

顾客主导型电子商务模式：顾客主导型电子商务模式的内涵
PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/62/2021_2022__E9_A1_BE_E5_AE_A2_E4_B8_BB_E5_c40_62134.htm

顾客主导型电子商务模式的内涵顾客主导型电子商务模式是由顾客通过网络直接提出需求，供方直接根据顾客需求，结合企业自身的实力有选择性地提供产品和服务，来满足顾客部分需求，从而实现供方的经营管理目标。它与供方主导型电子商务模式不同的是，供方主导型电子商务交易模式是由供方企业主动去了解顾客需求(这一过程也就是市场调查，但要真正了解顾客的直接需求是非常困难的一件事)，然后根据顾客需求提供产品和服务，满足顾客需求，而顾客主导型则是供方在了解顾客需求的前提下有选择性地满足顾客部分需求。与供方主导型电子商务模式的分类不同，顾客主导型电子商务模式有两种类型：消费者间的交易(Consumer to Consumer, C-C型)，即通过电子虚拟市场消费者之间直接进行交易，一般交易的对象是消费者自己拥有的旧产品或者其他东西(如提供服务)顾客(包括个人消费者。需采购的组织和企业)同企业(指提供产品和服务的企业，即供方企业)的交易(Client to Business, C-B型)。具体地说有三种形式，即消费者对企业(Consumers to Business, C-B型)、组织对企业(Organization to Business, O-B型)，以及买方企业对卖方企业(Buyer to Business, B-B型)，其交易方式是由顾客提出需求，然后由企业通过竞争满足顾客的需求，或者是顾客通过网络结成群体与企业讨价还价(如集体竞价)。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