

عنوان مقاله:

استفاده از داده کاوی در سیستم مدیریت ارتباط با مشتری شرکت های بیمه مطالعه موردی در زمینه شناسایی مشتری

محل انتشار:

نخستین کنفرانس ملی آینده پژوهی، مدیریت و توسعه (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

رسول نادری - کارشناس ارشد مهندسی صنایع سیستم های اقتصادی و اجتماعی، دانشگاه علوم اقتصادی

احسان شکاری - کارشناس ارشد علوم تصمیم و مهندسی دانش، دانشگاه علوم اقتصادی

خلاصه مقاله:

بازار بیمه هر روز پیش از پیش رقابتی می شود. بیمه نامه های متعددی نیز مرتبط با جنبه های مختلف زندگی به وجود آمده اند. شرکت های بیمه به منظور موفقیت در ارائه خدمات بهتر و توسعه کسب و کار خود باید توصیف بهتری از مشتریان و نیاز های آن ها داشته باشند. شرکت های بیمه حجم عظیمی از داده ها در مورد بیمه شونده ها را ثبت می کنند ولی از آنها نمی توانند بدین منظور استفاده مناسبی بکنند. داده کاوی علمی جدیدی است که توانایی کار با حجم عظیم داده ها و کشف دانش پنهان موجود در آن ها را دارد و استفاده از آن در این مورد می تواند مفید باشد. در این مقاله طرحی کاربردی برای استفاده از داده کاوی در جنبه های مختلف مدیریت ارتباط با مشتری ارائه می شود تا شرکت های بیمه بتوانند خدمات بهتری به مشتریان خود ارائه دهند که نتیجه آن رضایت بیشتر مشتری و موفقیت بیشتر شرکت ها بیمه است.

کلمات کلیدی:

داده کاوی 1، مدیریت ارتباط با مشتری 2، شناسایی مشتری، بیمه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/314465>

