課程心得

這堂課很精彩，最大的收穫是聽到很多將資料分析運用在實務界的例子！

其中，我對一開始書店的例子很有印象。一般推薦系統常使用的是瀏覽紀錄、產品資訊、會員資料、交易紀錄的資料，而個性化的行為推薦，如講者提到的博客來書店例子，更深入結合會員資料及購物資料，不只能提高推薦的正確率（精準行銷），還能挖掘出新客戶。

整堂課下來，我更了解能利用什麼資料進行分析。除了傳統的pos機之外，攝影機也是很好的分析工具。Amazon的無人商店，有部分就是深入利用了人臉辨識、攝影機達成的，以前就有看過上課播放的宣傳片，但不太懂運作的原理，今天上完課終於知道無人商店的演算方法及可能會出錯的情形，也看出了線上線下整合是現在的趨勢，企業需要善加利用所擁有的內部資源，才能更有競爭力。我覺得amazon真的很厲害，透過實體店面，他們未必提高獲利，但是能夠收集到線上平台所無得到的資料，更能掌握消費者的喜好與消費模式，加速人工智慧、深度學習的發展。

課堂中，有一段影片提到圖片對消費者的影響越來越大，我覺得真的是如此，這可能是因為消費者越來越常以手機購物，手機螢幕小，第一眼最容易注意到的確實就是圖片，吸引人的圖片因為購物方式的多元化而變得更加重要。

另外，超商與美妝的複合店例子也讓我了解企業內部資源共享、整合能力的重要，統一集團善用超商龍頭的優勢，以及集團內部現有的康是美化妝品零售商資料，大幅提升化妝品業績外，也創造了新的商業模式，這樣的突破也讓企業更能穩住地位，避免被競爭者打敗。

最後的活動設計也讓我印象深刻，從同學以及講者學到很多創意點子，數據來源其實很多，跳脫傳統框架，也許就能找到新的商業模式。

課堂中，我也對講者提到的用紅外線分析希望分析出超商內消費者常走的區域，結果卻受到熱食區的影響而誤判的例子例子印象深刻，這提醒了我們在選擇研究方法之前，要更謹慎、全面考慮。

PS現在走進便利超商，就會想到便當的成本，這應該也是附帶的收穫XD。