

عنوان مقاله:

کاربرد الگوریتم های داده کاوی در بازاریابی بانکی

محل انتشار:

کنفرانس ملی علوم مهندسی، ایده های نو (۸) (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسندگان:

شیوا عرب زاده - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات فارس، گروه کامپیوتر، شیراز، ایران

منصور امینی لاری - دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات فارس، گروه فناوری اطلاعات و کامپیوتر، شیراز، ایران

محمد خدایار - دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات فارس، باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، فارس، ایران

خلاصه مقاله:

صنعت بانکداری از ارکان اصلی اقتصاد به حساب می آید و مشتریان نقش کلیدی در آن دارند. بنابر این توجه ویژه به نیازها و خواسته های مشتریان از جمله موضوعات پر اهمیت محسوب می شود. نقش و اهمیت بیشتری در شرکت ها و بانک ها به سبب تأثیر مستقیمی که بر رشد و بقای بانک در بازار رقابت می گذارد و نیز کسب منافی که برای ایشان دارد، سبب گردیده تا امروزه لزوم کسب رضایت مشتری درک و پذیرفته شود. هدف ما در این پژوهش استفاده از روش های داده کاوی، برای شناسایی مشتریان و همچنین سودآوری ها و مدیریت ریسک در امر بانکداری است. در این مقاله با استفاده از الگوریتم درخت تصمیم مانند J48 و دیگر الگوریتم ها، مانند Naïve Bayes و AdaBoost میزان رضایت مشتریان را نشان خواهیم داد.

کلمات کلیدی:

الگوریتم درخت تصمیم، بازاریابی بانکی، داده کاوی، Naïve Bayes J48

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/308370>

