

Recommandation personnalisée des besoins décisionnels

Cas : E-commerce

Belbachir Fatima Zohra, Bouchikhi F, Larbi Abdelmadjid
Département mathématique et informatique
Faculté des sciences Exactes,
Université Tahri Mohamed Béchar
amdlarbi@gmail.com

Abstract—La personnalisation vise à recueillir des intérêts, des préférences, des utilisations, des contraintes, du contexte, etc. Souvent appelé «profil utilisateur», puis intégré dans un système et exploité pour permettre à l'utilisateur d'accéder rapidement aux informations les plus pertinentes Pour lui / elle. De plus, au sein d'une organisation, les différents acteurs doivent prendre des décisions à différents niveaux de responsabilité et doivent donc effectuer des analyses à partir de l'entrepôt de données pour prendre en charge la prise de décision. Ainsi, dans le contexte de cette communauté d'utilisateurs de l'entrepôt de données, la notion de collaboration émerge. Il est alors intéressant de combiner les concepts de personnalisation et de collaboration afin de mieux répondre aux besoins des utilisateurs en recommandant des analyses pertinentes. Ajouter à la recommandation donnée à l'utilisateur des niveaux de personnalisation rend la recommandation plus intéressante au user et mène à des décisions correctes. Pour mettre en évidence et tester notre proposition, on a choisi le cas du e-commerce.

Keywords — *Recommandation, Personnalisation, Recommandation personnalisée, Decision, e-commerce*