

عنوان مقاله:

سنجش الگوی رفتار مشتریان با استفاده از اصول داده کاوی

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی مدیریت و صنعت (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

فرنوش مختاریان - گروه مدیریت فناوری اطلاعات، گرایش سیستم های اطلاعاتی پیشرفته، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

نگین جهان پناه - گروه مدیریت فناوری اطلاعات، گرایش سیستم های اطلاعاتی پیشرفته، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

استفاده از متدهای تحلیلی در جهت شناخت الگوهای موجود و تشخیص روند در حال جریان آنها امری حائز اهمیت است. در یکمحیط رقابتی، فروشگاه های بزرگ به دنبال جذب حداکثری سهم بازار از طریق ترفیعات فروش سیستم چیدمان و تخفیف دهیمطلوب و در جهت آن افزایش فروش، درآمد و سود خود میباشند. از این رو توجه به نیاز و خواست مشتریان، افزایش تقاضا برایکالاها را به دنبال دارد. امروزه فروشگاه های زنجیره ای با رقابتی شدید روبه رو هستند. مشتریان، بر اساس ارزش بیشتری کهجای دیگری کسب میکنند، مستعد تغییر فروشگاه خود می باشند، در این تحقیق با استفاده از الگوهای داده کاوی به دنبال سنجشرفتار مشتریان در فروشگاه های زنجیره ای می باشیم.

کلمات کلیدی:

داده کاوی، رفتار مشتریان، خلق دانش، رضایت مشتریان، فروشگاه های زنجیره ای

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1277746>

