

## عنوان مقاله:

هدمند کردن و کاهش هزینه تبلیغات با استفاده از روش SVM

## محل انتشار:

کنفرانس ملی فناوری اطلاعات و جهاد اقتصادی (سال: 1390)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

## نویسندگان:

فاطمه برزگر - کارشناسی ارشد ریاضی کاربردی

محمدصادق برزگر - کارشناسی ارشد ریاضی کاربردی

مرتضی کارگر - کارشناسی ارشد ریاضی کاربردی

## خلاصه مقاله:

تبلیغات بخش مهمی از هزینه های شرکت های تجاری را به خود اختصاص میدهد بخصوص اگر تبلیغات به صورت چشم بسته و بدون هدف باشد یکی از راه های کاهش هزینه تبلیغات با حفظ کارایی لازم شناسایی گروه هدف بصورت علمی است پیش بینی اینکه کدام دسته از مشتریان از یک محصول خاص استقبال می کنند و انجام تبلیغات در مورد آنها می تواند هزینه تبلیغات را کاهش دهد ضمن اینکه از کارایی تبلیغات نیز نمی کاهد دراین مقاله این پیش بینی با استفاده از اطلاعات مشتریان قبلی که کالای خاصی را خریداری کرده اند ودسته بندی این مشتریان به وسیله یکی از تکنیکهای داده کاوی به نام SVM انجام می پذیرد و نتایج حاصل نیز بیان میگردد.

## کلمات کلیدی:

داده کاوی، روش SVM، تبلیغات

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/141944>

