

عنوان مقاله:

نقش بکارگیری الگوریتم شبکه عصبی مصنوعی (ANN) در بهبود بازاریابی دیجیتال و تجارت الکترونیک در کشور (مطالعه موردی: سایت مارکتینگ دیجی کالا)

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی اقتصاد، مدیریت و حسابداری (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

حمید محمدشفیعی - دانشجو کارشناسی ارشد، گروه مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی هشت بهشت، اصفهان، ایران

سجاد نوری - دانشجو کارشناسی ارشد، گروه مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی هشت بهشت، اصفهان، ایران

مهدی رجبی - استادیار گروه مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی هشت بهشت، اصفهان، ایران

خلاصه مقاله:

با توسعه فضای اینترنت، امکان عرضه محصولات در این بستر بصورت قابل توجهی افزایش یافته و رویکردهای بازاریابی سنتی جای خود را به تکنیک های پیچیده تجارت الکترونیک و بازاریابی دیجیتال داده است. کشور ایران نیز از این مسئله مستثنی نبوده و از این فضا در راستای ایجاد بازارهای مختلف بهره گرفته است. سایت های فروش بزرگ مانند دیجی کالا امروزه اقدام به ارائه خدمات بازاریابی و مارکتینگ دیجیتال برای مشتریان ایرانی نموده اند که بصورت قابل توجهی جایگاه خود را در میان بازار کسب و کار ملی باز کرده و گوی سبقت را از دیگر رقبایان ربوده است. این مطالعه سعی دارد تا با نگرشی تخصصی بر میزان اهمیت و توانمندی تجارت الکترونیک و بازاریابی دیجیتال سعی گردیده تا عوامل موثر در فروش برندهای گوشی تلفن همراه شامل آیفون، سامسونگ، نوکیا، ژیامی و HTC می باشد که سعی گردیده خصوصیات و مزایای گوشی استخراج و میزان موفقیت فروش آن ها مورد ارزیابی قرار گیرد. در این راستا از رویکرد شبکه عصبی مصنوعی (ANN) و داده کاوی بهره گرفته شده که در زبان برنامه نویسی سطح بالای پایتون 3 پیاده سازی شده است. بر پایه نتایج حاصل از ارزیابی که بر روی پایگاه داده 10.000 داده ای شرکت دیجی کالا برای فروش برندهای مختلف تلفن همراه پیاده سازی شده است، مشخص گردیده که گوشی آیفون نسبت به سایر گوشی های تلفن همراه دارای محبوبیت بیشتر بوده و مهمترین مسئله در ارجحیت این برند خاص، امنیت بالا، مقاومت بدنه، کیفیت صدا و تصویر، عمر مفید باتری و اندازه مناسب می باشد. با این حال، برند نوکیا و سامسونگ به دلیل آسانی کارکرد با آن و همچنین هزینه مناسب تر مورد توجه مشتریان بوده است. از سوی دیگر، ماتریس در هم ریختگی ارائه شده توسط شبکه عصبی با درستی 79/82٪، دقت 85/56٪ و بازخوانی 83/36٪ توانسته به 97/91٪ ارزشیابی ها پاسخ متناسبی داده است.

کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیک، شبکه عصبی مصنوعی، (ANN)، داده کاوی، گوشی تلفن همراه، شرکت دیجی کالا

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1016693>

