

Business to Consumer

Da Wikipedia, l'enciclopedia libera.

Con **Business to Consumer**, spesso abbreviato in **B2C**, si indicano le relazioni che un'impresa commerciale detiene con i suoi clienti per le attività di vendita e/o di assistenza. Questa sigla è utilizzata soprattutto quando l'interazione tra impresa e cliente avviene tramite internet, ovvero nel caso del commercio elettronico.

Indice

- 1 Classificazioni del commercio elettronico
 - 1.1 Intermediari online
 - 1.2 Modelli Advertising-based
 - 1.3 Modelli basati sulla comunità
 - 1.4 Modelli fee-based
- 2 Vantaggi del commercio B2C
- 3 Voci correlate

Classificazioni del commercio elettronico

Intermediari online

Gli intermediari online sono le aziende che facilitano le transazioni tra clienti e venditori, ricavando una percentuale dal valore della transazione stessa. Costituiscono attualmente la maggior parte delle aziende operanti nel B2C.

- Brokers: i brokers offrono un tipo di facilitazioni per gli scambi.
- Infomediari: un infomediario è un sito specializzato che offre servizi ai potenziali clienti.

Modelli Advertising-based

Modelli basati sulla comunità

Modelli fee-based

Vantaggi del commercio B2C

Il commercio elettronico B2C ha i seguenti vantaggi:

- Gli acquisti possono essere più rapidi e più convenienti.
- Le offerte e i prezzi possono cambiare istantaneamente.
- I call center possono essere integrati con il sito web.
- Le comunicazioni broadband aumenteranno la soddisfazione nelle vendite.

Voci correlate

- Business to Business
- B2B2C
- Commercio elettronico



Portale Economia: accedi alle voci di Wikipedia che trattano di economia

Categoria: Commercio | [altre]

- Questa pagina è stata modificata per l'ultima volta il 22 mar 2014 alle 12:58.
- Il testo è disponibile secondo la licenza Creative Commons Attribuzione-Condividi allo stesso modo; possono applicarsi condizioni ulteriori. Vedi le Condizioni d'uso per i dettagli. Wikipedia® è un marchio registrato della Wikimedia Foundation, Inc.