

عنوان مقاله:

خوشه بندی مشتریان بانکداری الکترونیک با استفاده از داده کاوی

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی بازشناسی الگو و تحلیل تصویر ایران (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسندگان:

نگاه محرمی - کارشناس ارشد نرم افزار

سیدابوالقاسم میرروشندل - استادیار دانشکده فنی، دانشگاه گیلان

خلاصه مقاله:

امروزه یکی از چالش های بزرگ سازمان های مشتری محور، شناخت مشتریان، خوشه بندی آنها و تعیین میزان ارزش هر خوشه می باشد. کشف الگوهای پنهان (داده کاوی) با استخراج دانش از حجم انبوه داده ها تحولی عظیم در عرصه ی مدیریت مشتریان ایجاد کرده است. داده کاوی با ایجاد تمایز بین خوشه های مختلف مشتریان امکان رتبه بندی آنها را فراهم می کند. در راستای این هدف اطلاعات تراکنشی و اطلاعات شخصی مربوط به 917 نفر از مشتریان بانکداری الکترونیکی بانک تجارت (یک شعبه) در بازه زمانی دو ساله (1393 الی 1394) گردآوری شد. مشتریان نمونه بر اساس تحلیل RFM و از طریق اطلاعات تراکنشی (تاریخ آخرین تراکنش، تعداد تراکنش های آنلاین، مبلغ تراکنش های آنلاین) به 4 بخش تقسیم شدند. در نهایت کشف الگوهای پنهان بین داده ها با استفاده از الگوریتم C5 انجام شد و شاخص هایی که بیشترین ضریب تاثیرگذاری پیش بینی کننده را داشتند مشخص گردید. یافته های این تحقیق می تواند در راستای تدوین استراتژی های مدیریت مشتریان توسط مدیران بانک مورد استفاده قرار گیرد.

کلمات کلیدی:

خوشه بندی، داده کاوی، بانکداری الکترونیک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/638459>

