## B2C - Business To Consumer (Doanh nghiệp - Người tiêu dùng)

#### **Định nghĩa**

**B2C** là viết tắt của cụm từ **Business To Consumer** trong tiếng Anh.

**B2C** là thuật ngữ mô tả giao dịch giữa các doanh nghiệp với người tiêu dùng. Đây là quá trình bán sản phẩm và dịch vụ trực tiếp giữa những người tiêu dùng là người cuối cùng mua sản phẩm và dịch vụ của [doanh nghiệp](https://vietnambiz.vn/doanh-nghiep-enterprise-la-gi-co-bao-nhieu-loai-hinh-doanh-nghiep-20190731100453711.htm" \o "doanh nghiệp). Hầu hết các doanh nghiệp bán trực tiếp cho người tiêu dùng có thể được gọi là các doanh nghiệp B2C.

B2C trở nên vô cùng phổ biến trong thời gian *bong bóng dot-com* cuối thập niên 90 khi nó chủ yếu được dùng để chỉ các nhà bán lẻ trực tuyến bán sản phẩm và dịch vụ cho người tiêu dùng thông qua mạng Internet.

Là một [mô hình kinh doanh](https://vietnambiz.vn/kinh-doanh/khoi-nghiep.htm" \o "mô hình kinh doanh), *B2C* có sự khác biệt đáng kể so với mô hình [B2B](https://vietnambiz.vn/b2b-la-gi-su-khac-biet-giua-b2b-va-b2c-20190802165506343.htm" \o "B2B), trong đó chỉ sự giao dịch giữa hai hoặc nhiều doanh nghiệp với nhau.

#### Đặc điểm

**B2C** là một trong những mô hình bán hàng phổ biến nhất và được biết đến rộng rãi trên thế giới.

B2C theo truyền thống được gọi là mua sắm tại các trung tâm thương mại, ăn uống tại nhà hàng, trả tiền cho việc xem phim,... Tuy nhiên, sự trỗi dậy của Internet đã tạo ra một kênh kinh doanh B2C hoàn toàn mới dưới hình thức [thương mại điện tử](https://vietnambiz.vn/thuong-mai-dien-tu-e-commerce-la-gi-cac-loai-hinh-giao-dich-20190801150639309.htm" \o "thương mại điện tử) hoặc bán hàng hóa và dịch vụ qua Internet.

Bất kì doanh nghiệp nào phụ thuộc vào doanh số B2C đều phải duy trì mối quan hệ tốt với khách hàng của họ để đảm bảo họ sẽ quay lại. Không giống như B2B có các chiến dịch tiếp thị hướng đến việc chứng minh giá trị của sản phẩm hoặc dịch vụ, các công ty dựa vào B2C phải đưa ra những hoạt động tiếp thị hướng đến cảm xúc của khách hàng.

### Các loại mô hình kinh doanh B2C và ví dụ

Thông thường có 5 loại mô hình kinh doanh B2C trực tuyến mà hầu hết các công ty sử dụng để nhắm đến đối tượng người tiêu dùng.

**1. Người bán hàng trực tiếp**

Đây là mô hình phổ biến nhất, trong đó mọi người mua hàng hóa từ các nhà bán lẻ trực tuyến. Chúng có thể bao gồm các nhà sản xuất hoặc doanh nghiệp nhỏ, hoặc đơn giản là các phiên bản trực tuyến của các cửa hàng bách hóa sản phẩm đến từ các nhà sản xuất khác nhau.

**2. Trung gian trực tuyến**

Đây là những người không thực sự sở hữu các sản phẩm hoặc dịch vụ mà giữ vai trò kết hợp người mua và người bán với nhau.

**3. B2C dựa trên quảng cáo**

Mô hình này sử dụng nội dung miễn phí, cho phép khách truy cập vào một trang web. Hiểu một cách đơn giản, khối lượng lớn lượng truy cập web được sử dụng để bán quảng cáo, bán hàng hóa và dịch vụ.

**4. B2C dựa vào cộng đồng**

Các nền tảng mạng xã hội như Facebook, xây dựng cộng đồng trực tuyến dựa trên sở thích chung, giúp các nhà tiếp thị và nhà quảng cáo quảng bá sản phẩm của họ trực tiếp đến người tiêu dùng. Những trang web như thế này sẽ nhắm mục tiêu quảng cáo dựa trên nhân khẩu học và vị trí địa lí của người dùng.

**5. B2C dựa trên phí**

Các trang web trực tiếp hướng đến người tiêu dùng như Netflix thu phí để người tiêu dùng có thể truy cập nội dung của họ. Trang web cũng có thể cung cấp nội dung miễn phí, nhưng có giới hạn, và sẽ tính phí cho hầu hết nội dung. *(Theo Investopedia)*

**C2B - Consumer To Business (Người tiêu dùng - Doanh nghiệp)**

**Định nghĩa**

**C2B** là viết tắt của cụm từ **Consumer To Business** trong tiếng Anh.

**C2B** là mô hình kinh doanh trong đó người tiêu dùng tạo ra giá trị và bán lại giá trị đó cho doanh nghiệp. Trái ngược với khái niệm phổ biến về [B2C](https://vietnambiz.vn/b2c-la-gi-cac-loai-mo-hinh-kinh-doanh-b2c-20190808100636765.htm) nơi các công ty cung cấp hàng hóa và dịch vụ cho người tiêu dùng cuối, mô hình C2B cho phép doanh nghiệp trích xuất giá trị từ người tiêu dùng và ngược lại.

Ví dụ: Khi người tiêu dùng viết đánh giá hoặc đưa ra ý tưởng hữu ích để phát triển sản phẩm mới thì người tiêu dùng đó đang tạo giá trị cho doanh nghiệp nếu như doanh nghiệp chấp nhận những thông tin đầu vào đó.

### **Các hình thức kinh doanh của C2B**

Các [mô hình kinh doanh](https://vietnambiz.vn/mo-hinh-kinh-doanh-business-model-la-gi-20190731174528385.htm) của C2B bao gồm mô hình đấu giá ngược hoặc mô hình thu thập nhu cầu, cho phép người mua đặt tên và định giá riêng cho hàng hóa hoặc dịch vụ của họ. Trang web thu thập giá thầu nhu cầu sau đó cung cấp giá thầu cho người bán tham gia.

Trong thị trường C2B, các vai trò liên quan đến giao dịch phải được thiết lập và người tiêu dùng phải cung cấp được giá trị cho doanh nghiệp.

Một hình thức khác của C2B xảy ra khi người tiêu dùng cung cấp cho [doanh nghiệp](https://vietnambiz.vn/doanh-nghiep-enterprise-la-gi-co-bao-nhieu-loai-hinh-doanh-nghiep-20190731100453711.htm) cơ hội dựa trên phí tiếp thị sản phẩm của doanh nghiệp trên blog của người tiêu dùng.

Ví dụ, các doanh nghiệp về thực phẩm có thể thuê các food blogger quảng cáo cho sản phẩm của họ. Các đánh giá trên Youtube hoặc blog có thể được khuyến khích bởi các sản phẩm miễn phí hoặc thanh toán trực tiếp.

### **Các đối tượng trong mối quan hệ C2B**

Mô hình **C2B** đã phát triển mạnh mẽ trong thời đại Internet vì khả năng tiếp cận những khách hàng đã có sự kết nối tới thương hiệu. Khi mối quan hệ kinh doanh đã từng chỉ là một chiều, với việc các công ty đưa dịch vụ và hàng hóa tới người tiêu dùng, mạng lưới hai chiều mới đã cho phép người tiêu dùng trở thành doanh nghiệp của chính họ.

Để mối quan hệ C2B được hình thành, những người tham gia phải được xác định rõ ràng. Người tiêu dùng có thể là bất kì cá nhân nào, có sản phẩm hoặc dịch vụ nào đó để cung cấp cho doanh nghiệp. Ví dụ: có thể là một blogger giới thiệu sản phẩm cho các nhãn hàng, một nhiếp ảnh gia cung cấp hình ảnh cho các doanh nghiệp.

Người tiêu dùng cũng có thể là người trả lời các cuộc thăm dò thông qua trang khảo sát hoặc cung cấp dịch vụ tuyển dụng bằng cách giới thiệu ai đó thông qua các trang web giới thiệu tuyển dụng.

Doanh nghiệp trong mô hình này có thể là bất kì công ty nào có kế hoạch mua hàng hóa hoặc dịch vụ từ các cá nhân trực tiếp hoặc thông qua người trung gian. Đối tượng trung gian sẽ kết nối doanh nghiệp cần một dịch vụ hoặc hàng hóa nào đó với những cá nhân có khả năng cung cấp chúng, trung gian hoạt động như một cổng thông tin cho cả người mua và người bán.

Các trung gian thúc đẩy hàng hóa và dịch vụ thông qua các kênh phân phối và cung cấp cho các cá nhân dịch vụ quảng cáo, hậu cần và chuyên môn kĩ thuật.

### **Khó khăn và thách thức**

Bởi C2B là một mô hình tương đối mới, các vấn đề pháp lí tiềm ẩn như cách lập hóa đơn và nhận tiền vẫn chưa được giải quyết một cách triệt để. Một công ty truyền thống sẽ chỉ cần trả lương cho một nhóm nhân viên nhất định, nhưng các doanh nghiệp C2B có thể phải xử lí hàng ngàn khoản thanh toán của khách hàng.

Theo đuổi cách tiếp cận C2B là một lựa chọn chiến lược và đòi hỏi phải có cam kết liên quan đến người tiêu dùng trong các quyết định kinh doanh. Điều này cần thêm nỗ lực, nguồn lực và kỉ luật để tránh tập trung vào nội bộ, nhưng điều quan trọng là doanh nghiệp phải thành công trong thị trường hướng đến người tiêu dùng.