**Nhóm 2**

**B2C**

B2C là viết tắt của thuật ngữ Business to Customer, mô tả hoạt động trao đổi, mua bán hàng hóa giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng cuối cùng.

Đặc điểm:

* Doanh nghiệp hoạt động theo mô hình B2C sẽ có những tương tác, tư vấn và tiếp cận trực tiếp với khách hàng.
* B2C truyền thống:
  + Cửa hàng tạp hóa.
  + Siêu thị, chợ, trung tâm thương mại…: Aeon Mall, Lotte Mart, BigC,…
* B2C trong lĩnh vực thương mại điện tử sẽ thông qua các sàn thương mại điện tử, shop bán hàng online…: Shopee, Lazada, Tiki, Facebook,…
* B2C cung cấp tất cả các loại hàng hóa, dịch vụ (trừ các mặt hàng cấm) tới tay người tiêu dùng.
* Các chiến lược marketing phù hợp để giữ chân và mở rộng đối tượng khách hàng đóng vai trò quan trọng trong mô hình B2C.

Lợi ích mà B2C mang lại:

* Đầu tiên, chúng ta có thể dễ dàng nhận thấy rằng, mô hình B2C giúp tiết kiệm chi phí cho doanh nghiệp. Các chi phí ở đây liên quan đến nhân lực, điện nước, chi phí thuê mặt bằng…
* Đối tượng khách hàng mục tiêu rộng: Điều này thể hiện rõ ràng nhất khi bạn bán hàng online. Chúng kết nối khách hàng trên cả nước thậm chí toàn cầu.
* Rút ngắn khoảng cách giữa người mua và người bán: Thông qua các cuộc trao đổi trực tiếp, người bán sẽ hiểu được về các nhu cầu và mong muốn của khách hàng.
* Chu kỳ bán hàng ngắn: Chu kỳ ngắn đồng nghĩa với việc quay vòng vốn nhanh, bạn sẽ thấy được lợi nhuận ngay trước mắt. Bằng cách này, bạn không cần phải bỏ ra một số vốn quá lớn nhưng vẫn có thể kinh doanh. Tất nhiên, hãy lựa chọn mặt hàng phù hợp với khả năng tài chính của mình nhé.

Các mô hình B2C phổ biến tại Việt Nam:

* Mô hình Business to Customer – Người bán hàng trực tiếp

Đây là mô hình B2C phổ biến nhất tại Việt Nam. Thực chất, mô hình này đã ra đời từ rất lâu, xuất phát điểm chính là những hoạt động trao đổi, giao dịch giữa người mua và người bán. Ngày nay, B2C theo hình thức này được hiểu là các nhà bán lẻ trực tuyến. Nhà cung cấp ở đây có thể là doanh nghiệp nhỏ, siêu nhỏ hoặc chỉ đơn giản là phiên bản trực tuyến của các cửa hàng tạp hóa.

* B2C trung gian qua các kênh trực tuyến

Trung gian qua các kênh trực tuyến nở rộ vào khoảng 5 năm trở lại đây và chính thức bùng nổ trong thời gian dịch covid diễn biến phức tạp. Chúng ta nói như vậy là hoàn toàn có cơ sở. Hãy nhìn cách Shopee, Lazada và Tiki tạo ra lợi nhuận khủng. Có thể nói, so với hình thức B2C truyền thống thì B2C trung gian đang dần chiếm ưu thế hơn hẳn và tương lai rất có thể sẽ thay thế phần lớn mô hình người bán hàng trực tiếp.

* Business to Customer dựa vào quảng cáo

Sử dụng quảng cáo để thu hút khách hàng vào website bán hàng của mình là đặc thù của mô hình này. Mô hình sử dụng công cụ SEO để tăng thứ hạng tìm kiếm ở Google và thu hút thêm nhiều lượt truy cập miễn phí.

* Mô hình kinh doanh B2C dựa trên cộng đồng

Các cộng đồng mạng xã hội được xây dựng trên các sở thích của một nhóm đối tượng khách hàng tiềm năng. Dựa vào yếu tố này mà các nhà kinh doanh tiếp cận được người tiêu dùng, sử dụng các hình thức quảng cáo và tiếp thị phù hợp với mục tiêu. Một số nền tảng xã hội có số lượng người sử dụng nhiều nhất là Facebook, Instagram…

* Mô hình B2C dựa trên tính phí

Mô hình này được xây dựng dựa trên sự trả phí sản phẩm. Bên cạnh đó, người tiêu dùng cũng được trải nghiệm miễn phí một phần dịch vụ. Tuy nhiên, để sử dụng các dịch vụ một cách đầy đủ và cao cấp hơn thì khách hàng cần phải trả phí cho nhà cung cấp. Netflix chính là website nổi tiếng thực hiện theo mô hình này.