課程心得

課程一開始，透過雀巢咖啡與紙尿布的例子，讓我更加了解品牌形象的重要性。好的品牌形象可以為產品或服務加分，也能讓公司推出新產品時得到比較好的迴響。這讓我想到星巴克，曾經看過一個盲測影片的實驗，給消費者在不知道品牌的狀況下選擇最喜歡的咖啡，常買星巴克的消費者在盲測實驗中選擇的未必是星巴克咖啡，可能是其他更平價的品牌，由此可看出消費者願意去星巴克花更多錢買到差不多的產品，可能與星巴克所提供的氣氛以及它的品牌形象有關。

之後用微軟小冰猜人物也讓我印象很深刻，居然只要大概十多個問題，就能正確猜出人物，甚至回家試了多拉a夢、歐陽修、白冰冰他都可以正確猜出來呢！雖然比較近期的知名人物猜不出來，但真的已經蠻強的了。

技術的進步也帶動了商業模式的創新，像是葡萄酒的品質除了可以價格預測，也能幫助廠商預測銷售量，決定該年度要生產多少。以笑容收費的電影院突破了傳統差別取價的定價模式，除了吸引好奇新科技、新商業模式的消費者外，也能吸引比較喜歡強調使用者付費的消費者，真的是很聰明的作法。整堂課下來講者清楚的解說讓我更了解行銷資料科學的範疇，也對行銷研究有更深一層的認識。