陳潔思B10401044

四企管三甲

2018.05.21

**行銷資料科學—演講課**

以目前全球企業相互競爭激烈的市場。大數據與數位科技之所以重要的其中一個原因是：誰能更快與更精確的掌握數據，就像等與手中掌握着一塊有價值的但未經雕塑的“美玉”。當企業能夠收集到市場上的消費者的瀏覽、銷售、以及購買記錄等資料的時候會，就等於擁有了這一塊“美玉”。但要如何把這塊有“美玉”變得有價值，又是現代企業更需要專研的部分。

要把企業所收集到的數據變得有價值才能為企業帶來利潤。

我認為數位化科技與大數據的價值對企業來說之所以重要是因為它能給企業帶來更多的價值以及利潤。否則，如果企業持續獲利與進步那為什麼還需要引進成本如此高以及需要花很多時間去優化和研究的系統呢？

大數據的時代，讓企業更容易的了解消費者對企業的想法以及企業的產品與服務在現實市場中的競爭力與佔有率。我認為其中最有價值的部分在於讓企業更有方向去進行研發以及行銷。比起以往經驗式的思考方式，有“科學證明”的數據讓企業更有行銷方向，從這一方面不但降低了企業成行銷成本。同時也能夠估計行銷效益，做出更精準的行銷投放。

除了從企業的角度來思考，消費者也能透過這一些分析數據獲得更多在進行消費決策上更划算的選擇。從而讓市場上漸漸變成有價值與有品質的商品與產品才能“存活到最後”的消費者“共享資源”模式。例如，網紅行銷雖然也可能是廠商或者企業所投資的一種行銷手法。但是，更多時候網紅也會為了保護自己的名聲以及信度，而去選擇較知名與有品質的商品去做分享。

數據分析的重要性不只是各位公司產品的的分析價值。而在與學術上的分析也有很大的運用空間，包括統計分析等學術性研究。例如，老師在上課時也有提到的交換學生得例子。

希望自己在這個領域也有更多的收穫以及知識。