數據，可以說是現在企業的基礎。尤其是硬體設備的進步，進入到萬物皆聯網的時代，人們每天的日常生活便會產生大量可搜集的數據。然而，除了擁有這些數據之外，如何去分析、統計，進而利用這些數據，更是目前企業所面臨到十分重要的問題。如果沒辦法有系統的去分析、利用數據，即便擁有數量十分龐大的數據，對企業的生產、銷售也沒有任何助益，甚至可能由於錯誤的理解數據背後的意義而導致損失。

本週課程繼續探討有關爬蟲對於網路行銷的應用，透過本次課程讓我們了解了掌握了數據便是掌握了市場。過去的行銷多是上對下的猜測顧客的心裡，然而現在透過數據，便可以進行更專精、更顧客導向的行銷，而不再只是單純的猜測。而過去在切割不同客戶群時，多是以地區、性別、年齡來切割目標客戶群，而有了大量的數據進行分析後，更可以按照更詳細的方式來鎖定目標的客戶群，不再只是模糊的去區分客戶群。舉例來說，如果我們都夠透過數據，而不是模糊的界定客戶群來進行產品的行銷，將可以避免生產大量的產品，卻不是客戶們所需要的。

行銷，更是企業最需要利用到數據的一大部分，透過現在每個人在網路上所留下的大量資料，將可以使企業更容易為產品尋找到目標客群，使行銷的對象更為精確，甚至透過大數據，可以達到即時預測消費者狀態和動態，零時差、零誤差的個人化行銷。由此可見，隨著企業運用數據愈趨成熟，將有可能會完全改變以往傳統的行銷方式。因此，如何將自己培養成能夠運用數據的人才，是現處大學階段的我們十分重要的一件事。

然而數據分析所需要的人才需要同時專精許多不同面向的專業知識，透過此堂課可以使我們更了解行銷資料科學所需的技能，為之後不論是自學或往此方面發展打下基礎。