

عنوان مقاله:

بکارگیری تکنیک های داده کاوی در مدیریت ارتباط با مشتریان هتل

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی پژوهش های کاربردی در علوم برق، کامپیوتر و مهندسی پزشکی (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسنده:

زهرا حسین زاده جعفری - دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی فناوری اطلاعات، موسسه آموزش عالی علامه جعفری، رفسنجان، کرمان

خلاصه مقاله:

مدیریت ارتباط با مشتری یک مفهوم یا استراتژی دقیق برای تقویت روابط با مشتریان و در عین حال کاهش هزینه و افزایش بهره وری و سودآوری در تجارت است. یک سیستم مدیریت ارتباط با مشتری ایده آل، مجموعه ای متمرکز از تمام منابع داده یک سازمان است و یک دیدگاه اتمیستی (جزیی) زمان واقعی از اطلاعات مشتری را فراهم می کند. یک سیستم مدیریت ارتباط با مشتری، گسترده و قابل توجه است اما میتواند برای تجارتهای کوچک و همچنین شرکتهای بزرگ به عنوان هدف اصلی برای کمک به مشتریان، کارآمد باشد. هتلهای امروزی از طریق تجزیه و تحلیل چرخه زندگی مشتری به افزایش ارزش مشتری دست یافته اند. ابزارها و فناوریهای انبار داده، داده کاوی و دیگر تکنیکهای مدیریت ارتباط با مشتری، روشهایی هستند که فرصتهای جدیدی را برای تجارت فراهم کرده اند. در واقع دیدگاه محصولمحوری جای خود را به مشتری محوری داده است. بنابراین با جمعآوری داده های مربوط به مشتری و تصمیم گیری براساس الگوهای استخراج شده از روابط پنهان 5 میان داده ها به وسیله ابزار داده کاوی، میتوان به خواسته مشتری محوری خود، جامه عمل پوشاند. CRM با راه های جدید تعامل با مشتریان سر و کار دارد که بازگشت سرمایه بالاتری را برای کسب و کارها از طریق ارتقاء فرآیندهای مشتریگرا از قبیل فروش، بازاریابی و سرویس دهی به مشتری، وعده میدهد. داده کاوی تکنیکهایی برای خودکارکردن کشف الگوهای مرتبط در پایگاه های داده، به هتلهای کمک میکند که با شناسایی و پیشبینی نیازهای مشتریان در سراسر چرخه زندگی مشتری، ارتباطات شخصی و سودبخش با مشتریان برقرار کنند.

کلمات کلیدی:

تکنیک های داده کاوی، مدیریت ارتباط با مشتریان، CRM، هتل

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/851463>

