

# 具自我優化AI市場分析系統

智慧商務Team Project



國立成功大學



簡報者：  
林彥華

---

簡報日期：  
2024 年 x 月 x 日

# 議程

**提示：**使用連結前往簡報內不同的頁面。

**方法：**反白顯示文字，按一下工具列上的連結符號，然後選取您在簡報中想要連結的頁面。

- What/Why/How
- pdca流程
- 流程模型
- as-is分析

- 問題與對策
- to-be設計
- 提出的模型



# What/Why/ How/Value

- 何謂「市場分析」？
- 為何需要「市場分析」？
- 如何進行「市場分析」？
- 「市場分析」的價值

# 何謂「市場分析」(概念)?

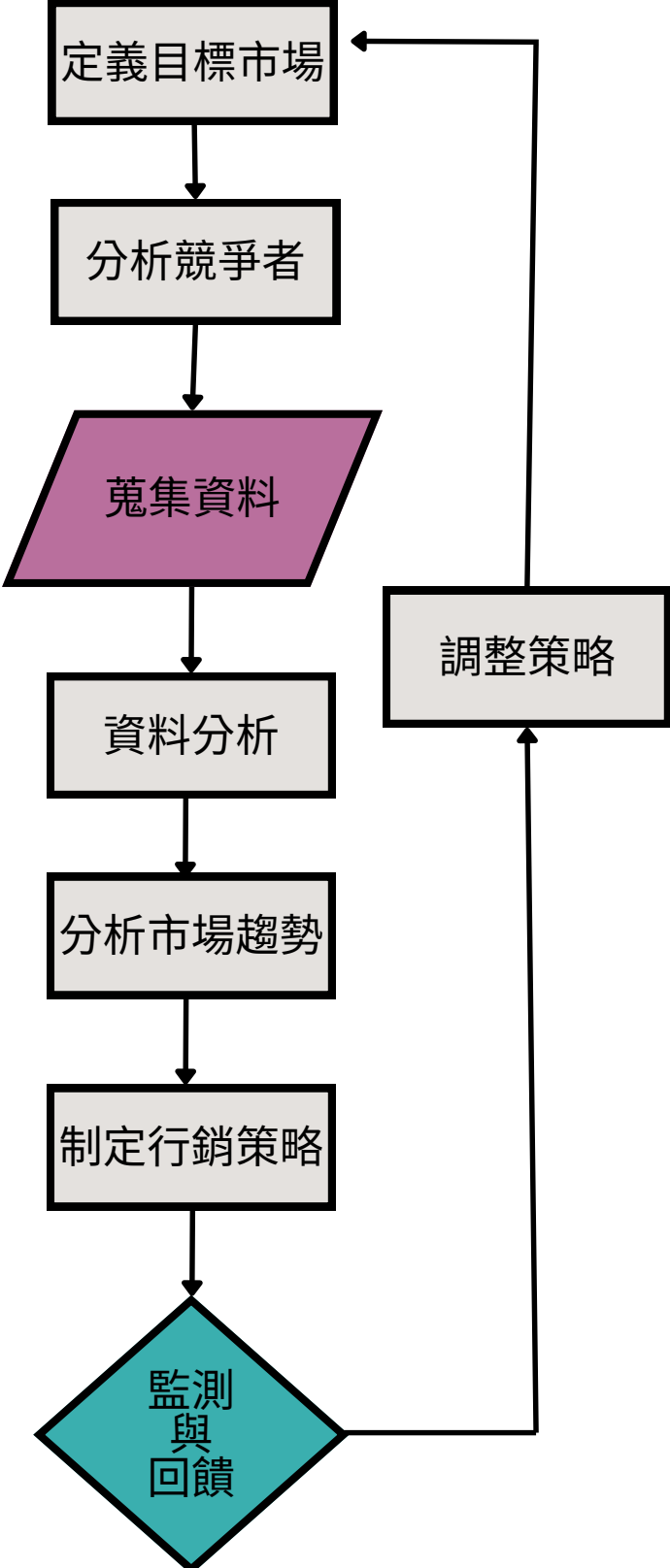
[返回議程](#)

市場分析是一個系統性的過程，旨在評估特定市場的趨勢、競爭環境和消費者行為。它包括對市場需求、競爭對手、消費者偏好及未來趨勢的深入研究，幫助企業制定有效的商業策略。

## 「市場分析」的目標(missions)?





<div>What</div> <div>(什麼是市場分析)</div>	<div>Why</div> <div>(為何需要市場分析)</div>	<div>How</div> <div>(如何進行市場分析)</div>	<div>Value</div> <div>(市場分析的價值)</div>
<ul style="list-style-type: none"><li>了解市場趨勢</li><li>系統化蒐集</li><li>分析市場資料</li><li>消費者需求與競爭態勢</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>降低風險：透過了解市場動態和消費者需求，企業可以減少盲目投資的風險。</li><li>提升競爭力：市場分析幫助企業識別自身優勢和劣勢，制定更具針對性的競爭策略。</li><li>預測趨勢：透過對市場變化的預測，企業能夠及早調整策略以適應新環境。</li></ul>	 <pre>graph TD; A[定義目標市場] --&gt; B[分析競爭者]; B --&gt; C[/蒐集資料/]; C --&gt; D[資料分析]; D --&gt; E[分析市場趨勢]; E --&gt; F[制定行銷策略]; F --&gt; G{監測與回饋}; G --&gt; H[調整策略]; H --&gt; A;</pre> <p>The flowchart illustrates the market analysis process. It begins with '定義目標市場' (Define target market), followed by '分析競爭者' (Analyze competitors), '蒐集資料' (Gather data - highlighted in purple), '資料分析' (Data analysis), '分析市場趨勢' (Analyze market trends), and '制定行銷策略' (Formulate marketing strategy). The process concludes with a decision diamond '監測與回饋' (Monitor and feedback). From this diamond, an arrow leads to '調整策略' (Adjust strategy), which then loops back to '定義目標市場'.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>增強決策能力：提供關鍵數據支持，使管理層能夠做出更準確的商業決策。</li><li>提高財務績效：透過了解消費者需求，企業可以開發出更具吸引力的產品，提高銷售額和市佔率。</li><li>創造持續競爭優勢：持續進行市場分析使企業能夠隨時調整策略，以應對不斷變化的市場環境，保持長期穩定發展。</li></ul>

# 市場分析As-Is

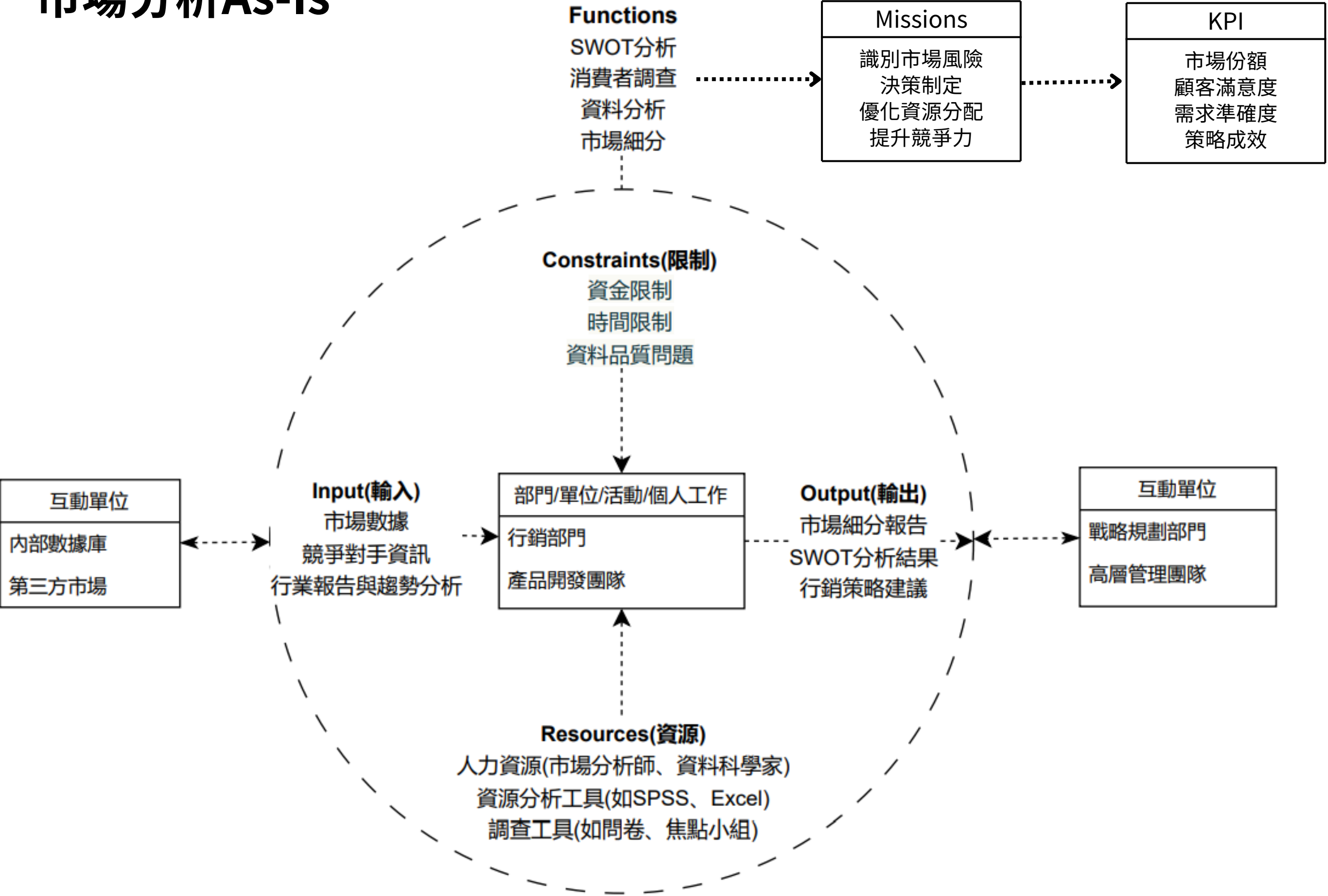
- 概述市場分析的發展和近期表現。

[返回議程](#)



# 市場分析As-Is

[返回議程](#)



# 挑戰 和目標

- 目前的方法有何不足

[返回議程](#)







## 現有方法缺陷



### 資料來源多樣化

資料可能會有樣本偏差，也不利於整合



### 無法實時調整策略

市場快速變化，傳統方法可能無法及時反映新的趨勢



### 研究依賴參與者評估

會導致主觀性強，可能會有偏見影響



### 調查需投入大量資源

這對於小型企業是一項挑戰



## 提出改善方式



### 資料來源多樣化

使用Embedding技術將結構化與非結構化資料轉為相同向量空間



### 無法實時調整策略

使用深度學習模型(如LSTM、Transformer)來處理時間序列進行預測



### 研究依賴參與者評估

使用大語言模型(LLM)來分析主觀性，並提取可靠樣本



### 調查需投入大量資源

使用Python的自動化爬蟲來自動獲取資料

# 市場分析To-Be 設計

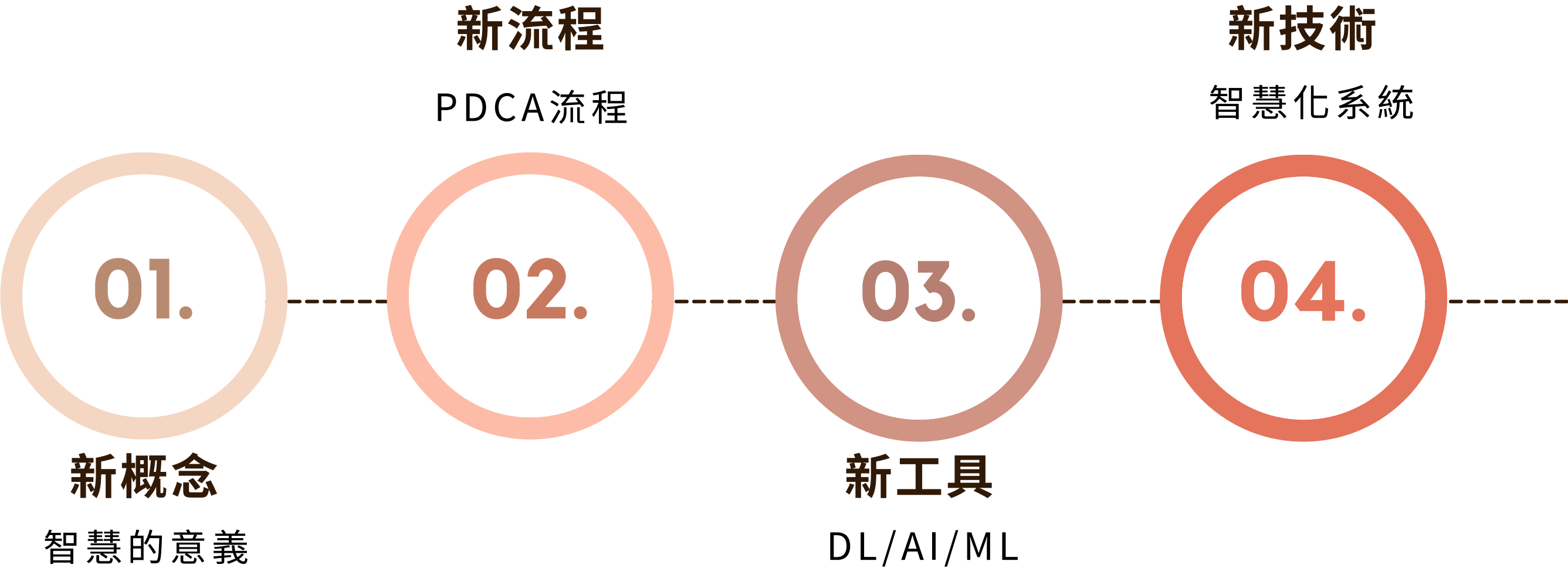


[返回議程](#)



# To-Be設計:投入概念

[返回議程](#)

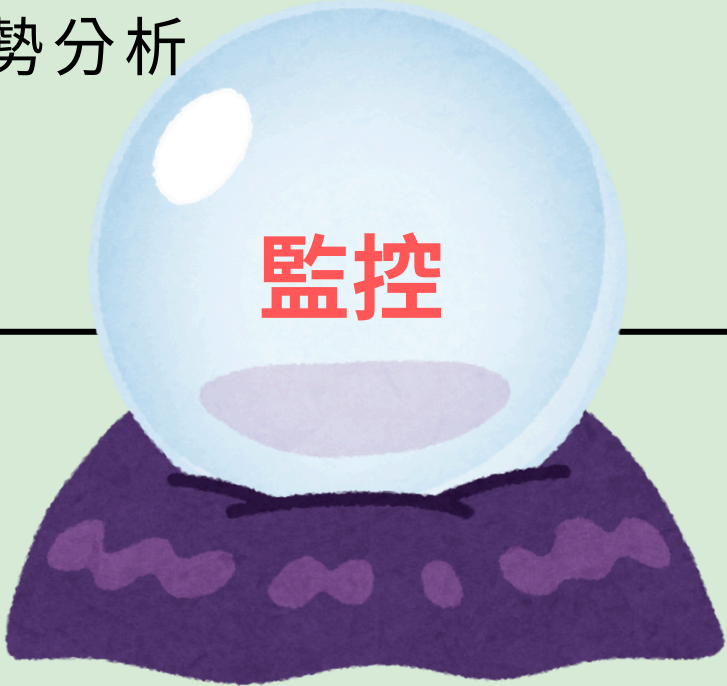


➡水晶球在上➡監控市場現狀、市場趨勢是否改變、原因、對策、態勢分析

➡水晶球在內➡自我診斷、自我調整、預警

Intelligent

市場現況掌握  
變化趨勢  
預測、預防  
原因分析



行銷策略  
改善服務  
拓展內容

# To-Be設計:市場分析流程

[返回議程](#)

► 具PDCA及知識累積資料庫的市場分析流程

