心得報告

此次課堂主要是在講述目標族群跟機器學習，而我認為商科人在最決策時最需要了解的一點就是：你的目標客群到底是誰？

只有抓到了目標族群，並且針對他們去做行銷活動，這樣投入下去的成本才有意義！雖然這些道理大家都明白，但沒有看到直觀的數字出來想必很多人都無法感同身受，因此皓軒學長這次透過讓我們在課堂上小組討論一個問題，來讓大家更清楚的了解，是否有預測市場對於企業淨利帶來的巨大影響，在預測市場的方面，雖然總體來看，收入是減少的，但相比沒有鎖定目標族群來說，投入的行銷成本卻是大大下降的，因此，整體淨利更是增加了將近2.6倍，這些數字都能讓我們了解鎖定目標族群、針對目標族群投放廣告，到底能對企業帶來多大的收益！

因此，行銷人要做的不再僅僅只是思考如何做出一個能吸引大眾的行銷方案，而是如何針對某些特定族群，發想出對他們有巨大吸引力的方案，因為就像孟彥老師常說的：「你無法討好所有人！」，而這也就是找出目標族群的重要性了。