

ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ДИАГНОСТИРОВАНИЯ СОСТОЯНИЯ КЛИЕНТОВ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Канцедал В.И.

*Национальный технический университет
«Харьковский политехнический институт»,
г. Харьков*

В работе рассмотрены вопросы разработки математического, алгоритмического и программного обеспечения для решения задачи диагностирования состояния клиентов торгового предприятия в рамках реализации общей CRM-стратегии предприятия. Стратегия CRM (Customer Relationship Management) подразумевает ориентированность предприятия на клиента, удовлетворение его потребностей, удержание в течение максимально длительного времени. Повысить эффективность клиенто-ориентированной стратегии позволяет использование методов ситуационного менеджмента. Используя ситуационный подход, менеджеры могут понять, какие методы и средства будут наилучшим образом способствовать достижению целей предприятия в конкретной ситуации, своевременно выявлять и устранять проблемные ситуации, возникающие при взаимоотношениями с клиентами. При этом важное значение имеет правильное использование накопленного опыта, применение проверенных подходов к решению подобных задач.

В работе рассмотрена общая схема ситуационного управления, но основное внимание было уделено классификатору. С его помощью решается задача получения классов проблемных ситуаций, каждый из которых однозначно или с определенными приоритетами соответствует тем или иным ситуациям и, следовательно, управленческим решениям. Как следствие, возникает необходимость распознавания ситуаций, каждая из которых соответствует определенному состоянию клиента.

В работе эту проблему предлагается решать на основе использования методов распознавания образов. Предложен подход, позволяющий состояние клиента представить в виде двумерного изображения. Разработано прикладное программное обеспечение для решения задачи диагностики поведения клиентов.

Программное обеспечение в целом доведено до работоспособного состояния, корректность его работы была проверена на данных, максимально приближенных к реальным.