**باسمه تعالی**

**مدیر محترم**

با سلام و احترام، پرسشنامه حاضر در راستای انجام بررسی اولیه و خود اظهاری باشگاه مشتریان بانک های کشور در راستای رویداد " **دومین دوره کنفرانس و جایزه ملی گیمیفیکیشن ایران** " تنظیم شده است. دبیر خانه این کنفرانس این اطمینان را به شما می دهد که پاسخهای شما محرمانه است و بی نام و به شکل کلی در نتایج پنل تخصصی بانکداری و گیمیفیکیشن با محور های (متاورس، اینترنت اشیا و هوش مصنوعی) در بانکداری منعکس خواهد شد. لذا جهت افزایش اعتبار نتایج خود اظهاری، خواهشمند است با دقت نظر به پرسش‌ها پاسخ دهید. پیشاپیش از زمان و حوصله ای که گذاشتید سپاسگزارم.

محسن سیفی

دبیر کل کنفرانس و جایزه ملی گیمیفیکیشن ایران

1. **مشخصات سازمان / شرکت**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| نام بانک (سازمان): | توضیحات | توضیحات |
| نام مدیر باشگاه مشتریان |  | شماره تماس: |
| نام کارشناس اجرایی باشگاه مشتریان |  | شماره تماس: |
| تعداد کارکنان واحد باشگاه مشتریان | تعداد............................ |  |
| آدرس سامانه باشگاه مشتریان |  |  |
| نوع ساختار باشگاه | آفلاین و سنتی کارت سایت اپلیکیشن | |

1. اقلام مرتبط با باشگاه مشتریان

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| کارت اختصاصی باشگاه مشتریان | اقلام تبلیغاتی | اقلام مرتبط دیگر |
| دارد ندارد | دارد ندارد |  |

1. مرحله ورود به باشگاه

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| وضعیت تایید امنیتی کاربر | ثبت نام با شماره همراه | ثبت نام با ملی |
| بله خیر | بله خیر | بله خیر |

1. وضعیت عناصر پروفایل کاربر باشگاه

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| عناصر پروفایل | وضعیت باشگاه | توضیحات |
| امکان انتخاب عکس یا آواتار برای پروفایل | بله خیر |  |
| نمایش امتیاز های کاربر | بله خیر |  |
| وجود بج یا نشان امتیاز ها | بله خیر |  |
| نمایش رتبه کاربر در بین کل کاربران | بله خیر |  |
| وجود قوانین کاربر | بله خیر |  |
| دسترسی کاربر به خدمات و محصولات | بله خیر |  |
| امکان تعامل و چت برای کاربر | بله خیر |  |
| امکان درج شکایت یا پشتیبانی | بله خیر |  |
| بخش تبدیل امتیاز یا اخذ کد تخفیف | بله خیر |  |
| وجود چرخانه شانس | بله خیر |  |

5-نوع ساختار باشگاه مشتریان

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| عناصر پروفایل | وضعیت باشگاه | توضیحات |
| باشگاه مشتریان نقطه ای | بله خیر | باشگاه مشتریانی که بعد از یک تراکنش "عدد مالی مشخص" به مشتریان امتیاز میدهد یا اجازه عضویت |
| باشگاه مشتریان هزینه محور | بله خیر | باشگاه مشتریانی که بعد از هر تراکنش به مشتریان امتیاز میدهد. |
| باشگاه مشتریان ارزش محور | بله خیر | باشگاه مشتریانی که به دنبال ارائه یکی از ارزش پیشنهادی زیر به مشتریان است:   * کاهش هزینه ها * خدمات اضافه و بیشتر * تجربه متعالی خدمات |
| باشگاه مشتریان VIP | بله خیر | باشگاه مشتریانی که پولی است و یا مشتریان خیلی خاص حق استفاده از آن را دارند |
| باشگاه مشتریان ردیفی | بله خیر | باشگاه مشتریانی که سطوح وفاداری مشتریان در آن دسته بندی شده است (مثال: سطح برنزی، نقره ای و طلائی) |
| باشگاه مشتریان "قرعه کشی" |  | باشگاه مشتریانی که فقط از چهارچوب بازی های شانس و قرعه کشی استفاده می کند و برنده ها را اعلام میکند. |
| باشگاه مشتریان اشتراکی | بله خیر | باشگاه مشتریانی که با کمک و حمایت سازمان ها و شرکای صنعت شما اداره می شود و به مشتری خدمات گوناگون تخصصی و غیر تخصصی می دهید |
| باشگاه مشتریان ترکیبی | بله خیر | باشگاه مشتری که ترکیبی از انواع ساختار باشگاه است. |

|  |  |
| --- | --- |
| باشگاه مشتریان ترکیبی | توضیحات بیشتر |
| در صورتی که باشگاه مشتریان شما از نوع ترکیبی است در مورد عناصر به کار گرفته در طراحی آن بیشتر توضیح دهید | * این باشگاه مشتریان و ساختار نتیجه ترکیب کدام ساختار هاست؟ * عناصر آن کدامند؟ * هدف از این ترکیب ساختار چه بوده است؟ |

6-وضعیت کاربران باشگاه مشتریان

|  |  |
| --- | --- |
| تعداد کل کاربران باشگاه مشتریان |  |
| تعداد کاربران فعال |  |

7- ابزار های ارتباطی و پوش نوتیفیکیشن باشگاه مشتریان

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| عناصر پروفایل | وضعیت باشگاه | توضیحات |
| نوتیفیکیشن | دارد ندارد |  |
| پیامک | دارد ندارد |  |
| ایمیل | دارد ندارد |  |
| مرکز تماس | دارد ندارد |  |
| کد دستوری (USSD) | دارد ندارد |  |

8- شاخص های کلیدی عملکرد باشگاه مشتریان

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| شاخص کلیدی عملکرد | تعریف نسبت | وضعیت شما |
| **ارزش طول عمر مشتری (CLV)** | برای محاسبه ارزش طول عمر مشتری (CLV) باید میانگین ارزش خرید را محاسبه کرده و بعد آن‌ عدد را در میانگین نرخ فرکانس خرید ضرب کرد تا ارزش مشتری را تعیین کنید. سپس وقتی که میانگین طول عمر مشتری را محاسبه کردید، می‌توانید آن‌را در ارزش مشتری ضرب کنید تا ارزش طول عمر مشتری تعیین شود.  **میانگین ارزش خرید را محاسبه کنید:** این عدد را از تقسیم درآمد کل شرکت خود را در یک دوره زمانی (معمولا یک سال) بر اساس تعداد خریدها در طی همین مدت زمان مشابه بدست‌ آورید.  **محاسبه نرخ متوسط فرکانس خرید:** این عدد را با تقسیم تعداد خریدها براساس تعداد مشتری‌های منحصر به‌فرد که در این مدت خرید انجام داده‌اند محاسبه کنید.  **محاسبه ارزش مشتری:** این عدد را با تقسیم کردن میانگین خرید با نرخ متوسط فرکانس خرید محاسبه کنید.  **محاسبه متوسط طول عمر مشتری:** این میانگین را با متوسط تعداد سال‌هایی که مشتری همچنان از شرکت شما خرید می‌کند‌، محاسبه کنید.  **محاسبه :CLTV**ارزش مشتری را با میانگین طول عمر مشتری ضرب کنید. این  فرمول به شما درآمدی می دهد که می توانید به طور منطقی انتظار داشته باشید که یک مشتری معمولی در طول رابطه خود با شما از شرکت شما، برایتان تولید کند. | عالی متوسط ضعیف |
| **هزینه جذب مشتری جدید(CAC)** | میانگین کل هزینه جذب (تبلیغات یا هزینه های جاری باشگاه مشتریان) مشتری (CAC) به تعداد کل مشتریان (هر چه کمتر بهتر) | عالی متوسط ضعیف |
| **جریان نقدی عملیاتی (Operating Cash Flow)** | میانگین کل تراکنش های انجام شده به تعداد کل مشتریان (هر چه بیشتر بهتر) | عالی متوسط ضعیف |
| . **امتیاز خالص پروموتر (NPS)** | نظرسنجی NPS از مشتریان می‌پرسد که در مورد یک شرکت یا یک تجربه خاص چه احساسی دارند، بر اساس مقیاس ۱ تا ۱۰ – که ۱۰ یک امتیاز کامل است. NPS تفاوت بین درصد مشتریانی را که مروج در نظر گرفته می‌شوند منهای کسانی که مخالف محسوب می‌شوند را محاسبه می‌کند. سیستم رتبه بندی به شرح زیر است:   * مخالفان (۰-۶): مخالف، مشتری ای است که با نمره بین صفر تا شش پاسخ می دهد و نشان دهنده مشتری است که از یک شرکت راضی نیست و بعید است که دوباره از آنها خرید کند. آنها حتی ممکن است نارضایتی خود را با دیگران در میان بگذارند تا آنها را از انجام تجارت با شرکت، چه از طریق شفاهی یا آنلاین، منصرف کنند. * منفعل (۷-۸): منفعل، شخصی است که با امتیاز بین ۷ تا ۸ پاسخ می دهد و نشان دهنده مشتری است که نسبتاً از شرکت یا محصول راضی است، اما در مورد آن نیز هیجان زده نیست. به دلیل ماهیت خنثی آنها، مشتریان منفعل می توانند توسط یک رقیب یا رقیب متقاعد شوند. * مروجین (۹-۱۰): مروج، مشتری ای است که به نظرسنجی NPS با امتیاز بین ۹ تا ۱۰ پاسخ می دهد و نشان دهنده مشتری است که از شرکت یا محصول راضی است و به تجارت وفادار است. این مشتریان احتمالاً محصولات را مثبت ارزیابی می کنند و خرید از شرکت را توصیه می کنند. | عالی متوسط ضعیف |
| **میانگین زمان پاسخگویی تیم باشگاه مشتریان به درخواست ها** | میانگین کل زمان های پاسخگویی تیم کارکنان بر تعداد کل مشتریان (هر چی کمتر بهتر) | عالی متوسط ضعیف |
| **سطح درگیری ذهنی کاربران (Engagment)** | میانگین کل زمان گذرانده شده کاربران در باشگاه مشتریان به تعداد کل کاربران (هر چه بیشتر بهتر) | عالی متوسط ضعیف |