

عنوان مقاله:

پیش بینی ریزش مشتریان در بانک ها با استفاده از تکنیک های داده کاوی (مطالعه موردی: نمونه ای از بانک های دولتی داخل کشور)

محل انتشار:

هشتمین کنفرانس بین المللی مهندسی صنایع و سیستم ها (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

راحله ملکی - دانش آموخته دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب

وحید اسماعیلی - استادیار، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب

خلاصه مقاله:

امروزه نقش مدیریت ارتباط با مشتری به عنوان ابزار راهبردی در توسعه سازمان های تولیدی و خدماتی و همچنین جذب و نگهداری مشتریان در صنایع رقابتی، انکارناپذیر است. شناسایی، ارزش گذاری و دسته بندی مشتریان و تخصیص بهینه منابع به آنها با توجه به ارزشی که برای سازمان ها دارند، از دغدغه های اصلی حوزه مدیریت ارتباط با مشتری است. در این تحقیق با استفاده از خوشه بندی K-means و همچنین روش های طبقه بندی همچون؛ رگرسیون لجستیک، درخت تصمیم، نزدیک ترین همسایه و نظریه بیز به محاسبه و پیش بینی ریزش مشتری به کمک شاخص ریزش مشتری، به عنوان ابزاری کلیدی در تحقق نقش مدیریت ارتباط با مشتری در صنعت بانکداری پرداخته می شود. برای این منظور، اطلاعات جمعیت شناختی و مالی ۸۰۰ مشتری حقیقی ارزنده یکی از بانکهای دولتی کشور وارد مدل می شود. نتایج نشان می دهند به کمک این روش میتوان با ریزش مشتری را پیش بینی کرد که بهنسبت روش های آماری متعارف، دقت بیشتری دارد

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، ارزش طول عمر مشتری، ریزش مشتری، خوشه بندی، طبقه بندی، داده کاوی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1537524>

