第二章 營運計畫

1. 可行性分析

運動科技近幾年百花齊放，除了大眾健康意識抬頭，並且因誤聯網、雲端技術成熟，從健身房到各類硬體都能加裝感測器，偵測使用者行動、蒐集數據，同時，網路社群也扮演催化角色，加入社群功能，解決以往一個人運動很無聊的問題，而本專題將人工智慧導入至網頁內，並打造虛擬教練，此為產業界正積極發展的方向。

1. 商業模式
2. 市場分析

為了此系統對於市場分析目標市場的調查和研究，以了解市場的潛在需求、市場區隔、目標市場、產品定位等情況，從而制定適合的健身方案，來滿足客戶的需求。下表是我們對健身目的進行市場分析STP。

|  |  |
| --- | --- |
| 市場區隔  (Segenting) | 本團隊將使用我們系統的用戶分為兩大類：   * 健身目的：增肌、肌耐力、減脂、心肺能力、肌肥大 * 健康狀況：   體重過輕者（BMI小於18.5）  體重正常者（BMI介於18.5和24之間）  體重過重、肥胖者（BMI大於24） |
| 目標市場  (Targeting) | 主要的健身活動目的分別為  增肌  肌耐力  減脂  心肺能力  肌肥大 |
| 產品定位  (Positioning) | 根據每個用戶的特徵和需求，提供相應的健身方案和服務，以及相應的社交功能，提高用戶的參與度。 |

1. 競爭力分析

為了解本系統的定位及發展策略，分別針對內部及外部進行 SWOT 分析。

|  |  |
| --- | --- |
| 優勢(Strength) | 劣勢(Weakness) |
| 健身資源豐富  社交互動功能  個性化服務 | 技術問題  競爭壓力  用戶黏性問題 |
| 機會(Opportunity) | 威脅(Threat) |
| 運動意識抬頭  智能設備整合 | 隱私和安全問題  法規限制 |

* + - 優勢(Strength)

1. 健身資源豐富：為客戶提供豐富的健身資源和內容。
2. 社交互動功能：具強大的社交功能，可以促進用戶之間的互動和交流。
3. 個性化服務：為不同客戶的健身目標和需求提供合適的健身計畫和建議。
   * + 劣勢(Weakness)
4. 技術問題：可能面臨系統崩潰、用戶體驗不佳，影響了用戶的滿意度和使用率。
5. 管理會員和評論需花費許多資金和時間。
6. 競爭壓力：市場競爭激烈，存在著許多競爭對手，包括大型健身品牌、社交媒體平台等，這可能使平台難以突出並吸引更多用戶。
7. 用戶黏性問題：用戶參與程度若不高，短時間內流失用戶的風險較高。
   * + 機會(Opportunity)
8. 運動意識抬頭：人們對健康和健身的重視不斷提高，市場呈現增長趨勢。
9. 智能設備整合：可以與智能穿戴裝置整合，收集用戶的運動數據並提供更加個性化的健身計劃。
   * + 威脅(Threat)
10. 隱私和安全問題：用戶數據泄露和安全問題可能對健身社交平台造成威脅，影響用戶信任度和平台形象。
11. 法規限制：若涉及個人隱私保護、數據收集和處理等方面的法律法規，可能對平台運營造成影響