做市場區隔才能找出目標市場對產品客群做定位，這週上課的RF模型顧客的消費頻率及消費天數交叉分析，就能找出企業的常貴客或潛在顧客，再更進一步的區分出性別、年齡、產品屬性等等，使企業更加了解自家產品所吸引的客群，在擬定調整行銷策略留住老顧客吸引新顧客，增加提袋率。

在實作時，我覺得上課速度有點快不太清楚每段程式碼的用意，只知道control enter，在課堂上圖表都跑得出來但回家時卻跑不出來，心情真的很沮喪，持續努力的找bug，想當一個資料科學家還有好長的路要走。

上週業師的演講最大的感想就是「活著就是要不斷的學習」，市場隨時隨地都在變，科技進步快速，如果沒有將腦內知識更新很快就會被這現實又殘酷的社會淘汰，業師也與我們分想了許多能獲得新知的網站，例如：think with google，人隨者年齡的增長腦容量也要不斷的擴大啊！