新聞周刊》。

從每個不同角度切入,從標題、品牌的淺在買主、甚至是販售的價格,都會得到不同的優勢趨向,使用不同的優勢策略;