心得報告

四資管一 Ｂ10609047 李政翰

行銷資料科學是一門跨領域的學問，是結合了行銷ˋ統計和電腦科學的學問，然而，目前技術進步，學問也已經非常普及，企業競爭間的關鍵已經從技術面移轉到行銷面，這是目前電腦所無法取代的能力，所以在校期間培養思考能力是非常重要的議題。

本次課程內容相當豐富，學長用許多業界實際案例來說明行銷資料科學的應用層面以及碰到的瓶頸，比如學長舉例，一開始做客流探勘的時候，想說用熱感應放在超商，然後偵測每個顧客停留的時間，希望藉以分析可能暢銷的商品，結果，實際上測試時發現熱狗和茶葉蛋區異常熱門，學長說他當時還寫了一大篇的分析報告給客戶說這一區特別多人，要客戶注意，結果反而被打臉。從這件事情我才了解到很多事情並不是我們想得這麼單純，許多技術需要經過市場的試煉，還有許多現實的問題要考量，才有可能實現。

隨著google套件的普及，資料科學的門檻比起過去已經減少許多，但是，即使每個人都會做分析，也未必每個人都知道要如何使用這些工具，我認為，這種創新的思維需要經過有系統的訓練以及個性的養成才有可能實現，蠻久之前看多一則商業周刊的報導，在介紹一位資料科學家，說他不但有統計及電腦科學學位，同時也擁有心理學學位。之前賀老師的課也提到，數據解讀是數據分析的核心，而解讀數據，需要強大的domain knowledge，我認為除了知識，還要再加上對人類行為的理解，與一顆關懷的心，因為所有爬到金字塔頂端的人都是靠著滿足大量人們需求以賺取利潤，滿足需求的第一要件就是你必須發現需求，甚至創造需求，你必須對人類有著同甘苦共患難的態度，因為只有願意為人們解決困擾，人們才願意為之付出代價，解決者也才有成功的機會。