

传统零售商进入B2C的市场机遇和障碍 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/295/2021_2022__E4_BC_A0_E7_BB_9F_E9_9B_B6_E5_c67_295127.htm 前段时间一个作传统零售的朋友，想作B2C，聊了聊。整理了以下思考。先谈机遇：传统零售进入B2C领域，按俗一点的说法就是，“上网卖东西”。这个说法本身就说明了态度，只是卖东西而已。我个人认为不仅仅是卖个东西那么简单，对于在地区传统零售业经营的不错的我的朋友而言，B2C不仅仅可以让他在网上卖东西，还能为他的企业带来巨大的发展机遇。我的朋友在传统领域经营的不错，而且开了5家的直营店，无论从商品、服务上口碑都不错。配套的供应链也相对完整，还时不时的推出自己品牌的产品。经过初步的分析，在现有的基础上，我想进入B2C可能可以为他带来以下的变化：1、面临一个巨大的传统经营所无法获得的用户资源。这点对于在传统经营中以选址作为决定客流的朋友而言，无疑是最大的诱惑。2、竞争压力减低。在传统经营中，朋友已经遇到相当多、各类规模的竞争压力，有时还不得不在这种竞争压力前调整自己的经营策略。而在网络上，他可以感觉到来自专业经营对手的竞争压力在减低。3、品牌树立。通过多年经营，朋友本地品牌树立已经相当成功，通过互联网可以让他的品牌影响通过网店快速扩大。这个也是传统经营在较少投入前提下无法实现的。4、规模扩张。充分利用多年传统经营的经验，并在确保B2C投入的前提下，通过网络可以让朋友的经营规模在短期内快速扩大。同时，带来的障碍也相当的多：1、缺乏网络营销概念和经验。互联网用户虽多。可是他认为

并没有什么很好的方式可以在短期内吸引这些用户。在网上，他就象一个从未作过生意的人。对网络营销没有任何的认知和经验。

2、缺乏有力的技术支持 一个专业的B2C网站，从风格、购物车、分析。。。需要大量的技术从多层面、大力度的支持。对技术缺乏了解的朋友，认为这个障碍几乎无法逾越。

3、缺乏全盘操作的方法 一个专业的B2C网站，从商品筹备到销售出货到售后服务，需要一个十分烦琐、复杂的流程定义和规范的过程。以上只是简单的归纳，B2C的实务，看似简单，实则复杂。面对这些机遇和障碍，我的朋友说先花一段时间对B2C作一个系统的学习和了解，之后再开始规划操作。“在现实世界的商店最有力的武器就是地段，地段，地段，而对于我们来说最重要的三件事就是技术，技术，技术。”贝索斯。根据贝索斯的这句话，我想，象我朋友这样的，在中国应该不少，是否有这样一种机构，可以非常务实的帮助他们整合传统资源、有序规范的将B2C项目操作起来，这真是一件伟大且赚钱的事业。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com