

عنوان مقاله:

نقش داده کاوی در تحلیل نیازمندی ها و رفتار مشتریان

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی نوآوری در مهندسی کامپیوتر و فناوری اطلاعات (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

رقیه خواجه پورتادوانی - دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات واحد فارس ، شیراز ، ایران

مریم داوری فرد - دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات واحد فارس ، شیراز ، ایران

خلاصه مقاله:

هنگامی که رایانه در تحلیل و ذخیره سازی داده ها به کار رفت پس از حدود 20 سال حجم داده ها در پایگاه داده ها دو برابر شد، ولی پس از گذشت دو دهه و همزمان با پیشرفت فن آوری اطلاعات هر دو سال یکبار حجم داده ها، دو برابر شد. همچنین تعداد پایگاه داده ها با سرعت بیشتری رشد نمود. حال با وجود سیستم های یکپارچه اطلاعاتی سیستم های یکپارچه بانکی و تجارت الکترونیک، لحظه به لحظه به حجم داده ها در پایگاه داده های مربوط اضافه شده است. داده کاوی به علم استخراج دانش از داده های خام گفته می شود و در کاربردهای متنوعی مورد استفاده قرار می گیرد. استفاده از داده کاوی در کشف روابط و وابستگی بین محصولات یک فروشگاه زنجیره ای از جمله موثر ترین توانایی های داده کاوی می باشد. در اینجا سعی شده است باتوجه به توضیحات بالا استفاده داده کاوی در یکی از مقولات مهم تجارت دنیای امروز یعنی ارتباط با مشتری در جنبه شناخت مشتری، مورد بررسی قرار گیرد.

کلمات کلیدی:

داده کاوی، کشف دانش، سبد خرید مشتری، بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/262777>

