**mds心得報告-台大B03607010魏佑容**

本周課程，羅執行長從「產品服務的虛實矩陣」與葡萄酒品質預測模型向我們介紹行銷資料科學在4P的產品（服務）與價格之應用，另外也從補教業的展店決策與Target得知少女懷孕的故事，講解MDS在4P中的通路與推廣的應用。最後一節課，羅執行長則帶我們走訪傳統行銷研究與行銷資料科學的差別與結合。

其中最讓我印象深刻的課堂內容，是產品服務的虛實矩陣的「微軟小冰」。微軟小冰是一個擁有「讀心術」能力的聊天機器人，可以在15個問題之內猜出使用者心中的「那個人」是誰。雖然他背後的原理並不特別深奧，而且有只能猜「名人」的限制，但我仔細思考為何自己會對微軟小冰這麼情有獨鍾，是因為他的「互動性」以及「感受」。

首先，微軟小冰的介面是微信的聊天視窗，讓使用者有在與一個真人對話的錯覺，雖然現在電腦科學、AI日益發達，但回歸本質，人類求的還是一個「溫度」——我們希望自己溝通、互動的對象是個活生生的人，而不是冷冰冰的機器。而微軟小冰的使用介面跟AI機器人的說話方式，都會讓使用者有在跟真人互動的假想。其次則是談論的主題，因為是猜「名人」，而一般人對於「名人」總有情感的寄託或是嚮往，所以這個主題讓使用者很感興趣，使用者的感受指數高。

在課堂上，羅執行長也一直反問我們，老師、醫師等「師」字輩，未來被AI機器人取代的機會很高，那我們這一代即將踏入職場的年輕人，出入究竟在哪裡？從微軟小冰的經驗，我認為AI日後的發展要能貼近人性，那就是一定要讓顧客、使用者感受到溫度，畢竟人類是群居動物，內心深處都渴望能跟他人產生連結，如果能夠帶給受眾溫度，讓受眾產生情感寄託，才能在未來滿滿的「機器人」世界中嶄露頭角。