

عنوان مقاله:

ارایه مدلی به منظور طبقه بندی مشتریان خدمات اینترنتی بر مبنای الگوریتم داده کاوی

محل انتشار:

فصلنامه تخصصی رشد فناوری، دوره 13، شماره 49 (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

فرید نوری - دانشگاه آزاد اسلامی، واحد الکترونیکی، تهران، ایران

حامد کاظمی پور - استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

امروزه نقش مشتریان بجای پیروی از تولیدکنندگان به هدایت آنها مبدل گشته است به همین دلیل دسته بندی مشتریان در هدفمندسازی و سفارش‌سازی خدمات و اولویت‌بندی محصولات شرکتها بر مبنای میزان سودآوری کمک شایانی می کند . در بازار ارایه‌دهندگان خدمات اینترنتی، رقابتی زیادی با هم رقابت میکنند زیرا سرمایه‌گذاری بر روی خدمات ارتباطی و اینترنتی سودآور و مفید میباشد. لذا برای پیشرفت در بازار مذکور، ارایه سرویسهای جدید و خلاقیت و نوآوری از موارد ضروری میباشد. شرکتهای ارایه‌دهنده خدمات اینترنتی برای گرفتن حجم بیشتری از بازار باید با شناخت کافی از بازار و مشتریان، به حفظ مشتریان موجود و جذب مشتریان جدید بپردازند. چنین شرکتهایی میتوانند با طبقه‌بندی و خوشه‌بندی مشتریان خود، ضمن شناسایی و حمایت از مشتریان فعال و سودرسان، مشتریان نامتعارف را از چرخه خدمات‌رسانی شرکت خارج نمایند. این تحقیق با استفاده از الگوریتم داده‌کاوی، ضمن کشف و شناسایی چنین مشتریانی، شرکتهای ارایه‌دهنده خدمات اینترنتی را نیز به اهدافشان نزدیکتر میکند.

کلمات کلیدی:

فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT)؛ سرویس اینترنت پر سرعت ؛ پهنای باند ؛ خوشه بندی ؛ رده‌بندی یا طبقه بندی یا کلاس‌بندی مشتریان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/645801>

