**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)

* [台] For-note（目標客群：律師or法律從業人員）

1. 基本功能看起來跟Lowsnote很相似，都可以搜尋判決書，但搜尋效果不得而知。體驗會員600/年。沒有像Lowsnote提供那麼多種版本(免費、入門、專業、企業)。
2. 看使用簡介個有框選段落就自動加入筆記欄的功能(怡安先前提的重點篇幅複製到Excel？)，不知是否與Lowsnote專業版中無格式複製鍵的功能雷同。
3. 另有一個部落格Forseer內有些許文章，可增進使用者其他連結，但是與For-note主站連結性很差，產品介紹區居然就只有放文章，沒有一個能直接連過去主站的連結…有點不可思議

* [台] ELAS（目標客群：離婚夫婦or其他？）

1. 離婚診療室這個產品名稱讓人印象深刻。
2. 主題很集中單一，是否就如同佳縈先前提過的，家事事件法相關構成要件已很明確，因此服務僅著眼於處理離婚的週邊問題。
3. 也有判決書搜尋功能，不過僅限於精神賠償情況，精神撫慰金求償金額的數字是主要搜尋輔助。
4. 有提供對話機器人，不過是規則問答式的，藉由問題篩選歸類出帶出相關數據(判決書、訴訟時間等)呈現結果，最後並提供合作的法律事務所聯絡資訊。

* [台] 法律圈（目標客群：一般大眾and律師）

1. 線上諮詢與媒合中介平台，主頁有很全面的詳細分類，不過很多項目點入其中是空的，據使用說明似乎需要由註冊律師來撰寫文章以填補相關內容，官方沒有主動增加網站豐富性，主要功能應該還是放在讓一般大眾搜尋律師。

* [台] 智由博集（目標客群：律師 and 一般大眾?）

1. 標題下的很明確的新媒體，有一些科技法律的文章，不過細看會發現重心似乎是放在智慧財產權。主頁有連結FB，彌補原創文章更新頻率不高的問題。

* [陸] 理脈（目標客群：律師、法務and 大型企業組織）

1. 主頁就強調使用了自然語言處理、語意分析、機器學習等技術對大量數據進行客製化的處理
2. 提供的搜尋系統涵蓋案例、法規、機構、法官、法院、律師、律所多種細項
3. 提供以數據處理為主的多種解決方案系統

* [陸] 快法務 （目標客群：一般大眾 and 小型及新創公司）

1. 綜合性法律事務服務網站，主頁就詳細載明各種服務價碼，點擊後出現類似淘寶的平台框架，對一般使用者很親切。
2. 服務內容多偏向非訟法律事務為主，工商財稅知識產權等。
3. 一站式創業法律服務感覺是個亮點。

* [陸] 贏了網 （目標客群：一般大眾and律師）

1. 也是綜合性法律事務服務網站，實質上應該是類似[台]法律圈那樣的中介平台，但合作律師數量（20000↑）非常多，服務對象涵蓋全國。
2. 法律百科區提供的文章數量比起其他網站較為充足。

* [陸] 有法務（目標客群：新創公司）

1. 主打新創企業要成立時會面對的相關法律問題，概念上很類似[陸]快法務一站式創業法律服務，服務主軸比較針對於網路新創公司，可能與近年中國互聯網興起需求量大增有關。

* [陸] 找大狀（目標客群：一般大眾and律師）

1. 跟[陸]贏了網類似規模（也是合作律師20000↑）的綜合性服務網站，但是網站介面漂亮許多，且文章更新頻繁，最近期有今年度4/30的文章，感覺對使用者宣傳效果很好。

* [陸] 法天使（目標客群：律師 and 企業）

1. 合同應該就是台灣所稱契約？鎖定合同這個單一目標並建立合同庫搜尋系統。
2. 另推出WORD外掛軟件，簡介影片看起來在WORD中提供編輯時的輔助功能。

* [陸] 法率網（目標客群：一般大眾and律師）

1. 很特別的服務型態，跳過網頁等間接媒合方式，直接使用既有的語音諮詢來連結客戶與律師。
2. 化整為零讓客戶快速取得解答的作法讓人印象深刻。不過在手機端實現配對是個關鍵技術，可由團隊成員中兩位前電信大廠轉任的技術人員得知其存在一定技術門檻。

* [陸] 無訟（目標客群：一般大眾and律師）

1. 幾個主要宣稱的亮點：驚人的平台登記律師數量（10萬↑），利用大數據案件勝率預估，15個維度分析案件律師匹配。
2. 綜合性搜尋系統，下關鍵字會直接出現案例及律師還有事務所等許多相關可能出現在下面，亦提供列舉結果及圖表分析。
3. 單從服務內容看起來最具全面性的一個服務網站，背後催生成立的天同律師事務所有很強的體系專業性？