

## عنوان مقاله:

ارائه مدل نوین RFME به منظور ارائه تبلیغ به صورت آگاه به زمینه در بازیابی آنلاین

## محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی پژوهشهای کاربردی در مهندسی کامپیوتر و فن آوری اطلاعات (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

## نویسندگان:

عذرا دانشمندی - دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی فناوری اطلاعات دانشگاه قم

علی طایی زاده - گروه مهندسی فناوری اطلاعات دانشگاه قم

## خلاصه مقاله:

در دنیای رقابتی امروز؛ مشتریان که عنصر اصلی بازار هستند نیازمند رفتارهایی شخصی سازی شده از طرف شرکتها و سازمانها و نیز کالاها و خدماتی که بیشتر و بهتر نیازهای آنها را برآورده سازند می باشند. این نیاز مشتریان با گسترده شدن هرچه بیشتر تجارت الکترونیک و افزایش قدرت انتخاب آنها از یک سو قدرت یافتن رقبای تجاری از سوی دیگر بیشتر و پررنگتر شده است در این مقاله مدلی به نام RFME ارائه شده است این عبارت به ترتیب ابتدای حروف تازگی؛ تکرار؛ ارزش مالی و میزان درگیری است که در آن متناسب با میزان ارزش هر مشتری ونیز با در نظر گرفتن زمینه وی تبلیغاتی به او ارائه می شود.

## کلمات کلیدی:

مدل RFM تبلیغات در بازیابی آنلاین؛ زمینه؛ میزان درگیری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/466790>

