

杜亮：从B2C到B4C，电子商务服务的革命  
电子商务考试 PDF  
转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/515/2021\\_2022\\_\\_E6\\_9D\\_9C\\_E4\\_BA\\_AE\\_EF\\_BC\\_9A\\_E4\\_c40\\_515910.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/515/2021_2022__E6_9D_9C_E4_BA_AE_EF_BC_9A_E4_c40_515910.htm) 随着近年来互联网的不断深入各行各业，中国网民人数也与日俱增，中国企业的电子商务应用水平也不断提高，于此同时，企业对电子商务平台提出了更高的要求。所谓B2C模式，即企业对消费者(直接客户)的模式，而提到B2C模式，很多人最先想到的是国外的亚马逊和国内的卓越、当当等。然而，无论是外国的亚马逊还是中国的卓越、当当，都有时因为为庞大的成本开支头疼不已。例如，库存成本问题，削弱B2C网站的获利能力，几乎是所有的B2C网站都在尽量控制库存成本。再有，赚取买卖差价的获利模式，也决定了B2C网站不可能在向用户提供购物建议时不偏不倚，而是会尽量推荐库房中积压的产品，这无疑会影响用户的体验以及对网站的信任度。另外，尽管B2C在越来越细分化，从种类繁多的大型超市化B2C，到现在专注于某一领域的B2C，但是竞争却没有因市场的细分而减弱，大量的B2C网站都提供同质化的商品，不惜成本地血拼价格，却往往忽略了服务。因此，在库存、物流等成本问题随着IT技术和管理水平的发展逐渐下降的同时，竞争也逐渐从商品价格竞争转为服务质量的竞争。B2C网站的服务是客户体验的一部分，也是大网络营销概念中“销售后”的环节。对此，一个新的“B4C(Business-for-Consumer)”的概念应运而生，B4C是B2C模式的升华，倡导在线服务的提升也是顺应电子商务式直销的一种新趋势。首先，B4C是以服务为宗旨，以满足客户需求、提高客户满意度为企业经营理念

的。服务是网上消费所考虑的首要因素。这个服务包括了产品使用、产品购买、网络支付、技术支持、售后服务等。B4C在网络平台的功能构建上，体现的正是这一点。无论哪个模块，都是从方便、快捷的服务角度进行流程优化设计。另外，B4C倡导为客户先想一步，给客户带来惊喜，就如“宜家IKEA”的广告说：“我卖的不是灯，而是情调”。B4C同样告诉消费者，我们销售的不是商品，而是服务。服务创造价值，服务带来回头客。百考试题编辑整理最后，随着全球经济的巨大变化，企业经营成本逐渐提高，电子商务已经成为不可阻挡的趋势，越来越多的企业开始应用并争取寻找更多的商机。如今，我们已经很难找到还有哪个产品和市场领域没有在网上进行销售了。同质化的产品竞争孕育差异化的服务较量，能笑到最后的一定是服务最好的企业。当今时代，企业越来越专注于只做自己的核心业务，其他不能创造直接利润或不是掌握核心的工作和业务都将外包出来。企业开展电子商务，寻找合适的平台开发商和服务外包商尤为重要，正如前面所说，现在的电子商务市场已经发展到拼实力、拼服务的阶段。只有结合企业自身实际情况构建符合B4C客户体验的B2C网站系统，并根据企业实际情况量身定制网络营销策略，才能立于不败之地。企业需要的是把精力集中在产品质量、品牌塑造、库存控制、售前售后服务的改良上，把烦恼丢给外包方，才能更好地为自己的客户多想一点，多服务一步。F8F8" 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](http://www.100test.com)