Применение графовых моделей данных для

e-commerce-приложения

Трошина Л.М., старший преподаватель,

Тимофеев Е.О., бакалавр,

САФУ имени М.В. Ломоносова, Россия

Аннотация: В статье рассмотрен пример реализации графовой базы данных, как дополнение функционала реляционной СУБД в вопросах задач анализа поведения клиентов интернет-магазина. Приведены особенности построения графовых схем на примере neo4j. Обосновано применение графовых моделей для формирования контекстно-ориентированных схем для повышения эффективности продаж за счёт более точного моделирования связей между товарами, пользователями и их поведением.

Ключевые слова: граф, базы данных, запросы, покупательское поведение, спрос.

Сегодня бизнесу доступны различные инструменты, которые помогают принимать обоснованные решения, повышать эффективность и укреплять отношения с аудиторией. Анализ поведения клиентов, в том числе анализ продуктовых корзин, ABC и XYZ-анализ, retention-маркетинг, персональные предложения, выполняется с помощью различных методик и используются десятилетиями. Одним из современных способов выявления тенденций и предпочтений покупателей является применение графовых подходов и построение графовой базы данных, которая позволит наглядно представить сложные взаимосвязи между действиями пользователей и выявить неочевидные паттерны.

...

полный текст во вложении