

Интеллектуальный анализ данных

The background features a dark blue grid. A large, glowing arrow with a multi-colored, pixelated texture points diagonally upwards and to the right. A wavy, multi-colored ribbon-like shape flows across the lower half of the image. On the right side, there are vertical tick marks and faint numbers (10, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30) along a vertical axis.

Какие группы (например по демографическому признаку, или по уровню доходов, или по социальному статусу) более чувствительны к изменению цен на наши товары и услуги?

На какие товары надо предложить скидку, чтобы это привело к росту доходов за счет продаж товаров-дополнителей (комплементов)?

Как построить CRM-стратегию, чтобы "отсеивать" "непродуктивных" клиентов и удерживать "кормильцев"?

Как наиболее рационально с точки зрения финансового результата расставить товары на полках супермаркета?

На большинство этих вопросов
руководители и специалисты
чаще всего отвечают опираясь на свою
интуицию и опыт

Но если у нас есть данные, описывающие покупателей и их поведение на продолжительном отрезке времени, почему бы их не проанализировать, чтобы подтвердить или опровергнуть свои интуитивные догадки с помощью математического аппарата и логики?

В каких сочетаниях покупают товары клиенты супермаркета; Какие группы покупателей можно выделить исходя из структуры их корзин и чеков?

Как ведут себя различные категории клиентов банков после того, как им предложили увеличить или отказали в увеличении кредитного лимита?

Ответы на эти вопросы можно извлечь из хранящихся в базах данных записей.

Сферы применения

Торговля. Анализ потребительской корзины, исследование временных шаблонов, создание прогнозных моделей, оптимизация складских запасов.

Банковское дело. Сегментация клиентов, выявление мошенничества с кредитными картами, прогнозирование изменения клиентуры, анализ финансовых рисков.

Страховой бизнес. Сегментация клиентов, выявление фактов мошенничества, анализ страховых рисков, разработка новых продуктов, расчет страховых премий.

Телекоммуникации. Анализ лояльности клиентов, сегментирование клиентской базы и услуг, анализ внешних факторов на отказы оборудования, выявление случаев несанкционированного доступа к сети.

Производственные предприятия. Оптимизация закупок, диагностика брака на ранних стадиях, диагностика оборудования, маркетинг.

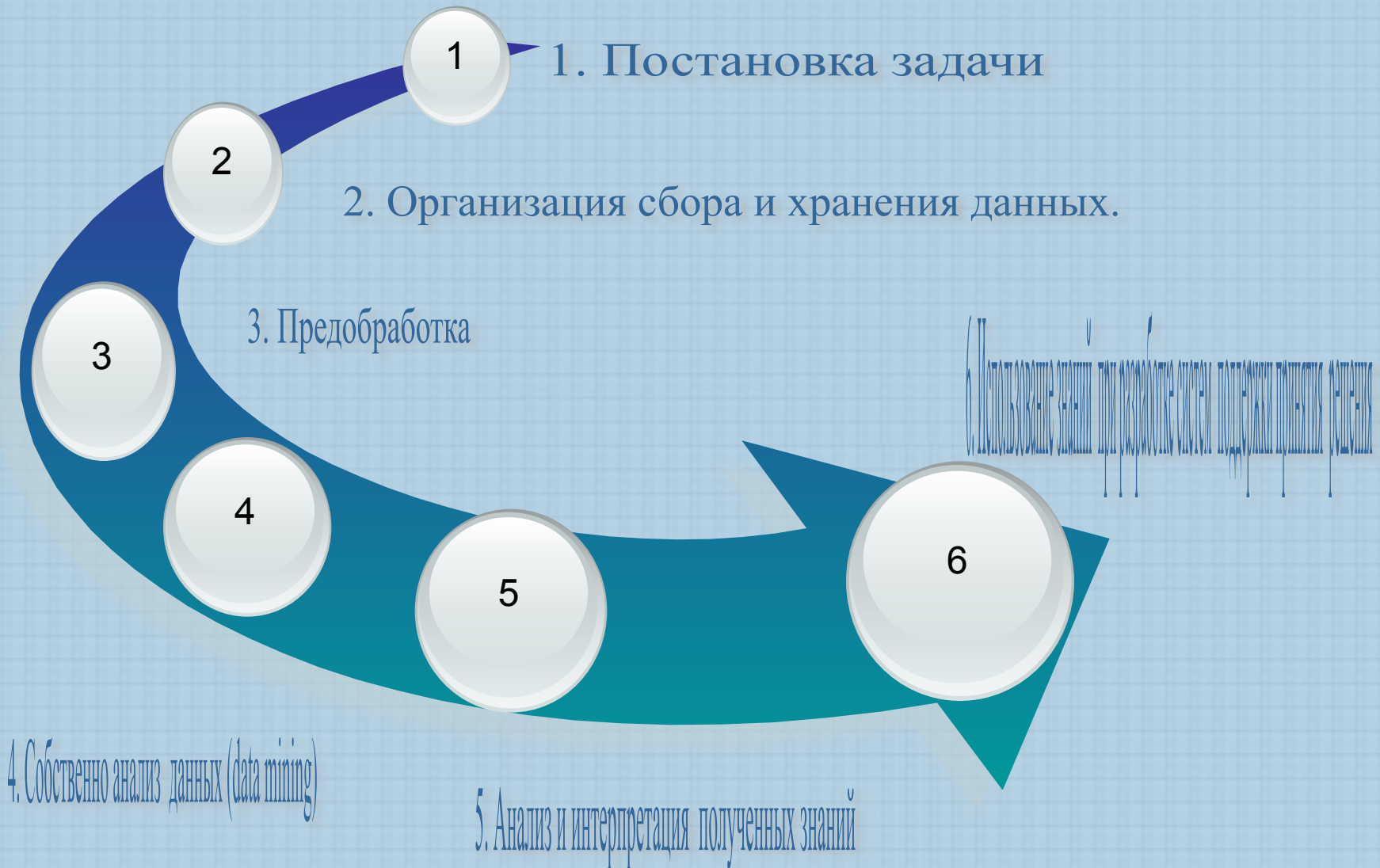
Нефтегазовая отрасль. Диагностика оборудования и нефте/газопроводов, прогнозирование цен, разведка месторождений, анализ влияния внешних и внутренних факторов на объемы продаж.

Определение

Data mining (дословно, “разработка данных”, “добыча данных”) – исследование и обнаружение “машиной” (алгоритмами, средствами искусственного интеллекта) в сырых данных скрытых структур или зависимостей, которые

- ранее не были известны,
- нетривиальны,
- практически полезны,
- доступны для интерпретации человеком.

Основные стадии добычи данных



Методы добычи данных

- кластеризация
- ассоциация
- деревья решений
- анализ с избирательным действием
- сети уверенности
- метод ближайших соседей
- нейронные сети
- нечеткая логика
- генетические алгоритмы и эволюционное программирование
- регрессионные методы

Спасибо за внимание!