行銷資料科學 – 期末心得報告

四管理二 B10533027 楊雅筑

時間過得很快，沒想到一個學期就這樣過完了，行銷資料科學的課程也進入了尾聲。回想當初第一堂課上課時是如此驚慌失措，因為那完全是我人生中第一次接觸到程式，連最基本的設定工作路徑都不會，更別提老師上課所教的內容了，根本看不到別人的車尾燈。不過也因為這樣所以後來決定嘗試自學，買了R語言的書籍慢慢摸索，終於開使有了頭緒，瞭解基本的程式語法還有架構，雖然目前為止還是沒辦法自己寫程式出來，但至少能看得懂一個程式在做甚麼。

這一堂課中讓我印象最深刻的，是瞭解到將網路上大量且龐雜的資料，轉換成可供解讀與參考的資訊的重要性。因為在這個時代，除了利用傳統的行銷理論，或是經驗豐富的專家的行銷經驗，搭配資料科學的方式可以更精準的訂定行銷決策。另外，企管系的學生也許不會寫程式，但重要的是我們要學習從這些資訊中尋找出管理的意涵，發掘其中的價值。

最後，我從這一次的期末報告學到了很多東西，不論是自己做報告的過程，或者是聽其他組別發表報告內容的時候。很多組別的主題都非常有趣，像是開價洗面乳的行銷策略，或是香水產品優勢弱勢的比較等等。在這裡總結幾個期末報告後，所記下的老師給的建議與反饋：

(1)除了針對單一個產品以外，應該要同時有競爭者、互補者的分析。(2)我們所制定的行銷策略，需要和分析出來的結果有密切關聯，和數

據緊密結合。

(3)不要忽略價格與價值戰略圖的重要性。

(4)去思考有沒有Bundle行銷組合。

(5)到實體店面現場觀察有一定的幫助。

(6)跑出資料後，可以再去蒐實際發生的原因。

(7)圖表的標籤除了很長又浮誇的產品名稱，更重要的應該是要把品牌

名放上來。

(8)圖形中各個點的移動，可以加上箭頭符號讓人一目了然。

(9)投影片背景不需太過花俏，字型記得要統一，可以適當搭配動畫效

果進行解說。