行銷資料科學

期末心得報告

四企管四甲 B10308040 陳拓宇

時間也來到學期末，繳交期末心得報告的時間。也該把這學期所學到的知識重新整理歸類了。有一次的課程我覺得非常有趣，課堂請到了羅凱揚老師來為我們演講，剛開始進教室時還覺得這個講師怎麼這麼眼熟！後來才發現原來就是之前有上過我們必修課”管理資訊系統”的老師。以往老師都是講他生活中所發生的實例，還有平時做人處事的態度當作講課的主軸與內容，而這次也以淺顯易懂的方式，讓我們重新回想以前大一時所學的管理學，雖然我還是覺得管理這門學問，還是只能藉由實際接觸才能夠得到經驗，一直聽課所吸收到的經驗和速度絕對是低於實作的，也讓我們知道大數據時代來臨，我們更應該讓行銷結合科學，更科技化，才能將科技與腦中的各種行銷理論結合，實際運用必獲得比以往更多出許多的利益。這次的演講課程與以往特別不同，吸收到很多不一樣方面的行銷知識，每次業師的演講都吸收很多！

還有老師在上課提到最讓我感同身受的部分就是ibon，711在台灣遍及四處展店。即使成為台灣第一大零售超商，仍然選擇持續拓展線上市場，把所有過往只能在線下處理的事情，搬上雲端用ibon一應具全的完成。最讓我覺得方便的功能就是ibon寄件取件的功能，學生在校時需要應付課業、社團等等事情。生活也是頗忙碌，而我有時候也會在蝦皮或是旋轉拍賣上兜售自己不需要用到的二手用品，但是也時常因為時間不能配合不能面交，或是擔心貨運配送狀況延遲造成信用不佳。711的店到店的寄件系統，可以讓我在搭乘交通工具或是下課時間，透過手機就可以了解貨態程序追蹤，實在是我生活上的好幫手。還有交通訂票、影印文件我也用ibon的完成，真的可以 ibon於我而言應該是最有感受的一個雲端跟大數據應用的一個傑出發明。

而這次上課內容也有針對有關大數據分析做講解，有一則新聞提到店家可以記錄顧客從店內拿起商品的次數、停留的時間，從天花板頂拍攝並收集數據做分析。以此針對不同類型的顧客給不同的服務。同時也能潛移默化地從觸摸的次數跟實際是否消費，了解是否叫好不叫座。通常只要是這類商品，稍微調整價格就會提升很多銷量。不叫好不叫座的類型，便可從少的觸摸次數得知。可以嘗試重新配置商品位置，讓其銷量有所提升。

而會不會買、買甚麼，有關消費者的行為，一直日新月異的變動，若是單純照過往記憶中的經驗行銷，效率難免低落，而現在嘗試結合交易數據、物聯網數據、Wifi、motion senso，結合開放數據氣候、溫度等，經過Machine learning 跑圖、跑模型圖像化就可以預知，做決策就輕鬆很多。藉由數據預測降低不確定性。

很特別的一門課，從R語言的實際應用，課堂報告呈現到業師分享行銷經驗都囊括，真的是獲益良多，謝謝一路教導的老師們！辛苦了！