

2006B2C电子商务模式分析与策略建议二 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/65/2021_2022_2006B2C_E7_94_B5_c40_65015.htm

b. 广告支持模式。在线服务商免费向消费者提供在线信息服务,其营业收入完全靠网站上的广告来获得。这种模式虽然不直接向消费者收费,但却是目前最成功的电子商务模式之一。Yahoo 等在线搜索服务网站就是依靠广告收入来维持经营活动的。对于上网者来说,信息搜索是其在Internet的信息海洋中寻找所需信息最基础的服务。因此,企业也最愿意在信息搜索网站上设置广告,通过点击广告可直接到达该企业的网站。采用广告支持模式的在线服务商能否成功的关键是其网页能否吸引大量的广告,能否吸引广大消费者的注意。

c. 网上赠予模式。这种模式经常被软件公司用来赠送软件产品,以扩大其知名度和市场份额。一些软件公司将测试版软件通过Internet 向用户免费发送,用户自行下载试用,也可以将意见或建议反馈给软件公司。用户对测试软件试用一段时间后,如果满意,则有可能购买正式版本的软件。采用这种模式,软件公司不仅可以降低成本,还可以扩大测试群体,改善测试效果,提高市场占有率。美国的网景公司(Netscape)在其浏览器最初推广阶段采用的就是这种方法,从而使其浏览器软件迅速占领市场,效果十分明显。

1.2.2 有形商品和服务的电子商务模式。

有形商品是指传统的实物商品,采用这种模式,有形商品和服务的查询、订购、付款等活动在网上进行,但最终的交付不能通过网络实现,还是用传统的方法完成。这种电子商务模式也叫在线销售。目前,企业实现在线销售主要有两种方式:一种是在网上开设独立的虚拟商店,另一种是参与并成为网上

购物中心的一部分。有形商品和服务的在线销售使企业扩大了销售渠道,增加了市场机会。与传统的店铺销售相比,即使企业的规模很小,网上销售也可将业务伸展到世界的各个角落。网上商店不需要象一般的实物商店那样保持很多的库存,如果是纯粹的虚拟商店,则可以直接向厂家或批发商订货,省去了商品存储的阶段,从而大大节省了库存成本。对于发展我国B2C电子商务,很多学者在电子商务瓶颈(如电子支付、网络安全、物流体系、法律保障等)方面提出了自己的策略建议,而本文主要在企业管理、零售行业、网上市场等方面提出某些设想。

2.1 从企业管理的角度来看,发展B2C电子商务的企业应注意运用以下策略

a. 企业的战略定位要适当。在B2C电子商务中,企业与消费者之间的关系发生了深刻的变化,出现了新的价值连接,产生了新的价值机会。开展B2C电子商务的首要问题就是对企业经营带来什么样的价值进行战略定位,如企业开展B2C电子商务,是希望开拓新的产品或服务项目,还是延伸现有产品或服务的市场空间。不同的战略定位将带来不同的经营效果。

b. 协调市场渠道。B2C电子商务的开展势必导致市场渠道的开拓和延伸,有可能对原有的渠道关系造成一定的冲击,这就需要企业管理人员进行有效的协调。B2C电子商务的网络营销渠道可能会与原有的传统营销渠道相互补充、相互促进,从而给企业带来更大的收益。如零售企业在Internet上发表内容丰富、图文并茂的产品信息并及时进行更新,或利用Internet及时为消费者提供技术支持等,这些做法能够促进企业与消费者之间的交流,强化原有的市场渠道,进一步提高市场份额。

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