

عنوان مقاله:

روش های موثر پیش بینی ریزش مشتری مبتنی بر تحلیل شبکه اجتماعی

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مهندسی و علوم کامپیوتر (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

غزل وطن خواهان - دانشکده مهندسی کامپیوتر، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران.

محمدحسین ندیمی شهرکی - دانشکده مهندسی کامپیوتر، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران

خلاصه مقاله:

طی سالهای اخیر پیش بینی ریزش مشتری به یکی از مسایل مهم حوزه ی کسب و کار تبدیل شده است. با توجه به اینکه برنامه ریزی برای حفظ تمام مشتریان پرهزینه است، لذا فقط مشتریان بالقوه برای ریزش مورد بررسی و پیش بینی قرار می گیرند تا واحد حفظ مشتری، استراتژی مناسبی برای نگهداری آنها ارایه دهد. با استفاده از تکنیک های داده کاوی کارهای گسترده ای در حوزه پیش بینی ریزش مشتری انجام شده است. تکنیک های طبقه بندی پرکاربردترین تکنیک ها در این حوزه هستند. عمده ی روشهای قبلی فقط از اطلاعات شخصی مشتریان برای پیش بینی ریزش استفاده می کردند. درحالیکه ریزش یک مشتری از عوامل اجتماعی زیادی تاثیر می گیرد. از سال 2008 رویکرد جدیدی جهت بهبود مدل های پیش بینی ریزش معرفی شد، این رویکرد از این واقعیت ناشی می شود که ریزش یک تصمیم فردی نیست و عوامل و روابط اجتماعی زیادی در آن نقش دارند؛ بنابراین برای توسعه ی مدل های پیش بینی ریزش، باید تحلیل شبکه اجتماعی را نیز در آنها لحاظ کنیم. در این مقاله سعی بر آن شده است که تحقیقات انجام شده در زمینه ی پیش بینی ریزش مشتری با استفاده از تحلیل شبکه اجتماعی را بر اساس متدلوژی و مزایا مقایسه کرده و در نهایت با توجه به نتایج به دست آمده از مرور و مقایسه ی این روشها، یک مدل جدیدی پیشنهاد شده است.

کلمات کلیدی:

پیش بینی ریزش مشتری، تحلیل شبکه اجتماعی، تکنیک های داده کاوی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/648295>

