

عنوان مقاله:

روشی برای کشف الگوی علاقه مندی کاربر و پیشنهاد محصول در تجارت الکترونیک با استفاده از دنباله کلیک های کاربر

محل انتشار:

همایش ملی پژوهش های بنیادین در علوم و تکنولوژی مبتنی بر سیستمهای هوشمند (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

مهدی دیوسالار - کارشناس ارشد مهندسی کامپیوتر - هوش مصنوعی، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه شمال

محمدرضا فدوی امیری - استادیار گروه مهندسی کامپیوتر، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه شمال

خلاصه مقاله:

یکی از دغدغه های سیستم های توصیه گر، کاربران تازه وارد هستند بدین معنی که تاکنون اطلاعاتی از رفتار آنها در بانک اطلاعاتی موجود نیست. از آنجایی که طیف علاقه افراد به دسته بندیها و محصولات متفاوت بسیار گسترده و متمایز با یکدیگر است، با استفاده از روش های مختلفی از جمله ثبت رفتار کلیک های کاربران، میتوان روشهایی برای مقابله با این مشکل یافت. منظور از رفتار کلیک کاربران، مسیر حرکت آنها میان محصولات و دسته بندی ها، تعداد دفعات مشاهده یک محصول و مدت زمانی که در یک دسته بندی سپری کرده اند، میباشد. با استفاده از این رفتار و رکوردهای موجود در بانک اطلاعاتی برآن شدیم تا مدل خوشه بندی سرگروه خشن را بهبود بخشیده و با توجه به خریدها، علاقه مندیها دیدارها از محصولات و افزودن به سبد خرید، محصولاتی را به تمامی کاربران وبسایت توصیه نمود. در نتیجه با استفاده از الگوریتم ارائه شده، محصول مورد علاقه کاربر را با توجه به الگوی رفتاری او یافته و توصیه کرد.

کلمات کلیدی:

الگوی کلیک کاربران، شناسایی رفتار کاربر، الگوریتم سرگروه خشن، سیستم های توصیه گر، کاربران تازه وارد.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1235673>

