

عنوان مقاله:

داده کاوی در مدیریت ارتباط با مشتری

محل انتشار:

همایش ملی مهندسی رایانه و مدیریت فناوری اطلاعات (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسنده:

خدیجه بآبادی - اهواز، خوزستان، ایران

خلاصه مقاله:

امروزه با گسترش سیستم های پایگاهی و حجم بالای داده های ذخیره شده در این سیستم ها، نیاز به ابزاری است تا بتوان داده های ذخیره شده را پردازش کرد و اطلاعات حاصل از این پردازش را در اختیار کاربران قرار داد. با استفاده از پرسش های ساده در SQL و روش های استنتاج آماری، می توان اطلاعاتی را در اختیار کاربران قرار داد تا بتوانند به نتیجه گیری در مورد داده ها و روابط منطقی بین آنها یک تصمیم درست در زمینه فعالیت خود بگیرند. اما وقتی که حجم داده ها بالا باشد، کاربران هرچند حرفه ای و با تجربه نمی توانند الگوهای مفید را در میان حجم انبوه داده ها تشخیص دهند در این مقاله سعی داریم با استفاده از تکنیک خوشه بندی، الگوریتم APRORI در داده کاوی به مدیریت صحیح روابط مشتری و رفتارهای مشتری را با کمترین هزینه و بالاترین بازدهی بررسی کنیم.

کلمات کلیدی:

استنتاج آماری، الگوریتم، خوشه بندی، فروشگاه، مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/282648>

