

## عنوان مقاله:

تجمیع فناوریهای داده‌کاوی و استدلال موردی در کشف دانش مشتریان

## محل انتشار:

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

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

## نویسندگان:

فاطمه قیومی محمدی - دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی فناوری اطلاعات (تجارت الکترونیک)، دانشکده مهندسی صنایع دانشگاه علم و صنعت

محمدرضا غلامیان - استادیار گروه مهندسی فناوری اطلاعات (تجارت الکترونیک)، دانشکده مهندسی صنایع دانشگاه علم و صنعت

## خلاصه مقاله:

با وجود اینکه شرکتها اطلاعات زیادی در مورد مشتریان خود دارند، اما در حقیقت واقعا مشتریان خود را نمیشناسند و نمی‌دانند که مشتریان چه سطحی از دانش را دارا بوده و چطور از آنها حمایت کنند. مدیریت دانش مشتریان، برای سازمانها اینامکان را فراهم می‌آورد که با احتمال بیشتری قادر به تشخیص فرصتهای پدیدار شده در بازار بوده و مزیت رقابتی خود را افزایش دهند. در سازمانها باید از مزایای مدیریت دانش استفاده شود تا بتوان اطلاعات و تجربه را بطور سیستماتیک بکار گرفت، بگونه‌ای که ابداع، نوآوری، شایستگی، کارایی و پاسخگویی سازمان بهبود یابد. در این مقاله برآن هستیم تا به مرور کلی رویتکنیکهای داده‌کاوی به کار رفته در زمینه مدیریت دانش مشتریان و همچنین تکنیک استدلال مبتنی بر مورد برای استخراج دانش در زمینه‌های مختلف که میتوانند در این زمینه کاربردی باشند، بپردازیم

## کلمات کلیدی:

مدیریت دانش مشتریان، مدیریت دانش، استدلال مبتنی بر مورد، داده‌کاوی، هوش مصنوعی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/327679>

