

عنوان مقاله:

بخش بندی کشورها در بازرگانی خارجی مورد مطالعاتی : سازمان توسعه تجارت ایران

محل انتشار:

اولین کنفرانس داده کاوی ایران (سال: 1386)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

مهدی غضنفری - ریاست کل سازمان توسعه تجارت ایران

سمیرا ملک محمدی گلسفید - کارشناس ارشد مهندسی فناوری اطلاعات و تجارت الکترونیک دانشگاه علم و ص

سمیه علیزاده - دانشجوی دکترا مهندسی صنایع دانشگاه علم و صنعت

خلاصه مقاله:

بخش بندی یکی از مباحث مطرح در حوزه مدیریت ارتباط با مشتری است . در این تحقیق داده های صادرات کشورمان در طی 14 سال گذشته مورد بررسی قرار گرفته است و به کمک ابزارهای داده کاوی شباهت رفتار صادرات کشورمان به کشورهای دیگر سنجیده شده است . تابع سنجش شباهت رفتار کشورها براساس مفاهیم قواعد انجمنی تعریف گردیده است و براساس این تابع به کمک الگوریتم Kmeans خوشه بندی صورت گرفته است، کشورهای مشابه در یک بخش قرار گرفته اند . سپس با استفاده از مدل RFM هر بخش تحلیل شده است و سیاستهای بازاریابی مناسب با آن بخش تبیین گردیده است

کلمات کلیدی:

بخش بندی مشتریان، مدیریت ارتباط با مشتری، خوشه بندی، داده کاوی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/33064>

