行銷資料科學心得

B10308040 陳拓宇 四企管四甲

老師這星期介紹了有關大數據的分析，其中有一則新聞提到店家可以記錄顧客從店內拿起商品的次數、停留的時間，從天花板頂拍攝並收集數據做分析。以此針對不同類型的顧客給不同的服務。同時也能潛移默化地從觸摸的次數跟實際是否消費，了解是否叫好不叫座。通常只要是這類商品，稍微調整價格就會提升很多銷量。不叫好不叫座的類型，便可從少的觸摸次數得知。可以嘗試重新配置商品位置，讓其銷量有所提升。

而會不會買、買甚麼，有關消費者的行為，一直日新月異的變動，若是單純照過往記憶中的經驗行銷，效率難免低落，而現在嘗試結合交易數據、物聯網數據、Wifi、motion senso，結合開放數據氣候、溫度等，經過Machine learning 跑圖、跑模型圖像化就可以預知，做決策就輕鬆很多。藉由數據預測降低不確定性。