**Urcosme分享心得**

本次上課很幸運的可以聽到Urcosme創辦人本尊來分享，更了解了這個網站的行銷技術以及創辦不易的歷程。

我了解到Urcosme實際上會收集行為特徵、互動記錄和足跡記錄，並把這些資料儲存轉為行銷資料。從這些資料察言觀色，就可以得知消費者的購買動機。DMP（data management Platform）是Urcosme資料商業智慧應用核心，其中最難的是大數據處理的方法，資料切分的方法是困難的尤其在資料量越多的時候。這些DMP 的應用例如行銷自動化，訊息投放系統，Motion視覺化及時報表系統。創辦人也表示其實他長期觀察消費者評論，很容易就可以看出哪些是業配文。只有廠商自己看不出而已。Urcosme定期都會向廠商開設產業分析趨勢的講座，讓廠商了解產品趨勢等等。

以前一天都新增100多個會員但現在減緩了，一天不到100個。所有的會員心得都是網站使用者自行上來打的，並不會花錢叫員工去打心得文。全公司最真實口碑產出的價值是最注重的KPI。目前也新增了會員收費VIP，收費99元。

目前網站最有效果的活動是Coupon送客活動，與廠商合作。100人申請coupon有50人實際去實體店面消費。目前正在解析這類消費者對哪些coupon有興趣，可以預測帶給品牌的價值效果，並且可以控制對廠商的服務定價。

未來五年需要虛實整合，消費者還沒到專櫃，櫃姐就知道你的膚質，買過什麼產品等等。

最後創辦人提到創辦Urcosme的14年中，燒了7-8年的錢，團隊還是努力堅持下來了，目前都可以賺到20%的利潤，實屬非常不易。也讓我深深感受到想要創業，真的不僅需要努力，還需要堅持，謝謝創辦人的分享！