

عنوان مقاله:

بررسی موردی کاربرد داده‌کاوی در مدیریت ارتباط با مشتریان یک شرکت هواپیمایی

محل انتشار:

دومین همایش ملی مهندسی رایانه و مدیریت فناوری اطلاعات (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

منصوره یونسی - کارشناس ارشد مهندسی فناوری اطلاعات، مدرس دانشگاه علمی کاربردی بهشهر

نرجس جعفرپور - دانشجوی کارشناسی فناوری اطلاعات، دانشگاه علمی کاربردی بهشهر

علیرضا دیباف - دانشجوی کارشناسی فناوری اطلاعات، دانشگاه علمی کاربردی بهشهر

خلاصه مقاله:

سیر تحولات و تغییرات پرشتاب در بازار رقابتی کنونی، سازمانها را برآن داشته جهت باقی ماندن در عرصه رقابت، شناخت صحیح و درستی از محیط پیرامون تود به تصوف مشتریان داشته باشند. در سالهای اتیر احترام به مشتری یا مشتری مداری به عنوان محورفعالیت سازمانها مورد تاکید و توجه قرارگرفته است. به نحوی که از دیدگاه رقابتی، بقا و تداوم حیات سازمانها در گرو شناسایی و جذب مشتریان جدید و همچنین حفظ مشتریان موجود بیان میشود. همچنین با گسترش استفاده از فناوریهای اطلاعات و ارتباطات، شاهد ظهور مفهوم مدیریت ارتباط با مشتری به عنوان رویکردی مهم در کسبوکار بودهایم. امروزه فناوریهای نوین اطلاعاتی قادر بهتولید، ذخیرهسازی، پردازش و توزیع حجم عظیمی از اطلاعات بوده و به همین دلیل شاهد پدیده‌های به نام انفجار اطلاعات هستیم. بسیاری از سازمانها داده‌های بسیار زیادی را درباره مشتریان خود جمع‌آوری و ذخیره میکنند ولی ناتوانی این سازمانها برای کشت دانش پنهان باارزش در این داده‌ها سبب میشود که این داده‌ها به دانش تبدیل نشوند و این کار عملا بیهوده باشد. داده‌کاوی ابراری قدرتمند برای استخراج دانش از پایگاه داده‌های بسیار بزرگ و پیچیده است. کاربرد داده‌کاوی در مدیریت ارتباط با مشتریان در سالهای اخیر به موضوع مورد بحث محققان تبدیل شده است.

کلمات کلیدی:

داده‌کاوی، مدیریت ارتباط با مشتری، مشتریمداری، کسب و کار، شرکت هواپیمایی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/422887>

