

کاربرد داده کاوی در حوزه بازاریابی با نگرشی بر رفتار مشتریان

محمد خان بابایی¹ ؛ احمد نادعلی²

چکیده :

امروزه با رشد سریع فناوری اطلاعات در بخش‌های مختلف کسب و کار، مزایای فراوانی برای صاحبان بنگاه‌های اقتصادی به ارمغان آمده است که حوزه بازاریابی نیز به عنوان یک زیر بخش اصلی سازمان از این قاعده مستثنی نیست. فن‌آوری اطلاعات باعث تغییراتی در روش‌های بازاریابی سازمان‌ها و ایجاد حجم وسیعی از داده‌های مشتریان گردیده است. با توجه به رقابت فشرده در بازار و گزینه‌های متنوعی از محصولات و خدمات که پیش‌روی مشتریان قرار دارد، تحلیل رفتار مشتریان، عامل بسیار مهمی برای بقای بنگاه‌ها تلقی می‌گردد. نظر به موارد مذکور، یکی از موثرترین ابزارهای بررسی رفتار مشتریان، داده کاوی است.

این مقاله به کاربرد داده کاوی در کشف، تحلیل و بهره‌برداری از الگوهای رفتار مشتریان و تاثیرات آن در مدیریت ارتباط با مشتریان می‌پردازد. در ادامه به فرایندها و روش‌های کشف دانش قابل استخراج از حجم عظیمی از اطلاعات مشتریان به عنوان ابزار مهمی در جهت پشتیبانی تصمیمات مختلف بازاریابی اشاره خواهد شد. در این مقاله به این مهم که فرایند داده کاوی چگونه با شناسایی خصوصیات و الگوهای رفتار مشتریان به ارائه خدمات و محصولات مناسب‌تر کمک می‌نماید، پرداخته می‌شود. در انتها داده کاوی به عنوان یک راهنمای موثر در جهت مزیت رقابتی، افزایش سود و بقای سازمان‌ها معرفی می‌گردد.

کلمات کلیدی:

فن‌آوری اطلاعات، داده کاوی، بازاریابی، رفتار مشتریان، کشف دانش، مدیریت ارتباط با مشتریان

¹ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت IT دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات Email: mohammadkhanbabaei@yahoo.com
² دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت IT دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات Email: nadali_ahmad@yahoo.com