感謝業師陳宗明來為我們上課，使我們能更加了解UrCosme這個網站，此網站有三個重要的資料庫，分別為商品數、會員數、心得數，代表著網站有眾多的產品心得與消費者的連結。資料的流入來源影響著一個社群的品質，消費者在收尋引擎上主動搜尋關鍵字代表著消費者的動機及目標明確，這個搜尋的動作會被記錄下來，企業能透過GA來做分析找出客群或行銷策略。社群媒體已滲透我們的生活中，隨時隨地都拿出來觀看、分享也會利用社群媒體來找想購買之商品的評論，可見口碑的重要性，每一個顧客接觸點都深深影響者著店家在顧客心目中的評價，連廁所的舒適度都會是顧客還會不會再光臨的重要接觸點，口碑建立緊密連結著消費者的使用心得。

在網路上的使用行為都會被cookie記錄下來，不管在社群媒體或拍賣網站等等都會自動推薦一些商品或網頁內容給你，使我們原本沒有要花錢或花時間，但突然看到自動出現標題吸引著妳的東西，就會不由自主的點下去，只能說資訊發達的時代，真沒有什麼隱私權，個資感覺都被洩漏光光，甚至有時候連社群媒體都比自己更了解自己。