

利用資料探勘技術建置個人化推薦與管理之影片系統

黃文興、高瑜瑩、李翊輔、李佳玲、蔡佳偉

南華學資訊管理系 邱宏彬

hpchiu@mail.nhu.edu.tw

摘要

近年來由於網際網路與電子商務的興盛，加上影像傳播快速發展，因此影片出租店在該衝擊下開始建置網站來提供顧客影片資訊及線上出租服務。此外，如何在網際網路上持續提高營業額便成為各個電子商務網站主要的著力點，因此顧客關係管理成為當今企業非常重視的議題。

由於傳統影片租售網站的使用介面對於不同使用者而言是固定的，然而這樣的條件在現今競爭激烈環境下是不足的，因此本研究試圖建置以智慧型人機介面為主軸之影片推薦系統。在本系統中，主要可分為三大部分，其一、當顧客登入本系統時，系統會根據客戶的喜好與消費習性，給予不同風格之個人化介面，並呈現該月銷售前十名的影片進行推薦。其二、本文運用資料探勘技術找出在交易中影片與影片之間的關聯性，當顧客在進行搜尋相關影片時，本系統可同時推薦其相關影片給該使用者。其三、由於每個顧客之消費習性不同，因此本研究運用類神經網路將顧客進行分群，當有新片發行時，即可根據不同顧客群進行差異化之E-mail行銷。

透過這樣的架構，當顧客登入本系統時，除了個人化的介面的呈現外，亦可讓使用者可以快速、容易的找到所需要的資訊，以提高客戶之忠誠度。在進行檢索時，可同時進行相關影片的推薦並且可提供搭配銷售以刺激其消費慾望；此外當有新片發行時，可針對不同的顧客群擬定不一樣的行銷策略，進一步達到一對一行銷的理念，以提高企業獲利的利潤。

關鍵字：顧客關係管理、智慧型人機介面、類神經網路、資料探勘、分群