

عنوان مقاله:

داده کاوی مشتریان بانک با استفاده از الگوریتم های خوشه بندی بهینه

محل انتشار:

دومین همایش ملی فناوری های نوین در مهندسی برق و کامپیوتر (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 5

نویسندگان:

نیما فرجیان - عضو هیات علمی گروه کامپیوتر موسسه آموزش عالی ایوانکی

صبا رئیسی - دانشجوی کارشناسی مهندسی فناوری اطلاعات موسسه آموزش عالی ایوانکی

خلاصه مقاله:

شناخت مشتریان و همچنین شناخت نیازهای مشتریان، عمل موثری در کسب برتری در ارائه خدمات به مشتری است مدیران باید مشتریان خود را اولویت بندی کرده و کانون توجه خود را بر مشتریان کلیدی متمرکز کنند روز بروز هزینه ازدست دادن مشتری را بیشتر درک کنند مشتریان ما احتمالا تجربیات خودشان را به مشتریان دیگر در میان خواهند گذاشت این زیان ممکن است منجر به ازدست رفتن اعتماد مشتریان کنونی ما و هر مشتری بالقوه ای می شود امروزه تدوین سیاست ها و استراتژیهای رقابتی از سوی صاحب نظران تاکید میشود لذا موسسات اعتباری مانند بانکها و ... نمیتوانند اهداف اساسی کار خود نظیر دستیابی به مزیت رقابتی یا ایجاد سود را نادیده بگیرند شناسایی گروه های مختلف مشتریان و تعیین خواسته ها و نیازهای آنان میتوانند باعث بوجود آمدن رضایت مشتری برای موسسات مالی شود و همین امر موجب وفاداری بیشتر مشتریان میشود شناسایی مشتریان کلیدی و حفظ این گونه مشتریان در بلندمدت نسبت به جذب مشتریان جدید برای جایگزینی مشتریانی که قطع رابطه با بانک کرده اند سودمندتر است زیرا هزینه جذب یک مشتری کلیدی جدید 5 برابر هزینه حفظ یک مشتری است مشتریانی که بانک بتواند رضایت آنها را جلب کند تجربیات مثبت خود را برای دیگران بیان می کنند و به این ترتیب وسیله تبلیغ برای بانک میشوند و در نتیجه هزینه جذب مشتریان جدید کاهش م یابند

کلمات کلیدی:

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/337723>

