

融入个体活跃度的电子商务客户流失预测模型

琚春华^{1,2}, 卢琦蓓^{3,4}, 郭飞鹏⁵

1. 浙江工商大学 计算机与信息工程学院, 杭州 310018;
2. 浙江工商大学 现代商贸研究中心, 杭州 310018;
3. 浙江工商大学 工商管理学院, 杭州 310018;
4. 台州职业技术学院 工商管理系, 台州 318000;
5. 浙江经贸职业技术学院 信息技术系, 杭州 310018

E-commerce customer churn prediction model combined with individual activity

JU Chun-hua^{1,2}, LU Qi-bei^{3,4}, GUO Fei-peng⁵

1. School of Computer Science and Information Engineering, Zhejiang Gongshang University, Hangzhou 310018, China;
2. Contemporary Business and Trade Research Center, Zhejiang Gongshang University, Hangzhou 310018, China;
3. School of Business Administration, Zhejiang Gongshang University, Hangzhou 310018, China;
4. Department of Business Administration, Taizhou Vocational and Technical College, Taizhou 318000, China;
5. Department of Information Technology, Zhejiang Economic and Trade Polytechnic, Hangzhou 310018, China

[摘要](#)

[图/表](#)

[参考文献\(19\)](#)

[相关文章 \(15\)](#)

[点击分布统计](#)

[下载分布统计](#)