

عنوان مقاله:

بهبود دقت در پیش بینی خوشه مشتریان بیمه با استفاده از روش بگینگ

محل انتشار:

بیست و دومین کنفرانس ملی سالانه انجمن کامپیوتر ایران (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

احسان مختاری - دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده مهندسی کامپیوتر و فناوری اطلاعات، دانشگاه گیلان، رشت

سیدابوالقاسم میرروشندل - استادیار، دانشکده مهندسی کامپیوتر و فناوری اطلاعات، دانشگاه گیلان، رشت

خلاصه مقاله:

امروزه مهمترین اقدام شرکت های بیمه در بحث بازاریابی و تبلیغات، بخش بندی و تفکیک مشتریان بر اساس رفتار و نیاز آن ها است. از این رو، این شرکت ها برای شناسایی و تحریک کردن مخاطبان خود، بازاریابی و تبلیغات را به طور گسترده و هدامند در تمام محیط های ارتباطی به انجام می رسانند. برای اثر بخشی هرچه بهتر این رویکرد، مشتریان بر اساس معیارها و اهداف خاصیتفکیک و بخش بندی می شوند. خوشه بندی روشی تحلیلی برای کشف عملکرد و رفتار مخاطبان از طریق اطلاعات آن ها است. این امر باعث می شود تا شرکت ها بتوانند از طریق همین عملکرد مخاطبان، دست به اتخاذ تصمیم و تبلیغات هدامند نسبت به آن ها بزنند. هدف اصلی این پژوهش، ارائه راهکاری برای شناخت و پیش بینی عملکرد و رفتار مشتریان جدید در انتخاب نوع بیمه برای حفاظتمسکن خود در برابر مخاطرات، از طریق ترکیب روش K-medoids با شبکه عصبی در جهت تعیین خوشه مشتریان جدید برای ارایه تبلیغ محصولات بیمه ای است. همچنین، برای بهبود دقت در بحث پیش بینی استفاده از روش بگینگ در مقایسه با الگوریتم شبکه های عصبی بکارگرفته شده است. در این راستا، بدلیل زیاد بودن مشخصه ها در اکثر مجموعه داده ها و پراکندگی آنها، ابتدا از طریق تکنیک K-medoids به کشف الگوهای مفهومی رسیده و با استفاده از همین الگوها بعد از مشخص شدن خوشه مشتریان، فقطبا داشتن اطلاعات جمعیت شناختی از سوی مشتریان جدید، خوشه آن ها از طریق روش بگینگ پیش بینی و اقدامات لازم برایمشتریان جدید صورت می گیرد. ویژگی متمایز این پژوهش، ترکیب روش های خوشه بندی با روش های دسته بندی در کشف الگواست. آزمایش های انجام شده، شناخت و کشف نیازها همچنین رفتار و عملکرد مشتریان را نشان می دهد که بر اساس آن بازاریابی و تبلیغات صورت می گیرد.

کلمات کلیدی:

بازاریابی، تبلیغات هدامند، تفکیک مشتریان، خوشه بندی، K-medoids، شبکه عصبی، بگینگ، کشف ارگو

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/635581>

