

عنوان مقاله:

داده کاوی بر اساس الگوی خرید مشتریان و خوشه بندی اطلاعات مشتریان بر حسب شیوه زندگی آنها

محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی دانش و فناوری علوم مهندسی ایران (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

محمد امین - دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه کامپیوتر و فناوری اطلاعات، موسسه آموزش عالی الکترونیکی اهواز

مرتضی زلف پور آرخلو - استادیار، گروه کامپیوتر و فناوری اطلاعات، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سپیدان و عضو هیئت علمی موسسه آموزش عالی الکترونیکی اهواز

خلاصه مقاله:

شناخت و ارتباط مثبت بین مشتریان و صاحبان مشاغل یک عامل مهم در رشد، توسعه و رقابت می باشد. شرکت ها همیشه نیاز به نوعی طبقه بندی در بازار دارند تا بتوانند از طریق آن و ایجاد یک رابطه صادقانه با مشتری خود به فروش بیشتری دست یابند. این مقاله، براساس سبک زندگی افراد و با استفاده از اطلاعات استخراج شده از یک پایگاه داده ی خرید و فروش، روشی را برای قطعه بندی بازار خرده فروشی پیشنهاد می کند. ما با استفاده از یک الگوریتم خوشه بندی متغیر، مجموعه ای از سبدهای خرید مشتریان را طبقه بندی کرده سپس با استفاده از این طبقه بندی سبک زندگی مشتریان را تشخیص می دهیم.

کلمات کلیدی:

داده کاوی، خرده فروشی، خوشه بندی، قطعه بندی، سبک زندگی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/766219>

