

کاربردهای نوین تکنولوژی بیومتریک در مباحث

بازاریابی و خرده فروشی

دکتر علی معینی^{۷۱}، بهنام امیری^{۷۲}

چکیده

تجارت الکترونیک فرصتهای بسیاری را برای بازیگران فراهم آورده و در عرصه تکنولوژیک نیز حوزه های نوآوری و ابداع را افزایش داده است. در این عرصه تکنولوژی های مختلفی جهت حمایت از تجارت الکترونیک بهینه سازی و یا ابداع می شوند. یکی از تکنولوژی های پر کاربرد در عرصه فن آوری اطلاعات بیومتریک است. بیو متریک بنا به دید رایج بسیاری از افراد مربوط به سامانه های امنیتی پلیسی و کاربرد های ویژه آن در حوزه امنیت است. اما امروزه بیو متریک علاوه بر حوزه امنیت، عرصه های جدیدی را برای حضور خود انتخاب کرده است و آن مباحث بازاریابی و علوم شناختی است. روند گسترش استفاده از بیو متریک در این عرصه ها به گونه ای است که روز به روز بر موارد کاربرد آن افزوده می شود. در مقاله سعی شده است تا با مروری بر دو کاربرد اصلی بیو متریک در حوزه امنیت و بازاریابی کاربرد این تکنولوژی را در فراهم آوردن اطلاعات مورد نیاز برای داده کاوی و رفتار شناسی مشتریان را بررسی کنیم.

واژه های کلیدی

بیو متریک، داده کاوی، بازاریابی، خرده فروشی، *Eye-Tracking*

⁷¹ هیئت علمی دانشکده مدیریت دانشگاه تهران Moini@ut.ac.ir

⁷² دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت فن آوری اطلاعات دانشگاه تهران Amiri.behnam@gmail.com