

عنوان مقاله:

شناسایی و دسته بندی مشتریان بیمه با استفاده از داده کاوی

محل انتشار:

نخستین همایش منطقه ای فناوری اطلاعات (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 4

نویسندگان:

فاطمه سادات موسوی - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی

مریم خادمی - استادیار، واحد تهران جنوب

حمیدرضا احمدی فر - استادیار، دانشگاه گیلان

خلاصه مقاله:

یکی از موضوعات مهم و اثرگذار در مدیریت شرکت های پویا و بزرگی نظیر بیمه توجه و ارج نهادن به مقوله مدیریت ارتباط با مشتری است به کارگیری ابزارهای فناوری اطلاعات و ارتباطات نیز در راستای دستیابی به مدیریت بهینه ارتباط با مشتری نه تنها موجب تعامل و ارتباط مداوم با مشتریان و در نهایت رضایتمندی و وفاداری آنان می گردد بلکه ضمن ایجاد سودوری برای شرکت های بیمه منجر به کسب مزیت رقابتی نسبت به سایر رقبا میشود از آنجایی که اغلب بیمه نامه های آتش سوزی اماکن مسکونی صنعتی و غیرصنعتی در بازه زمانی یکساله صادر و پس از طی دوره اعتبار منقضی میگردد پایان مدت بیمه نامه میتواند پایان عمر مشتری نیز باشد لذا شناخت و شناسایی مشتریان که احتمال خرید مجدد یا تمدید بیمه نامه آنها بیشتر است برای شرکت های بیمه حائز اهمیت و آنها را در هدفمند کردن بازاریابی و تبلیغات حفظ مشتریان فعلی و شناسایی مشتریان آتی یاری می کند این پژوهش براساس اطلاعات موجود در بانک اطلاعاتی یک شرکت بیمه خصوصی مشتریان بیمه آتش سوزی را در دسته های مجزایی تفکیک نموده و مشتریان مستعد خرید را شناسایی کرده و براساس درخت تصمیم و با استفاده از نرم افزار Rapidminer مدل نموده است

کلمات کلیدی:

دسته بندی مشتریان، صنعت بیمه، داده کاوی، درخت تصمیم، Rapidminer

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/239528>

