

عنوان مقاله:

کاربرد داده کاوی در حوزه بازاریابی با نگرش بر رفتار مشتریان

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی پژوهشهای کاربردی در مدیریت و حسابداری (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسنده:

آدینه دهقانی - سرپرست تغذیه اطلاعات شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب

خلاصه مقاله:

در عصر حاضر، که فناوری اطلاعات روز به روز شکل جدیدی در آن پدیدار می شود باعث شده در زمینه کسب و کار بنگاه های اقتصادی دروازه ای به سمت قله ترقی گشوده شود. حوزه بازاریابی به عنوان یک زیر مجموعه اصلی و پردرآمد برای این سازمان به شمار می آید. فن آوری اطلاعات دلیلی بر تغییراتی در روش های بازاریابی و ایجاد حجم وسیعی از داده های مشتریان گردیده است. با توجه به رقابت فشرده در بازار و وجود تنوع در محصولات و خدمات که پیش روی مشتریان قرار دارد، بررسی رفتار مشتریان، وفا داری و کسب رضایت آنها برای پیشرفت و بقای بنگاه های اقتصادی عامل بسیار مهمی تلقی می گردد. با توجه به موارد عنوان شده ، یکی از موثرترین عامل در بررسی رفتار مشتریان، داده کاوی است. در این مقاله به کاربرد داده کاوی درکشف، تحلیل و استفاده از الگوهای رفتار مشتریان و تاثیر آن در مدیریت ارتباط با مشتریان می پردازیم. علاوه براین موضوع به فرایند ها و روش های کشف دانشی که می توانیم به دست آوریم و حجم عظیمی از اطلاعات مشتریان به عنوان ابزار مهمی در جهت پشتیبانی تصمیمات مختلف بازاریابی اشاره خواهد شد. همچنین به فرایند داده کاوی چگونه با شناسایی خصوصیات و الگوهای رفتار مشتریان به ارائه خدمات و محصولات مورد نیاز آنها ، پرداخته می شود. در انتها داده کاوی به عنوان یک راهنمای موثر در جهت مزیت رقابتی، افزایش سود و بقای سازمان ها معرفی می گردد.

کلمات کلیدی:

فن آوری اطلاعات ، داده کاوی ، بازاریابی ، رفتار مشتریان ، وفاداری مشتریان ، کشف دانش ، مدیریت ارتباط با مشتریان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/568265>

