上課心得

旁聽生 趙雪君 B10408004

這兩節課裡我收穫了很多知識，並瞭解了更多關於行銷的資源和行銷界應該關注的動向。上節課我聽到老師講如何把市場圖像進行區隔，來應對不同決策；上上次課我聽到很多關於科技行銷的知識。這讓我收穫良多。

在上次課中，老師講授了關於用R做市場區隔的方法。市場區隔需要用到敘述性統計+交叉分析，而統計方法主要運用的是RFM模型和馬可夫機率模型。RFM模型主要運用在市場區隔結果分析和建立個人精準行銷的時候，我們可以瞭解關於客戶的種類可以進行哪些區隔，並可以如何運用精準行銷而使利益最大化。而馬可夫機率模型則用在查看產品間競爭或互補關係時。在這裡我們可以瞭解顧客習慣在什麼季節、天氣、時間等等買什麼物品，而又可能同時捎帶買什麼。這樣就可以幫助我們更好的做出行銷決策。

在上上次課中，老師主要介紹了MarTech的運作方式、業界現狀、未來趨勢等等產業大趨向的方面。老師介紹的很多資源是需要長期關注並認真學習的，而這些資源我在之前基本都不知道。像是關注四大會計事務所的賬號、在知乎上關注一些厲害的人等等。而在這節課裏我瞭解到，區隔行銷已經是落後的方法，現在也姐基本都用精準行銷來擴大利益。而最令我意外的是，現在做Martech做得好的不僅是公關公司，科技公司、顧問公司等等也摻入其中，並造成了巨大的衝擊。世界上行銷做的最好的三大公司全部是科技公司，所以其實行銷人才對於自己本專業的領域只有不斷掙扎求變。