

عنوان مقاله:

بررسی الگوریتم های یادگیری ماشین در پیش بینی خرید یا عدم خرید کالا در بازاریابی ویروسی

محل انتشار:

بیستمین کنفرانس بین المللی فناوری اطلاعات، کامپیوتر و مخابرات (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

ایمان اپرناک - دانشجوی دکتری ریاضی کاربردی دانشگاه آزاد اسلامی واحد خرم آباد

مجتبی نظری - استادیار گروه ریاضی دانشگاه آزاد اسلامی واحد خرم آباد

خلاصه مقاله:

امروزه اهمیت و نقش استراتژیهای بازاریابی در شکست و موفقیت سازمان ها بر همگان آشکار است. استراتژی های بازاریابی نقش مهمی را در تعامل سازمان به خصوص تعامل سازمان با مشتریان ایفا می-کنند . سازمان و شرکتی موفق است که بتواند از تمام پتانسیل های موجود بازاریابی استفاده کند. امروزه شبکه های اجتماعی آنلاین بهترین محیط برای تبلیغات و بازاریابی میباشند. در این پژوهش با استفاده از شبکه های اجتماعی به بازاریابی ویروسی پرداخته شده است. عوامل زیادی در بازاریابی موثر هستند که میتوان به نگرش مشتریان، کالا، شرکتهای سازنده و فروش، رسانه های تبلیغاتی و افراد مبلغ (تبلیغکننده) اشاره کرد. در این پژوهش به مقایسه روشهای یادگیری ماشین در پیش بینی پذیرش و عدم پذیرش در خرید کالا پرداخته شده است. برای پیش بینی خرید یا عدم خرید کالا از روشهای نظارت شده و غیر نظارت شده استفاده شده است. در روش غیرنظارت شده از الگوریتم K-Means برای خوشهبندی استفاده شده است. در روش نظارت شده از الگوریتم درخت تصمیم استفاده شده است. پس از پیاده سازی و ارزیابی مشخص شد، در پیش بینی خرید و عدم خرید برای الگوریتم غیرنظارت شده K-Means دقت ۸۸.۴۴ % به دست آمد و برای الگوریتم نظارت شده درخت تصمیم دقت ۷۷.۷۷ % به دست آمد.

کلمات کلیدی:

بازاریابی ویروسی، پیش بینی خرید و عدم خرید کالا، خوشه بندی، الگوریتم غیرنظارت شده، الگوریتم نظارت شده

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1769176>

