**陳潔思 B10401044**

**四企管三甲**

**2018.05.14**

**行銷資料科學課後心得**

繼上一堂課有關於如何跑出市場分析等的圖標與方式之後。這一趟課很有連貫性的開始教大家如觀察與應用這些視覺化圖表在實際的市場分析上面。

既然是要做目標市場行銷，  
能找到有效率且快速的方式能進行?

我們跑出來圖標之後，能夠做什麼？我覺得這才是大數據最有價值的地方。透過觀察我們跑出來的圖表，去了解我們公司或產品的目標市場以及族群，再透過這些資料去做市場分析。最重要的就是最終要找到行銷產品或公司的策略。才能達成企業最終的目標—利潤。

從企管行銷人傳統的做行銷市場區隔的做法，我們往往都是利用非常感性的方法去分析。例如，我們常常觀察其他競爭者的策略、過往的經驗以及假設自身在市場上的定位等方法去做市場區隔與分析。我們其實都知道這樣的方式其實是非常模糊而且不精確的。但是，我們沒有更好的方法。

透過上課所學的這些基本知識，雖然我沒有完全了解如何去撰寫這一些能夠跑出這些有價值數據的深入方法。但是，我了解這一些決策都能變得更加精確，並且更具說服力。從這種邏輯且科學的參考資料去做市場區隔與分析，能夠大量的減少企業做出錯誤決策與行銷廣告的成本。為企業創造最大化利潤與效益是優秀企管人的必要條件之一。這一些技能將為未來我們進入職場增加了絕對的競爭力。

企業重視的其實並不是我麼能夠把資料跑得多麼的完整與詳細。而是需要能夠創造出更多價值的資料。我們也可以透過這些方法，去預估行銷成本與實際行銷績效到底是否有達到最大化效益。在上課是老師讓我們參與的成本計算實作，我覺得對我來說有很大的意義。我經常會思考一些企業在做決策的時候，應該用什麼樣的方式去計算：該公司所投入的行銷方式到底應該怎麼去計算到底有沒有效益？這對行銷人來說是一件非常重要的功課。未來，我們在進入職場的時候，我們一定會遇到這一些問題，但是這個方法是我目前學習到最有力證據的方法。覺得在這一堂課有滿滿的收穫。

從開學到現在，學習這一堂課。雖然現在其實沒有掌握到如何去撰寫這些資料的程式。因為我能夠自學的時間並不多，但從開學到現在，從對這個城市語言感到陌生，甚至覺得非常氣餒與失落。到現在會開始自己解決自己的Error，而且Error也大大的減少，也會不停的問老師、同學、與其他助教如何解決問題。我想，這一堂課除了課堂上所學。我也學習其他附加價值的收穫。