行銷資料科學心得 2018/6/15

今天的課程中，讓我們對於行銷資料科學分析的基本概念有更深入的了解，雖然有些東西在課程一開始有提到過了，但經過今天老師的講解，有了更清楚的架構。  
 我個人是對於統一ibon的部分印象蠻深刻的，因為自己平時很常到7-11操作ibon，所以對於ibon某些功能蠻熟悉的，其實我覺得ibon提供了我們很便利的功能，像是可以網路訂票再到ibon取票的功能就對我有很大的幫助。不過就如同今天老師所說的，或許是因為原本系統源自於日本，有些操作步驟或是功能分類可能還是不夠流利，此外我一直認為ibon的APP版本真的很需要修改，我之前下載過一次，過不到一星期就解除安裝了，那時還在疑惑為什麼APP版本跟實體店面的版本差那麼多，原來是負責的廠商不一樣的關係，我覺得統一在這方面似乎應該要讓這兩個版本的負責團隊是一致的，在智慧型手機如此常見的時代，APP的確是值得開發的東西，但是若開發出不好用的APP，也只是徒勞無功。  
 而課堂也有讓我們看到7-11現在有店面是結合藥妝產品的，這點其實讓我很疑惑，據我所知，統一旗下有一間藥妝店-康是美，我其實不太懂為何還要開發藥妝店面結合超商。而且以我是消費者的觀點來看，我在超商購買東西又沒有會員制度，所以我也無法得到折扣，通常超商給人的第一印象除了方便之外，就是價錢比起大賣場和超市是偏高的，何況超商賣的藥妝產品也不是限定產品，那我還寧願走遠一點到康是美或屈臣氏購買有優惠價格的產品，除非是我去那附近旅行突然間缺了什麼生活用品的情況下，才有可能到超商購買，而實際情況中我們不會因為在旅行中忘記帶美妝用品就立馬衝去買新的，這些想法都讓我覺得統一超商結合藥妝產品這件事是不必要的。但我覺得或許我的想法是有不足的地方，統一會選擇執行這件事，應該是背後有數據分析的結果證明這件事是可行的，我認為這也是行銷資料科學分析的魅力所在，它的結果總是可以顛覆我們一般的想法，使我們做出不同以往的決策。這是我今天聽完一些例子後，自己思考的想法。  
 (在最後思考漢堡王的題目中，其實我想小小建議漢堡王要不要更改其餐點的份量，我真的覺得漢堡王的餐點比麥當勞小很多，而且價錢也沒有比較便宜，若南港軟體園區男性比例較重的話，應該比較不會選擇漢堡王為主食，除非是小點心或宵夜時段才有可能考慮漢堡王。所以我覺得漢堡王應該先調整其餐點的內容才是最為重要的事情。)