**引用Alexander Osterwalder在《獲利世代》的提到九個要素商業分析方法，簡單整理佳縈所羅列的網站。大致看過各網站內容後歸納為三大類：**

***※ 剔除顧客關係與收益流→****考量到實際進行商業活動才會產生其意義，因此先略過。*

**搜尋檢索型**

A. 價值主張 (如何幫助客戶)

縮短作業時間

B. 關鍵活動 (你做哪些事)

優化搜尋體驗、開發輔助工具

C. 關鍵資源 (你擁有什麼)

法院公開資料、歷史資料、權威人士見解

D. 關鍵合作夥伴 (誰能幫你)

律所、MIS、法院?

E. 成本結構 (你要付出什麼)

蒐集廣泛資料、資料清理、詞庫建立、語言分析、伺服器架設維護

F. 通路(別人如何得知你)

線上廣告、實體活動(研討會、座談會等...)

G. 目標客層 (你要幫助哪些人)

律師、法律工作者、學者、學生

**媒合配對型**

A. 價值主張 (如何幫助客戶)

適才適用

B. 關鍵活動 (你做哪些事)

讓客戶找到其對應需求的律師

C. 關鍵資源 (你擁有什麼)

合作律師、淺顯易懂的文章及資訊(類似科普文章的概念)

D. 關鍵合作夥伴 (誰能幫你)

律師、文章提供者

E. 成本結構 (你要付出什麼)

提高網站豐富度、各屬性(律師及資訊)類別的完整性

F. 通路(別人如何得知你)

線上廣告(相關網路文章協同投放)、法律實體窗口(調解委員會?)

G. 目標客層 (你要幫助哪些人)

律師、不特定一般個人

**主題導向型 (媒合配對型的子集)**

A. 價值主張 (如何幫助客戶)

提供特定問題整合解決方案

B. 關鍵活動 (你做哪些事)

協助客戶檢視所有相關細節及後續處理

C. 關鍵資源 (你擁有什麼)

該領域專業資料(判決、案例)、客戶服務累積紀錄

D. 關鍵合作夥伴 (誰能幫你)

律所與律師、會計師事務所與會計師(企業客戶)、社工師與心輔師(個人客戶)

E. 成本結構 (你要付出什麼)

作業方案的標準化、解讀相關資訊協調資源

F. 通路(別人如何得知你)

線上廣告(相關網路文章協同投放)

G. 目標客層 (你要幫助哪些人)

特定法律事務需求人(新創、一般個人)