



Moteur d'enrichissement Contovista

Plus de concentration et d'efficacité grâce à l'enrichissement et l'analyse intelligents des données



Grâce à la puissance de l'IA et de l'apprentissage automatique, nous transformons les informations de paiement de vos clients en actifs et informations précieux qui vous aident, vous et votre équipe d'analyse, à conserver et accompagner les clients



Architecture basée sur l'API

Flexibilité totale pour l'intégration de la plateforme dans votre écosystème.



Enrichissement centralisé des données

Bénéficiez de données de la plus haute qualité grâce à l'enrichissement centralisé des données non sensibles.



Données de transaction

Notre moteur sophistiqué traite des millions de transactions chaque jour pour préparer, enrichir et catégoriser précisément les dépenses et les revenus des clients de la banque.



Apprentissage partagé

L'apprentissage partagé et les informations interbancaires garantissent l'optimisation continue des enregistrements de données et des catégorisations.

Comment créer de la valeur à partir de vos données

Notre moteur structure et affine toutes les données transactionnelles de vos clients et les enrichit intelligemment de métadonnées supplémentaires. Cela vous fournit des modèles de comportement client complets et qui peuvent être utilisés pour positionner des offres et des recommandations sans gaspillage.



DONNÉES DE TRANSACTION



MOTEUR D'ENRICHISSEMENT



DONNÉES AMÉLIORÉES

Vous recevrez entre autres des informations clients sur :

- les intérêts et les caractéristiques personnelles
- le comportement de dépense et d'épargne
- les produits bancaires tiers (épargne 3e pilier, produits d'investissement)
- les paiements
- les informations sur les salaires (augmentations, changement d'employeur)
- la géo-information
- les paiements récurrents
- les événements ponctuels tels que les paiements de succession

Gagnez du temps précieux dans votre analyse :

- le conseil ciblé
- la sélection de campagne pour cross-/up-selling
- les conseils personnalisés dans eBanking
- le marketing événementiel
- les décisions en matière de risque de crédit (KYC/KYT/Fraude)
- l'amélioration de l'expérience bancaire numérique
- la segmentation de la clientèle basée sur le comportement d'achat et les intérêts