

عنوان مقاله:

تعمین تکنیک های مناسب داده کاوی جهت شناسایی مشتریان ترجیحی در یک سیستم مدیریت ارتباط با مشتری

محل انتشار:

همایش ملی کاربرد سیستم های هوشمند (محاسبات نرم) در علوم و صنایع (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

امین قاضی زاهدی - کارشناس ارشد هوش مصنوعی و مدرس دانشگاه صنعتی امیرکبیر

کریم بیابانی - دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی فناوری اطلاعات و دانشگاه تعالی قم

خلاصه مقاله:

امروزه از ابزارهای داده کاوی برای مدیریت ارتباط با مشتری در صنایع مختلف از جمله بانکداری، بیمه، خرده فروشی، امور بورس، ارتباطات از راه دور، پایگاه داده، بازاریابی، پیش بینی فروش و پیش بینی تقاضا برای خدمات رفاهی از جمله انرژی و آب، شبیه سازی مواد شیمیایی و غیره استفاده می شود. داده کاوی به سازمان ها کمک می کند تا درک بهتری نسبت به کسب و کار خود پیدا کنند تا بتوانند خدمات بهتری به مشتریان خود بدهند و باعث افزایش اثر بخشی سازمانها در دراز مدت می شود. یکی از مهمترین مسائل مربوط به این حوزه شناخت صحیح مشتریان دائمی و موثر نسبت به مشتریان عادی است. از اینرو امور پیش بینی این مشتریان از لحاظ الگوی رفتاری و ویژگی ها از اهمیت بسزایی برخوردار است. در اینجا سعی شده تا با بررسی تکنیک های متفاوت طبقه بندی، نسبت به شناخت الگوریتم های مناسب در این حوزه قدم برداریم. نکته حائز اهمیت در این حوزه تعیین ویژگی های اساسی و موثر در مدل سازی است که با استفاده از روش بالا به پایین این ویژگی ها مشخص می گردد و پس از آن می توانیم به نتایج تفکیک مشتریان با صحت بالا برسیم.

کلمات کلیدی:

تفکیک مشتریان، داده کاوی، سیستم ارتباط با مشتری، طبقه بندی، مدلسازی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/206275>

