修正前:

七、 项目发想

从产业分析报告中，本组发现美妆网络产业的痛点为网购无法实际体验，消费者从广告接收美妆信息，但仅能藉由查阅部落客试用心得、到专柜试妆等方式取得更多体验信息，却不一定能够亲身体验彩妆功效，存在可能买到不合适商品的风险。为解决此痛点，本组结合网络平台与O2O模式，于校园内设立一个共享化妆台，藉由与品牌的合作取得免费样本，置于共同空间供消费者预约试用，试用后了解合适度便可在线购买优惠彩妆品。

 项目名称：BeautiGod美翻啦

 项目目标：打造舒适试妆环境，使得所有对彩妆有兴趣的学生都能够买到合适商品，以提升网络美妆广告的效益。

修正後:

从产业分析报告中，本组发现美妆网络廣告产业的痛点为”無法提供实品体验”以及”無法精准投放廣告”。消费者从广告接收美妆信息，通常仅能藉由查阅部落客试用心得、到专柜试妆等方式取得更多体验信息，却不一定能够亲身体验彩妆功效，存在可能买到不合适商品的风险。为解决此痛点，本组结合网络平台与O2O線上線下模式，于校园内设立一个共享化妆台，藉由与品牌的合作取得免费样本，置于共同空间供消费者预约试用，试用后了解合适度便可在线购买优惠彩妆品。另外由於不同族群的經濟能力差異，購買的商品價位也會有所落差，大多学生傾向於购买較平價的化妆品，可能使得高档的化妆品广告投放在学生上效益不彰，因此透過數據分析有效地將学生族群可能使用的化妆品等级精准投放在上述美妆间，可以有效吸引学生购买合适美妆商品。

项目名称：Beauty X God美翻啦

项目目标：打造舒适试妆环境，使得所有对彩妆有兴趣的学生都能够买到合适商品，並且享有試用後再購買的服務，以提升网络美妆广告的效益。

項目服務：品牌可購買網站平台上的非實體廣告與化妝間內的實體廣告，並提供樣品、試用品，我們將這些樣品置於化妝間中，校園美妝消費者透過Beauty X God網站平台預約校園化妝間享受試妝，確認是否合適後便可於Beauty X God網站購買該美妝產品。

从产业分析报告中，本组发现美妆网络广告产业的痛点为”无法提供实品体验”以及”无法精准投放广告”。消费者从广告接收美妆信息，通常仅能藉由查阅部落客试用心得、到专柜试妆等方式取得更多体验信息，却不一定能够亲身体验彩妆功效，存在可能买到不合适商品的风险。为解决此痛点，本组结合网络平台与O2O在线线下模式，于校园内设立一个共享化妆台，藉由与品牌的合作取得免费样本，置于共同空间供消费者预约试用，试用后了解合适度便可在线购买优惠彩妆品。另外由于不同族群的经济能力差异，购买的商品价位也会有所落差，大多学生倾向于购买较平价的化妆品，可能使得高档的化妆品广告投放在学生上效益不彰，因此透过数据分析有效地将学生族群可能使用的化妆品等级精准投放在上述美妆间，可以有效吸引学生购买合适美妆商品。

项目名称：Beauty X God美翻啦

项目目标：打造舒适试妆环境，使得所有对彩妆有兴趣的学生都能够买到合适商品，并且享有试用后再购买的服务，以提升网络美妆广告的效益。

项目服务：品牌可购买网站平台上的非实体广告与化妆间内的实体广告，并提供样品、试用品，我们将这些样品置于化妆间中，校园美妆消费者透过Beauty X God网站平台预约校园化妆间享受试妆，确认是否合适后便可于Beauty X God网站购买该美妆产品。