

## عنوان مقاله:

بکارگیری تکنیک های داده کاوی در مدیریت ارتباط با مشتریان هتل

## محل انتشار:

سیزدهمین کنفرانس ملی علوم و مهندسی کامپیوتر و فناوری اطلاعات (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

## نویسندگان:

بتول عادل - کارشناسی مهندسی کامپیوتر-دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز

محمدکاظم بشکنی - کارشناسی کامپیوتر-موسسه آموزش عالی حکیم نظامی،

## خلاصه مقاله:

مدیریت ارتباط با مشتری یک مفهوم یا استراتژی دقیق برای تقویت روابط با مشتریان و در عین حال کاهش هزینه و افزایش بهره وری و سودآوری در تجارت است. یک سیستم مدیریت ارتباط با مشتری ایده آل، مجموعه ای متمرکز از تمام منابع داده یک سازمان است و یک دیدگاه اتمیستی (جزئی) زمان واقعی از اطلاعات مشتری را فراهم میکند. یک سیستم مدیریت ارتباط با مشتری، گسترده و قابل توجه است اما میتواند برای تجارتهای کوچک و همچنین شرکتهای بزرگ به عنوان هدف اصلی برای کمک به مشتریان، کارآمد باشد. هتلهای امروزی از طریق تجزیه و تحلیل چرخه زندگی مشتری به افزایش ارزش مشتری دست یافته اند. ابزارها و فناوری های انبار داده، داده کاوی و دیگر تکنیک های مدیریت ارتباط با مشتری، روش هایی هستند که فرصت های جدیدی را برای تجارت فراهم کرده اند. در واقع دیدگاه محصول محوری جای خود را به مشتری محوری داده است. بنابراین با جمع آوری داده های مربوط به مشتری و تصمیم گیری براساس الگوهای استخراج شده از روابط پنهان میان داده ها به وسیله ابزار داده کاوی، میتوان به خواسته مشتری محوری خود، جامعه عمل پوشاند. CRM با راه های جدید تعامل با مشتریان سر و کار دارد که بازگشت سرمایه بالاتری را برای کسب و کارها از طریق ارتقاء فرآیندهای مشتری گرا از قبیل فروش، بازاریابی و سرویس دهی به مشتری، وعده میدهد. داده کاوی تکنیکهایی برای خودکارکردن کشف الگوهای مرتبط در پایگاه های داده، به هتل ها کمک میکند که با شناسایی و پیشبینی نیازهای مشتریان در سراسر چرخه زندگی مشتری، ارتباطات شخصی و سودبخش با مشتریان برقرار کنند.

## کلمات کلیدی:

تکنیکهای داده کاوی، مدیریت ارتباط با مشتریان، CRM، هتل.

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1289553>

