這堂課老師提到雀巢咖啡的案例，並證實產品好不代表一定可以成功，消費者的印象有可能才是影響成敗的關鍵因素，也印證了以往學的行銷導向是優於產品導向的理論。這也是為何搜尋引擎最佳化（SEO）以及A/B測試等技術，做好關鍵字廣告、社群行銷、內容行銷、與口碑行銷在產品的生命週期中扮演了不可或缺的角色。

菸盒上的警示語也讓我想到了寫著「不能按」的按紐，但反而讓人更按耐不住想按下去的欲望，原來也是因為警語反而會刺激吸菸者大腦中的「依核」。當身體渴望某種東西時，這個區域的特殊神經元組織，會逐漸興奮，並開始產生需求，直到這個需求被滿足為止。

人往往會因為當下的心情、突來的想法、瞬間的感動而做出不理性的決定；因為人畢竟是有感情的動物，還是會被眼前的假像所欺騙。然而可能因此舉蒙受巨大損失，如果能善用大數據分析，就可以避免類似的遺憾。隨著資訊蓬勃發展，各派理論和各派學說充斥於網路世界，此時客觀的中立立場更加難以把持，做出良好的理性決策，必須要有宏觀、遠見以及縝密的思緒以及相關的科學技術才行。