**SWOT ＆ TOWS 分析（問卷的疑慮＋機器的新穎程度）**

### 產品介紹

本產品為一個擁有能夠掃描人體、建立3D人體模型的機器。取得人體模型後就能使用本產品之虛擬試穿功能，讓3D模型代替使用者試穿與我們合作之廠商的衣服，並將相中之衣物直接加入購物車購買，來解決試衣間使用不方便、預購中無實體衣物試穿與網購尺寸疑慮等問題。對本服務有興趣並會持續使用者能夠保存自身的身體數據，建立帳號並上傳至雲端，就能夠在各地虛擬試穿任何一家與我們合作之廠家的衣物。

**SWOT**

透過SWOT的分析可了解到產品的優劣勢以及未來推出後可能面臨之問題

S(優勢部分）

* 節省消費者試穿時間成本：使用3D掃描機器可以節省掉進出試衣間以及穿脫衣服之時間，符合現代忙碌的都市人講求效率的精神。
* 在後疫情時代人們也習慣少接觸的生活型態，我們產品能讓你在沒有接觸到實體的情況下對衣服有最大程度的了解，也能看出穿在你身上的視覺效果如何
* 可以與消費者現有服飾加以搭配：從問卷分析中可以得知，約有百分之70的民眾在乎服飾與服飾間的搭配性，我們產品可以將想要購買的商品與已經擁有的服飾加以搭配，讓你在買衣服時不用煩惱後來的穿搭
* 透過掃描身體來達成線上試穿的效果：在首次掃瞄好數據後，之後若欲使用該產品可以不需進入店面即可享受線上試衣之功能，也可以隨時享受或觀看試衣的樣子，也更容易與親友分享結果

Ｗ(劣勢部分）

* 身體數據掃描的精確度：像是如果身上穿著厚重的衣服的情況下身體數據可能會受到影響
* 如果要製作掃描機器還有掃描服飾等等，會出現非常高昂的研發成本。若是使用費用高昂，廠商的購買成本可能會轉嫁到商品價格上，將延伸更多消費者購買意願等相關問題
* 現在像是Nike, 日本樂天等都有提供2D的虛擬試穿服務，消費者可能會想使用由廠商直接推出的試穿功能而非像是我們這種掃描儀器商
* 機器呈現出的衣服的色彩可能有色差，材質可能也會跟消費者想像的不太一樣
* 介面設計得太難的話長輩可能會不願意使用，所以應該要盡量簡易化操作

O(潛在優勢）

* 網路電商等平台近幾年因為疫情逐漸變成購物的主流管道，不需要到店即可線上試穿這個服務是網購更加方便與保險
* 再加上網路使用者變多，我們可以透過網路來提升產品的曝光度
* 現代人對於時尚的關注度提高，我們產品除了有提供搭配其他單品的服務外，還更容易將你的穿搭分享給親朋好友欣賞
* 科技技術進步，掃描更精準，過去的3D模型沒辦法呈現細節，現在已經能夠做出能看出是什麼材質的程度
* 我們還可以透過數據分析，藉由消費者點擊或瀏覽商品的紀錄，進一步了解消費者喜好趨勢，並推送相關產品給消費者

T(潛在劣勢）

* 與實際產品可能會有落差，比如說身體數據的改變，若顧客的身形有比較明顯的改變，可能就會需要重新掃描身體數據
* 身體數據資安問題：問卷中最多人會有疑慮的就是資料的保護問題，可能會有人擔心資料被拿去做不當使用或遭到竊取，又或是被合作廠商變賣資料的可能性

**TOWS**

透過上一張SWOT分析的投影片，可以進一步使用TOWS交叉對比產品的優勢與劣勢。

SO(優勢與潛在優勢)：

* 後疫情時代造成實體消費模式轉型為線上購物模式，使用不僅能節省消費者試穿衣服的時間成本，還能增加產品的曝光機會。
* 現代人越來越重視時尚穿搭，適用本產品可以透過系統推薦最符合該使用者的穿搭，增加消費者使用意願。
* 而科技的進步則使3D掃描技術越加成熟，過去無法實現的模型問題，現在能夠更精準的掌握使用者身體數值，提升使用者體驗。

ST(優勢與潛在劣勢)：

* 為了解決模型與實體衣服的差距，例如體態改變、掃描問題等等，我們會新增問題回報系統與定期提示更新數據系統，讓使用者有回報錯誤的管道與提醒使用者更新新的身體數值。
* 在資安方面我們也會定期加強防護，保護使用者的資料。另外使用者資料會掌握在我們手上而非各家廠商，不讓資料有被不當使用的風險。

WO(劣勢與潛在優勢)：

* 為了降低掃描誤差，我們會加上警語告知使用者為了掃描的準確性，建議使用者穿著較為貼身的衣服。
* 網路時代下我們可以透過網路增加知名度，加強廠商簽約的意願。
* 本產品的特色是推薦系統與3D全方位掃描，比起2D掃描擁有更準確且全面的試穿體驗，而推薦系統也能為消費者帶來參考性與便利性。

WT(劣勢與潛在劣勢)：

* 預防衣物與實體之差距，定期強化建模系統的精準度，並增加實體衣服的照片供消費者參考，來減少認知上的誤差。
* 並且為了減少開發成本，本產品不開發專屬APP，而是架設網頁來減少開發成本，降低採用設備的門檻。