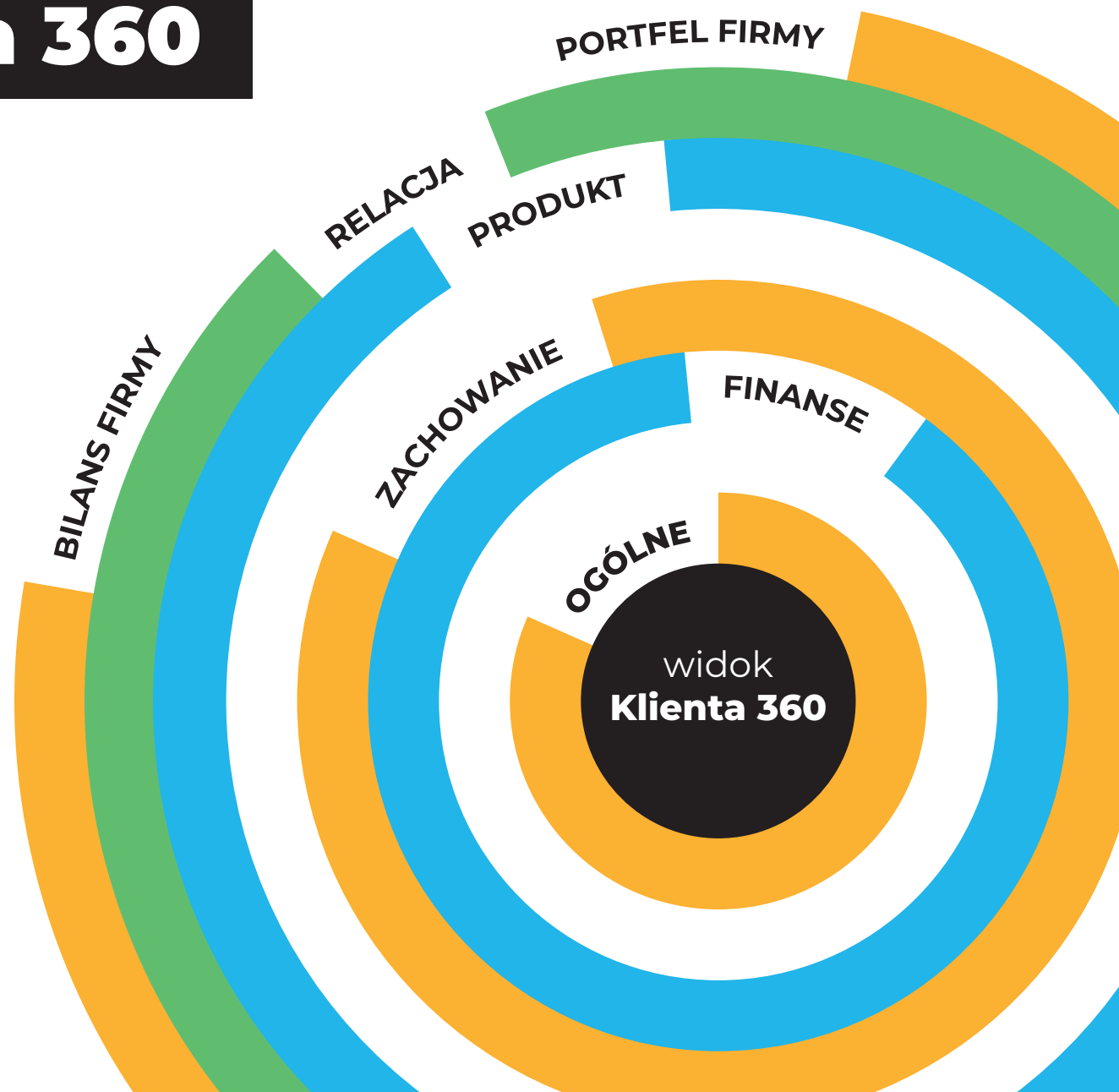


360 danych dla

widoku Klienta 360



BMS



OGÓLNE
widok
Klienta 360

A. OGÓLNE > Informacje demograficzne

1. Identyfikator / PESEL/ ID dokumentu
2. Imię
3. Nazwisko
4. Data urodzenia
5. Wiek
6. Płeć
7. Stan cywilny
8. Narodowość
9. Pochodzenie etniczne
10. Język
11. Adres zamieszkania
12. Liczba dzieci

B. OGÓLNE > Informacje o zatrudnieniu

13. Poziom wykształcenia
14. Zawód
15. Status zatrudnienia
16. Branża zatrudnienia
17. Poziom dochodów
18. Adres pracy
19. Liczba osób na utrzymaniu
20. Liczba osób w gospodarstwie domowym
21. Status posiadania domu
22. Posiadanie pojazdu
23. Prywatne ubezpieczenie

C. OGÓLNE > Informacje kontaktowe

24. Adres e-mail
25. Główny numer telefonu
26. Dodatkowy numer telefonu
27. Adres korespondencyjny
28. Preferowany kanał komunikacji (Telefon/E-mail/SMS)
29. Preferowany czas kontaktu
30. Profile w mediach społecznościowych

D. FINANSE > Informacje o rachunkach bankowych

31. Identyfikator klienta
32. Numery kont
33. Rodzaje kont (oszczędnościowe, rozliczeniowe, kredytowe, itd.)
34. Daty otwarcia kont
35. Status konta (Aktywne, Uśpione, Zamknięte)
36. Salda kont
37. Połączone konta
38. Informacje o debecie
39. Informacje o współwłaścicielu konta
40. Poziom konta (Premium, Podstawowe, itd.)

E. FINANSE > Dane transakcyjne

41. Historia transakcji
42. Rodzaje transakcji (Wpłaty, Wypłaty, Przelewy)
43. Kwoty transakcji
44. Średnia wartość transakcji
45. Częstotliwość transakcji
46. Lokalizacja transakcji (Geolokalizacja)
47. Regularne płatności
48. Używane metody płatności (Karta, Gotówka, itd.)
49. Transakcje zagraniczne
50. Kwoty wpłat/wypłat gotówkowych
51. Kategorie zakupów (Detal, Jedzenie, Podróże)
52. Historia opłacania rachunków
53. Wzorce korzystania z bankomatów
54. Historia zwrotów
55. Nieudane transakcje
56. Szczegóły transakcji
57. Transakcje o wysokiej wartości

F. FINANSE > Dane kredytowe

58. Wynik kredytowy (scoring)
59. Historia pożyczek
60. Kwoty pożyczek
61. Rodzaje pożyczek (Hipoteka, Osobista, Samochodowa)
62. Harmonogram spłat pożyczek
63. Stopy procentowe pożyczek
64. Zadłużenie
65. Historia opóźnień w płatnościach
66. Limit karty kredytowej
67. Wskaźnik wykorzystania kredytu
68. Portfel inwestycyjny
69. Miesięczne dochody
70. Miesięczne wydatki
71. Wskaźnik oszczędzania
72. Wielkość funduszu awaryjnego
73. Składki na oszczędności emerytalne
74. Cele finansowe (oszczędzanie na dom, emeryturę, itd.)
75. Wzorce wydatków
76. Wskaźnik zadłużenia do dochodu



FINANSE



ZACHOWANIE

G. ZACHOWANIE > Dane behawioralne

77. Historia przeglądania (Strona internetowa lub Aplikacja)
78. Czas spędzony na stronie/aplikacji
79. Często odwiedzane strony
80. Liczba sesji
81. Czas trwania sesji
82. Sygnały zamiaru zakupu
83. Porzucone koszyki
84. Dane o ścieżce kliknięć
85. Preferencje dotyczące produktów
86. Zaangażowanie w e-maile marketingowe
87. Reakcje na promocje
88. Wynik RFM (Recency, Frequency, Monetary)
89. Data ostatniego logowania
90. Częstotliwość logowań
91. Używane urządzenie (Mobile, Desktop)
92. Lokalizacja adresu IP
93. Oglądane produkty
94. Udział w programie lojalnościowym
95. Poziom lojalności

H. ZACHOWANIE > Sprzedaż i zakupy

96. Historia zakupów
97. Zakupione produkty
98. Kategorie zakupionych produktów
99. Częstotliwość zakupów
100. Średnia wartość zamówienia
101. Data pierwszego zakupu
102. Data ostatniego zakupu
103. Kanał sprzedaży (Online, Stacjonarny)
104. Wykorzystane zniżki/promocje
105. Historia zwrotów/odstąpień od zakupu
106. Możliwości sprzedaży krzyżowej
107. Możliwości dosprzedaży
108. Preferowane produkty/usługi
109. Status subskrypcji
110. Daty odnowienia
111. Informacje o gwarancji
112. Interakcje z przedstawicielami handlowymi
113. Ulubione marki/producentów
114. Zakupy prezentowe

I. ZACHOWANIE > Zaangażowanie i interakcja

115. Udział w kampaniach marketingowych
116. Reakcje na kampanie
117. Subskrypcje newslettera
118. Wskaźniki otwarcia newslettera
119. Zaangażowanie w media społecznościowe (Polubienia, Udostępnienia, Komentarze)
120. Udział w ankietach
121. Opinie klientów/Recenzje
122. Wynik NPS (Net Promoter Score)
123. Wskaźnik zadowolenia klienta (CSAT)
124. Udział w wydarzeniach lub webinarach
125. Interakcje z działem obsługi klienta
126. Liczba zgłoszonych problemów
127. Skargi/problemy klientów
128. Czas rozwiązania zgłoszenia
129. Korzystanie z opcji samoobsługowych
130. Interakcje z chatbotami
131. Historia poleceń
132. Status influencer (jeśli dotyczy)

J. ZACHOWANIE > Preferencje klienta

133. Preferowane produkty/usługi
134. Preferowane metody płatności
135. Preferowane metody dostawy
136. Preferowane lokalizacje sklepów
137. Preferowane kategorie produktów
138. Wrażliwość na cenę
139. Lojalność wobec marki
140. Preferencje dotyczące zrównoważonego rozwoju
141. Preferencje komunikacyjne (E-mail, SMS, Telefon)
142. Preferowany język komunikacji
143. Sezonowe preferencje
144. Historia spersonalizowanych rekomendacji
145. Preferowane zniżki (procentowe, kwotowe)
146. Preferencje dotyczące dostawy (ekspresowa, standardowa)
147. Preferencje w mediach społecznościowych
148. Preferencje prezentowe
149. Preferencje dotyczące podróży



K. ZACHOWANIE > Dane geograficzne i lokalizacyjne

- 150. Kraj sprzedaży
- 151. Miasto sprzedaży
- 152. Województwo sprzedaży
- 153. Kod pocztowy sprzedaży
- 154. Strefa czasowa sprzedaży
- 155. Oferty/promocje oparte na lokalizacji sprzedaży
- 156. Regionalne trendy sprzedaży
- 157. Dane geofencingowe sprzedaży
- 158. Wzorce zakupów w oparciu o lokalizację
- 159. Wzorce podróży międzynarodowych
- 160. Bliskość do lokalizacji sklepu
- 161. Historia geolokalizacji

L. ZACHOWANIE > Analiza sentymentu i opinie

- 162. Wynik sentymentu (na podstawie interakcji)
- 163. Recenzje/komentarze klientów
- 164. Ton wypowiedzi w komunikacji
- 165. Odpowiedzi w ankietach
- 166. Opinie otwarte
- 167. Trendy zadowolenia klienta
- 168. Opinie dotyczące zgłoszeń
- 169. Sentyment w mediach społecznościowych
- 170. Przywiązanie do marki
- 171. Skłonność do polecenia
- 172. Opinie klientów

M. PRODUKT > Dane dotyczące korzystania z produktu

- 173. Częstotliwość korzystania z produktu
- 174. Korzystanie z funkcji (jeśli dotyczy oprogramowania/produktu)
- 175. Funkcje aktywne/pasywne
- 176. Problemy z wydajnością produktu
- 177. Czas spędzony na korzystaniu z produktu
- 178. Liczba użytkowników
- 179. Uprawnienia/dostępny użytkownikom
- 180. Aktualizacje/downgrady
- 181. Używane funkcje dodatkowe
- 182. Ukończenie szkolenia z produktu
- 183. Wskaźnik ukończenia procesu wdrożenia
- 184. Wskaźniki ryzyka odejścia
- 185. Wskaźnik zdrowia klienta
- 186. Częstotliwość zgłaszania błędów/problemów

N. PRODUKT > Dane operacyjne

- 187. Czas dostawy
- 188. Informacje o śledzeniu przesyłek
- 189. Preferencje dotyczące przewoźników
- 190. Informacje o zwrotach logistycznych
- 191. Dostępność towaru w preferowanych lokalizacjach
- 192. Czas realizacji zamówienia
- 193. Błędy w realizacji
- 194. Opóźnienia w dostawie
- 195. Preferencje dotyczące opakowań
- 196. Częstotliwość kontaktu z pomocą techniczną
- 197. Częstotliwość kontaktu z przedstawicielami handlowymi
- 198. Koszty operacyjne związane z klientem



O. RELACJA > Dane prawne i zgodność

- 199. Akceptacja regulaminu
- 200. Zgoda na politykę prywatności/GDPR
- 201. Status opt-in/opt-out na marketing
- 202. Zgodność z wymogami regulacyjnymi
- 203. Status przeciwdziałania praniu pieniędzy (AML)
- 204. Dane KYC (Know Your Customer)
- 205. Wynik ryzyka
- 206. Flagi wykrywania oszustw
- 207. Status weryfikacji dokumentów
- 208. Zgodność z umowami SLA (Service Level Agreement)
- 209. Status umowy
- 210. Spory prawne/roszczenia
- 211. Status NDA (Umowa o poufności)
- 212. Zgoda na udostępnianie danych stronom trzecim
- 213. Prośby o anonimizację danych
- 214. Historia audytów (rekordy zmian)

R. RELACJA > Wskaźniki ryzyka odejścia

- 229. Czas od ostatniego zakupu
- 230. Spadające zaangażowanie
- 231. Częstość negatywnych opinii
- 232. Niezapłacone płatności
- 233. Spadek częstotliwości transakcji
- 234. Nieużywane funkcje produktu
- 235. Zmiana statusu lojalnościowego
- 236. Spadek kwot zakupu
- 237. Wysoka aktywność obsługi klienta
- 238. Anulowane subskrypcje
- 239. Downgrade konta
- 240. Analiza konkurencji
- 241. Wzrost wrażliwości na cenę
- 242. Spadek wyniku NPS
- 243. Spadek interakcji z marketingiem
- 244. Ostatnie oferty konkurencji

P. RELACJA > Dane dotyczące ścieżki klienta

- 215. Pierwszy punkt kontaktu
- 216. Źródło leadu (Reklama online, Polecenie, itd.)
- 217. Etap lejka sprzedażowego
- 218. Etap cyklu życia klienta (Lead, Perspektywa, Nowy, Zachowany)
- 219. Kluczowe punkty decyzyjne
- 220. Persony kupującego
- 221. Wydarzenia konwersji (Rejestracja, Zakup, itd.)
- 222. Czas od leadu do konwersji
- 223. Mapa ścieżki klienta
- 224. Interakcje wielokanałowe (Online, Stacjonarnie, Telefon)
- 225. Wskaźniki ryzyka utraty
- 226. Analiza wygranych/przegranych
- 227. Zidentyfikowane punkty bólu
- 228. Użyte taktyki retencyjne



RELACJA

S. RELACJA > Lojalność i utrzymanie klienta

- 245. Data zapisania się do programu lojalnościowego
- 246. Status poziomu lojalności
- 247. Saldo punktów lojalnościowych
- 248. Wykorzystane punkty
- 249. Zarobione nagrody
- 250. Wartość życiowa klienta (LTV)
- 251. Staż klienta
- 252. Zidentyfikowane możliwości dosprzedaży/sprzedaży krzyżowej
- 253. Przyjęte oferty retencyjne
- 254. Wzorce zakupów powtarzalnych
- 255. Poziom zaangażowania klienta
- 256. Udział w programie poleceń
- 257. Strategie retencyjne zastosowane
- 258. Status VIP
- 259. Data odnowienia członkostwa

T. RELACJA > Dane dotyczące konkurencji

- 260. Produkty/usługi konkurencji używane przez klienta
- 261. Wrażliwość na ceny konkurencji
- 262. Zaangażowanie w promocje konkurencji
- 263. Wzorce zmiany marki
- 264. Udział w programach lojalnościowych konkurencji
- 265. Opinia na temat ofert konkurencji
- 266. Świadomość kampanii konkurencji
- 267. Utracone szanse na rzecz konkurencji
- 268. Dane dotyczące kampanii odzyskiwania klientów
- 269. Wyniki porównań konkurencyjnych
- 270. Zadowolenie klienta w porównaniu z konkurencją
- 271. Potrzeby klienta nie zaspokojone przez konkurencję
- 272. Mocne/słabe strony konkurencji według klienta

U. RELACJA > Wskaźniki doświadczeń klienta

- 273. Średni czas odpowiedzi (Wsparcie)
- 274. Czas do rozwiązania problemu (Wsparcie)
- 275. Wskaźnik rozwiązania przy pierwszym kontakcie
- 276. Historia interakcji serwisowych
- 277. Czas oczekiwania na rozmowę
- 278. Czas odpowiedzi na czacie
- 279. Trendy zadowolenia klienta
- 280. Historia eskalacji problemów
- 281. Wskaźnik rozwiązania problemów
- 282. Wskaźnik ponownego otwarcia zgłoszeń
- 283. Skuteczność kanałów wsparcia (Telefon, Czat, E-mail)
- 284. Skuteczność personalizacji
- 285. Ogólna ocena doświadczenia
- 286. Wskaźniki lojalności klienta
- 287. Zmiany w przywiązaniu do marki w czasie

W. RELACJA > Potencjał na przyszłość i wnioski

- 288. Skłonność do zakupu
- 289. Prognozy przyszłych zakupów
- 290. Prognozowana przyszła wartość klienta
- 291. Możliwości rozwoju klienta
- 292. Prognozowana data odejścia
- 293. Prognoza kolejnego zakupu
- 294. Możliwości aktualizacji produktu
- 295. Prognozowana wartość klienta w całym cyklu życia (CLV)
- 296. Skłonność do upsellingu/cross-sellingu
- 297. Wnioski strategiczne dotyczące konta
- 298. Prognoza wzrostu klienta
- 299. Zainteresowanie innowacjami
- 300. Zaangażowanie w nowe produkty/funkcje
- 301. Rekomendacje następnego kroku
- 302. Prognoza utrzymania klienta
- 303. Rozwój na nowych rynkach

RELACJA

X. BILANS FIRMY > Ogółem

- 304. Przychody Operacyjne (PO)
- 305. Koszty Operacyjne (KO)
- 306. WF (zysk/strata) na sprzedaży
- 307. Pozostałe przychody operacyjne (PPO)
- 308. Pozostałe koszty operacyjne (PKO)
- 309. WF (zysk/strata) na działalności operacyjnej
- 310. Wynik działalności operacyjnej
- 311. Przychody finansowe (PF)
- 312. Koszty finansowe (KF)
- 313. Wynik operacji finansowych
- 314. WF (zysk/strata) brutto
- 315. Rok-miesiąc bilansu

Y. BILANS FIRMY > Aktywa i pasywa

- 316. Wartości niematerialne i prawne
- 317. Rzeczowe aktywa trwałe
- 318. Należności długoterminowe
- 319. Inwestycje długoterminowe
- 320. Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe
- 321. Zapasy
- 322. Należności krótkoterminowe
- 323. Inwestycje krótkoterminowe
- 324. Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe
- 325. Należne wpłaty na kapitał podstawowy
- 326. Udziały (akcje) własne
- 327. Kapitał (fundusz) podstawowy
- 328. Kapitał (fundusz) zapasowy
- 329. Kapitał (fundusz) z aktualizacji wyceny
- 330. Pozostałe kapitały rezerwowe
- 331. Zysk/strata z lat ubiegłych
- 332. Zysk/strata netto w roku obrotowym
- 333. Odpisy z zysku netto w ciągu roku obrotowego (wielkość ujemna)
- 334. Rezerwy na zobowiązania
- 335. Zobowiązania długoterminowe
- 336. Zobowiązania krótkoterminowe
- 337. Rozliczenia międzyokresowe

Z. PORTFEL FIRMY > Należności i zobowiązania

- 338. Należności ogółem
- 339. Należności nieprzeterminowane
- 340. Należności nieprzeterminowane od podmiotów krajowych
- 341. Należności nieprzeterminowane od podmiotów zagranicznych
- 342. Należności przeterminowane od podmiotów krajowych
- 343. Należności przeterminowane od podmiotów zagranicznych
- 344. Należności przeterminowane do 30 dni
- 345. Należności przeterminowane do 90 dni
- 346. Należności przeterminowane do 180 dni
- 347. Należności przeterminowane do 360 dni
- 348. Wartość odpisu należności przeterminowanych do 30 dni
- 349. Wartość odpisu należności przeterminowanych do 90 dni
- 350. Wartość odpisu należności przeterminowanych do 180 dni
- 351. Wartość odpisu należności przeterminowanych do 360 dni
- 352. Zobowiązania ogółem
- 353. Zobowiązania nieprzeterminowane
- 354. Zobowiązania przeterminowane do 30 dni
- 355. Zobowiązania przeterminowane do 90 dni
- 356. Zobowiązania przeterminowane do 180 dni
- 357. Zobowiązania przeterminowane do 360 dni
- 358. Zobowiązania od podmiotów krajowych
- 359. Zobowiązania od podmiotów zagranicznych
- 360. Saldo należności/zobowiązania

