**0503心得報告**

這堂課以及上一堂Erica學姊上的課都圍繞著「行銷」，如何應用現有的數據做分析或機器學習，因而達到精準行銷的效果，其中學姊提及廣告代理商如何投放客戶廣告，一整個流程其實是需要非常多資料的支持與反覆確認分析，這個部份讓我收穫很多，學姊在課堂中也不乏介紹了傳統廣告業的生態與未來狀況，讓想要從事這方面的同學都能有個初步認識，由於未來自己想要投入的產業剛好也是廣告業，這部份真的對我很有幫助，原先是打算投入傳統廣告代理商，聽完學姊的介紹後讓我思考數位廣告行銷的市場以及可能性，我也開始在考慮是否該往這方面的領域下去鑽研並且作為未來職涯的選擇之一，而數據分析肯定是數位行銷很重要的技能之一，皓軒在這次的課程中也透過兩個行銷模型帶我們下去了解當公司有了很多資料後該如何歸納?又該如何將這些結果轉變成管理意涵應用在公司中，雖然我沒有實務操作過，但我認為這整個精準行銷的過程中，最重要的是「即時性」，能夠捕捉顧客細微變化並且即時做出改變的行銷，才最能貼近消費者的，希望在期末的報告中也能利用R分析出一些Insight，做出一些有趣的行銷方法來。