

## عنوان مقاله:

توسعه ی بازاریابی با توصیه گر گروه های پیام رسان ها

## محل انتشار:

دوفصلنامه محاسبات و سامانه های توزیع شده، دوره 1، شماره 1 (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

## نویسندگان:

سیدعلی هاشمی - دانشجوی دکتری، گروه مهندسی کامپیوتر، پردیس فنی، دانشگاه یزد، یزد

محمدعلی زارع چاهوکی - استادیار، گروه مهندسی کامپیوتر، پردیس فنی، دانشگاه یزد، یزد

## خلاصه مقاله:

امروزه شبکه های اجتماعی و پیام رسان ها عضو جداناپذیری از زندگی روزمره هستند. روزانه داده های باارزش زیادی در این محیط منتشر می شود. بازاریاب ها با استفاده از این داده ها می توانند بهتر از قبل جامعه ی هدف را پیدا کنند. از دیرباز کاربران در پیام رسان ها، گروه های اجتماعی تشکیل می دادند و بحث های خود را در آنها دنبال می کردند. پس از گسترش گوشی های هوشمند، پیام رسان هاینوظهور مانند واتساپ و وایبر استفاده وسیع تری پیدا کردند. در ایران به دلیل پارامترهای اجتماعی، پیام رسان ها جایگاهی در سطح شبکه های اجتماعی پیدا کرده اند. خلاء عمده ای که در پیام رسانی مثل تلگرام در ارتباط با تبلیغات و بازاریابی وجود دارد، عدم امکان جستجوی گروه های اجتماعی و رتبه بندی مناسب آنها می باشد. در این مقاله هدف ما ارائه ی توصیه گری برای گروه های پیام رسان هاست به نحوی که بازاریاب پس انتخاب یک یا چند گروه به عنوان جامعه ی هدف، گروه های زیادی را به عنوان توصیه دریافت کند. توصیه گر پیشنهادی در سامانه ایده کاو که ابزاری برای بازاریابی مبتنی بر اطلاعات منتشرشده در پیام رسان هاست پیاده سازی شده است.

## کلمات کلیدی:

شبکه های اجتماعی، پیام رسان، سامانه های توصیه گر، بازاریابی اطلاعات، بازاریابی مبتنی بر پیام رسان ها

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1546227>

