

عنوان مقاله:

طراحی، الگوسازی و کارهای عملیاتی به منظور شناسایی مشتریان کلان

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی توانمندی مدیریت، مهندسی صنایع، حسابداری و اقتصاد (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 26

نویسنده:

سیدکمال موسوی

خلاصه مقاله:

عنوان پژوهش حاضر بررسی طراحی الگوسازی و کارهای عملیاتی به منظور شناسایی مشتریان کلان می باشد. داده های تحقیق اطلاعات مشتریان مربوط به بازه زمانی ۰۳/۰۶/۱۳۹۵ الی ۳۰/۱۲/۱۳۹۵ از سامانه بانک دی استخراج شد و جامعه آماری داده کاوی پایگاه داده اطلاعات سیستم ارتباط با مشتری می باشد و جامعه آماری برای سنجش رابطه الگوها با عملکرد سامانه سازمان با تعداد ۳۱۶۱۶ عدد می باشد. به منظور تحلیل اطلاعات از نرم افزارهای داده کاوی اسکيو ال سرور، ریپید ماینر و اس . پی . اس . اس . و آزمون های خوشه بندی، همبستگی و... استفاده گردید. براساس مراحل استاندارد داده کاوی CRISP_DM، ابتدا داده های مربوط به شناسایی مشتریان کلان از بانک اطلاعاتی مربوط به درخواست بانک دی با در نظر گرفتن مولفه های مورد نظر استخراج و سپس تجزیه و تحلیل لازم بر روی ارتباط با مشتری صورت پذیرفت و از میان قوانین کشف شده از بانک اطلاعاتی مذکور تعدادی از قوانین مربوط به هر یک از مشتریان از طریق پرسشنامه های محقق ساخته که به منظور ارزیابی قوانین کشف شده جهت هر سامانه تهیه شده، نظرات تخصصی خبرگان صنعت بیمه مخصوصا بانک دی جمع آوری و فرضیه های پژوهش مورد آزمون قرار گرفت. نتایج بدست آمده در قالب این ماتریس نمایانگر آن است که هر یک از دپارتمان های مختلف سازمان با توجه به اهداف عملیاتی و راهبردی موردنظر خود جهت پذیرش و پیاده سازی سیستم مدیریت مشتریان کلان در بانک دی اهداف متفاوتی را دنبال می نمایند.

کلمات کلیدی:

الگوسازی، شناسایی مشتریان کلان، تکنیک های داده کاوی، بانک دی.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1690712>

