

## عنوان مقاله:

نقش داده کاوی در پیش بینی تقاضای آینده مشتری

## محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی نوآوری و تحقیق در علوم مهندسی (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

## نویسندگان:

سمانه خطی - مدرس دانشگاه ، گروه مهندسی فناوری اطلاعات، دانشگاه علمی کاربردی ، مازندران، ایران

نساء نوروزیان - گروه مهندسی فناوری اطلاعات، دانشگاه علمی کاربردی واحد ۱۹، قائمشهر، ایران

## خلاصه مقاله:

امروزه - با گسترش سیستم های پایگاهی و حجم بالای داده های ذخیره شده در این سیستم ها، نیاز به ابزاری است تا بتوان داده های ذخیره شده را پردازش کرد و اطلاعات حاصل از این پردازش را در اختیار کاربران قرار داد. اما وقتی که حجم داده ها بالا باشد، کاربران هر چند حرفه ای باشند نمی توانند الگوهای مفید را در میان حجم انبوه داده ها تشخیص دهند و یا اگر قادر به این کار هم باشند، هزینه عملیات از نظر نیروی انسانی و مالی بسیار بالا است. حضور در بازار پرتلاطم رقابت، سازما نها را به استفاده از رویکردهای نوین جهت نگهداشت مشتریان جاری، شناسایی و جذب مشتریان جدید سوق داده است. روش های داده کاوی که قابلیت کشف دانش از انبوه داد ه ها را فراهم می کنند، در این موضوع به کمک سازمان ها آمده و آنها را در راستای رسیدن به اهداف بازاریابی و مدیریت ارتباط با مشتری ، شامل شناسایی، جذب، نگهداشت و ارتقای مشتری یاری می رسانند. در این مقاله، پس از معرفی داده کاوی و مدیریت ارتباط با مشتری، به بررسی نقش داده کاوی در پیش بینی تقاضای آینده مشتری پرداخته شده است

## کلمات کلیدی:

انبوه داده ، پایگاه داده ، داده کاوی ، مدیریت ارتباط با مشتری .

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/916075>

