ملخص المشروع

البيانات هي الزيت الجديد ، في عام 2018 ، ستقوم البشرية وحدها بتوليد بيانات أكثر من كل ما تم توليده منذ فجر الكون ، لقد وصلنا إلى عصر حيث يوجد سباق كبير لاستخراج أكبر قدر ممكن من البيانات ، البيانات في هذا العصر يعني الثروة ، وكلما زاد عدد البيانات التي يمكنك توليدها.

قامت العديد من الشركات ببناء نموذج أعمالها حول البيانات ، وشركات مثل Facebook و LinkedIn و Rovio Entertainment GPS الذي يجمعونه من عملائهم.

الهدف الرئيسي من هذا المشروع هو إنشاء أداة ستمكّن الشركات من تحقيق أقصى استفادة من البيانات التي تجمعها ، وتزويدها بالرؤى الصحيحة ، مما يؤدي إلى اتخاذ قرار أفضل باستخدام تقنيات التعلم الآلي والذكاء الاصطناعي.

تحاول العديد من الشركات حل مشكلة البيانات الكبيرة ، وتستهدف الشركات الصغيرة ، مثل شركات المبيعات ، ومجلس الإدارة ، ودومو ، ما توفره حتى الآن هو تحليلات البيانات الأساسية للغاية لكنها تكافح في التعامل مع كل من البيانات الكبيرة وغير المهيكلة ، يُعتقد أن هناك فرصة جديدة في هذا المجال ، كما يوجد بالفعل سوق مناسب لها.

تعد رسائل البريد الإلكتروني واحدة من القنوات الرئيسية للشركات للوصول إلى بيئتها ، وتستخدم الشركات رسائل البريد الإلكتروني للتسويق وذكاء الأعمال أكثر من أي وقت مضى.

يوفر هذا المشروع طريقة تكرارية ديناميكية جديدة لتصنيف البريد الإلكتروني مع الأخذ في الاعتبار كل من الأجزاء البشرية والإحصائية من البيانات ، وسيتم إنشاء الإخراج لمنح المستخدمين ميزة تحليل أي نافذة من الفرص أو أي تغيير كبير يتطلب تفاعل فوري ، وهذا سوف تبني عملية صنع القرار التي تعتمد على البيانات.

تتطلب العملية أيضًا نظامًا قادرًا على تحليل تلك الرسائل الإلكترونية ، والحصول تلقائيًا على موضوعاتها الرئيسية ، ثم عملية ذكية لإطلاق رسالة بريد إلكتروني مختصة للشخص الذي ينبغي أن يتعامل مع قضية الموضوع الذي يتلقى المزيد من رسائل البريد الإلكتروني لنفس الموضوع.

بالإضافة إلى إنشاء طرق مختلفة لتصور البيانات التي تم تحليلها ، مثل خريطة الشجرة ، والرسم البياني وسحابة الكلمة من مصطلحات كل موضوع.