SWOT分析

|  |  |
| --- | --- |
| 優勢（Strength） | 劣勢（Weakness） |
| 1. 節省資料蒐集時間  2. 景點排序推薦  3. 顯示停留時間 | 1. 平日人潮不需使用此系統  2. 需有網路才可使用  3. 無廣泛使用，限定雙北地區 |
| 機會（Opportunity） | 威脅（Threat） |
| 1. 避開人潮  2. 及時定位  3. 使用方便 | 1. 網路訊號影響  2. 喜愛跟團旅遊者，不需自行安排行程  3. 無流量無廣告推薦 |

五力分析

|  |  |
| --- | --- |
| 供應商議價能力 | 高等供應商議價能力   1. 獨佔的供應商 |
| 消費者議價能力 | 中等消費者議價能力   1. 目前使用者數量不多 2. 網路資訊蒐集容易 3. 系統具差異性 |
| 替代品威脅 | 威脅力道高（旅行社）   1. 替代品轉換成本低 2. 替代品功能與此系統相似 |
| 潛在競爭者 | 中等的產業新進者力量   1. 進入門檻能力高 2. 使用者忠誠度不一 |
| 現有競爭者 | 強大的產業競爭力（Funliday、TimePipe Go）   1. 產品功能部分相似 2. 消費者轉換成本低 |