**2-2 商業模式－Business Model**

**目標客群**

缺乏相關知識和輔助，但希望調整飲食習慣或堅持健康飲食的人。

**顧客關係**

1. 提供適合不同使用者的個性化食譜，以滿足使用者需求。
2. 建立用戶社團，促進用戶間的互動和經驗分享，提升用戶黏性。

**通路**

1. 與健康相關的部落客、社群或網站進行合作，增加訪問量和品牌知名度。
2. 用戶分享在其他社群平台，擴大影響力和吸引用戶。

**關鍵合作夥伴**

營養師公會：提供專業背書，如中華民國營養師公會全國聯合會、台北市營養師公會、新北市營養師公會。

**關鍵活動**

1. 社團：促進用戶之間的心得分享和原創食譜交流。
2. 打卡系統：用戶可通過打卡獲得點數，提升等級並登上排行榜。
3. 用戶數據分析：收集和分析用戶對食譜的評價，優化用戶體驗。

**關鍵資源**

1. 經過精密訓練的AI營養師。
2. 多種方式幫助用戶獲得健康飲食習慣。
3. 專業營養師提供的諮詢服務。

**價值主張**

提供能快速獲取個性化健康食譜的途徑，幫助用戶輕鬆實現健康飲食目標。

**成本結構**

1. 開發成本：網站的開發費用，包括金錢、時間和人力。
2. 維護成本：網站的持續維護與定期更新。
3. 行銷推廣成本：市場營銷和品牌推廣費用。

**收益流**

* 前期：提供免費服務，吸引用戶並建立社群基礎，但營養師諮詢服務會收取費用。
* 後期：在達到目標社群基礎後，會以下列為主要收益流。
  + 廣告收入：與健康相關品牌合作投放廣告。
  + 會員訂閱：提供高級會員服務，提供專屬優惠。
  + 諮詢服務：由專業營養師回覆用戶問題。