課堂心得

這次學到RFM模型能幫助企業分析顧客類型和消費者行為，並從分群的圖表和資料，更進一步地發展預測模型，設定行銷策略，讓公司在顧客關係管理上，可以創造出更多的利潤。

這次作業把購買保養品的客戶的星座作為區隔，發現顏色指標表沒辦法完整的呈現每個12星座的顏色。此外，課堂上，學到如何利用性別、年齡、商品分類…等等之外，在實務上，還能設定什麼顧客區隔邊界，能夠幫助我們更清楚地了解消費者行為呢? 若利用各種不同區隔的顧客進行行銷活動，這些行銷活動該如何評估？這些問題是我更想了解的。