

عنوان مقاله:

نقش سیستم پیشنهاد دهنده و روشهای استفاده از آنها در فروشگاههای الکترونیکی

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی شهر الکترونیک (سال: 1388)

تعداد صفحات اصل مقاله: 5

نویسندگان:

محمدامین کریمی - دانشجوی کارشناسی رشته فناوری اطلاعات، دانشگاه صنعتی امیرکبیر (پلی تک

سیدعلیرضا هاشمی گلپایگانی - دکترای مهندسی صنایع، عضو هیئت علمی دانشکده کامپیوتر و فناوری اطلاعات

خلاصه مقاله:

سیستم های پیشنهاد دهنده با پیشنهاد گزینه های مطلوب به مشتری با توجه به علایق، ویژگی ها و رفتارهای او می توانند نقش بسزایی در بهبود کمی و کیفی فروش داشته باشند. فروشگاههای اینترنتی در ایران با قدمتی نه چندان زیاد بسترهای مناسبی برای استفاده از این سیستم ها جهت افزایش فروش، افزایش رضایت مشتری و در نهایت رسیدن به یک شهر الکترونیکی از جنبه خرید و فروش اینترنتی در آن هستند. در این مقاله سعی می شود به معرفی سیستمهای پیشنهاد دهنده و بررسی نقش آنها ر بازارهای اینترنتی دنیا بخصوص ایران و توضیح روشهای بکارگیری آنها با ذکر مثال پرداخته شود.

کلمات کلیدی:

سیستم پیشنهاد دهنده، بازار الکترونیکی، فروشگاه الکترونیکی، خرید و فروش اینترنتی، تجارت الکترونیکی، شهر الکترونیکی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/71946>

