

عنوان مقاله:

کاوش سودآوری مشتریان بانکداری خرد با استفاده از تکنیک های داده کاوی

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی بازاریابی خدمات بانکی (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسنده:

حامد هاشمی - دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات، دانشگاه آزاد اسلام

خلاصه مقاله:

با روند خصوصی سازی در صنعت بانکداری کشور و رشد بی سابقه رقابت در تکنولوژی های بانکداری ، هر روزه بر اهمیت نگهداری از مشتریان کنونی و جذب مشتریان جدید افزوده می شود. نگهداری مشتریان یک استراتژی ارزشمند است که سود آوری بلند مدت و موفقیت سازمان ها را تضمین می کند. در این مطالعه، با استفاده از تکنیک های داده کاوی مدلی دو مرحله ای برای شناسایی ویژگی های گروه های مختلف مشتریان سپرده کوتاه مدت بانک معرفی گردیده است. در مرحله نخست، از الگوریتم K-mean جهت شناسایی گروه های مشتریان بر مبنای میزان سودآوری آنها بهره گرفته شده است. چون در K-mean تعداد بهینه خوشه ها بستگی به مسئله مورد نظر دارد، بنابراین از طریق الگوریتم خوشه بندی Twostep تعداد بهینه خوشه ها معین می گردد. پس از تعیین گروه های مختلف مشتریان از لحاظ میزان سودآوری آنها برای بانک، در مرحله دوم، با استفاده از الگوریتم Apriori قواعد وابستگی هر خوشه استنتاج می گردد. نتایج حاصل از این کاوش، به بانک ها کمک خواهد کرد تا درک بهتری از انتظارات کنونی و آتی مشتریان داشته باشند. و از این طریق تدوین استراتژی های بازاریابی برای جذب و نگهداری از مشتریان بر مبنای سود آوری آنها تسهیل می گردد

کلمات کلیدی:

داده کاوی، مدیریت ارتباط با مشتری، تحلیل RFM ، سودآوری مشتری، نگهداری از مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/178004>

