

12	資料探礦應用於流通零售業－以生活工場為例	
指導教授	林則孟	博士
參與學生	u920810 何承安 u920813 黃 皓	
摘 要		
在現今資訊爆炸的時代，資訊的獲得已變得輕而易舉，人們不再是為了如何去蒐集資料而苦惱，反倒是如何從大量的資訊中，擷取出有效訊息來幫助企業發展才是首要的課題。而資料採礦就是為了這個課題所發展出來的一項有利工具。 資料採礦的出發點分為兩類，一為已有預設問題的情況下，利用資料採礦工具去發掘問題的核心所在，另一則是在不預設立場的狀況下，從大量資料中發掘出資料中所隱含相關有用的信息。前者稱為監督式資料採礦，所對應的功能包括分類、推估、預測；後者為非監督式資料採礦，功能包括有關聯規則、群集化與視覺化。各功能可針對各種不同的問題提出相對應的解決方案，有助於效率性的從大量資料中挖掘出有用的資訊。 本次專題有幸得到生活工場所提供之龐大資料庫資訊，包括 160 餘萬筆之會員資料，及三千多萬筆消費紀錄，本專題即以此資料為根本進行各項分析之內容。專題首先提出資料採礦的理論與架構，並且經由此一架構發展出相關研究流程，首先，我們利用資料庫軟體的協助將生活工場高達 160 萬筆		

的會員資料進行統計分析，並找出初步的會員結構及型態；接著我們再利用 Stone, Bob 的建構原則來建立 RFM 模型，進行 RFM 分析。最後，我們再利用分析軟體去進行分群分析，依照會員特性分群，以找出特徵相似的會員族群，並對各個族群進行不同的行銷策略，達到差異化行銷，進而提升顧客關係。

關鍵字：資料採礦、分類、群集分析、RFM 分析、資料庫