

عنوان مقاله:

طراحی سیستم پیشنهاد بانکی فردی با استفاده از تجزیه و تحلیل احساسات در رسانه های اجتماعی

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند، دوره 10، شماره 39 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 0

نویسندگان:

مهرگان قباخلو - دانشجوی دکتری رشته مدیریت فناوری اطلاعات گرایش کسب و کار هوشمند، گروه مدیریت فناوری اطلاعات، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

علی رجب زاده قطری - دکترای مدیریت تولید و عملیات، عضو هیئت علمی (استاد تمام) گروه مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

عباس طلوعی اشلقی - دکترای مدیریت صنعتی، عضو هیئت علمی (استاد تمام) و مدیرگروه مدیریت فناوری اطلاعات، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

محمود البرزی - عضو هیئت علمی (دانشیار) گروه مدیریت فناوری اطلاعات، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

حفظ مشتری یکی از پراهمیت ترین مسائل هر سازمانی می باشد و یافتن راهی جهت حفظ و بقای مشتری از نیازهای کلیدی آن سازمان است. هدف اصلی پژوهش حاضر، در حوزه یادگیری ماشین با تمرکز بر شناسایی صحیح نیازهای مشتری با روشی مبتنی بر استخراج دیدگاه ها و تحلیل احساسات و کمی سازی گرایش احساسی مشتریان در مورد خدمات بانکی با بررسی و تحلیل نظرات آن ها می باشد. به عبارتی موضوع این پژوهش طراحی سیستم توصیه گر جهت ارائه خدمات مناسب به مشتریان، با استفاده از عقاید و تجارب آن ها می باشد. روش اجرای ارائه شده در پژوهش حاضر بدین ترتیب است که، با بررسی عقاید مشتریان و استخراج متغیرهایی چون نمره احساسات افراد برای توییت ها، نمره ارتباط، شباهت کسینوسی و میزان ضریب اطمینان در قالب فرآیند آموزش و تست، خدمات بانکی مناسب را پیشنهاد می دهد. به منظور ارائه این پیشنهاد، از روش های دسته بندی مناسب به همراه روش های عقیده کاوی و رویکرد اعتبارسنجی مناسب استفاده می شود و سیستم طراحی شده نهایی با خطایی اندک، جهت ارائه خدمات شخصی سازی شده، در راستای کمک به مدیران بانکی گام خواهد برداشت. از آنجاییکه در حال حاضر ارائه خدمات بانکی متناسب با وضعیت مشتریان به طور کامل وجود ندارد، لذا سیستم مذکور در این زمینه بسیار راهگشا خواهد بود.

کلمات کلیدی:

عقیده مشتری، رضایت مشتری، سیستم توصیه گر، بانکداری، شخصی سازی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1460060>

