

مدل چند عاملی مدیریت ارتباط با مشتریان در نیل به سودمندی صنعت بانکداری دیجیتال

بهنام غفارنژاد^۱، سعید ستایشی^۲

^۱ دکتری هوش مصنوعی، دانشکده فنی مهندسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز، Ghaffaarnejad@Gmail.com

^۲ دانشیار، دانشکده فنی مهندسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز، Setayeshi.aut@Gmail.com

چکیده - با توسعه سیستم های رایانه ای همواره طراحی و ارائه مدل های مختلف مبتنی بر الگوریتم های جدید در زمینه هوش مصنوعی و سیستم های چند عاملی در تمامی شاخه های مختلف مطرح بوده است. با شروع دوره بانکداری دیجیتال و فاصله گرفتن از روش های سنتی بانکداری نیز ارائه روش های نوین در جهت طراحی سیستم های چند عاملی در جهت مدیریت ارتباط با مشتریان (CRM^۱) و بهبود هر چه بیشتر تجربه سفر مشتری مورد توجه قرار گرفته است. تاکنون نرم افزارهای مختلفی در جهت بررسی شاخص های مختلف در زمینه روشهای جذب و ایجاد رضایتمندی مشتریان سازمان بکار گرفته شده؛ از این رو در این مطالعه به بررسی و ارائه روشی چند عاملی در مدیریت ارتباط با مشتریان در صنعت بانکداری دیجیتال خواهیم پرداخت و تمامی عوامل موثر بر جذب و وفاداری و نیز راهکارهای حفظ و ارتقای رضایتمندی مشتریان را مورد بررسی قرار خواهیم داد. نتایج بدست آمده از تحقیقات میدانی و پیاده سازی سیستمی روش پیشنهادی نشان دهنده کارایی موثر سیستم های چند عاملی در زمینه توسعه مدیریت ارتباط با مشتریان در صنعت بانکداری دیجیتال خواهد بود.

کلید واژه- سیستم های چند عاملی، هوش مصنوعی، بانکداری دیجیتال، مدیریت ارتباط مشتری

عاملی در کنار ارائه خدمات مطلوب دیجیتالی می تواند در ایجاد رضایتمندی و جذب و حفظ مشتریان بسیار موثر واقع شود.

۱- مقدمه

با توجه به مطالب بیان شده و اهداف مورد انتظار در این مطالعه سعی بر ارائه روش ترکیبی با استفاده از ابزارهای بانکداری دیجیتال و نیز به کارگیری از سیستم چند عاملی به عنوان ابزاری جهت پیاده سازی، تحلیل و مدیریت هر چه بهتر ارتباط با مشتریان جهت ایجاد سودمندی در صنعت بانکداری خواهیم داشت. با ترکیب محصولات و خدمات دیجیتالی در بانکداری نوین و نیز استفاده از روش های مطرح در سیستم های چند عاملی جهت مدیریت ارتباط با مشتریان، می توان نیل به اهداف بزرگ سازمانی و کسب جایگاه برتر در میان رقبا را متصور بود.

در سال های اخیر حرکت از بانکداری سنتی به بانکداری دیجیتال همواره در کانون توجه بانک ها بوده است. با گسترش خدمات بانکی و ایجاد فضای رقابتی بین بانک ها همواره توجه به اصول دیجیتالی شدن و ارائه روش های هوشمند مبتنی بر هوش مصنوعی^۲ و سیستم های چند عاملی^۳ در تمامی شاخه های علوم مختلف در جهت پیشبرد اهداف و کاستن پیچیدگی مسائل گذشته مورد استفاده قرار گرفته است. هدف اصلی در بانکداری دیجیتال ارائه محصولات و خدمات مبتنی بر فناوری های روز در جهت ایجاد سرعت و سهولت در ارائه خدمات می باشد. از همین رو استفاده از روش های مبتنی بر هوش مصنوعی و سیستم های چند

¹ Customer Relationship Management

² Artificial Intelligence

³ Multi Agent System