

2 Prezentarea sistemelor expert de marketing

2.1 Sistemele expert și decizia în marketing

2.2 Domeniile de utilizare a sistemelor expert în marketing

2.3 Utilizarea sistemelor expert în domeniul politicii de preț

2.4 Structurarea cunoștințelor de marketing pe baza metodei analizei ierarhice

2.1 Sistemele expert și decizia în marketing

Diversificarea informaticii a făcut ca aceste instrumente să ia astăzi forma sistemelor inteligente de diagnoză, analiză și de asistare a deciziilor de marketing.

O primă familie de sisteme inteligente se bazează pe o **reprezentare analitică a cunoștințelor**. Ele se exprimă sub forma unuia sau mai multor modele matematice unde parametrii sunt specificați statistic. Sistemele interactive de asistare a deciziilor (*SIAD* după cum mai sunt cunoscute) ilustrează această concepție.

O a doua familie de sisteme inteligente se bazează pe **reprezentarea euristică a cunoștințelor**. Sistemele expert de marketing ilustrează această abordare. Ele integrează datele existente și judecățile subiective într-un raționament simbolic și numeric în vederea rezolvării unui ansamblu de probleme interdependente.

2.2 Domeniile de utilizare a sistemelor expert în marketing

Sistemele inteligente de asistare a deciziei apar în prezent ca mijloace de creștere a eficienței activităților economice. Sistemele expert ar putea înlocui circa 60% din activitățile de asistență în servicii de marketing.

	Proces calitativ	Existența experților	Colaborarea decidentului
Analiza structurii piețelor	++	+	+
Segmentarea piețelor și alegerea obiectivelor	+++	++	+
Conducerea activităților de cercetare - dezvoltare	++	++	++
Definirea ofertei	+	+	++
Studiul poziției pe piață	++	+	+++
Studiul prelansării produselor	+	+++	+
Strategia lansării produselor	+++	++	+++
Analiza mixului de marketing	+	+	+++
• Produs	++	+++	+++
• Preț	+	+	+++
• Distribuție	+++	++	++
• Promovare	++	+	++
Strategii defensive	+++	+	+++
Politica investițională	+	+	+++

Tabelul 2.1: Domenii de marketing favorabile dezvoltării de sisteme expert

2.3 Utilizarea sistemelor expert în domeniul politicii de preț

După Waterman (1986) cunoștințele unui sistem expert se pot dobândi în două moduri:

- *metoda observațională*: prin analiza lucrărilor de specialitate, exemplelor și a studiilor de caz.
- *metoda intuitivă*: în care deciziile se iau pe baza analizei experților care furnizează un set de reguli euristice.

2.4 Structurarea cunoștințelor de marketing pe baza metodei analizei ierarhice

2.4.1. Prezentarea metodei analizei ierarhice

Metoda analizei ierarhice urmărește rezolvarea problemelor complexe în 3 etape:

- *identificarea problemei;*
- *analiza problemei;*
- *sinteza.*

Identificarea problemei constă în stabilirea obiectului cercetării respective.

Analiza constă în descompunerea problemei pentru stabilirea dimensiunilor elementare ce caracterizează fenomenul studiat. Descompunerea ierarhică constă în reprezentarea problemei sub forma unei structuri arborescente inversate unde rădăcina este fie scopul ce trebuie atins, fie problema ce trebuie rezolvată.

Ponderarea parametrilor: Analiza problemei a permis reprezentarea sub forma unei structuri arborescente ierarhizate. Criteriile situate pe același nivel ierarhic au importanțe diferite.

Sinteza se va face calculând pentru fiecare soluție posibilă identificată un punctaj global proporțional cu capacitatea de rezolvare a problemei considerate.

2.4.2 Validarea modelului conceptual

În procesul de reducere a realității la câteva elemente fundamentale este necesară testarea capacității modelului de a reprezenta corect problema pentru care a fost creat. Această verificare are loc la două nivele:

- validarea modelului privind definirea structurii lui;
- estimarea riscului aplicării modelului.

Primul aspect se referă la **calculele de coerență** care însoțesc fiecare scară de ponderare definită.

Al doilea aspect include **analiza de sensibilitate** (masurarea riscului)

2.4.3 Metoda analizei ierarhice în cadrul sistemelor expert

Dezvoltarea unui sistem expert implică parcurgerea unui proces de structurare a expertizei care se dorește a fi modelată.

Pe de altă parte, pentru ca o expertiză să poată fi modelată sub forma unei baze de cunoștințe a unui sistem expert, trebuie să îndeplinească anumite condiții:

- *modularitate*
- *complexitate*
- *raționalitate*
- *fiabilitate*
- *suficiență*