**Điểm mạnh:** Năng lực nội tại mang lại cho bạn lợi thế cạnh tranh.

**Sản phẩm độc đáo và thủ công**: Mỗi món trang sức từ vỏ sò được làm thủ công. Điều này tạo ra sự hiếm có và giá trị cao về mặt cá nhân hóa, đặc biệt với khách hàng tìm kiếm sản phẩm mang tính độc quyền.

**Thương hiệu gắn liền với thiên nhiên**: Thị trường trang sức đang có sự dịch chuyển rõ rệt về phía các sản phẩm thân thiện với môi trường. "Shell's Secret" có lợi thế cạnh tranh khi tận dụng câu chuyện vỏ sò từ thiên nhiên, thu hút những khách hàng có ý thức bảo vệ môi trường.

**Tính bền vững và trách nhiệm xã hội**: Sản phẩm từ vỏ sò không chỉ thân thiện với môi trường mà còn có thể gắn với các thông điệp về bảo vệ đại dương và hệ sinh thái biển. Bằng cách kết hợp việc bán sản phẩm với những hoạt động nâng cao nhận thức về bảo vệ môi trường, thương hiệu "Shell's Secret" có thể xây dựng lòng tin và lòng trung thành từ những khách hàng quan tâm đến trách nhiệm xã hội.

**Sự linh hoạt trong thiết kế**: Vì mỗi chiếc vỏ sò đều độc đáo, bạn có khả năng tạo ra nhiều bộ sưu tập với thiết kế đa dạng mà không lo trùng lặp. Điều này giúp bạn dễ dàng thử nghiệm những xu hướng thời trang mới và cung cấp sản phẩm tùy chỉnh theo yêu cầu, tăng tính cá nhân hóa cho khách hàng.

**Điểm yếu:** Những hạn chế nội tại hoặc lĩnh vực cần cải thiện.

**Hạn chế về quy mô sản xuất**: Do sản phẩm được làm thủ công và nguồn nguyên liệu (vỏ sò) có thể không phải lúc nào cũng sẵn có, quy mô sản xuất bị giới hạn. Điều này có thể cản trở việc đáp ứng nhu cầu khi doanh nghiệp mở rộng hoặc khách hàng tăng đột biến.

**Giá thành cao**: Vì sản phẩm thủ công và có tính nghệ thuật cao, giá thành có thể sẽ cao hơn các sản phẩm trang sức công nghiệp. Điều này có thể khiến sản phẩm khó tiếp cận được với phân khúc khách hàng tầm trung và bình dân.

**Thiếu nhận diện thương hiệu**: Là một thương hiệu khởi nghiệp mới, "Shell's Secret" chưa có sự nhận diện mạnh trên thị trường, cần nhiều thời gian và nguồn lực để xây dựng lòng tin và sự quen thuộc với khách hàng.