

## عنوان مقاله:

بررسی نقش سیستم های توصیه گردمدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی و افزایش رضایت مشتری

## محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی پژوهش های کاربردی در علوم برق و کامپیوتر و مهندسی پزشکی (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

## نویسندگان:

مریم غلام پور - مهندس فناوری اطلاعات

سیدسعید هاشمی - مهندس فناوری اطلاعات

## خلاصه مقاله:

به دلیل حجم عظیم اطلاعات تولید شده، کاربران می بایست زمان بسیار زیادی را جهت جستجو برای رفع نیاز خود صرف می کردند و در برخی مواقع محتوای صفحات نسبت به انتظار کاربر، بی ربط بوده و بدین ترتیب کاربر ناگزیر به بررسی تمام مطالب و انتخاب بخش مطلوب مورد نظر خود است. به کمک سیستم های توصیه گر، کاربران قادر به دستیابی سریع به اطلاعات مورد نیاز خود در مدت زمانی کوتاه خواهند بود. از طرف دیگر، شرکت ها نیز، قادر به کسب دانش درخصوص رفتار خرید مشتریان بوده و براساس آن امکان توسعه بهترین و مناسب ترین استراتژی های بازاریابی را به منظور جذب و نگهداری مشتری خواهند داشت. هما در این مقاله، در مورد سیستم های توصیه گر و انواع مدل ها و تکنیک های پیاده سازی آن و تکنولوژی های مرتبط با طراحی سیستم های توصیه گر مطالبی ارائه کرده ایم و به بررسی نقش سیستم های توصیه گر در مدیریت ارتباط با مشتری و تاثیر آن برافزایش رضایتمندی و افزایش خرید مشتری پرداختیم و همچنین فاکتورهای تاثیرگذار در سیستم های توصیه گر برای افزایش تجربه کاربری مطلوب و در نتیجه افزایش سطح رضایت مندی مشتری را بررسی کرده ایم.

## کلمات کلیدی:

سیستم توصیه گر- مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی - رضایت مشتری - رفتار کاربر

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1016756>

