

سلمان

سال بیست و یکم، شماره ۲۱۵
اردیبهشت ۱۴۰۴

بانک سامان
Saman Bank



افتتاح دوازدهمین مدرسه بانک سامان
در روستای آبگاه استان سیستان و بلوچستان



اسامی ۲۲۰ برنده قرعه کشی زمستان وین کارت

۲۰ جایزه یک میلیارد ریالی و ۲۰۰ جایزه صد میلیون ریالی



گروه مالی سامان

بانک سامان

خیابان شریعتی، پایین تر از بزرگراه شهید همت، نبش کوچه اتو بانک، پلاک ۱۰۰۵، برج سامان
تلفن: ۰۲۱-۲۲۳۳۰۰۰۰ نمابر: (داخلی ۳۶۰۶) ۰۲۱-۲۲۳۳۰۰۰۰ مرکز سامان ارتباط: ۰۲۱-۶۴۲۲-۰۲۱
www.sb24.ir



پروژه الکترونیک سامان کیش

تهران، خیابان ولیعصر، نرسیده به چهارراه پارک وی (جنوب به شمال)، بن بست ترکش دوز، پلاک ۲
تلفن: ۰۲۱-۸۴۳۴۵۰۰۰ نمابر: ۰۲۱-۸۴۰۸۰ مرکز ارتباط با مشتریان: ۰۲۱-۸۸۲۱۹۱۴۰
www.sep.ir



بیمه سامان

تهران، خیابان سیدجمال الدین اسدآبادی، پلاک ۴۳۳
تلفن: ۰۲۱-۸۹۴۳ نمابر: ۰۲۱-۸۸۷۰۰۲۰۴
www.si24.ir



کارگزاری بانک سامان

تهران، بلوار آفریقا، خیابان ناهید غربی، پلاک ۳۱
تلفن: ۰۲۱-۴۳۰۲۴۰۰۰ نمابر: ۰۲۱-۸۸۷۷۴۶۸۹
www.samanbourse.ir



صرافی سامان

تهران، خیابان شریعتی، بالاتر از سیدخندان، نبش کوچه اتو بانک، برج سامان
تلفن: ۰۲۱-۲۶۳۰۰۰۰۰ نمابر: ۰۲۱-۲۶۷۲۳۱۰۹
www.samanexchange.com



اعتبارسنجی حافظ سامان ایرانیان

خیابان شریعتی، پایین تر از بزرگراه شهید همت، نبش کوچه اتو بانک، پلاک ۱۰۰۵، برج سامان
تلفن: ۰۲۱-۲۲۳۱۰۰۰۰ نمابر: ۰۲۱-۴۱۷۲۶۰۰۱
www.icbs.ir



خدماتی آفتاب تجارت سامان

تهران، خیابان خالد اسلامبولی (وزراء)، کوچه ۲۰ (شهید رفیعی)، پلاک ۴، طبقه اول
تلفن: ۰۲۱-۴۷۷۰۲۰۰۰ نمابر: ۰۲۱-۴۷۷۰۲۲۲۲
www.aftabts.com



تأمین سرمایه کاردان

تهران، خیابان نلسون ماندلا، خیابان ظفر غربی پلاک ۲۸۱ کد پستی ۱۹۶۸۱۶۳۴۷۷۹۵
تلفن: ۰۲۱-۹۶۶۲۱۱۰۰ نمابر: ۰۲۱-۹۶۶۲۱۱۳۳
www.kardan.ir



کیش سل پارس

تهران، سعادت آباد، ضلع شمال شرقی چهارراه سرو، جنب بانک سامان، پلاک ۷۷
تلفن: ۰۲۱-۸۷۶۴۰ نمابر: ۰۲۱-۲۶۶۵۴۸۰۹
www.samantel.ir



پردازشگران سامان

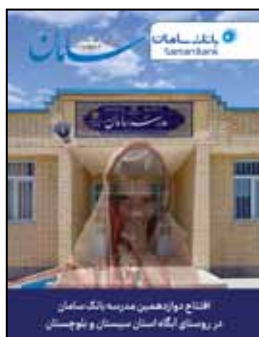
تهران، محله امانیه، بلوار نلسون ماندلا، خیابان شهید محمد علی رحیمی، پلاک ۴۳
تلفن: ۰۲۱-۲۶۲۹۳۹۴۲ نمابر: ۰۲۱-۲۶۲۹۳۹۴۲
www.samanpr.net



تندر نور

تهران، میدان رسالت، خیابان هنگام، بلوار دلاوران، بین چهارراه آزادگان و تکاوران، پلاک ۳۷۷
تلفن: ۰۲۱-۷۷۴۴۴۴۶۴ - ۰۲۱-۷۷۱۸۲۸۴۴
www.thunder-light.com





سامان

صاحب امتیاز: بانک سامان
مدیر مسئول: فرشته ضرابیه
سر دبیر: ناصر بزرگمهر
مدیر فنی و هنری: مهدی نجفی

همیشه منتظر آثار شما هستیم

- از دریافت مقالات و دیدگاه‌های صاحب نظران استقبال می‌کنیم.
- از ارسال مطالب چاپ شده در مطبوعات خودداری شود.
- لطفا مطالب منابع در گیومه مشخص شود.
- مقالات ترجمه شده همراه با کپی اصل مقاله ارسال شود.
- مطالب ارسالی پس فرستاده نمی‌شود.
- لطفا مطالب تایپ شده و یا به صورت ایمیل ارسال شود.
- مقالات کوتاه و حداکثر برای ۴ صفحه نشریه تهیه شود.
- عکس و طرح مناسب همراه مقاله ارسال شود.
- عکس نویسنده یا مترجم همراه مقاله باشد.
- پی نوشت و هرگونه توضیح در مورد منابع در انتها قرار گیرد.
- کلماتی که مخفف نوشته می‌شود، یک بار کامل درج شود.
- تیترو سوتیترهای مناسب به وسیله نویسنده مشخص شود.
- مطالب چاپ شده الزاماً نظر رسمی مجله نیست.
- نا حد امکان از کلمات خارجی استفاده نشود و معادل فارسی به کار رود.
- اعداد به صورت عدد ریاضی نوشته شود.
- در نوشتن کلمات از رسم الخط جداسازی استفاده شود.
- از چاپ مقاله با ۲ امضا معذور هستیم.
- مجله در ویرایش و تلخیص مقالات آزاد است.

نشانی اداره مرکزی و مدیریت روابط عمومی

و صدای مشتریان بانک سامان:

تهران، خیابان شریعتی، نبش کوچه اتوبانک، برج سامان

تلفن: ۰۲۱-۲۲۳۳۰۰۰۰ داخلی: ۳۸۴۳ سایت: www.sb24.ir

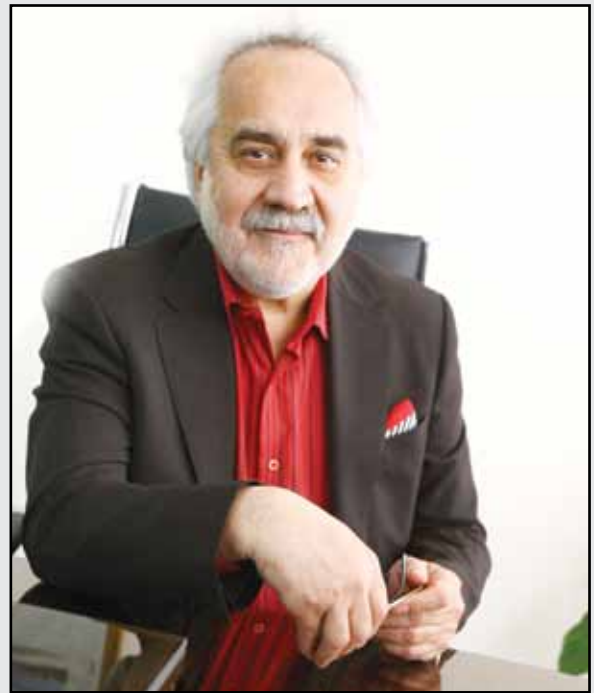
Email: samanbankmag@gmail.com

نشانی دفتر مجله سامان:

خیابان قائم مقام فراهانی، مقابل خیابان فجر، پلاک ۷۴

تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۴۸۸۷۹ فاکس: ۰۲۱-۸۸۸۳۷۴۸۳

- ۶ یادداشت سردبیر.....
- ۸ اهمیت الگوسازی به جای اسطوره سازی.....
- ۱۰ ارزیابی نقش هوش مصنوعی در خود کار سازی خدمات صنعت بانکداری.....
- ۱۲ روندهای جدید امور خیریه در عصر بانکداری دیجیتال.....
- ۱۴ ادامه نهضت مدرسه سازی بانک سامان.....
- ۱۶ ۴۰ تکنیک فروش بانکی.....
- ۱۸ گام های کوتاه، برای یادگیری بلند مدت.....
- ۱۹ سپاس رفتار حرفه ای.....
- ۲۰ برندگان سور سامانی.....
- ۲۲ مدیریت استعداد و بهره‌وری بالاتر کارکنان.....
- ۲۴ دیجیتال سازی کامل فرایندهای بیمه‌ای دست یافتنی است.....
- ۲۵ فروش بیمه زندگی نیازمند صبر و اعتماد سازی است.....
- ۲۶ مطالعه موردی بحران بانک ولز فارگو (۲۰۱۶).....
- ۲۸ فراخوان «سومین رویداد جایزه بزرگ نقاشی معاصر ایران».....
- ۳۰ گیاهان تصفیه کننده هوا؛ دوست کوچک دفتر شما.....
- ۳۲ دانستنی های بانکی.....
- ۳۳ گفتگو با همکاران شعبه جام جم.....
- ۴۱ قهرمان پاورلیفتینگ سامانی.....
- ۴۱ قهرمان کوچک سامانی.....
- ۴۲ داستان اقتصاد ایران.....
- ۴۴ چطور با یک رئیس بدقلق کنار بیاییم؟.....
- ۴۵ نحوه رفتار با همکاری که از انجام وظایف خود کوتاهی می کند.....
- ۴۶ من هنوز اینجا هستم (2024) I'm Still Here.....
- ۴۷ کافه تک.....
- ۴۸ معرفی کتاب.....
- ۴۹ یادداشتی بر کتاب «یک تراژدی بی مقدار».....
- ۵۰ پرسش و پاسخ.....
- ۵۳ برند، خمیرمایه کسب و کار.....
- ۵۴ پیشگیری از حوادث دلخراش.....
- ۵۶ ماموریت، وظایف و تحولات نوین روابط عمومی.....
- ۵۸ نگاه استراتژیک به مدیریت استراتژیک.....



ناصر بزرگمهر

nbozorgmehr@yahoo.com

پند چکاوک

به نام او که هر چه بخواد همان می شود

کردم، اما بعدا فکر کردم بهتر است که با کمی تغییرات در مجموعه کتاب های مدیریتی که منتشر شده و خواهد شد، جای بگیری و روی خطاب یادداشت به مردم ارجمند باشد، زیرا از ده ها یادداشت و مقاله و نامه سرگشاده که در موضوعات مختلف خطاب به روسای جمهور و مدیران مختلف نوشتم و نوشتند و پند چکاوک و نصیحت پدرانه و سخن برادرانه و حرف مشفقانه زدند و زدیم، هیچ مدیریت عالی و وزیر و کیلی، به حرف های ما و صدها استاد و کارشناس و روزنامه نگار و نویسنده و متخصص گوش نکرد که حالا قرار باشد بازهم نفرت بعدی گوش کنند؟

آنها که پندتاریخ را از جنس نخودی و تملق را از جنس خودی، و هر گونه نقد را سخن دشمن و هرگونه تعریف را شایسته دوستی می دانند، چگونه ممکن است وقت طلایی خویش را صرف خواندن حرف های منتقدان کنند.

اصلا افرادی که تا ۱۸ سالگی فقط کتاب های مدرسه و بعد هم فقط جزوه های دانشگاه را ورق زده و هرگز در عمر مبارک، یک کتاب غیر درسی، یک رمان و یا قصه ایرانی و خارجی نخوانده و نمی دانند (کلیدر) را چگونه تلفظ کنند و (کلبله و دمنه) سخت ترین کلمات زندگی شان است و با ادبیات و فرهنگ و تاتر و سینما و موسیقی و علوم اجتماعی و فلسفه و منطق و بقیه دانش ها قهرند و از اقتصاد هم فقط حذف صفرها را برای راحت تر گفتن میلیاردها اندوخته خود می دانند و دکترهای بدون کنکور و کلاس و استاد هستند و از دانشگاه های ناشناس، برایشان مدرک می بارد، چگونه وقت شان را برای متخصص و کارشناس و منتقد و روزنامه نگار هموطن فارسی زبان هدر می دهند.

مردی چکاوکی را به دام انداخت و خواست که او را بخورد. چکاوک که خود را اسیر مرد دید گفت: ای بزرگوار تو در زندگی ات این همه مرغ و خروس و گاو و گوسفند خورده ای و از خوردن آن زبان بسته ها هرگز سیر نشده ای و از خوردن یک پرنده کوچک هم سیر نخواهی شد، پس مرا آزاد کن تا به جای آن ۳ پند به تو بدهم که در زندگی ات به دردت بخورند و با به کارگیری آن ها نیکبخت شوی.

مرد قبول کرد.

چکاوک گفت: اولین پند این است که هرگز سخن محال را باور نکن و پروازکنان بر سر دیوار نشست و گفت: پند دوم اینکه هرگز بر گذشته غم مخور و بر آنچه از دست داده ای حسرت نخور، اما بدان که در بدن من مرواریدی گرانبها به وزن ۵۰۰ گرم وجود دارد که با آزاد کردن من بخت خود و سعادت فرزندان را بر باد دادی زیرا مانند آن در عالم وجود ندارد.

مرد از شنیدن این سخن بسیار ناراحت شد.

چکاوک که حال او را دید گفت مگر نگفتم بر گذشته غم مخور و حسرت چیزی را که از دست دادی نخور؟ و مگر نگفتم حرف محال را باور مکن، من ۱۰۰ گرم هم نیستم چگونه مرواریدی ۵۰۰ گرمی در بدن من جا می گیرد؟

مرد که به خودش آمده بود، خوشحال شد و پرسید خوب پند سوم چیست؟

چکاوک گفت: با آن دو پند چه کردی که سومی را به تو بگویم؟ چندسال قبل، من این یادداشت را با کم و زیادهایی در سلسله نامه هایی که خطاب به رئیس جمهور وقت می نوشتم، در مطبوعات منتشر

أصلاً ما کی هستیم که بگوییم آقای فلان و بهمان، چه بکنید و یا چه نکنید، معمولاً میز قدرت این خاصیت را داشته و دارد که هر کس پشت آن بنشیند و قلم را در دست بگیرد و فرمان براند، دو گوش را از دست می دهد و چشم هایش خمار می شود و یک پارچه زبان خواهد بود و بیشتر در هاله نور فرو می رود و هر سخنی با غریبه ها را بر گفتگوی خودی ها ترجیح می دهد و حقوقدانی خواهد بود که حقوق شهروندی را به تمسخر خواهد گرفت.

ما مردم، تنها دلخوشی مان باید این باشد، که روزگار بی خبری گذشته و دوران واژه های گفتند و می گویند، به پایان رسیده است و این امکان را پیدا کرده ایم که بخشی از گفتگوها و سخنرانی ها و تصاویر پشت صحنه زندگی و کار مسئولین و مقامات را در موبایل ها ببینیم و بخوانیم و خداوند را شکر گذار باشیم که رشد تکنولوژی و فیلتر شکن ها و خبرنگار شهروند شدن چند میلیارد انسان در جهان امروز، عرصه را به آن ها که سال ها در پستوهای خود فرمان رانده و هرکاری را که دوست داشتند به سر مردم در می آوردند کم و کمتر کرده است.

تاکید می کنم، فقط کم و کمتر کرده است، وگرنه سالیان درازی تا رسیدن به دنیای آرمانی باقیمانده است.

اما همینقدر که می توان خطاهای مقامات و سلبریتی ها و حتی مردم عادی مثل من و شما را هم دید و تصاویری از پشت صحنه و حرف ها و سخن های آن ها و ما را در رسانه های غیر رسمی دنیای مجازی خواند و شنید، شاید در اعمال آن ها و ما تاثیر داشته باشد.

هر چند که صاحبان قدرت و تقریباً همه مسئولین از این موبایل ها و این دنیای مجازی در رنج هستند و همه تلاش خود را برای کنترل و فیلترینگ انجام می دهند، و به طور مثال این تکنولوژی هاست که همیشه حرف ها را زنده نگه می دارد و نمی گذارد از ذهن ما پاک شود. مقامات و مدیران ارشد، لازم نیست گلستان سعدی و شاهنامه فردوسی بخوانند، حتی لازم نیست که این یادداشت ها و روزنامه و مجله بخوانند و وقت گرانبهایشان به هدر برود، کافی است، قبل از خواب، چند دقیقه ای در یکی دو کانال و گروه عمومی تورق کنند، و عکس برادر

و برادرزاده و خواهر و خواهرزاده و فرزند و دوست وفامیل و بستگان شان را ببینند، تصاویر وزرا و سفرا و معاونین محترم شان را ببینند، ماشین های لوکس و مشکی را که سوار شده و در روز کارگر در سوله فلان کارخانه با آن دور دور می کنند را ببینند، کارگرهایی را که پشت صحنه روی زمین خوابشان برده ببینند، پارچه ایتالیایی لباس خودش و شعار حمایت از تولید داخلی را به یاد بیاورند، کت و شلوارهای دست دوز خیاط های اتاق های خصوصی شان را ببینند، فقر و نداری و تورم و بی ارزشی پول ملی را ببینند، یک بار به بازار میوه و تره بار دور و بر خانه اش سرزنند، لازم نیست تا سیستان و بلوچستان و اهواز و آبادان بروند، همین موبایل راننده اش را کمی نگاه کند و شوخی های مردم را باخودش ببیند و بخندد. همین و بس.

آغاز سال است، فرصت دوباره نگری و بازبینی اعمال و رفتار فردی و مدیریتی و اداری هر کدام از ما فرا رسیده است.

دست از سر مقامات برداریم، به بازنگری فردی خودمان فکر کنیم، من کارمند ساده، من کارشناس، من کارگر، من رئیس اداره، من و همکارم، چه کاری می توانیم انجام دهیم تا ارباب رجوع، تا مشتری، تا مراجعه کننده، راحت تر و آسوده خیال تر از محیط کاری ما خارج شود؟

بی شک هر کدام از ما در دو طرف میز خدمت، وظیفه ای اداری و قانونی به عهده داریم که همین وظیفه اداری و قانونی را می شود با چاشنی مهربانی و صبر و خدمت بدون چشمداشت همراه کرد و یک مخلوط بی نظیر خلق و ارایه کرد.

کمک کنیم تا سرزمین اهورایی ما به دوران اخلاق مداری برگردد و شادی از آن همگان باشد، کمک کنیم تا با گذشت و مهربانی و صداقت و تلاش بیشتر، سرزمین زیباتری را برای آیندگان خلق و باقی بگذاریم. آینده همیشه متعلق به کسانی است که کار می کنند. کار و کار و کار تنها سرمایه ای است که از درون هر انسان مایه می گیرد و روزهای بهتری را برای خود و اطرافیان فراهم می کند.

بانک سامان یک فرصت خلاق برای همه ما در خدمت به خود و دیگران فراهم کرده است، از این فرصت بهره ببریم.



اهمیت الگوسازی به جای اسطوره سازی

لزوم گذر از فرهنگ اسطوره ای به خودباوری اجتماعی

| فرنود حسنی |

این گرایش به اسطوره سازی، نتیجه یک گذار ناکامل از فرهنگ کهن به دنیای مدرن است. در فرهنگ اسطوره ای، قهرمانان برای الهام بخشی از راه دور ساخته می شدند، نه برای تقلید مستقیم. اما در جامعه امروزی، ما به الگوهایی نیاز داریم که بتوانیم خودمان را در آینه تلاش ها و انتخاب هایشان ببینیم، نه به موجوداتی که فقط باید از دور تحسینشان کنیم.

آسیب های اسطوره سازی بر جامعه

اولین و مهم ترین آسیب اسطوره سازی، ایجاد حس دست نیافتنی بودن موفقیت است. وقتی از مریم میرزاخانی یک اسطوره می سازیم، ناخودآگاه این پیام را منتقل می کنیم که موفقیت او نتیجه استعداد های استثنایی یا شرایطی غیر قابل تکرار بوده است، نه تلاش، پشتکار و انتخاب های روزمره ای که هر کدام از ما هم می توانیم داشته باشیم. این نگاه، خودباوری را در افراد تضعیف می کند و به جای انگیزه برای عمل، حس انفعال و ناامیدی به جا می گذارد. جوانانی که می خواهند در علم، ورزش یا هر حوزه دیگری موفق شوند، به جای آنکه خود را در مسیر مریم میرزاخانی یا علی دایی ببینند، احساس می کنند این قله ها فقط برای «اسطوره ها» قابل فتح است.

دومین آسیب، فاصله گرفتن از واقعیت زندگی این افراد است. اسطوره سازی، پیچیدگی ها، شکست ها و چالش های زندگی انسان های موفق را پنهان می کند. مریم میرزاخانی هم مثل هر انسان دیگری با تردیدها، سختی ها و انتخاب های دشوار روبه رو بود. علی دایی هم روزهایی از ناکامی و انتقاد را تجربه کرد. وقتی این جنبه های انسانی را حذف می کنیم، تصویری غیرواقعی ارائه می دهیم که نه تنها الهام بخش نیست، بلکه باعث می شود مردم فکر کنند موفقیت بدون شکست و تلاش مداوم ممکن است.

سومین آسیب، تأثیر منفی بر فرهنگ جمعی است. اسطوره سازی به جای ترویج تلاش جمعی و مسئولیت پذیری اجتماعی، ما را به انتظار قهرمانانی می نشاند که بیایند و مشکلات را حل کنند. این نگاه در مسائل اجتماعی هم دیده می شود؛ مثلاً وقتی به جای آنکه خودمان برای حل مشکلات محیط زیست یا فقر دست به کار شویم، منتظر یک «اسطوره» می مانیم که همه چیز را تغییر دهد.

پدر مریم میرزاخانی، ریاضی دان برجسته ایرانی و برنده مدال فیلدز، جمله ای تأمل برانگیز درباره دخترش گفته بود: «مریم اسطوره نشود، الگو شود». این سخن، فراتر از یک اظهار نظر شخصی، حاصل درک و نقدی عمیق به یک گرایش فرهنگی ریشه دار در جامعه ماست؛ گرایشی که افراد موفق و تأثیرگذار را از بستر واقعی زندگی جدا می کند و به موجوداتی دست نیافتنی و اسطوره ای تبدیل می کند. این نگاه، اگرچه در ظاهر ستایش آمیز به نظر می رسد، در باطن مانعی است بر سر راه خودباوری جمعی و ترویج فرهنگ مثبت در جامعه. اسطوره سازی از آدم هایی مثل مریم میرزاخانی، علی دایی، رسول خادم یا حتی شخصیت های دینی مانند حضرت علی (ع)، به جای آنکه الهام بخش عمل و تلاش باشد، اغلب به انفعال و حس فاصله منجر می شود. در این یادداشت، تلاش می کنم این پدیده را آسیب شناسی کنم و نشان دهم که چرا و چگونه باید از اسطوره سازی به الگوسازی گذر کنیم تا جامعه ای پویاتر و خودباورتر داشته باشیم.

ریشه های اسطوره سازی در فرهنگ ایرانی

اسطوره سازی در فرهنگ ما ریشه ای کهن دارد. از شاهنامه فردوسی با قهرمانانی چون رستم و سهراب گرفته تا داستان های دینی و تاریخی، ما عادت کرده ایم انسان ها را به موجوداتی فرابشری تبدیل کنیم. این گرایش شاید در گذشته برای انتقال ارزش ها و تقویت هویت جمعی کارآمد بوده باشد، اما در دنیای مدرن که نیاز به عمل گرایی و خودباوری فردی و اجتماعی بیش از هر زمان دیگری احساس می شود، به مانعی تبدیل شده است. وقتی مریم میرزاخانی را اسطوره می کنیم، او را از یک دانشجو یا استاد سخت کوش، یک مادر و یک انسان با محدودیت ها و انتخاب های واقعی جدا می کنیم و به شخصیتی افسانه ای بدل می کنیم که تلاش هایش برای ما دست نیافتنی به نظر می رسد. همین اتفاق برای علی دایی، فوتبالیستی که با پشتکار به موفقیت رسید، یا رسول خادم، کشتی گیری که فراتر از ورزش به مسائل اجتماعی پرداخت، می افتد. حتی در نگاه به امامان شیعه، مانند حضرت علی (ع)، گاهی چنان بر وجه آسمانی و خارق العاده شان تأکید می کنیم که الگو بودن عملی و انسانی شان در سایه قرار می گیرد.

چرا جامعه فکر می‌کند که به اسطوره نیاز دارد؟ در واقع در خلق اسطوره برای جامعه چه اتفاق و مزیتی ایجاد می‌شود؟

جامعه به اسطوره‌ها گرایش دارد، زیرا آنها نمادهایی از امید، هویت و ارزش‌های جمعی هستند که در زمان‌های بحران یا بی‌ثباتی، حس انسجام و جهت‌گیری ایجاد می‌کنند. اسطوره‌ها با ساده‌سازی داستان‌های پیچیده انسانی به روایت‌هایی الهام‌بخش، به مردم کمک می‌کنند تا با چالش‌های زندگی مواجه شوند و احساس کنند بخشی از چیزی بزرگ‌تر هستند. مثلاً در فرهنگ ایرانی، اسطوره‌هایی مثل رستم یا شخصیت‌های دینی مانند حضرت علی (ع) به جامعه هویت و غرور جمعی می‌بخشند. مزیت اصلی اسطوره‌سازی در این است که می‌تواند انگیزه و همبستگی ایجاد کند، اما وقتی بیش از حد غیرواقعی شوند، ممکن است به جای تشویق به عمل، مردم را به تحسین منفعلانه و انتظار قهرمان سوق دهند.

آیا در زندگی و شرایط امروزی اسطوره کارکرد دارد؟ در دنیای مدرن که با پیچیدگی‌های اجتماعی، اقتصادی و فناوری همراه است، کارکرد اسطوره‌ها تا حد زیادی کم‌رنگ شده است. امروز مردم بیش از آنکه به قهرمانان دست‌نیافتنی نیاز داشته باشند، به الگوهایی واقعی و قابل تقلید احتیاج دارند که بتوانند مسیر موفقیت را در زندگی روزمره نشان دهند. اسطوره‌ها شاید هنوز برای الهام‌بخشی فرهنگی یا تقویت هویت ملی کاربرد داشته باشند، اما در عمل، وقتی افراد با واقعیت‌های ملموس مثل مشکلات اقتصادی یا زیست‌محیطی روبه‌رو هستند، الگوهای ملموس مثل یک کارآفرین محلی یا یک فعال اجتماعی که با تلاش خود تغییری کوچک ایجاد کرده، تأثیرگذارترند. اسطوره‌سازی در شرایط امروزی اغلب به جای انگیزه، حس فاصله و ناامیدی را تقویت می‌کند.

الگوسازی: راهی برای خودباوری و پویایی

برخلاف اسطوره‌سازی، الگوسازی بر واقعیت زندگی افراد موفق تأکید می‌کند و آنها را به عنوان انسان‌هایی قابل تقلید نشان می‌دهد. الگو کسی است که می‌توانیم خودمان را در مسیر او ببینیم، نه کسی که فقط باید از دور ستایشش کنیم. مثلاً اگر مریم میرزاخانی را به عنوان یک الگو ببینیم، به جای تمرکز بر مدال فیلدز و استثنای بودنش، به این فکر می‌کنیم که او چگونه با پشتکار و علاقه به ریاضیات، قدم به قدم به موفقیت رسید. این نگاه به ما انگیزه می‌دهد که در حد توان خودمان، تلاش کنیم و به جای حسرت، عمل کنیم.

الگوسازی همچنین به ما یادآوری می‌کند که موفقیت فقط در قله‌های بزرگ نیست. هر کدام از ما می‌توانیم در زندگی روزمره‌مان، با انتخاب‌های درست و تلاش مداوم، به الگویی برای دیگران تبدیل شویم. مثلاً یک معلم که با دلسوزی به دانش‌آموزانش درس می‌دهد، یا یک کارگر که با صداقت کار می‌کند، می‌توانند الگوهایی باشند که جامعه را به سمت فرهنگ مثبت سوق می‌دهند. اینجاست که تفاوت اصلی الگوسازی با اسطوره‌سازی مشخص می‌شود: الگوسازی فراگیر است و به همه اجازه می‌دهد در آن سهم باشند، اما اسطوره‌سازی محدود به چند نفر خاص است.

چطور می‌توان فرهنگ اسطوره‌سازی را با الگوسازی عوض کرد؟

برای جایگزینی فرهنگ اسطوره‌سازی با الگوسازی، باید روی آموزش و رسانه‌ها تمرکز کنیم تا به جای بزرگ‌نمایی غیرواقعی، داستان‌های واقعی و انسانی از موفقیت‌ها روایت شوند. مثلاً در مدارس و رسانه‌ها، به جای تمرکز بر دستاوردهای عظیم افراد خاص، باید بر تلاش‌ها، شکست‌ها و

انتخاب‌های روزمره‌شان تأکید کرد تا مردم ببینند موفقیت قابل دستیابی است. همچنین، ترویج الگوهای محلی و روزمره، مثل یک معلم دلسوز یا یک همسایه که به محیط‌زیست کمک می‌کند، می‌تواند این فرهنگ را تقویت کند. تشویق به مشارکت فعال اجتماعی و نشان دادن اینکه هرکس می‌تواند در حد توان خود الگو باشد، به تدریج ذهنیت انتظار اسطوره را به فرهنگ عمل‌گرایی و خودباوری تبدیل می‌کند.

راهکارهایی برای گذر از اسطوره‌سازی به الگوسازی

برای تغییر این گرایش فرهنگی و حرکت به سمت الگوسازی، چند راهکار عملی می‌توان پیشنهاد داد:

۱. بازنمایی واقع‌گرایانه موفقیت‌ها: رسانه‌ها، آموزش و پرورش و حتی خانواده‌ها باید زندگی افراد موفق را با تمام پیچیدگی‌ها و چالش‌هایش نشان دهند. مثلاً به جای آنکه فقط از مدال‌های مریم میرزاخانی بگوئیم، از روزهایی بگوئیم که با مشکلات دست‌وپنجه نرم کرد و باز هم ادامه داد. این تصویر واقعی، به مردم نشان می‌دهد که موفقیت یک مسیر است، نه یک اتفاق ناگهانی.

۲. ترویج الگوهای محلی و روزمره: لازم نیست همیشه سراغ نام‌های بزرگ برویم. در هر محله و شهر، انسان‌هایی هستند که با کارهای کوچک اما ارزشمند، می‌توانند الگو باشند. معرفی این افراد در سطح محلی، حس خودباوری را در جامعه تقویت می‌کند و نشان می‌دهد که هرکس می‌تواند تغییری ایجاد کند.

۳. آموزش خودباوری در نظام آموزشی: از کودکی باید به بچه‌ها یاد بدهیم که موفقیت نتیجه تلاش و انتخاب است، نه صرفاً استعداد یا شانس. دروس و برنامه‌های آموزشی باید بر نمونه‌های واقعی و قابل تقلید تمرکز کنند، نه داستان‌های اسطوره‌ای که فاصله زیادی با زندگی روزمره دارند.

۴. بازتعریف شخصیت‌های دینی و تاریخی: در مورد امامان شیعه یا قهرمانان تاریخی، باید بر جنبه‌های انسانی و عملی زندگی‌شان تأکید کنیم. مثلاً شجاعت حضرت علی (ع) در دفاع از عدالت، می‌تواند الگویی باشد برای هرکس که در زندگی روزمره‌اش با بی‌عدالتی مبارزه می‌کند، نه فقط یک ویژگی دست‌نیافتنی.

۵. تشویق به عمل‌گرایی جمعی: جامعه باید از انتظار قهرمانان نجات‌بخش به سمت مشارکت فعال حرکت کند. مثلاً به جای ستایش یک نفر که محیط‌زیست را نجات داد، باید فرهنگ همکاری جمعی برای حل مشکلات را ترویج کنیم.

اسطوره‌سازی، اگرچه ریشه در فرهنگ غنی ما دارد، در دنیای امروز به مانعی برای رشد فردی و اجتماعی تبدیل شده است. وقتی انسان‌های موفق را از واقعیت جدا می‌کنیم و به اسطوره بدل می‌کنیم، نه تنها خودباوری را تضعیف می‌کنیم، بلکه انگیزه عمل را هم از جامعه می‌گیریم. در مقابل، الگوسازی راهی است برای بازگرداندن این افراد به بستر زندگی واقعی و نشان دادن اینکه موفقیت، دست‌یافتنی و قابل تقلید است. سخن پدر مریم میرزاخانی یک یادآوری ارزشمند است: این انسان‌های «معمولی» هستند که با تلاش و انتخاب‌هایشان، دنیا را تغییر می‌دهند. اگر ما هم به جای اسطوره‌سازی، الگوسازی را در پیش بگیریم، می‌توانیم جامعه‌ای بسازیم که در آن هرکس خود را قادر به تغییر و پیشرفت ببیند. این گذار، نیازمند بازنگری در فرهنگ، آموزش و نگاهمان به موفقیت است؛ اما نتیجه‌اش، جامعه‌ای پویا و خودباور خواهد بود که به جای تحسین از دور، به عمل در نزدیک باور دارد.



ابوالفضل علی پور
با یگان شعبه هاشمیه مشهد
کارشناسی ارشد مدیریت
بازرگانی - بازاریابی
aabolfazl2315@gmail.com

ارزیابی نقش هوش مصنوعی در خودکارسازی خدمات صنعت بانکداری

ارتباطات کارمند و مشتری یا ربات‌های چت برای برقراری ارتباط با مشتریان، ممکن است حریم خصوصی افراد را نقض کند. هوش مصنوعی بر توسعه ماشین‌های هوشمند ساخته شده با تفکر و کار مانند انسان تأکید دارد. این فناوری ما را احاطه کرده است و بخشی از زندگی عادی ما شده است. ارتقای فناوری در همه چیز مانند استفاده از حسگرهای هوشمند برای گرفتن عکسی دیدنی برای شناسایی و کمک شخصی، کار را آسان می‌کند. با این حال، مغز انسان از ماشین‌ها متمایز می‌شود.

در دنیای امروز، بانک‌ها از نظر کالایی که ارائه می‌دهند بسیار رقابتی هستند. تنها تمایزی که بین هر دو بانک وجود دارد، اعتماد مشتریان آن و راحتی است که به آنها ارائه می‌دهد. این دو مؤلفه با استفاده از هوش مصنوعی مورد استفاده قرار می‌گیرند. کارکنان بانک باید به‌ویژه برای استفاده از آن ماشین‌های هوش مصنوعی آموزش ببینند. معمولاً بانک‌ها به‌خاطر مراکز سپرده‌گذاری و مراکز وام‌دهی معروف هستند. از این رو، سرمایه‌گذاری بزرگی در تیم خدمات مشتری ایجاد می‌شود تا اطمینان حاصل شود که خدمات پایدار به کاربران ارائه می‌شود. همه بانک‌ها به سمت شیوه‌های تجاری خوب حرکت می‌کنند که شامل فناوری بیشتر و پرسنل کمتری می‌شود که منجر به پس‌انداز ارزش زیادی می‌شود. اکثر بانکداران هندی معتقدند که هوش مصنوعی می‌تواند در چند سال آینده فراتر از انسان عمل کند. تنها چیزی که می‌توانیم بگوییم این است

چهارمین انقلاب صنعتی که صنعت چهار نیز نامیده می‌شود، تحولی در اقتصاد و جامعه در ترکیب با رباتیک هوشمند، هوش مصنوعی، محاسبات ابری، اینترنت اشیا و دیگر پیشرفت‌های علمی است. برای اینکه بتوانیم رقابتی بمانیم و به دلیل رقابت جهانی و پیچیدگی فزاینده مشکل، نیاز به انطباق با فناوری فعلی وجود دارد. هوش مصنوعی یک اصطلاح کلی است که شامل طیف وسیعی از تکنیک‌ها و روش‌ها با هدف بازتولید قابلیت‌های پیچیده، مانند تصمیم‌گیری مستقل و استفاده از زبان است.

هوش مصنوعی امکان استفاده از ابزارهای تحلیلی پیشرفته و راه‌حل‌های تجاری نوآورانه را در بخش بانکی فراهم می‌کند. سیستم‌های مبتنی بر هوش مصنوعی این امکان را برای بانک‌ها فراهم می‌کنند که دسترسی چند کانالی به مشتری را توسعه دهند، بینشی در مورد ترجیحات مشتری به دست آورند و خدمات را مطابق با نیازهای مشتری تنظیم کنند. انتظار می‌رود بانک‌ها راه‌حل‌های نوآورانه و اقدامات امنیتی مناسب را برای تضمین حریم خصوصی اطلاعات مشتریان خود و رفع نیازهای مشتریان خود اجرا کنند. با این حال، بانک‌های فعلی در مقایسه با شرکت‌های جدید در مورد استفاده از فناوری‌های جدید در یک نقطه ضعف ذاتی قرار دارند. بانک‌ها ممکن است برای انطباق، به دلیل رویه‌های تثبیت‌شده در اجرای فناوری‌های جدید، دچار مشکل شوند. استفاده از ابزارهای مبتنی بر هوش مصنوعی، مانند پردازش زبان طبیعی، برای تجزیه و تحلیل



که هوش مصنوعی و یادگیری ماشینی بدون شک نقطه عطفی در مسیر صنعت بانکداری است و به طور غیرقابل انکاری مسیر عملکرد آینده آن را تغییر خواهد داد. هوش مصنوعی قدرت تجزیه و تحلیل داده‌های پیشرفته را برای مبارزه با تراکنش‌های تقلبی و بهبود انطباق در بخش بانکی به ارمغان می‌آورد. با راه‌اندازی یک فناوری الگوریتم، فعالیت ضد پول‌شویی را که معمولاً ساعت‌ها و روزها در چند ثانیه طول می‌کشد، برطرف می‌کند.

هوش مصنوعی ممکن است ابزارهای قدرتمندی را برای مبارزه با تهدیدات جرایم سایبری به بانک‌ها ارائه دهد. روش‌هایی مانند شبکه‌های عصبی مصنوعی، سیستم‌های ایمنی مصنوعی، منطق فازی و الگوریتم‌های ژنتیک با موفقیت برای پیشگیری و شناسایی جرایم سایبری مورد استفاده قرار گرفته‌اند. به‌طور کلی در بخش بانکی، هوش مصنوعی را می‌توان در سه سطح، یعنی حفاظت، تشخیص و پاسخ به کار برد. زیان‌های متحمل شده به بانک‌ها در پی حملات سایبری را می‌توان به دو گروه زیان‌های مستقیم و زیان‌های غیرمستقیم طبقه‌بندی کرد. زیان‌های مستقیم مربوط به سرقت واقعی پول و نقض اطلاعات است. زیان‌های غیرمستقیم ناشی از روابط عمومی ضعیف و افزایش ناامیدی و نارضایتی مشتریان است. تجزیه و تحلیل میزان جرایم سایبری در صنعت بانکداری اقتصادهای در حال توسعه نشان می‌دهد که جرایم سایبری بر یکپارچگی، کارایی و شهرت بانک‌ها تأثیر منفی می‌گذارد. محققان دریافته‌اند که صفحه وب ورود تعداد قابل توجهی از بانک‌ها هیچ اطلاعاتی درباره خطرات امنیتی در مورد فیشینگ، مهندسی اجتماعی، شبکه‌های عمومی، لایه سوکت‌های امن و خط‌مشی رمز عبور ندارد. وجود یادگیری ماشینی خصمانه نشان می‌دهد که سیستم‌های مبتنی بر هوش مصنوعی دارای آسیب‌پذیری‌های ذاتی هستند که باید هنگام استفاده از چنین سیستم‌هایی در امنیت سایبری برطرف شوند. نتیجه این است که جرایم سایبری مبتنی بر هوش

مصنوعی را می‌توان به دودسته دسته‌بندی کرد. در مرحله اول، هوش مصنوعی می‌تواند به‌عنوان ابزاری برای تسهیل جرم استفاده شود. برای مثال، هکرها ممکن است از الگوریتم‌های هوش مصنوعی برای کشف آسیب‌پذیری‌ها در سیستم‌های امنیتی بانک‌ها استفاده کنند. ثانیاً، یک سیستم هوش مصنوعی خود می‌تواند هدف یک جرم باشد. این مربوط به یادگیری ماشینی متخاصم است و ممکن است توسط هکرها برای نشان داده شود که سیستم‌های امنیتی بانک‌ها را به‌منظور ایجاد آسیب رفتار نامنظم می‌کنند.

جرایم مبتنی بر هوش مصنوعی عبارت‌اند از جعل هویت صوتی و تصویری، فیشینگ سفارشی، اختلال در سیستم‌های کنترل شده با هوش مصنوعی، باج‌گیری در مقیاس بزرگ و مسمومیت داده‌ها. هوش مصنوعی انبوهی از کنجکاوی را در میان محققانی که مشتاق به جستجوی تأثیر هوش مصنوعی بر بلندمدت در بخش بانکی هستند، برانگیخته است. از آنجایی که این مفهوم هنوز در مرحله ظهور خود است، می‌توان تخمین زد که هزینه نیروی انسانی به دلیل مدیریت جمعیت انبوه در حال کاهش است و کمک‌هزینه استهلاک در ماشین‌آلات در خطوط تولید، تعریف جدیدی را برای هزینه سرمایه ارائه می‌کند. از سوی دیگر، رباتیک و هوش مصنوعی با همراهی سبک جدید، اثرات جانبی جامعه‌شناختی، فضایی در اقتصاد و تجارت ایجاد می‌کند. یکی از تأثیرات واضح آن، افزایش نسبت بیکاری در اقتصاد است. این امر با توجه به اولین تأثیر بخش تجاری، استخدام یا خرید ربات‌هایی جدید است که به‌احتمال زیاد از تأثیرات هوش مصنوعی می‌باشد.

منبع: علی‌پور، ابوالفضل (۱۴۰۳) ارزیابی نقش هوش مصنوعی در خودکار سازی خدمات صنعت بانکداری (مورد مطالعه: بانک سامان)، پایان نامه کارشناسی ارشد موسسه آموزش عالی خردگرایان مطهر



روندهای جدید امور خیریه در عصر بانکداری دیجیتال



| معصومه زارعی، کارشناس امور خیریه |

خیریه را متحول کرده است. پلتفرم‌هایی مانند PayPal، Venmo و وبسایت‌های اهدایی تخصصی مانند GoFundMe، پشتیبانی از خیریه‌های انتخابی خود را تنها با چند کلیک برای خیرین آسان‌تر از همیشه کرده‌اند. این سیستم‌ها با حذف موانعی که معمولاً با روش‌های تراکنش‌های سنتی مرتبط است، فرایند کمک به امور خیریه را ساده می‌کنند. علاوه بر این، ظهور برنامه‌های بانکداری تلفن همراه به خیرین اجازه می‌دهد تا فوراً با سازمان‌های خیریه ارتباط برقرار کنند. سازمان‌های غیرانتفاعی می‌توانند کمک‌های مالی مکرر را از طریق مدل‌های اشتراک تسهیل کرده و در نتیجه جریان ثابت بودجه را تضمین کنند. این راحتی در عمل، فرهنگ انفاق را تقویت کرده، تا جایی که حتی کمک‌های کوچک می‌توانند به طور قابل توجهی در طول زمان انباشته شود. در نتیجه، مؤسسات خیریه می‌توانند از پتانسیل کمک‌های مالی خرد بهره ببرند - مقادیر کمی که مجموعاً تأثیرات قابل توجهی ایجاد می‌کنند. این روند نه تنها کمک‌های خیریه را تسهیل کرده، بلکه با ترجیحات نسل‌های جوان‌تر که تجربیات دیجیتالی یکپارچه را در اولویت قرار می‌دهند،

در سال‌های اخیر، چشم‌انداز فعالیت‌های خیریه تحولات قابل توجهی را تجربه کرده است که عمدتاً تحت تأثیر پیشرفت سریع بانکداری دیجیتال است. ادغام فناوری در مبادلات مالی، رویکردهای نوآورانه‌ای را در راستای افزایش دسترسی، شفافیت و کارایی در امور خیریه ایجاد کرده است. این مقاله به بررسی روش‌های نوظهور فعالیت‌های خیریه در چارچوب بانکداری دیجیتال می‌پردازد.

سیستم‌های پرداخت دیجیتال و تأثیر آنها بر کمک‌های خیریه

ظهور سیستم‌های پرداخت دیجیتال، نحوه مشارکت افراد در امور

بلاک چین است. این فناوری دفترکل غیرمتمرکز شفافیت و مسئولیت پذیری بی نظیری را در اهدای خیریه ارائه می دهد. با اجازه دادن به اهداکنندگان برای ردیابی کمک های خود و مشاهده دقیق نحوه تخصیص بودجه، بلاک چین می تواند به ایجاد اعتماد بین اهداکنندگان و سازمان ها کمک کند. این شفافیت بسیار مهم است، زیرا بسیاری از افراد به طور فزاینده ای نگران نحوه استفاده از کمک های خود هستند. پیاده سازی بلاک چین می تواند اعتبار سازمان های خیریه را به طور قابل توجهی افزایش دهد و افراد بیشتری را تشویق کند تا با اطمینان از اینکه سرمایه هایشان به طور مؤثر استفاده می شود، مشارکت کنند. علاوه بر این، افزایش کمک های ارزهای دیجیتال راه های جدیدی را برای جمع آوری سرمایه باز کرده است و به سازمان های خیریه اجازه می دهد تا از علاقه روزافزون به ارزهای دیجیتال بهره ببرند. از آنجایی که خیریه هایی که ارز دیجیتال را دنبال راه های جایگزین برای مشارکت هستند، خیریه هایی که ارز دیجیتال را می پذیرند، نسبت به سایر رقبا از مزیت رقابتی برخوردار هستند.

افزایش مشارکت خیرین از طریق تجزیه و تحلیل داده ها

بانکداری دیجیتال و فناوری همچنین سازمان های خیریه را قادر می سازد تا از تجزیه و تحلیل داده ها برای بهبود مشارکت خیرین استفاده کنند. با تجزیه و تحلیل رفتار، ترجیحات و روندهای اهداکنندگان، سازمان های غیرانتفاعی می توانند استراتژی های ارتباطی خود را برای برآورده کردن بهتر نیازهای حامیان خود تنظیم کنند. این رویکرد شخصی شده می تواند در کمپین های بازاریابی هدفمند، تجارب اهداکنندگان سفارشی، و ارتباطات به موقع، افزایش رضایت کلی و تقویت روابط بلندمدت آشکار شود.

تجزیه و تحلیل داده ها همچنین می تواند به سازمان های خیریه کمک کند تا کمک کنندگان اصلی بالقوه را شناسایی کرده و تلاش های مشارکت خود را براین اساس استراتژی بندی کنند. درک جمعیت شناسی و انگیزه های اهداکنندگان، سازمان ها را قادر می سازد تا کمپین های هدفمندی را ایجاد کنند که عمیقاً با مخاطبان خاص طنین انداز شود، بنابراین احتمال مشارکت را افزایش می دهد. علاوه بر این، توانایی اندازه گیری و تجزیه و تحلیل عملکرد کمپین به سازمان های غیرانتفاعی اجازه می دهد تا استراتژی های خود را تطبیق داده و اصلاح کنند و کارایی کلی تلاش های جمع آوری سرمایه را افزایش دهند.

نتیجه گیری

تقاطع بانکداری دیجیتال و شیوه های خیریه راه را برای عصر جدیدی از بشردوستی که با نوآوری و کارایی مشخص می شود هموار می کند. ظهور سیستم های پرداخت دیجیتال، تأمین مالی جمعی، فناوری بلاک چین و تجزیه و تحلیل داده ها، چشم انداز سستی ارائه را تغییر داده و آن را در دسترس تر، شفاف تر و تأثیرگذارتر می کند. از آنجایی که سازمان های خیریه همچنان به سازگاری با این پیشرفت ها ادامه می دهند، نه تنها قابلیت های عملیاتی خود را افزایش می دهند، بلکه ارتباط عمیق تری با اهداکنندگان خود ایجاد می کنند.

در نتیجه، تکامل مداوم اقدامات خیریه در زمینه بانکداری دیجیتال نشان دهنده یک تغییر عمیق در فرهنگ امور خیریه است. با پذیرش فناوری ها و روش های جدید، سازمان های خیریه برای عبور از چالش های پیچیده بشردوستی مدرن مجهز تر می شوند و در نهایت منجر به کمک های معنادارتر و مؤثرتر به جامعه می شوند. آینده فعالیت های خیریه در عصر دیجیتال دارای پتانسیل بسیار زیادی است که نویدبخش پشتیبانی قوی تر برای طیف وسیعی از دلایلی است که به دنبال بهبود وضعیت انسانی هستند.



همسو می شود.

تأمین مالی جمعی و رسانه های اجتماعی

یکی دیگر از روندهای مهم در حوزه فعالیت های خیریه، استفاده از پلتفرم های تأمین مالی جمعی و رسانه های اجتماعی است. این ابزارها به عنوان مکانیسم های قدرتمندی برای جمع آوری سرمایه ظاهر شده اند و به افراد و سازمان ها اجازه می دهند تا اهداف خود را با مخاطبان جهانی به اشتراک بگذارند. پلتفرم های تأمین مالی جمعی به کاربران امکان می دهد تا کمپین هایی ایجاد کنند که با اهداکنندگان بالقوه ارتباط نزدیک برقرار کرده، از روایت ها، تصاویر و ویدئوهای قانع کننده برای برانگیختن پاسخ های احساسی و مشارکت ها استفاده کنند.

شبکه های رسانه های اجتماعی مانند فیس بوک، توئیتر و اینستاگرام فضای وسیعی را برای ارتباط و تعامل فراهم می کنند. سازمان های خیریه می توانند از این پلتفرم ها برای افزایش آگاهی، برقراری ارتباط با مأموریت های خود و تعامل با حامیان در زمان واقعی استفاده کنند. با استفاده از قدرت اجتماعی و ارتباط عمقی در رسانه های اجتماعی، سازمان های خیریه می توانند پیام های انتقالی خود را تقویت کرده و به مخاطبان گسترده تری نسبت به گذشته دسترسی پیدا کنند.

نقش فناوری بلاک چین در افزایش شفافیت

یکی از امیدوارکننده ترین پیشرفت ها در فناوری بانکداری دیجیتال، ظهور



ادامه نهضت مدرسه سازی بانک سامان

نام گذاری شده به همت بانک سامان با بالاترین کیفیت در روستای آبگاه سیستان و بلوچستان از محروم ترین روستاهای کشور احداث و به دانش آموزان مستعد این منطقه اهدا شده است. با ساخت این مدرسه بانک سامان تاکنون دوازده مدرسه با بالاترین استانداردهای ساختمانی و تجهیزات، در سراسر ایران ساخته و هزاران دانش آموز را در اقصی نقاط

دوازدهمین مدرسه بانک سامان در روستای آبگاه شهرستان نیک شهر از توابع استان سیستان و بلوچستان افتتاح و در اختیار دانش آموزان این منطقه قرار گرفت. به گزارش سامان رسانه، آیین افتتاح دوازدهمین مدرسه بانک سامان در روستای آبگاه از توابع شهرستان نیک شهر استان سیستان و بلوچستان برگزار شد. این مدرسه شش کلاسه که به نام سامان





تکمیل، در اختیار اهالی این روستا قرار خواهد گرفت. لازم به ذکر است که بانک سامان سال‌ها است در حوزه مسئولیت اجتماعی با احداث چندین مدرسه در مناطق محروم، تجهیز بیمارستان‌ها، کمک به بیماران نیازمند، حمایت از دانش‌آموزان مستعد نیازمند و کمک در تأمین آب شرب از طریق دفتر یونسکو، اقدامات قابل توجهی انجام داده است.

کشور راهی فضاهای آموزشی استاندارد کرده است. گفتنی است، سه مدرسه دیگر در روستای کیدور استان خراسان رضوی، شهر کرمانشاه و یزد نیز توسط بانک سامان و در راستای ایفای مسئولیت‌های اجتماعی احداث شده و در آستانه افتتاح قرار دارد. همچنین کلنگ احداث یک مدرسه دیگر در روستای حاجی‌آباد از توابع شهرستان سرباز استان سیستان و بلوچستان نیز به زمین زده شده که در آینده نزدیک پس از





ابراهیم زارع‌پور، دکتری مدیریت
بازرگانی و مدرس بانک سامان
Zarepour.TMU@gmail.com

۴۰ تکنیک فروش بانکی

برای تصمیم‌گیری سریع.

(پ) تکنیک‌های فروش مؤثر خدمات بانکی

۱۱. تکنیک داستان‌گویی مالی: به جای ارائه اعداد خشک، داستان موفقیت یک مشتری را بگویید. ۱۲. تکنیک سؤالات عمیق: به جای "چگونه می‌توانم کمک کنم؟"، پرسید "بزرگ‌ترین دغدغه مالی شما چیست؟"

۱۳. تکنیک نشان‌دادن آینده: "با این سرمایه‌گذاری، ۵ سال دیگر می‌توانید خانه بخرید."

۱۴. تکنیک ارائه پیشنهاد اولویت‌بندی شده: گزینه‌های پیشنهادی را از بیشترین به کمترین جذابیت مرتب کنید. ۱۵. تکنیک "نه" را به "بله" تبدیل کنید: اگر مشتری می‌گوید "فعلاً قصد افتتاح حساب ندارم"، پرسید "دلیل خاصی دارد؟ شاید بتوانم کمکتان کنم."

(ت) تکنیک‌های مدیریت مشتریان

۱۶. تکنیک پیگیری ۷۲-۷-۳۰: ۷۲ ساعت بعد، ۷ روز بعد و ۳۰ روز بعد از خرید با مشتری تماس بگیرید.

۱۷. تکنیک ارسال پیام شخصی‌سازی شده: "آقای حسینی، حساب شما شرایط خاصی دارد که می‌تواند سود بیشتری بدهد."

۱۸. تکنیک یادداشت‌برداری از مشتری: اطلاعات مهم هر مشتری را ثبت کنید تا در تماس بعدی شخصی‌سازی شود. ۱۹. تکنیک

"به یاد آوردن مناسبت‌ها: در تولد یا سالگرد افتتاح حساب مشتری پیام بفرستید. ۲۰. تکنیک ارتباط غیررسمی: گاهی فقط برای احوالپرسی

تماس بگیرید تا حس وفاداری ایجاد شود.

اگر کارکنان بانک بخواهند در محیط رقابتی امروز موفق شوند، باید علاوه بر دانش مالی، مهارت‌های ارتباطی، مذاکره، متقاعدسازی و برندسازی شخصی را نیز تقویت کنند. در اینجا ۴۰ تکنیک کاربردی آورده شده که می‌تواند به افزایش اعتماد مشتریان، بهبود فروش و ارتقای شغلی کمک کند.

(الف) تکنیک‌های اعتمادسازی در برخورد اول

۱. تکنیک ۵ ثانیه طلایی: در ۵ ثانیه اول لبخند طبیعی، ارتباط چشمی و نام مشتری را تکرار کنید. ۲. تکنیک آینه‌ای: لحن، سرعت و انرژی مشتری را تقلید کنید تا حس نزدیکی ایجاد شود. ۳. تکنیک لمس حرفه‌ای: دست‌دادن محکم ولی ملایم برای ایجاد ارتباط قوی. ۴. تکنیک صدا و لحن: آرام، مطمئن و شمرده صحبت کنید تا مشتری احساس امنیت کند. ۵. تکنیک لباس حرفه‌ای: پوشش شما باید نشان‌دهنده تخصص و اعتبار شما باشد (مرتب و هماهنگ با جایگاه شغلی).

(ب) تکنیک‌های مذاکره و متقاعدسازی

۶. تکنیک گزینه محدود: به جای "آیا وام می‌خواهید؟"، پرسید "برای شما وام مسکن بهتر است یا وام خودرو؟". ۷. تکنیک بله متوالی: سؤالاتی پرسید که مشتری چند بار بله بگوید تا پذیرای پیشنهاد اصلی شود. ۸. تکنیک مقایسه هوشمندانه: خدمات بانک را با گزینه‌های دیگر مقایسه کنید و مزایای آن را برجسته کنید. ۹. تکنیک تأکید بر منافع شخصی: بجای توضیح محصول، بگویید "این حساب به شما کمک می‌کند پس‌انداز بهتری داشته باشید". ۱۰. تکنیک احساس فوریت: "این پیشنهاد فقط تا پایان ماه معتبر است!"



ث) تکنیک‌های حل اعتراضات مشتریان

۲۱. تکنیک گوش دادن فعال: قبل از پاسخ دادن، حرف مشتری را تکرار کنید: "پس دغدغه شما نرخ سود حساب است، درست؟"
۲۲. تکنیک پل زدن: "کاملاً متوجه نگرانی شما هستم، اما اجازه بدهید این راهکار را توضیح دهم."
۲۳. تکنیک اعتبارسنجی: به جای مخالفت، بگویید: "این سؤال خوبی است، خیلی‌ها همین سؤال را دارند."
۲۴. تکنیک نمایش آمار و شواهد: "۹۰٪ از مشتریان ما از این سرویس استفاده کرده‌اند و راضی بوده‌اند"
۲۵. تکنیک ارائه گزینه جایگزین: اگر مشتری محصولی را نمی‌خواهد، گزینه‌ای متناسب با نیازش پیشنهاد دهید.
۲۱. تکنیک گوش دادن فعال: قبل از پاسخ دادن، حرف مشتری را تکرار کنید: "پس دغدغه شما نرخ سود حساب است، درست؟"
۲۲. تکنیک پل زدن: "کاملاً متوجه نگرانی شما هستم، اما اجازه بدهید این راهکار را توضیح دهم."
۲۳. تکنیک اعتبارسنجی: به جای مخالفت، بگویید: "این سال خوبی است، خیلی‌ها همین سؤال را دارند."
۲۴. تکنیک نمایش آمار و شواهد: "۹۰٪ از مشتریان ما از این سرویس استفاده کرده‌اند و راضی بوده‌اند"
۲۵. تکنیک ارائه گزینه جایگزین: اگر مشتری محصولی را نمی‌خواهد، گزینه‌ای متناسب با نیازش پیشنهاد دهید.

ج) تکنیک‌های برندینگ شخصی برای کارکنان بانک

۲۶. تکنیک ارائه تخصص شخصی: خود را به‌عنوان متخصص در یک حوزه خاص معرفی کنید (وام مسکن، سرمایه‌گذاری و...)
۲۷. تکنیک تولید محتوا در لینکدین: مطالب مالی مفید منتشر کنید تا

در بین مشتریان شناخته شوید. ۲۸. تکنیک استفاده از کارت ویزیت دیجیتال: لینک شبکه‌های اجتماعی و راه‌های ارتباطی خود را روی کارت قرار دهید. ۲۹. تکنیک همکاری با رسانه‌ها: اگر مقاله‌ای در مورد خدمات بانکی دارید، در سایت‌ها منتشر کنید. ۳۰. تکنیک حضور در رویدادها: در همایش‌های بانکی شرکت کنید تا شبکه‌سازی حرفه‌ای داشته باشید.

چ) تکنیک‌های افزایش درآمد و ارتقای شغلی

۳۱. تکنیک پیشنهاد خدمات جانبی: اگر مشتری حساب باز کرد، کارت اعتباری یا بیمه هم پیشنهاد دهید. ۳۲. تکنیک پیشنهاد ویژه برای مشتریان VIP: اگر مشتری سطح بالا دارید، پیشنهادهای شخصی‌سازی‌شده ارائه دهید. ۳۳. تکنیک تقویت مهارت‌های ارتباطی: در دوره‌های مذاکره و زبان بدن شرکت کنید. ۳۴. تکنیک مدیریت زمان: وقت خود را بین مشتریان عادی و مشتریان ارزشمندتر بهینه تقسیم کنید. ۳۵. تکنیک مطالعه روزانه: روزانه حداقل ۱۵ دقیقه درباره امور مالی و بانکی مطالعه کنید تا همیشه بروز باشید.

ح) تکنیک‌های افزایش رضایت مشتریان

۳۶. تکنیک خوش‌آمدگویی خاص: اگر مشتری جدید است، بگویید "به خانواده بانک سامان خوش آمدید"

۳۷. تکنیک گوش دادن فعال: قبل از ارائه پیشنهاد، کاملاً گوش دهید و بعد نظر دهید. ۳۸. تکنیک شفاف‌سازی اطلاعات مالی: همیشه ساده و بدون اصطلاحات پیچیده توضیح دهید. ۳۹. تکنیک احترام به تصمیم مشتری: اگر مشتری فعلاً تصمیمی ندارد، به جای اصرار بگویید "در آینده در خدمتان هستم"

۴۰. تکنیک تبدیل مشتری به سفیر بانک: اگر مشتری از خدمات شما راضی است، از او بخواهید بانک را به دوستانش معرفی کند.



علی صباغی، مدرس
زبان آکادمی سامان

گام‌های کوتاه، برای یادگیری بلندمدت

یادگیری، اگر بعد از ثبت اطلاعات جدید در یک جعبه لایتنر - چه در مدل سنتی کاغذی آن و چه در مدل‌های اپلیکیشن محور - مراجعه و مرور آنها از یک روش نظام‌مند یا فاصله‌گذاری علمی و تجربی پیروی کند خروجی کار یک یادگیری عمیق و پایدار خواهد بود. اعداد ۱، ۳، ۶، ۱۱، ۲۶ را به‌خاطر بسپارید. این اعداد فواصل زمانی بر اساس روز هستند که برای مراجعه به مطالبی است که شما ثبت کرده‌اید. به زبان ساده، بعد از اینکه شما واژه یا اصطلاح و ساختاری جدید را مثلاً در Anki ثبت کردید و تلفظ و معنی و کاربرد در جمله آن را نوشتید، یک روز بعد برای نخستین بار آن را با صدای بلند برای خودتان می‌خوانید و تکرار می‌کنید و همین کار را با بقیه مطالب جدید انجام می‌دهید. کاری که ممکن است برای ۲۰ لغت جدید همراه با تلفظ و معنا و خواندن نمونه جمله مثال از آنها تنها ۵ دقیقه حداکثر وقت می‌گذارد.

سه روز پس از ثبت این مطالب جدید دوباره به آنها مراجعه می‌کنند اما با تأمل و صبر بیشتر. یعنی وقتی مثلاً واژه را می‌بینید بدون نگاه به معنای نوشته شده حدس بزنید که آن به چه معنایی است و کاربرد آن چیست. اگر در این مرحله به یادتان نیاید دوباره نگاه کنید تا معنا به یادتان بیاید. در یازدهمین روز پس از ثبت واژه قاعدتاً شما نباید معنی آن را ندانید پس برای خودتان با صدای بلند جمله‌های متنوع کوتاه و بلند بسازید و با صدای بلند بخوانید این فرایند ساده اگر پله‌پله پیش رفته باشد قریب به یقین در روز ۲۶ حافظه بلندمدتان نشسته و شما به دیدن آن داده در روبروی خودتان تمام تصاویر مربوط به املا و معنا و تلفظ و کاربرد در جمله آن برایتان تداعی می‌شود و یادگیری پایدار با موفقیت انجام شده است.

همان‌طور که در نوشتارهای پیشین بدان اشاره شد تمام دغدغه شما به‌عنوان فراگیر زبان بعد از مواجهه با واژگان و اصطلاحات و ساختارهای جدید این است که آیا آنچه برایتان جدید است و تازگی دارد در حافظه بلندمدت‌تان باقی می‌ماند؟ و در بزنگاهی که قرار بر استفاده از آنها در موقعیت ارتباطی و گفتگویی از آنها استفاده شود آیا به‌راحتی می‌توانید از آنها استفاده کنید؟ بنابراین روش یادگیری کاربردی ساده، عملی و نه‌چندان وقت‌گیر طراحی شده که همان استفاده از جعبه لایتنر یا به زبان ساده یادداشت‌برداری سیستماتیک و مرور قاعده‌مند مطالب است. در روش سنتی استفاده از کارت‌های کاغذی کوچک و ثبت اطلاعات جدید مدل مرسوم برای این کار است که هنوز در میان برخی محبوب است اما در دنیای مبتنی بر تکنولوژی جدید و اپلیکیشن محور این کار بر عهده تکنولوژی سپرده شده است که کار را ساده‌تر و کاراتر کرده است. در نوشتارهای قبلی نرم‌افزار بسیار کارآمد Anki به‌عنوان جعبه لایتنر دیجیتال معرفی شد تا به‌عنوان دفترچه همراه همیشگی دیجیتال‌تان عمل کند و هر آنچه که جدید و دشوار است را در آن ثبت و ضبط کنید و بر اساس الگوریتم و فاصله‌بندی زمانی که باتوجه‌به مدل عملکرد عمومی مغز است به‌گونه‌ای شما را در مسیر هدایت می‌کند و در معرض داده‌هایی که پیش‌تر ثبت کرده‌اید قرار می‌دهد که بعد از مدت نسبتاً کوتاهی آنها را وارد حافظه بلندمدتان می‌کند و یادگیری پایدار و عمیق را تضمین و عملی می‌کند.

اما این اپلیکیشن‌ها را چگونه باید به کار بست تا خروجی آن فرستادن داده به حافظه بلندمدت باشد؟ بر اساس مطالعات و تحقیقات در حوزه

سپاس رفتار حرفه‌ای

و فرودین ماه به صورت کتبی تقدیر کرده‌اند. ما به رسم سپاس و قدردانی،
اسامی این عزیزان را در نشریه سامان منتشر می‌کنیم.
با تشکر
مدیریت سرمایه انسانی بانک سامان

همه شما عزیزان در شعب بانک سامان در جهت رضایت مشتریان تلاش
کرده و موجبات خشنودی مشتریان را فراهم می‌کنید تا آنها بتوانند با
خیالی آسوده و امن به امور بانکی خود بپردازند. در این میان برخی از
مشتریان از همکارانی که حسن خلق و پیگیری مؤثری داشته‌اند، در اسفند

ردیف	نام و نام خانوادگی	محل خدمت
۸	آیت الله افشاری	مدیریت پیگیری مطالبات
		
۹	شهاب فرجی جونقانی	مدیریت پیگیری مطالبات
		

ردیف	نام و نام خانوادگی	محل خدمت
۱	مریم اوریات	شعبه اریکه ایرانیان
۲	فاطمه قهرمانی	شعبه جام جم
۳	آزاده خازنی	شعبه فلکه اول تهرانپارس
۴	نگین شغاف	شعبه بلوار دریا
۵	محمد بوربور	شعبه بازار کفاش‌ها
۶	محمد جواد میرزائی	شعبه بازار کفاش‌ها
۷	مهسا اجالایی احمدآباد	شعبه شهریار





برندگان سورسامانی

۳ گوشی
سامسونگ Galaxy A25 5G

حمیدرضا آزادی
(شماره مشتری: ۳۰۳۱۶)

یوسف خدادادی فیروزآباد
(شماره مشتری: ۲۹۰۷۲۹۴)

زینب خادمی شورمستی
(شماره مشتری: ۱۱۳۰۴۴۳)

شماره مشتری	اسم
۲۱۳۳۸۳۵	مهشده حسینی صالح
۱۵۲۹۷۱۲۰	محمد مهدی زارع شهنه
۸۲۳۰۲۴	نیدشیر حسینی لیگ
۲۱۳۳۳۱۷	موسی قاهری
۲۵۹۱۰۷۷	اصغر مقامی
۲۲۲۰۰۰۰	مهدیس سعادت‌نیراد
۲۵۰۹۰۱۴	ناصر اسماعیل
۱۲۹۰۱۲۴	رامین خدام
۲۹۵۸۳۲۹	سعید اسمعی
۲۱۵۲۷۵۷	حسین قهقوری
۱۳۵۵۰۰۴	نوشید علی‌آبادی
۲۲۵۵۳۳۱	ناصر اسمعی
۱۲۰۸۸۹۵	علیرضا بخشی
۲۲۰۸۲۲۹	محمد علی رستم‌خانی
۲۲۲۱۵۲۹	سید محمد مهدی رهنویان
۲۲۲۱۰۰۰	سید محمد موسوی
۰۰۰۲۲۲۲۲	سید حسن عدنانی اسکونی

شماره مشتری	اسم
۲۲۲۲۲۸۸	امیر قربانی
۲۲۲۲۸۵۱	فریقه فرجی
۲۲۱۰۷۷۵	علی شفیعی
۱۵۲۵۷۷	فریدرضا علی‌زاده بنی‌افشان
۲۵۳۳۷۲۹	اصغر محمدیانلو
۲۱۲۴۰۰۹	سعید خواتساری
۲۲۹۰۱۵۱	علیرضا رحمانی قره
۲۲۲۸۷۵۴	سلمان صالحی مورکانی
۲۲۰۰۰۲۲	میرهاد ناد علی نژاد همیان
۲۵۰۳۳۲۹	امیرمحمد بروانی
۲۲۲۲۱۵۳	مهران قربانی
۱۱۹۰۰۲۹۸	عبدالرسول قطارزاده
۲۲۹۸۰۰۱	امیرامانی شمس‌آباد
۵۵۰۰۳۳۷	هدی گسائی‌فره
۲۱۲۲۲۲۹	حمیده محمدیان
۲۲۱۷۱۵۲	سعید حبیبی‌پور
۲۲۵۵۰۰۰	میر محمدپور

شماره مشتری	اسم
۲۵۱۵۰۰۲۲	رضا احمدیان
۲۰۸۸۲۲۲	وحید امیری دوغانی
۲۵۲۲۸۸۰	حسین اشتری ماهینی
۱۳۰۰۰۰۲۷	حمیدرضا حسینی
۱۲۲۲۲۲۲	محمد بابائی سودانی
۲۱۵۱۱۸۹	وحید اکبری
۱۵۱۲۲۲۲	محمد محمد حسینی
۲۲۲۲۲۲۲	ترکین سادات جعفری
۱۹۲۲۲۱۵	لیسا موسوی گل‌اسیری
۲۲۲۲۲۲۲	محمد کاشی درچه
۲۱۲۵۸۸۸	محمد علی گنگار
۲۲۲۲۲۲۲	ماریار اخوان کلینی
۲۲۰۰۰۰۰۰	فرزاد مرزانی جلیلی
۲۲۲۲۲۲۲	فاطمه باقرزاده زاده‌اشکور
۲۲۲۲۲۲۲	سیده هادی‌زاد
۲۵۰۰۰۰۰۰	بیژن بختیاری
۲۲۲۲۲۲۲	محمد علی ولیری

شماره مشتری	اسم
۲۲۲۲۲۰۰	حسن علی‌اصغری صوفیه
۱۹۸۸۵۵۴	شهره جهان‌پور
۲۲۲۲۲۰۰	مسعود کشاورزی
۲۲۲۲۲۰۰	محسن شیری‌فام
۱۲۲۲۲۲۲	سیدجلال ناهیدی
۲۱۲۲۲۲۲	سیدسعید رضوی
۱۵۲۰۰۰۰	زاده علیرزاده
۲۲۰۰۰۰۰۰	علی شیرین‌نوست
۲۲۲۲۲۲۲	محمدباقر نوربخش
۲۲۲۲۲۲۲	محمد حسن موسی بسطامی
۲۵۰۰۰۰۰۰	محسن محمدزاده
۲۲۲۲۲۲۲	اسامی حسینی
۱۲۲۲۲۲۲	سیدمهرزاد پورمیرزایی
۲۲۲۰۰۰۰	محمده دانا‌فر
۲۲۰۰۰۰۰	محمد هوشیاران
۲۲۰۰۰۰۰	مهدی بنشاری مقدم
۱۳۲۲۲۲۲	آرش احمدی مرزشتی

ما با همه برنده‌ها تماس می‌گیریم.

براشون پیامک برنده‌شدن رو حتماً می‌فرستیم.

و مبلغ جایزه رو هم خیلی سریع به حسابشون واریز می‌کنیم.

شماره مشتری	اسم
۲۲۲۲۲۲۲	سعید باقرزاده
۱۳۲۰۰۰۰	مرزاد سقینه‌ی
۲۲۲۰۰۰۰	امیر حاجی افغانی
۲۵۲۹۸۸۸	مریم یزدانی فضل‌آبادی
۲۲۲۲۲۲۲	محمد فتح‌زاد
۲۱۸۵۳۱۳	امیر آفری
۲۲۲۲۲۲۲	محمد حسینی
۲۵۲۰۰۰۰	سیدنوید قوام‌الدینی
۲۲۰۰۰۰۰	رامین اهرورن
۲۲۲۲۲۲۲	اشکان جابری
۲۵۲۲۲۲۲	محمود همتی
۲۲۲۲۲۲۲	مهدی سهرانی
۲۲۲۲۲۲۲	مسعود قریب‌العراده
۲۰۰۰۰۰۰	غلامرضا فتح‌العراده
۲۲۰۰۰۰۰	وحید شونیدی
۲۲۲۲۲۲۲	سیاوش سناری
۲۲۲۲۲۲۲	حمیدرضا آفری

مدیریت استعداد و بهره‌وری بالا تر کارکنان

۱. مدیریت استعداد

نخست، مقاله زیر را از مجله Lafferty Retail Banking Insider نقل می‌کنیم که مربوط به مقاله‌ای است درباره گزارشی از دمو (Demos)، مؤسسه خیریه انگلیسی با علاقه به رشد و کسب‌وکار خوب:

ریسک از دست دادن استعداد

به جای اینکه بر شمار کارکنانی تمرکز کنیم که بانک‌ها می‌توانند استخدام کنند، دموس پیشنهاد می‌کند که بانک‌ها باید بر حفظ و نگهداری بهترین کارکنان خود تمرکز کنند. بانک‌هایی که فقط کارکنان خود را به این دلیل که بازار کار ضعیف است حفظ می‌کنند، آن‌ها در خواهند یافت که زمانی که شرایط بهبود می‌یابد، استعدادها را از دست خواهند داد.

دموس عنوان می‌کند که: «برخی از بانک‌ها از برنامه‌های برنامه‌ریزی کارراهه عالی برخوردارند که نیروی انسانی خود را به صورت پیگیر و مجدانه هر دو تا سه سال جابه‌جا می‌کنند. این‌ها محل‌هایی هستند که کارکنان تمایل دارند کار کنند. مدیریت کهنه و قدیمی که معتقد است کارکنان همین که شغلی دارند باید خوشحال باشند استعدادها را از دست می‌دهند».

دموس پیشنهاد می‌کند که بانک‌ها نیاز به مطالعه و بررسی روش‌های توسعه کارراهه سازمان‌های بیرون از نظام بانکی را دارند. «زمانی که بانک‌ها از رویکرد تازه‌ای به خدمات به مشتری استقبال می‌کردند، آن‌ها شرکت هتل‌های ریتز-کارتون (Ritz-Carlton) و دیگر انواع سازمان‌های خدماتی را مورد بررسی قرار می‌دادند. در نتیجه با برنامه‌های خدماتی بسیار خوبی در سرتاسر دنیا توسعه یافت. همان اقدامات باید در مدیریت استعدادها انجام شود.

این مقاله اهمیت مدیریت استعدادها را در بانکداری توصیف می‌کند. مدیریت استعدادها به شرح زیر تعریف شده است: مدیریت استعدادها فعالیتی است که جریان سرمایه انسانی را در سازمان تضمین می‌کند. به طوری که استعداد مناسب با کارکرد مناسب در زمان مناسب با هم مطابقت می‌یابند. در این تعریف دو بُعد وجود دارد: نخست، منابع انسانی باید اطمینان حاصل کنند که به اندازه کافی عرضه استعدادها ناب وجود دارد. دوم، مطابقت مهارت‌ها با الزامات شغلی در هر لحظه از زمان است که به مزیت رقابتی بلندمدت شرکت تبدیل خواهد شد.

طبق نظر ختری، گوپتا، گولاتی و چاهان (Khatri, Gupta, Gulati and Chauhan: 2010)، «مدیریت استعدادها که اغلب به آن به عنوان مدیریت سرمایه انسانی اشاره می‌شود، فرآیند جذب، مدیریت، ارزیابی، توسعه و نگهداری مهم‌ترین منابع یک سازمان، یعنی نیروی انسانی است». رویکرد کارشناسان و متخصصان منابع انسانی به مدیریت استعدادها باید به شکل یکپارچه و جامع‌نگر باشد. بر اساس مقاله‌ای توسط ردی و کونگر

(Ready and Conger: 2007) در روزنامه وال استریت جورنال (Wall Street Journal)، «برای مقابله با چالش، شرکت‌ها باید در نحوه استخدام، آموزش و تشویق کارکنان خود تجدیدنظر کنند و این اقدامات را در رأس برنامه‌های کسب‌وکار خود قرار دهند. با انجام دادن این کار، این فرصت را دارند تا با کلیه مشکلات جداگانه با یک برنامه متحد و یکپارچه برخورد کنند تا اینکه با برخورد با یکایک این مشکلات به صورت جداگانه، زمان و منابع را تلف کنند».

۲. رویکردهای بالقوه برای مدیریت استعداد

- در کلیه موارد، اقدامات مدیر منابع انسانی باید منطبق با راهبرد کسب‌وکار شرکت باشد. مدیریت استعدادها استثنا نیست. ما قبلاً مشاهده کرده‌ایم که چگونه تطبیق استعداد با کارکرد در عملیات بانکداری می‌تواند در از بین بردن گلوگاه‌ها، کارآ و مؤثر باشد. (تطبیق استعدادها)

- درباره اصول اقتصادی یک برنامه‌ی تنوع فکر کنید. با این عبارت منظور ما این است که یک برنامه تنوع عرضه استعدادها بالقوه را از آنچه کارشناس منابع انسانی می‌تواند استعداد با کیفیت جلب کند، افزایش دهد. این نه تنها مدیریت مؤثر استعدادها را تسهیل می‌کند، بلکه آثار مثبت دیگری نیز دارد. نکته کلیدی اینجا این است: تنوع مدیریت استعدادها را تقویت می‌کند که یک محرک برای مشارکت کارکنان به حساب می‌آید.

به طور کلی، بانک‌ها و شرکت‌هایی که برنامه‌های تنوع را به کار می‌برند از دید ذی‌نفعان بسیار مثبت ارزیابی می‌شوند. برای مثال، «اجرای یک سیاست تنوع نیروی کار نوعی سرمایه‌گذاری در دارایی‌های غیر ملموس است» (کمیسون اروپایی، 2013: 13). احتمالاً این دارایی غیر ملموس شهرت بانک را افزایش می‌دهد.

شواهدی از آثار جانبی مثبت نیز وجود دارد. ان جی و بورک (Ng and Burke: 2005) دریافتند که افرادی که به دستاوردهای بالایی دست می‌یابند و نیز زنان و اقلیت‌های قومی ترجیح می‌دهند برای سازمان‌هایی کار کنند که دارای سیاست‌ها، روش‌ها و ارزش‌های متنوع هستند. استابر (Stuber: 2011) نیز عنوان می‌کند که برخی از سازمان‌های اروپایی دریافته‌اند که تنوع می‌تواند برای جلب نه فقط زنان و اقلیت‌ها، بلکه برای نامزدهای معمولی نیز مورد استفاده قرار گیرد.

همچنین، رابطه‌ای با حاکمیت شرکتی نیز وجود دارد. در یک مطالعه جدید از 500 شرکت فورچون که در آن‌ها نفوذ جنسیت به عنوان درصد زنانی که در سمت عضو هیئت‌مدیره این شرکت‌ها مشغول به کار بودند، اندازه‌گیری شد، برای بازده حقوق صاحبان سهام، بازده فروش و بازده سرمایه‌گذاری شده، یک نفوذ مثبت به دست آمده است. مضافاً اینکه به طرز قابل توجهی عملکرد قوی‌تر از متوسط در شرکت‌هایی به چشم می‌خورد که دارای سه عضو هیئت‌مدیره زن یا بیشتر هستند.

علاوه بر این، ارهارت، وربل و شریدر (Erhardt, Werbel and Shrader: 2003) نقش تنوع را در عملکرد بنگاه مورد مطالعه قرار دادند که بر اساس معیارهای بازده دارایی‌ها و بازده سرمایه‌گذاری برای 127 شرکت بزرگ ایالات متحده مورد سنجش قرار گرفت. تنوع با درصد زنان و اقلیت‌ها در هیئت‌های مدیره اندازه‌گیری شد. آن‌ها به این نتیجه رسیدند که تنوع در هیأت‌مدیره رابطه‌ای مستقیم با این شاخص‌های مالی عملکردی دارد.

ما این فصل را با یکی دیگر از گزیده‌های مقاله ردی و کونگر (Ready and Conger) به پایان می‌بریم. این مطلب برخلاف شواهد ارائه شده بالا

بسیار روشنگرانه است.

نقاط کور

با وجود تمام صحبت‌های مطرح شده درباره تنوع، رهبران کسب‌وکار تمایل دارند تا افرادی را استخدام، تشویق و حمایت کنند که شبیه به خودشان هستند و مانند آنان فکر و رفتار می‌کنند. اما در دنیای امروزی، جست‌وجو برای یافتن افرادی مثل خود می‌تواند نقاط کور در دسرسازی ایجاد کند. و احتمالاً موجب شود تا شما را در جست‌وجو برای استعدادهایی که برای موفقیت در آینده به آن‌ها نیاز دارید ناکام بگذارد.

بسیاری از شرکت‌ها، برای مثال، ارتباطی با دانشگاه‌ها و دانشکده‌های بازرگانی ندارند تا بهترین و درخشان‌ترین استعدادها را برگزینند. همچنین نقاط کوری در داخل نیز وجود دارد. برای مثال، زنان در حال حاضر در تقریباً ۴۰ درصد اکثر برنامه‌های MBA (دوره‌های مدیریت بازرگانی) شرکت می‌کنند. اما بسیاری از شرکت‌ها فاقد الگوهای ایده‌آل و مربی برای زنان هستند.

گوناگونی و تنوع

مطالعه موردی (پلتفرم منشور تنوع اتحادیه اروپایی: ۲۰۱۴)

سودکسو فرانسه (Sodexo France): تنوع یک ضرورت کسب‌وکار سودکسو برای خلق فرهنگی تلاش می‌کند که از تفاوت‌ها استقبال کند و ایده‌ها، دیدگاه‌ها و تجارب منحصر به فرد را ارج نهد. سودکسو برای اینکه در تنوع و شمولیت به یک محک جهانی تبدیل شود، تنوع را به همراه تعهد به ترویج و افزایش فرصت‌ها در پنج حوزه با اولویت: جنسیت، نسل‌ها، اقلیت‌های قومی، معلولان و دگرباشان جنسی به یکی از محورهای راهبردی خود تبدیل کرده است.

نتایج، محرک عمل

میشل لندن (Michel Landen)، مدیرعامل، تنوع را به اوج رساند: وقتی تا سال ۲۰۱۵ هدف ۲۳ درصدی حضور زنان را در میان ۳۰۰ نفر از مدیران رده بالای سودکسو کسب کرد. دفتر گروه تنوع (Group Office of Diversity) پیشرفت‌ها را با استفاده از کارت امتیازی که از داده‌های نیروی کار استخراج می‌کند و نیز بررسی مشارکت گروه که هر دو سال یکبار، رضایتمندی کارکنان را می‌سنجد، رصد می‌کند. اخیراً یک سیستم امتیازبندی برای ارزیابی تنوع کلی و تلاش‌های شمولیت و نیز پیشرفت معرفی شده است. از سال ۲۰۰۹، حضور زنان در میان رهبران رشد گروه (۳۰۰ مدیر رده بالا) از ۱۷ درصد به ۲۰ درصد رشد داشته است. در سطح کمیته اجرایی و هیأت‌مدیره، آن‌ها (زنان) به ترتیب ۲۵ درصد و ۳۸ درصد نماینده عضو دارند.

نتایج اعلان سال ۲۰۱۶ شامل موارد زیراند: سودکسو به مدت ۱۳ سال پی‌درپی، در بخش خود در شاخص پایداری داو جونز (Dow Jones Sustainability Index- DJSI) مقام نخست را کسب کرده است. یک شاخص جدید شناسایی از شاخص‌های (Financial Times Stock Exchange- FTSE) به دست آمده که امتیاز سودکسو را برای نخستین بار در زمره ۴ شاخص خوب FTSE قرار داده است. از دیدگاه عمومی‌تر، برای هفتمین سال پیاپی، سودکسو در زمره تجلیل‌شده‌ترین شرکت‌های دنیا از نگاه مجله معتبر فورچون است و در میان فهرست شرکت‌های فورچون ۲۰۱۷ قرار گرفت که در حال تغییر دنیا هستند.

سودکسو در زمره شرکت‌هایی باقی مانده است که در تعادل جنسیتی پیشتاز

است: در سال مالی جاری، سودکسو تعهد خود را استحکام بخشید و شتاب خود را با امضای اصول توانمندسازی زنان سازمان ملل متحد (United Nations Women Empowerment Principles- WEPEs) در ۲۴ کشوری که فعالیت می‌کند، حفظ کرد. با انجام دادن این کار، سودکسو تعهد خود را در توانمندسازی زنان برای فردای بهتر در محیط کار، بازار و جامعه به نمایش می‌گذارد.

در پنج سال منتهی به اوت ۲۰۱۷، سود ویژه این گروه از ۵۰۵ میلیون پوند به ۷۲۳ میلیون پوند افزایش یافته است.

۳. چکیده

این بخش بر نکات کلیدی زیر تأکید کرد:

- مدیریت منابع انسانی بر دیدگاه منبع‌محور (RBV- Resource-Based View) بنگاه استوار است. این دیدگاه بر آثار مخاطرات اخلاقی نیز استوار است که در مسئله مالک و نماینده که از تفکیک کنترل و مالکیت نشأت می‌گیرد، نشان داده می‌شود. این ارتباط نمایندگی ممکن است به منافع بیش از حد، اما پنهانی به برخی از ذی‌نفعان به‌زیان برخی دیگر از ذی‌نفعان بینجامد. مدیریت منابع انسانی برای یک کسب‌وکار انسان‌محور بسیار حیاتی است.

- سیستم‌های جبران خدمت و پاداش نه تنها باید برای دستیابی به پاداش برابر و منصفانه برای کوشش در سطح فردی طراحی و اجرا شوند، بلکه کارشناسان منابع انسانی باید در پی درک پیامدهای ضمنی مخاطرات اخلاقی راهبردی و هزینه‌های تعارض نمایندگی حاصل باشند.

- یک بانک، یک کسب‌وکار انسان‌محور است که در آن هزینه‌های کارکنان درصد بالایی از کل هزینه‌های عملیاتی را به خود اختصاص می‌دهد و طرف دارایی ترازنامه از درصد نسبتاً ناچیزی از دارایی‌های ملموس تشکیل شده است. به همین ترتیب، نقش محوری مدیریت منابع انسانی مدیریت نیروی انسانی است.

- ما نشان دادیم که مدیریت منابع انسانی تأثیر مثبتی بر صورت سود و زیان بانک دارد. مشارکت کارکنان، بهره‌وری کارکنان را افزایش می‌دهد و بهره‌وری کارکنان، سود اقتصادی را افزایش می‌دهد و از این راه به خلق ارزش سهامداران منجر می‌شود.

- محرک‌های اصلی مشارکت کارکنان عبارت‌اند از: هدف مشترک، مدیریت استعدادها و سیستم‌های جبران خدمت و پاداش.

- سیستم‌های جبران خدمت و پاداش، نقش انگیزشی برای هر کارمند (بر اساس نظریه‌های نیازها و برابری) دارد و نیز موجب کاهش هزینه‌های ناشی از ارتباطات نمایندگی می‌شود.

- ما نشان دادیم که تنوع دارای پیامدهای ضمنی اقتصادی مهمی است. تنوع جذب نیروی انسانی موجود را برای بانک افزایش می‌دهد و از این راه موجب افزایش اثربخشی مدیریت استعدادها می‌شود. شواهدی وجود دارد که برنامه‌های تنوع مشارکت کارکنان را افزایش می‌دهد، محرک بهره‌وری را تقویت می‌کند و از این رو خلق ارزش سهامداران را افزایش می‌دهد.

منبع: بانکداری خرد (۲) (بازاریابی دیجیتال)، تأمین مالی SME ها، CRM و مدیریت منابع انسانی، ریسک، ثروت و مالی)، به سفارش بانک سامان، آکادمی سامان، بخش چهارم، فصل چهارم

دیجیتالی سازی کامل فرایندهای بیمه‌ای دست‌یافتنی است

آموزشی و توضیح مزایای فناوری‌های جدید می‌تواند این مقاومت را کاهش دهد.

معاون شرکت بیمه سامان با اشاره به این که مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری‌ها و فرایندهای تغییر باعث می‌شود آنها احساس مالکیت بیشتری نسبت به تغییرات داشته باشند، ادامه داد: ارائه پاداش‌ها و مشوق‌های غیرمالی و مالی برای پذیرش فناوری‌های جدید می‌تواند انگیزه کارکنان را افزایش دهد.

فروغی دیجیتالی‌سازی کامل فرایندهای بیمه‌ای را دست‌یافتنی خواند و گفت: تهیه نقشه راه فناوری مبتنی بر سند استراتژی سازمان و بر اساس آن انتخاب فناوری‌های مناسب بر اساس نیاز سازمان در کنار تعامل مؤثر مدیران فناوری با مدیران کسب‌وکارهای سازمان از جمله الزاماتی است که همه فعالان این صنعت باید آن را عملیاتی کنند. اینوتکس ۲۰۲۵، ۸ الی ۱۲ اردیبهشت‌ماه سال جاری با حضور بیش از ۴۵۰ شرکت فناور و نوآور در محل پارک علم و فناوری پردیس برگزار شد.

پیشرفته و نیز تسهیل دسترسی به خدمات بیمه‌ای از طریق پلتفرم‌های آنلاین استفاده می‌شود. وی در پاسخ به این سؤال که در شرکت بیمه سامان، فناوری باعث ایجاد کدام ارزش افزوده شده است، اظهار کرد: شرکت بیمه سامان به‌عنوان سازمانی پیشرو در به‌کارگیری فناوری‌های نوین، رویکرد ارائه محصولات بیمه‌ای به خانواده را سرلوحه کار خود قرار داده و با ایجاد سامانه‌های فروش، صدور و یا تمدید آنلاین بیمه‌نامه و یا ارزیابی صدور اولیه برای رشته‌هایی همچون موبایل و بدنه و یا ارزیابی خسارت غیرحضوری در حوزه اتومبیل، در جهت بهبود تجربه مشتریان گام برداشته است.

ایشان همچنین با تأکید بر این که این شرکت، فناوری را فرصتی برای رشد می‌داند، گفت: نخستین گام ما در مواجهه با ورود یک فناوری جدید، آموزش و ایجاد آگاهی است، چرا که معتقدیم مقاومت کارکنان در مقابل فناوری، اغلب ناشی از ترس از ناشناخته‌هاست، بنابراین برگزاری جلسات

معاون توسعه سازمان و سرمایه‌های انسانی شرکت بیمه سامان گفت: هوش مصنوعی، اینترنت اشیا، رایانش ابری، بلاک‌چین و فناوری‌های بینایی کامپیوتری، مهم‌ترین فرصت‌هایی هستند که فناوری‌های نو برای صنعت بیمه ایجاد کرده‌اند.

به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، فرزاد فروغی در پنل «تهدیدها و فرصت‌ها در استفاده از فناوری‌های جدید در سازمان» که در اینوتکس ۲۰۲۵ برگزار شد، با بیان این که برای تحلیل داده‌های مشتریان در جهت شخصی‌سازی خدمات بیمه و پیش‌بینی رفتار مشتریان برای طراحی محصولات بیمه‌ای جدید می‌توان از هوش مصنوعی به خوبی استفاده کرد، ادامه داد: ارزیابی ریسک‌های آینده برای بهبود قیمت‌گذاری بیمه‌نامه‌ها و نیز شناسایی تقلب در ادعاهای بیمه‌ای با استفاده از الگوریتم‌های پیشرفته از دیگر کاربردهای این فناوری است.

وی همچنین اینترنت اشیا را یکی از کاربردی‌ترین فناوری‌ها در صنعت بیمه دانست و با بیان این که استفاده از حسگرها برای ارزیابی ریسک‌های مرتبط با اموال و دارایی‌ها و ارتباط برقرار کردن آن با فرایندهای سازمان، یکی از این کاربردهاست، اظهار کرد: برای ارائه بیمه‌های مبتنی بر رفتار، مانند بیمه خودرو بر اساس نحوه رانندگی به خوبی می‌توان اینترنت اشیا را به کار گرفت.

فروغی در ادامه به کاربرد فناوری بینایی کامپیوتری (Computer Vision) در این صنعت اشاره کرد و گفت: با این ابزار می‌توان از داده‌های غیرساخت‌یافته مانند PDF، تصاویر و اسناد متنی از جمله سوابق و نسخ درمانی و تحلیل تصاویر خسارت در بیمه خودرو بهره‌برداری کرد.

معاون توسعه سازمان و سرمایه‌های انسانی بیمه سامان همچنین بلاک‌چین (Blockchain) را به‌منظور ایجاد قراردادهای هوشمند برای افزایش شفافیت و کاهش تقلب و نیز مدیریت امن داده‌های مشتریان و تراکنش‌های بیمه‌ای بسیار کارآمد خواند و افزود: رایانش ابری (Cloud Computing) نیز در ذخیره‌سازی و مدیریت داده‌های بزرگ برای تحلیل‌های



فروش بیمه زندگی نیازمند صبر و اعتمادسازی است

اصفهان هم با بیان این که یک بیمه زندگی مناسب می‌تواند روزهای سخت ورزشکاران را به دوران آرامش و امنیت تبدیل کند، از شرکت بیمه سامان برای ارائه خدمات متنوع بیمه‌های زندگی قدردانی کرد.

رشید خدابخش با بیان اینکه جامعه ورزشی خدمات ماندگاری به جامعه ارائه می‌دهد، گفت: ارتقای عزت و اقتدار ملی تنها از طریق قهرمانان ورزشی در زمان صلح محقق می‌شود؛ تأمین سلامت جسمی و روانی افراد جامعه با ورزش به دست می‌آید و ورزش در تولید ناخالص داخلی نقش مهمی دارد که متأسفانه تاکنون بسیار ناچیز دیده شده است. کامران کیانی مدیر فروش و غزاله فخارزاده مدیر بیمه‌های زندگی شرکت بیمه سامان نیز در این جلسه موضوعاتی پیرامون خدمات و محصولات نوین بیمه‌های زندگی مطرح کردند و در پایان این همایش از نمایندگان برتر قدردانی شد.

که با توانمندسازی و ارتقای سطح علمی نمایندگان و کارگزاران، اثربخشی اقدامات آنها در بازار بیمه کشور افزایش یابد.

معاون فنی بیمه‌های اشخاص شرکت بیمه سامان نیز با بیان این که تأمین اجتماعی و برخی صندوق‌ها، مستمری‌هایی برای دوران بازنشستگی افراد در نظر گرفته‌اند، گفت: این حمایت‌ها معمولاً پاسخگوی نیازهای واقعی افراد به‌ویژه در دوران پیری و بازنشستگی نیست.

مهدی فلاح افزود: بیمه‌های عمر زمینه‌ای را فراهم می‌کنند که بیمه شده در زمان سررسید بیمه‌نامه، سرمایه‌اش را به‌صورت یک جا یا به شکل مستمری مادام‌العمر دریافت کند. همچنین در صورت بروز حادثه، سرمایه بیمه‌نامه می‌تواند به‌صورت مستمری به خود فرد یا در صورت فوت، به خانواده او پرداخت شود.

مدیرکل اسبق اداره ورزش و جوانان استان

گردهمایی شبکه فروش شرکت بیمه سامان در استان اصفهان با حضور قائم مقام مدیرعامل، معاون اجرایی و معاون فنی بیمه‌های اشخاص، مدیر بیمه‌های زندگی و مدیر فروش شرکت بیمه سامان برگزار و از نمایندگان برتر بیمه عمر تقدیر شد.

به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، در این گردهمایی، قائم مقام مدیرعامل بیمه سامان با اشاره به اینکه فروش بیمه‌های زندگی نیازمند صبر، حوصله و مهارت بالای متقاعدسازی و اقناع مشتری است، اظهار داشت: شبکه فروش یک شرکت بیمه، سفیران امنیت و آرامش هستند که باید مردم را برای خرید بیمه‌های زندگی، به‌عنوان سرمایه‌گذاری برای آینده، نه محصولی برای استفاده لحظه‌ای، قانع کنند.

شیما آراء هدف اصلی این شرکت از طراحی محصولات بیمه‌ای نوین را نفوذ در دل خانواده‌ها و جادادن بیمه در سبد خرید آنها عنوان کرد و گفت: شرکت بیمه سامان در تلاش است تا سهم خود از فروش بیمه‌های زندگی در کشور را از ۶ درصد فعلی به ۱۵ درصد برساند و به همین منظور محصولات جدیدی طراحی شده‌اند.

وی ادامه داد: از جمله این محصولات، محصول ویژه اقشار و اصناف، طرح‌های متنوع مستمری و بازنشستگی، بیمه درمان خانواده، بیمه تجهیزات الکترونیکی و موبایل و همچنین بیمه‌نامه‌های خاص سالمندان است که بیمه سامان به‌عنوان اولین شرکت ارائه‌دهنده آن شناخته می‌شود.

در ادامه این مراسم، معاون اجرایی شرکت بیمه سامان با اشاره به سیاست‌های این شرکت درباره توجه به توانمندسازی و حمایت از شبکه فروش، یادآور شد که بیمه سامان، هم‌زمان با استراتژی عرضه محصولات و خدمات نوین، این مهم را با توسعه و آموزش شبکه فروش خود به‌صورت جدی دنبال می‌کند.

عبدالرسول عطایی در خصوص خرده‌فروشی، آماده‌سازی زیرساخت‌های آن و استراتژی نفوذ در بازار، نکاتی را بیان و خاطرنشان کرد: تلاش شرکت این است





نویسنده: پارمیس پاسبان، کارشناسی ارشد روابط عمومی

مدیریت بحران مالی و نقش حیاتی روابط عمومی:

مطالعه موردی بحران بانک ولز فارگو (۲۰۱۶)

آن بیش از ۵,۳۰۰ کارمند - اغلب به اجبار - اقدام به افتتاح حساب‌ها و محصولات مالی جعلی برای مشتریان بدون اطلاع آنها انجام دهند. نکته قابل تأمل، مدت زمان طولانی این تخلفات (۲۰۱۱-۲۰۱۶) و بی توجهی مدیریت ارشد به هشدارهای مکرر بود. اسناد دادگاه‌ها نشان می‌دهد حداقل سه گزارش داخلی از سوی بخش نظارتی به مدیریت ارشد ارسال شده بود که همگی بدون پیگیری جدی باقی مانده بودند. این غفلت سازمانی بستری فراهم کرد تا زمانی که رسانه‌ها در سپتامبر ۲۰۱۶ موضوع را افشا کردند، و بحران به مرحله حاد رسیده بود.

واکنش اولیه: تحلیل اشتباهات ارتباطی

واکنش جان استامپف، مدیرعامل بانک، در ۱۳ سپتامبر ۲۰۱۶ در برنامه تلویزیونی "بلومبرگ مارکت" به عنوان نمونه‌های کلاسیک از مدیریت بحران نامناسب ثبت شده است. وی با بیان اینکه "این اقدامات توسط تعداد محدودی از کارکنان انجام شده"، سه اشتباه استراتژیک مرتکب شد:

تخمین نادرست ابعاد بحران: ادعای محدود بودن مشکل در حالی مطرح شد که داده‌های نظارتی نشان می‌داد تخلفات در ۸۰٪ شعب بانک رخ داده بود.

عدم درک احساسات عمومی: لحن دفاعی او در شرایطی که مشتریان خود را قربانی می‌دیدند، موجب تشدید خشم عمومی شد.

صنعت خدمات مالی به دلیل ماهیت حساس و وابستگی شدید به اعتماد عمومی، همواره در معرض ریسک‌های جدی اعتباری قرار دارد. بحران بانک ولز فارگو در سال ۲۰۱۶ نمونه‌های آموزنده از چگونگی تبدیل یک چالش نظارتی به فاجعه‌های سازمانی در اثر عملکرد ضعیف روابط عمومی است. این مقاله با نگاهی عمیق به جزئیات اقدامات ارتباطی بانک، تحلیلی جامع ارائه می‌دهد و درس‌های ارزشمندی برای متخصصان روابط عمومی در صنعت مالی ترسیم می‌کند.

شرح بحران: ریشه‌یابی و زمینه‌سازی فرهنگی

ولز فارگو (Wells Fargo & Company) یک شرکت خدمات مالی آمریکایی با فعالیت بین‌المللی است. دفتر اصلی این شرکت در آمریکا و مرکز مدیریت آن، در سانفرانسیسکو قرار دارند. ولز فارگو از بزرگ‌ترین بانک‌های جهان از لحاظ ارزش بازار محسوب می‌شود که تا پیش از قدرت گرفتن بانک‌های چینی در رتبه‌های بالای فهرست نیز قرار داشت. آن‌ها در سال ۲۰۱۸، رتبه ۲۶ پر درآمدترین سازمان‌های آمریکایی فهرست فورچن ۵۰۰ را از آن خود کردند.

ماجرای ولز فارگو ریشه در سیستم انگیزشی معیوبی داشت که از سال ۲۰۱۱ به تدریج در بانک نهادینه شده بود. بر اساس گزارش اداره حفاظت مالی مصرف‌کننده (CFPB)، فشار مدیران شعب برای تحقق اهداف فروش محصولات متنوع، منجر به ایجاد فرهنگی سازمانی شد که در



تحلیل عملکرد و نتایج

بررسی داده‌ها نشان می‌دهد تغییر استراتژی ارتباطی پس از ۴۵ روز از شروع بحران آغاز شد. بانک توانست در بازه ۶ ماهه، ۴۰٪ از اعتبار از دست رفته را بازیابد، اما برخی نقاط ضعف باقی ماندند:

- تأخیر ۶ هفته‌ای در پاسخگویی
- تغییر مکرر آمار مشتریان آسیب‌دیده
- عدم پاسخگویی به برخی پرسش‌های رسانه‌ای

درس‌های کلیدی برای صنعت مالی

نظارت مستمر فرهنگی: ایجاد سیستم‌های هشدار زودهنگام
آمادگی برای بحران: تدوین سناریوهای پاسخگویی
شفافیت سازمانی: انتشار داوطلبانه اطلاعات
توانمندسازی رهبری: آموزش مهارت‌های ارتباطی بحران
هماهنگی نظارتی: ایجاد کانال‌های مستقیم با نهادهای ناظر
این بحران به‌وضوح نشان داد که روابط عمومی در صنعت مالی نه تنها یک وظیفه ارتباطی، بلکه خط دفاعی حیاتی برای حفظ اعتماد عمومی است. سازمان‌هایی که از این درس‌ها بهره‌نبرند، محکوم به تکرار اشتباهات مشابه هستند.

منابع رسمی:

گزارش‌های اداره حفاظت مالی مصرف‌کننده (CFPB) و کنگره آمریکا
(منابع اولیه)

داده‌های مالی و اظهارات رسمی بانک ولز فارگو در سال‌های ۲۰۱۶-۲۰۱۷

تحلیل‌های مؤسسه رپوتیشن اینستیتو و گالوپ در سنجش اعتبار برند

بی‌توجهی به ذی‌نفعان کلیدی: بی‌اعتنایی به نگرانی‌های قانون‌گذاران
منجر به تشدید واکنش کنگره شد.

در روزهای پس از این مصاحبه، ارزش سهام بانک ۱۰٪ سقوط کرد و رتبه اعتماد مشتریان در نظرسنجی گالوپ ۳۵ پله تنزل یافت.

تغییر استراتژی: اقدامات اصلاحی ارتباطی
پس از دو هفته بحران رسانه‌ای، هیئت‌مدیره بانک استراتژی ارتباطی جدیدی را در چهار مرحله اجرا کرد:

۱. تغییر ساختار ارتباطات:

استخدام مشاوران بحران از شرکت ادلمن
انتصاب مدیر ارتباطات جدید
تشکیل تیم ویژه پاسخگویی به رسانه‌ها

۲. کمپین عذرخواهی عمومی:

انتشار آگهی‌های تمام صفحه در روزنامه‌های ملی
پیام ویدئویی مدیرعامل جدید در پلتفرم‌های دیجیتال
راه‌اندازی خط تلفن ویژه پاسخگویی

۳. برنامه جبران خسارت:

ایجاد پورتال آنلاین پیگیری حساب‌ها
باز پرداخت کامل هزینه‌های تحمیل شده
انتشار گزارش ماهانه پیشرفت اصلاحات

۴. تحول فرهنگی:

لغو سیستم‌های انگیزشی کمی
اجرای برنامه‌های آموزش اخلاقی
ایجاد کانال‌های گزارش‌دهی ناشناس



فراخوان «سومین رویداد جایزه بزرگ نقاشی معاصر ایران»

«شرکت بیمه سامان» و «انجمن هنرمندان نقاش ایران»، «سومین رویداد جایزه بزرگ نقاشی معاصر ایران» را در بهار ۱۴۰۴ برگزار می‌کنند.

۱- جایزه بزرگ نقاشی معاصر ایران
• جایزه بزرگ نقاشی معاصر ایران به مبلغ ۲۰۰ میلیون تومان به یک هنرمند تعلق خواهد گرفت.

• دو جایزه تقدیر هریک به مبلغ ۳۰ میلیون تومان به دو هنرمند تعلق خواهد گرفت.

• بزرگ مفهومی نسبی است و در حال حاضر این جایزه بزرگ‌ترین جایزه مادی در حوزه هنرهای تجسمی است.

۲- اهداف «سومین رویداد جایزه بزرگ نقاشی معاصر ایران»:

- اعتلای رسانه نقاشی به طور خاص و هنرهای تجسمی به طور عام
- ایجاد بستری جهت نمایش رویکردهای معاصر در نقاشی ایران
- زمینه‌سازی رشد و بالندگی هنرمندان ایران
- رشد فرهنگ بصری مخاطبان در سطوح مختلف جامعه
- انتخاب و معرفی سالانه هنرمندان نقاش معاصر ایران به جامعه

مخاطبان

- ارج‌گذاری فعالیت هنرمندانه منتخبان
- ایجاد فضایی پویا و زنده در صحنه هنرهای تجسمی ایران با تمرکز بر رسانه نقاشی
- تشویق و ترغیب نهادهای گوناگون اقتصادی در حمایت از هنر و هنرمندان
- ۳- شرایط و مقررات شرکت در رویداد «سومین رویداد جایزه بزرگ نقاشی معاصر ایران»:
- شرکت در این رویداد برای همه هنرمندان و علاقه‌مندان آزاد و رایگان است و به معنای پذیرش ضوابط فراخوان و رأی هیئت انتخاب و داوری است.
- مسئولیت اصالت آثار به عهده هنرمند است.
- جهت کسب اطلاعات بیشتر می‌توانید به وبسایت انجمن هنرمندان نقاش ایران به آدرس زیر مراجعه فرمایید:

Iranpainters.com



بیگانه

| رضا ایران‌نژاد، کارشناس آموزش آکادمی سامان |

فراوان جنازه به دوشم کشیدم، فراوان فراوان، فراوان بمیرم
 که نادان به کار حیاتم دمداد در این کار خوتین، فراوان بمیرم
 تنی پاره‌پاره مرا، تکه‌ها از نگاهی، کلامی، به جایی فتادم
 نشانی نمانده به یادم کجا مرده بودی، کجا را فراوان بمیرم
 پگاهی سیاه و دیارم بسوزد، زمین را تباهی، به فولاد خونش
 سلاحی چه دور و جدا دست و پایم، عزا را کمائی، فراوان بمیرم
 کجا مانده‌ای تو، رثایت بخواهم، مرا لای لایی بخوان تا بمیرم
 حیاتی مرا تو، بیا مرگ با من، در آغوش جانان فراوان بمیرم
 من او را امید بیامد بیامد، صدایی صدایی، صدایی شنیدم
 منی ناامید نیامد نیامد، نباشی نیایی فراوان بمیرم
 تو گاهی به خواب منی، دست‌ها سرد و سیما نهان، ماه تابیده قامت
 مرا می‌بری می‌مرا دست‌ها پس، ز شادی ی آن‌ها فراوان بمیرم
 نشانی ز اوی ندانم، بدان دست‌ها آشنا، نیک‌رو، یار باشد
 چه کوتاه جان و چه دور از تو این زندگی را فراوان فراوان بمیرم

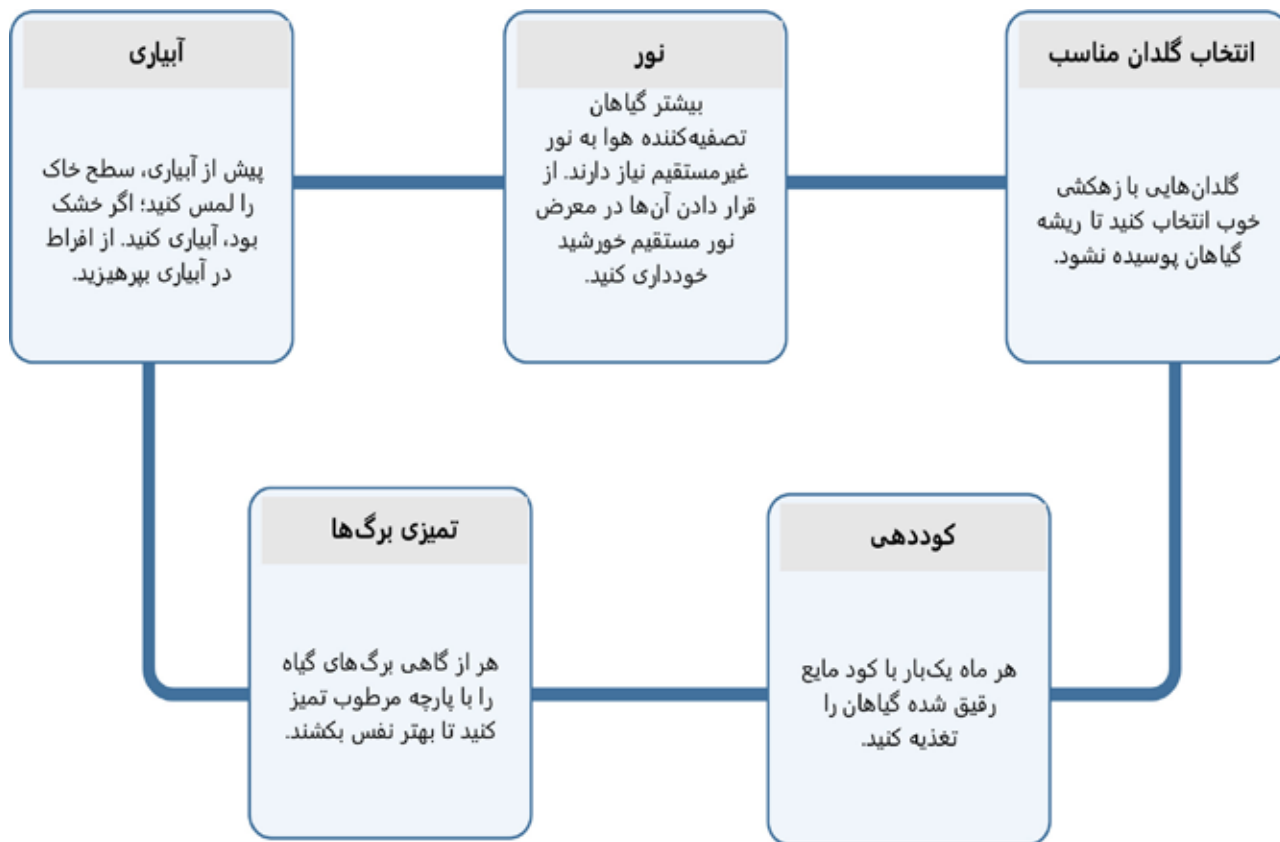


گیاهان تصفیه کننده هوا؛ دوست کوچک دفتر شما

| گروه تولید محتوای شرکت آفتاب تجارت سامان |

- آیا می دانستید برخی گیاهان خانگی می توانند هوای محیط کار شما را تصفیه کنند؟ حضور این گیاهان نه تنها به زیبایی فضای کار می افزاید، بلکه باعث بهبود کیفیت هوا، کاهش استرس و افزایش تمرکز می شود. اگر به دنبال راهی ساده برای شادابی و سلامت بیشتر محیط کار خود هستید، گیاهان تصفیه کننده هوا بهترین انتخاب هستند.
- معرفی چند گیاه تصفیه کننده هوا مناسب محیط کار
- ۱. سانسوریا (Snake Plant)
- مزایا: مقاوم، نیازمند نور کم، تصفیه کننده قوی هوا (حذف سموم مانند فرمالدهید و بنزن)
- شرایط نگهداری: آبیاری کم، نور غیرمستقیم
- ۲. اسپاتی فیلوم (Peace Lily)
- مزایا: زیبایی چشم نواز، تصفیه آمونیاک و فرمالدهید
- شرایط نگهداری: خاک همیشه مرطوب، نور متوسط تا کم
- ۳. آلوئه ورا (Aloe Vera)
- مزایا: تصفیه فرمالدهید، مراقبت آسان، استفاده درمانی
- شرایط نگهداری: نور کافی، آبیاری متوسط
- ۴. پوتوس (Pothos)
- مزایا: رشد سریع، تصفیه هوای محیط، نگهداری آسان
- شرایط نگهداری: نور متوسط، آبیاری زمانی که خاک خشک شد
- ۵. گندمی (Spider Plant)
- مزایا: مقاوم، مناسب محیط های بسته، تصفیه بنزن و فرمالدهید
- شرایط نگهداری: نور غیرمستقیم، آبیاری متوسط

اینفوگرافیک: نکات طلایی نگهداری گیاهان در محل کار



گیاهان کوچک اما تأثیرگذار، نقش مهمی در سلامت، آرامش و شادابی محیط کار دارند. اگر تا امروز میز کار شما هنوز سبز نشده، همین حالا یک گیاه تصفیه‌کننده هوا تهیه کنید و تفاوت را احساس کنید.

مسابقه سبزترین میز کار

از شما دعوت می‌کنیم در مسابقه «سبزترین میز کار» شرکت کنید. کافی است از میز کار خود و گیاهانی که به آن زندگی بخشیده‌اید، عکسی بگیرید و برای ما ارسال کنید.

به سه نفر از همکارانی که خلاقانه‌ترین و زیباترین میز سبز را دارند گلدان زیبایی تقدیم خواهد شد.

مهلت ارسال عکس: تا ۱۰ خرداد ۱۴۰۴
نحوه ارسال: عکس‌های مسابقه را از طریق واتساپ به این شماره ۰۹۹۹۹۸۵۱۰۳۹ ارسال کنید.
عکس‌های منتخب مسابقه در شماره آینده نشریه سامان چاپ خواهد شد. منتظر تصاویر زیبای شما هستیم.



دانستنی‌های بانکی

اشخاص حقوقی ایرانی:

• اشخاص حقوقی عضو هیئت مدیره و اشخاص حقوقی که به نمایندگی از سایر اشخاص حقوقی، عضو هیئت مدیره هستند و همچنین اشخاص حقوقی که به نمایندگی از شخص حقوقی، مجاز به امضا هستند، می‌بایست شرایط ذکر شده برای افتتاح حساب جاری توسط اشخاص حقوقی را احراز نمایند؛

- شخص حقوقی در مرجع ثبت شرکت‌ها به ثبت رسیده باشد؛
- شخص حقوقی فاقد سابقه چک برگشتی رفع سوءاثر نشده باشد؛
- شخص حقوقی «بدهی غیرجاری» نداشته باشد؛
- شخص حقوقی دارای اقامتگاه (محل فعالیت شرکت) مشخص باشد.

۲. آیا مادران می‌توانند برای فرزندان خود سپرده بانکی افتتاح کنند؟

مادران می‌توانند برای دختران کمتر از ۹ سال تمام و پسران کمتر از ۱۵ سال تمام خود، انواع سپرده (به جز سپرده قرض الحسنه جاری) را به نام ایشان افتتاح نمایند. حق استفاده از موجودی سپرده افتتاح شده تا رسیدن فرزند به سن ۱۸ سال تمام (سن رشد) با مادر است. همچنین سلب حق برداشت از مادر صرفاً پس از رسیدن مشتری به سن ۱۸ سال تمام است.

بخش دانستنی‌های بانکی، بخش جدیدی از نشریه سامان است که شامل پاسخ به پرسش‌های بانکی متداول و طرف‌داری است که پاسخگوی ابهامات مشتریان خواهد بود. در این صفحه، کارشناسان خبره و متخصص مدیریت بهبود و کیفیت بانک سامان، با اشراف بر آخرین قوانین و فرایندهای بانکی، به پرسش‌های پرتکرار بانکی پاسخ می‌دهند.

۱. شرایط و روش دریافت دسته‌چک چگونه است؟

به منظور دریافت دسته‌چک، مشتریان ابتدا می‌باید نسبت به افتتاح سپرده قرض الحسنه جاری نزد بانک اقدام نمایند. شرایط افتتاح حساب قرض الحسنه جاری برای اشخاص حقوقی و حقوقی به شرح زیر می‌باشد:

اشخاص حقوقی ایرانی:

- حداقل ۱۸ سال تمام شمسی سن داشته باشند؛
- فاقد سابقه چک برگشتی رفع سوءاثر نشده باشند؛
- «بدهی غیرجاری» نداشته باشند؛
- دارای اقامتگاه (محل سکونت) مشخص باشند؛
- دارای شغل معلوم و مشخص باشند.



گفتگو با همکاران شعبه جام جم

جام جم: روایت یک خانواده حرفه‌ای در قلب بانک سامان

گفتگو: جعفر تکبیری

می‌شود که توانسته‌اند رضایت طیف وسیعی از مشتریان را جلب کنند. رئیس شعبه جام‌جم در خصوص نحوه هدایت و برنامه‌ریزی برای تحقق اهداف اظهار داشت: «برنامه‌ریزی بر پایه اهداف ابلاغی سالانه، بازاریابی هدفمند، حفظ و توسعه مشتریان انجام می‌شود. با تقسیم هدفمند وظایف متناسب با توانمندی همکاران و پایش هفتگی و ماهانه عملکرد، موفق به کسب نتایج مؤثر و عبور از شاخص کل ۱۰۰ درصد شده‌ایم.»

در این شعبه، فضای کاری بر پایه همدلی و نشاط شکل گرفته است. به گفته عطائی‌فر، این همدلی باعث می‌شود تا همکاران علی‌رغم فشار کاری بالا، با انگیزه بالا به مشتریان خدمات ارائه دهند. همچنین روابط با مشتریان بر پایه شناخت، احترام و تلاش برای شناسایی و پاسخ به نیازهای آنان تنظیم می‌شود.

وی در پاسخ به پرسشی درباره پروژه تحول‌گرای «سامان ۱۴۰۴» گفت: «به باور من، سامان ۱۴۰۴ تلاشی برای بهتر شدن است. این پروژه در شعبه ما به‌طور کامل اجرایی شده و همکاران در نقش‌های خود با تجربه‌تر و توانمندتر شده‌اند. تغییرات ساختاری نیز به‌صورت منظم پایش می‌شود.»

عطائی‌فر استقبال مشتریان از خدمات بانکی الکترونیکی را چشمگیر ارزیابی کرد و گفت: «ما نهایت تلاش خود را می‌کنیم تا مشتریان را در بهره‌مندی از ابزارهای نوین بانکی راهنمایی کنیم.

در حوزه بیمه، رئیس شعبه جام‌جم به تلاش برای بهبود عملکرد اشاره کرد و افزود: «اگرچه فروش بیمه در سال گذشته در سطح مطلوبی نبود، اما با برنامه‌ریزی‌های انجام‌شده، بازاریابی‌های مؤثری صورت گرفته و چند قرارداد گروهی بیمه تکمیلی در حال نهایی شدن است.»

در پایان، عطائی‌فر از تلاش‌های همکاران خود در شعبه و حمایت‌های مدیران بانک، به‌ویژه آقای ایزدی، خانم گل‌زاقی، خانم شهابی و سرکار خانم اقبال‌زاده، قدردانی کرد و نقش آن‌ها را در موفقیت‌های شعبه بسیار مهم دانست.

با همان اشتیاق روز اول

در مسیر تحقق سامان ۱۴۰۴ گام برمی‌دارم

الهه قبادپور، متولد تیرماه ۱۳۶۴، از معاونان شعبه با تجربه بانک سامان است که بیش از ۱۵ سال از حضور حرفه‌ای‌اش در این مجموعه می‌گذرد. او با مدرک کارشناسی مدیریت بازرگانی از دانشگاه علامه طباطبائی و کارشناسی‌ارشد مدیریت بین‌الملل از مدرسه عالی مدیریت گرونوبل فرانسه، از سال ۱۳۸۷ همکاری خود را با بانک سامان آغاز کرده است.

وی کار خود را از شعبه صادقیه آغاز کرد و در ادامه، در شعب مختلفی از جمله سعادت‌آباد، اقدسیه و سرو فعالیت داشت. قبادپور از سال ۱۳۹۷ به‌عنوان معاون شعبه مشغول به خدمت است و به‌تازگی به جمع همکاران شعبه جام‌جم پیوسته است.

او از اشتیاق خود به صنعت بانکداری می‌گوید: «همیشه بانک سامان را محیطی حرفه‌ای و پویا می‌دانستم. روزهای نخست استخدام، پر از تجربه‌های تازه و درس‌آموز بود. امروز نیز با همان انگیزه و در کنار همکارانی متعهد، در مسیر رشد و خدمت به مشتریان گام برمی‌دارم.» قبادپور، ارتباط مستقیم با مشتریان و تجربه‌های روزمره بانکداری را مهم‌ترین جذابیت کار در شعبه می‌داند و می‌گوید: «چالش‌های کاری



فرهاد عطائی‌فر - رئیس شعبه

در قلب بانک سامان، جایی هست که تجربه، تعهد و همدلی در کنار هم معنا پیدا می‌کنند؛ شعبه جام‌جم، نه فقط یک واحد بانکی بلکه خانه‌ای است برای تیمی یکدل که هر روز با لبخند، انگیزه و تخصص، مسیر خدمت به مشتریان را هموار می‌کنند. در این پرونده ویژه، پای صحبت اعضای این خانواده نشستیم؛ از پیشکسوتان با دهه‌ها تجربه تا چهره‌های جوان و پرانرژی، همه با یک هدف مشترک: ساختن فردایی بهتر برای سامان و مشتریان‌شان. اینجا «بانکداری» فقط یک شغل نیست؛ یک تعهد است، یک فرهنگ است، یک افتخار است. آنچه در ادامه می‌خوانید گفتگو با همکاران شعبه جام‌جم است.

فرهاد عطائی‌فر، رئیس شعبه جام‌جم بانک سامان، با بیش از دو دهه سابقه درخشان در نظام بانکی کشور، از سال ۱۳۸۳ فعالیت خود را در بانک سامان آغاز کرده و از سال ۱۳۹۰ به‌عنوان رئیس شعبه مشغول به فعالیت است. وی متولد ۱۳۵۷ و دارای مدرک کارشناسی حسابداری است. عطائی‌فر با اتکا به تجربه، پشتکار و حمایت مدیران، توانسته است گام‌های مؤثری در ارتقای عملکرد شعبه بردارد.

وی در سال ۱۴۰۱ مسئولیت مدیریت شعبه جام‌جم را بر عهده گرفت؛ شعبه‌ای که به‌دلیل موقعیت ممتاز جغرافیایی و برخورداری از مشتریان پرتعداد حقیقی و حقوقی، به‌عنوان یکی از شعب تام بانک سامان شناخته می‌شود. این شعبه در سال گذشته با کسب بالاترین شاخص‌های عملکردی، به‌عنوان شعبه اول بانک سامان به بانک مرکزی معرفی شد و موفق به دریافت لوح تقدیر و نشان شعبه برتر در همایش کشوری شد.

شعبه جام‌جم با بیش از ۴۶ هزار مشتری فعال، ترکیبی از مشتریان حقیقی (۵۵ درصد) و حقوقی (۴۵ درصد) را پوشش می‌دهد. این ترکیب شامل ۴۴ هزار مشتری خرد، ۳۲۶ مشتری ویژه، ۲۵ مشتری خاص، ۱۰۸۹ مشتری در بخش SME و ۱۶۴ مشتری کلان است. خدمات این شعبه به واسطه ۲۰ نیروی متخصص و حرفه‌ای ارائه

برای من فرصت‌هایی برای رشد هستند. هر روز فرصتی است برای یادگیری و ارائه خدمات بهتر.»

وی در توصیف فضای کاری در شعبه جام‌جم می‌گوید: «محیطی پویا، همراه با ارتباطات مؤثر و همدلی میان کارکنان که با مدیریت دقیق جناب آقای عطایی‌فر همراه است، بستری مناسب برای پیشرفت و موفقیت جمعی فراهم کرده است.»

در مسیر تحقق چشم‌انداز سامان ۱۴۰۴، الهه قبادپور بر تمرکز بر رضایت مشتریان، کیفیت خدمات و شناخت مأموریت بانک تأکید دارد و می‌افزاید: «با تلاش جمعی، می‌توانیم آینده‌ای روشن‌تر برای بانک سامان ترسیم کنیم.»

او تعامل با مشتریان را از مهم‌ترین ارکان موفقیت می‌داند: «مستری، قلب تپنده بانک است. پاسخ دقیق، محترمانه و مسئولانه به نیاز مشتریان همیشه در اولویت من بوده و هست.»

قبادپور در پایان تأکید می‌کند: «به عضویت در خانواده بانک سامان افتخار می‌کنم و با تمام توانم در مسیر پیشرفت این مجموعه ارزشمند، قدم برمی‌دارم.»

شعبه جام‌جم؛ نمونه‌ای موفق از بانکداری شرکتی در بانک سامان
حمید دانش‌آموز، معاون شعبه جام‌جم بانک سامان، با اشاره به ویژگی‌های خاص این شعبه، آن را از نظر ساختار مشتریان و نوع خدمات، شبیه‌ترین شعبه بانک سامان به بانکداری شرکتی توصیف کرد. وی متولد ۱۳۶۵ و دارای مدرک کارشناسی‌ارشد است و از سال ۱۳۹۰ همکاری خود را با بانک سامان آغاز کرده است.

دانش‌آموز با اشاره به چالش‌ها و فرصت‌های موجود در شعبه جام‌جم، اظهار داشت: «در یکی از پرچالش‌ترین شعب بانک سامان فعالیت می‌کنم و این افتخار را دارم که با یک تیم حرفه‌ای و کارآمد در مسیر ارائه خدمات دقیق، سریع و مشتری‌محور گام بردارم.» او تأکید کرد که پاسخ‌گویی صحیح به نیازهای متنوع مشتریان، مهم‌ترین عامل در جلب رضایت و حفظ آن‌هاست.

وی همچنین از نقش کلیدی رئیس شعبه، فرهاد عطایی‌فر، در مدیریت صحیح و آرامش‌بخش شعبه یاد کرد و گفت: «تسلط ایشان بر امور بانکی، به‌ویژه در شرایط سخت و حساس، در کنار حفظ حرمت و احترام به همکاران، مسیر روشنی را برای همه ما ترسیم کرده است.»

دانش‌آموز به تحولات بنیادین در سبک بانکداری نیز اشاره داشت و افزود: «با گسترش فرایندهای الکترونیکی و خدمات غیرحضوری، بانکداری سنتی دستخوش تغییرات جدی شده و هرگونه عقب‌ماندگی در این زمینه، می‌تواند خسارات جبران‌ناپذیری را به همراه داشته باشد.» وی بانک سامان را یکی از پیش‌گامان عرصه بانکداری نوین در کشور دانست و گفت: «خوشبختانه با توجه ویژه مدیران ارشد بانک و تلاش مستمر همکاران، امروز شاهد پیشرفت‌های قابل‌توجهی در مسیر توسعه خدمات نوین بانکی هستیم و بانک سامان پرچم‌دار این تحول است.» در پایان، معاون شعبه جام‌جم از حمایت‌های همسر خود طی سال‌های خدمت در بانک سامان قدردانی کرد و از نقش خانواده در همراهی با سختی‌های این مسیر شغلی یاد کرد.

تجربه، تعهد و روابط انسانی، سرمایه اصلی در مسیر خدمت
مریم هدایتی، از کارکنان باسابقه بانک سامان، با بیش از ۱۵ سال سابقه فعالیت در این بانک، خدمت در شعبه جام‌جم را سرشار از

یادگیری، تجربه و ارتباطات انسانی مؤثر دانست. وی دارای مدرک کارشناسی‌ارشد مدیریت سرمایه انسانی است و از ابتدای فعالیت خود همواره بر رشد فردی و حرفه‌ای تأکید داشته است.

هدایتی با اشاره به شرایط آغاز به کار خود در بانک اظهار داشت: «در زمانی که استخدام شدم، امنیت شغلی و محیطی برای من به‌عنوان یک خانم اهمیت بسیاری داشت و بانک سامان هر دو مؤلفه را به بهترین شکل فراهم کرد.»

وی با بیان اینکه امروز احساس پختگی و تجربه‌ای متفاوت نسبت به مشاغل دیگر دارد، افزود: «بانکداری اگرچه از بیرون شاید تکراری به نظر برسد، اما تغییر مداوم قوانین، تحولات درون‌سازمانی، تنوع ارتباطات با مشتریان و شرایط اقتصادی کشور، آن را به شغلی پویا، چالشی و درعین‌حال جذاب تبدیل کرده است.»

هدایتی ضمن تمجید از فضای حرفه‌ای شعبه جام‌جم گفت: «افتخار همکاری با بهترین‌ها را در این شعبه داشته‌ام. روحیه تیمی، دوستی و احترام متقابل، از ویژگی‌های بارز این محیط کاری است.»

وی در خصوص چشم‌انداز بانک سامان و پروژه استراتژیک سامان ۱۴۰۴ تصریح کرد: «تمرکز من بر جذب و حفظ مشتریان هدف و تقویت کار تیمی است. بدون تردید این دو عنصر نقش کلیدی در تحقق اهداف بلندمدت بانک دارند.»

خانم هدایتی تعامل با مشتریان را یکی از بخش‌های رضایت‌بخش شغل خود دانست و گفت: «با افزایش سن، سابقه و تجربه، تعامل حرفه‌ای با مشتریان برایم دلنشین‌تر شده است. خصوصاً برای من که به ارتباطات انسانی علاقه‌مندم، این بخش از کار بسیار ارزشمند است.» او در پاسخ به خاطره‌ای شیرین از دوران کاری خود گفت: «شاید نتوانم خاطره‌ای خاص را جدا کنم، اما اینکه می‌توانم بگویم در مجموع روزهای شیرینی در این شعبه داشته‌ام، خود بهترین خاطره است.»

در پایان، هدایتی با ذکر بیتی از ادب فارسی، به اهمیت یادگیری و فروتنی اشاره کرد و گفت: «به آموختن چون فروتن شوی، سخن‌های داندگان بشنوی / مگوی آن سخن کاندان آن سود نیست، کز آن آتش بهره جز دود نیست»

وی از بانک سامان و همکاری‌اش برای فراهم آوردن فرصت رشد و یادگیری صمیمانه قدردانی کرد.

بانک سامان بستر شکوفایی حرفه‌ای و انسانی

آلین وارطانیان، از کارکنان پرتلاش بانک سامان، با سابقه‌ای نزدیک به یک دهه فعالیت در این مجموعه، بانک سامان را محیطی پویا و انگیزه‌بخش برای رشد حرفه‌ای و فردی توصیف کرد. وی متولد ۱۳۷۰ و دارای مدرک کارشناسی‌ارشد است و از سال ۱۳۹۶ همکاری خود را با این بانک آغاز کرده است.

وارطانیان با اشاره به نخستین روزهای ورود خود به بانک گفت: «آغاز همکاری با بانک سامان برای من سرشار از هیجان و انگیزه بود. امروز با گذشت زمان، حس تعلق و مسئولیت بیشتری در خود احساس می‌کنم و باور دارم که این بانک فرصت بی‌نظیری برای پیشرفت و بالندگی فراهم کرده است.»

وی چالش‌های کاری روزانه نظیر مدیریت مراجعات، حفظ دقت در کنار سرعت، و پاسخ‌گویی مؤثر به نیازهای متنوع مشتریان را عاملی برای پویایی و انگیزه‌بخشی در کار دانست و تعامل سازنده با مشتریان



حمید دانش آموز - معاون شعبه



الهام قبادپور - معاون شعبه

به بانک، تجربه‌هایی در سمت مدیر مالی شرکت‌های خصوصی و مؤسسات حسابرسی داشته است.

وی با اشاره به افتخارات کاری خود اظهار داشت: «کسب لوح سپاس به‌عنوان یکی از ده شعبه برتر در سه دوره متوالی، دریافت تقدیرنامه در حوزه صدور ضمانت‌نامه‌ها، و نقش مؤثر در حجم بالای عملیات ارزی که منجر به دریافت نشان آرش برای شعبه شد، از جمله افتخارات من در دوران فعالیتیم بوده است.»

نظری خاطره‌ای جالب از روزهای نخست همکاری با بانک سامان را نیز این‌گونه بیان کرد: «برای ثبت‌نام اولیه، مبلغ را در بجه ۴ شعبه مرکزی واریز کردم. جالب اینکه پس از استعلام، محل خدمت من همان شعبه مرکزی و همان بجه ۴ شد.»

او در خصوص چالش‌های روزمره کاری گفت: «تعدد فرم‌ها و قراردادهای مورد نیاز برای مشتریان از چالش‌های موجود است که می‌تواند با جمع و ساده‌سازی فرایندها بهبود یابد.» اما از سوی دیگر، به پویایی محیط کاری شعبه و تأثیر ملموس آن در رشد بانک به‌عنوان جذاب‌ترین بخش شغل خود اشاره کرد.

در مورد تعاملات درون‌سازمانی، نظری تأکید کرد: «ارتباط میان همکاران بر پایه احترام متقابل شکل گرفته و همواره تلاش می‌شود تا پیشنهادها برای بهبود عملکرد به رئیس شعبه منتقل شود.» وی در ادامه از جناب آقای عطائی‌فر، رئیس شعبه، به دلیل سعه‌صدر، راهنمایی و حمایت‌های مستمر تقدیر کرد.

در رابطه با برنامه‌های شخصی برای تحقق استراتژی «سامان ۱۴۰۴» نیز افزود: «جذب مشتریان حقوقی، تأمین منابع ارزان‌قیمت، تحقق شاخص ۱۰۰+۱۰۰ که نقش کلیدی در سودآوری بانک دارد، و همچنین افزایش عملیات ارزی و اعتباری از برنامه‌های اصلی من در این مسیر است.»

نظری ضمن اشاره به شیوه تعامل خود با مشتریان، اظهار داشت: «بازاریابی هدفمند، ارائه بسته‌های ترکیبی ارز، اعتبار، ضمانت‌نامه و

را از لذت‌بخش‌ترین بخش‌های شغل خود معرفی کرد.

وارطانیان در ادامه با تأکید بر اهمیت فرهنگ تعامل در بانک سامان افزود: «موفقیت سازمان در گرو همکاری اثربخش میان اعضای تیم است. همواره سعی کرده‌ام با روحیه‌ای مشارکتی و مسئولانه با همکاران تعامل داشته باشم.»

او همچنین با اشاره به پروژه «سامان ۱۴۰۴» و اهداف راهبردی بانک، اظهار امیدواری کرد بتواند با تعهد کامل به اصول مشتری‌مداری، بهبود کیفیت خدمات و کار تیمی مؤثر، نقش مؤثری در تحقق چشم‌اندازهای آینده بانک سامان ایفا کند. وی افزود: «هدایت‌ها و حمایت‌های مدیران دلسوز، به‌ویژه جناب آقای عطائی‌فر، انگیزه‌ای مضاعف برای حرکت در مسیر پیشرفت و تحقق اهداف بانک است.»

وارطانیان، مشتریان را سرمایه‌های اصلی بانک دانست و گفت: «در برخورد با مشتریان، با حوصله، احترام و دقت کامل تلاش می‌کنم تا تجربه‌ای اعتمادساز و شایسته نام پرافتخار سامان برای آن‌ها رقم بزنم.» وی از لحظه‌ای به‌یادماندنی در مسیر خدمت خود نیز یاد کرد: «یکی از خاطرات ارزشمند من زمانی بود که با همکاری تیمی توانستیم رضایت یکی از مشتریان قدیمی را در موقعیتی حساس جلب کنیم؛ لیکن رضایت او برای من از هر پاداشی ارزشمندتر بود.»

در پایان، وارطانیان ضمن قدردانی از مجموعه بانک سامان، گفت: «از اعتمادی که به من شده بسیارم‌گزارم و امیدوارم بتوانم در آینده نقش مؤثرتری در تحقق اهداف و چشم‌اندازهای بانک ایفا کنم.»

رضایت مشتریان و تحقق شاخص‌های کلان، اولویت اصلی شعبه
علیرضا نظری، از کارشناسان ارشد شعبه جام‌جم بانک سامان با بیش از ۱۶ سال سابقه فعالیت در این بانک، خود را از اعضای متعهد و پرتلاش مجموعه معرفی کرد که همواره هدف اصلی‌اش را رشد بانک و رضایت مشتریان دانسته است. او دارای مدرک کارشناسی حسابداری و کارشناسی ارشد مدیریت با گرایش بازاریابی است و پیش از ورود



عطیه طالبی



سعیده سیمرغ



سعید اردکانی زاده

عطائی فر که همواره همراه و پشتیبان تیم است، باعث آرامش خاطر و اعتماد بیشتر در کار می شود.»

در خصوص نقش خود در تحقق اهداف استراتژیک سامان ۱۴۰۴، کیخسروی اظهار داشت: «به نظر من تحقق اهداف فصلی که از سوی بانک تعیین می شود، همان مسیر عملیاتی برای دستیابی به چشم انداز ۱۴۰۴ است. اگر هر یک از ما سهم خود را در این مسیر ایفا کنیم، تحقق استراتژی ها دور از دسترس نخواهد بود.»

در ادامه، کیخسروی به شیوه تعامل خود با مشتریان اشاره کرد و گفت: «همیشه سعی کرده ام با خونسردی و درک متقابل با مشتریان برخورد کنم. خودم را جای آن ها می گذارم تا بتوانم بهتر پاسخگوی انتظاراتشان باشم.»

او با اشاره به تازه وارد بودنش در شعبه، شیرین ترین خاطره کاری اش را برخورد صمیمی همکاران در اولین روز کاری عنوان کرد: «استقبال گرم و دوستانه اعضای تیم در روز نخست، برایم انگیزه و آرامش خاطر زیادی به همراه داشت.»

در پایان، کیخسروی با قدردانی از مجموعه بانک سامان گفت: «به عنوان کسی که سابقه فعالیت در بانک های دیگر را هم داشته ام، تفاوت بارزی که در سامان حس می کنم، مسئولیت پذیری و همراهی واقعی مدیران با بدنه کارکنان است. این رویکرد حمایتی بی تردید یکی از ارزشمندترین دارایی های بانک سامان است.»

تجربه گرایی، ارتباط مؤثر و ارتقای کیفیت خدمت اولویت های من در مسیر تحقق سامان ۱۴۰۴

مسعود علیرضائی تهرانی، از کارکنان پرتجربه میز فروش تخصصی بانک سامان، با ۴۲ سال سن و مدرک کارشناسی ارشد، سابقه ای ارزشمند از تعامل حرفه ای با مشتریان را در کارنامه کاری خود دارد. او از ابتدای حضورش در بانک سامان با انگیزه ای بالا و نگاهی تازه، وارد این مسیر شده است.

علیرضائی در خصوص روزهای ابتدایی همکاری اش با بانک سامان می گوید: «آن روزها برای من سرشار از انگیزه و اشتیاق برای شروعی تازه بود. این احساس به مرور به حس تعلق و ارزشمندی تبدیل شد و امروز آن را به عنوان یک سرمایه شخصی و حرفه ای می دانم.»

او با اشاره به مسئولیت ها و فعالیت های روزمره اش در واحد فروش تخصصی می افزاید: «برگزاری جلسات مداوم با مشتریان فعلی و جدید،

منابع، و همچنین ارتباط مستقیم با مشتریان در محل کار یا دعوت به شعبه، از جمله اقدامات مستمر من برای حفظ و توسعه ارتباطات مشتری محور بوده است.»

وی شیرین ترین خاطره کاری اش را پرداخت تسهیلات خرید مسکن به یک زوج فرهنگی عنوان کرد و گفت: «این زوج پس از ۲۵ سال فعالیت در آموزش و پرورش همچنان مستأجر بودند و به لطف تسهیلات بانک سامان، توانستند صاحبخانه شوند؛ رضایت و قدردانی شان برایم بسیار ارزشمند بود.»

در پایان، نظری با نگاهی صادقانه افزود: «همواره تلاش کردیم بهترین عملکرد خود را ارائه دهیم؛ هرچند شاید به جایگاهی که شایسته اش بودیم نرسیدیم، اما با تمام توان در مسیر تحقق اهداف بانک سامان گام برداشتیم.»

مشتری مداری، تعامل مؤثر و رضایت شغلی سه ضلع موفقیت در شعبه جام جم

وحید کیخسروی، از نیروهای جوان و تازه وارد شعبه جام جم بانک سامان، با وجود گذشت تنها پنج ماه از آغاز همکاری اش با این مجموعه، توانسته است به سرعت با محیط پویا و حرفه ای بانک سامان سازگار شود. او ۲۹ سال دارد و دارای مدرک کارشناسی ارشد در رشته مدیریت فناوری اطلاعات است. کیخسروی پیش از پیوستن به بانک سامان، دو سال در بانک گردشگری و پیش از آن نیز در شرکت پشتیبانی ارتباطات ماهواره ای بانک کشاورزی فعالیت داشته است.

او در بازگویی خاطره ای از ابتدای مسیر همکاری با بانک سامان گفت: «در ابتدا تردید داشتم چون ترک موقعیت قبلی و آغاز در مسیر جدید برایم تصمیم دشواری بود، اما امروز از آن تصمیم رضایت کامل دارم و اگر دوباره به عقب برگردم، همین مسیر را انتخاب خواهم کرد.»

کیخسروی در توضیح جذابیت های شغل خود در محیط شعبه بیان کرد: «کار در شعبه همیشه برایم جذاب بوده چون هر روز با مشتریان مختلفی در تعامل هستیم و تنوع برخوردها، فضای کار را پویاتر و دلپذیرتر می کند.»

او همچنین از فضای حرفه ای و دوستانه حاکم بر شعبه جام جم به عنوان یکی از مهم ترین دلایل رضایت شغلی خود یاد کرد و افزود: «همکارانم در این شعبه نه تنها از نظر دانش تخصصی در سطح بالایی هستند، بلکه در رفتار و تعامل نیز فوق العاده عمل می کنند. داشتن مدیری چون جناب



سارا امینی حامی



امیرحسین یزدانی



آلین وارطانیان



وحید کیهسروی

بخش‌های کار خود می‌داند: «هم‌صحبتی با مشتریان و شنیدن دقیق دغدغه‌هایشان، فرصتی ارزشمند برای ارائه مشاوره مؤثر فراهم می‌کند. همواره سعی کرده‌ام اصل راحتی، سرعت و اعتماد را در ارائه خدمات رعایت کنم.»

خانم قهرمانی با تمجید از فضای همکاری در شعبه جام‌جم اظهار می‌دارد: «مدیریت دقیق و خلق و خوی صبور آقای عطائی‌فر، رئیس محترم شعبه، جو کاری بسیار دوستانه‌ای ایجاد کرده که تعامل مؤثر و سازنده‌ای را بین همکاران به همراه داشته است.»

وی درباره برنامه‌های خود برای تحقق استراتژی سامان ۱۴۰۴ می‌افزاید: «تمرکز بر جذب مشتریان هدف و ارائه خدمات بهتر، به‌ویژه در زمینه استفاده از ابزارهای الکترونیکی بانک، همواره مورد توجه من بوده است. سعی دارم با صبوری و مشاوره دقیق، مشتریان را به استفاده از خدمات غیرحضوری تشویق کنم و در جذب و ارتقای سطح مشتریان عادی و ممتاز گام‌های مؤثری بردارم.»

قهرمانی همچنین درباره تعامل خود با مشتریان گفت: «با انرژی مثبت و روحیه‌ای گرم، سعی می‌کنم ارتباطی مؤثر برقرار کنم. اعتقاد دارم شروعی خوب و همدلانه باعث همراهی بهتر مشتری و ایجاد حس رضایت پایدار خواهد شد.»

وی شیرین‌ترین لحظات کاری‌اش را در رضایت و لبخند مشتریان تعریف می‌کند: «دیدن رضایت در چهره مشتریان وقتی با دغدغه وارد بانک می‌شوند و با آرامش خارج می‌شوند، برایم بهترین پاداش است.» قهرمانی در پایان ضمن ابراز افتخار از عضویت در خانواده بانک سامان گفت: «همیشه برایم غرورآفرین بوده که نام بانک سامان را در جمع‌های رسمی و غیررسمی می‌برم، چراکه نگاه‌ها به این برند، نگاهی مثبت و تحسین‌آمیز است. به امید موفقیت‌های بیشتر برای بانک سامان.»

هر لبخند رضایت مشتری، گامی به سوی تحقق سامان ۱۴۰۴ است

امیرحسین یزدانی، کارشناس حسابداری با گرایش حسابرسی و متولد سال ۱۳۷۰، از شهریورماه سال ۱۳۹۸ به خانواده بانک سامان پیوست. وی پیش از ورود به بانک، در حوزه تخصصی حسابداری فعالیت داشته و همواره ورود به صنعت بانکداری را به‌عنوان یکی از اهداف اصلی خود دنبال می‌کرده است.

یزدانی از لحظه استخدام در بانک سامان به‌عنوان یکی از شیرین‌ترین خاطرات زندگی حرفه‌ای خود یاد می‌کند: «روزی که با من برای

فرصت‌های بی‌نظیری برای یادگیری و تبادل تجربه فراهم می‌کند. ثبات شغلی، ارتباطات گسترده اجتماعی، امکان ارتقاء و اطلاع از تحولات مالی از جمله جذابیت‌های کار من است، درحالی‌که تعامل با برخی مشتریان سخت‌گیر نیز از چالش‌های همیشگی این مسیر به شمار می‌رود.»

علیرضائی درباره اهداف خود در راستای تحقق استراتژی سامان ۱۴۰۴ اظهار داشت: «هدف من، هم‌راستا با چشم‌انداز کلان بانک و نیازهای روز مشتریان، بر ارتقای کیفیت خدمت، جذب مشتریان SME، افزایش فروش خدمات بانکی، آموزش و توسعه فردی، بهبود بهره‌وری، کاهش اشتباهات و تقویت کار تیمی متمرکز است.»

او همچنین به شیوه تعامل خود با مشتریان اشاره کرد و گفت: «تعامل با مشتری صرفاً به فروش خدمات ختم نمی‌شود؛ بلکه تداوم آن و ایجاد تجربه مثبت و پایدار اهمیت بالایی دارد. وظیفه‌شناسی، ادب، شفافیت در بیان، مدیریت احساسات و تمرکز بر حل مسئله به‌جای توجیه، اصول کلیدی من در ارتباط با مشتریان هستند.»

در پایان علیرضائی از فضای حمایتی و همکارانه حاکم بر مجموعه بانک سامان قدردانی کرده و تأکید دارد که مسیر رشد و تعالی حرفه‌ای را در این فضا هموار و اثربخش می‌داند.

تعهد به مشاوره تخصصی

احترام به مشتری و تحقق استراتژی سامان ۱۴۰۴

فاطمه قهرمانی، کارشناس ارشد اقتصاد با گرایش برنامه‌ریزی سیستم‌های اقتصادی و فارغ‌التحصیل دانشگاه شهید بهشتی، از سال ۱۳۸۵ فعالیت خود را در بانک سامان آغاز کرده است. وی در ابتدا در بخش اعتبارات مشغول به کار شد و با گذراندن دوره‌های تخصصی در حوزه تسهیلات، در سال ۱۳۹۰ به سمت رئیس دایره اعتبارسنجی منصوب شد. او از سال ۱۳۹۲ وارد عرصه فعالیت در شعب شد و اکنون یکی از چهره‌های پرتلاش و مؤثر شعبه جام‌جم است.

قهرمانی در خصوص احساس خود نسبت به روزهای ابتدایی ورود به بانک می‌گوید: «ترکیب اشتیاق و اضطراب ابتدای مسیر برایم به تجربه‌ای شیرین بدل شد. بسیار خرسندم که فعالیت حرفه‌ای‌ام از همان ابتدا در حوزه تخصصی اعتبارات شکل گرفت و امروز نیز در فضای صمیمی و همدلانه شعبه، باانگیزه بالا ادامه می‌دهم.»

وی تنوع فعالیت‌های شعبه و ارتباط مستقیم با مشتریان را از جذاب‌ترین



مریم هدایتی



محسن عارفی



فاطمه قهرمانی



علیرضا نظری

بین الملل و مسئولیت مرکز خدمات شاهرود، و اکنون در شعبه جام جم. طالبی می گوید: «روز اولی که خبر استخدامم در بانک سامان را شنیدم، لحظه ای فراموش نشدنی بود. امروز، پس از گذشت یک دهه، نه تنها حس تعلقم به بانک کم نشده، بلکه هر روز عمیق تر شده است.» وی در خصوص جذابیت های کار در شعبه می گوید: «ارتباط با مشتریان، راهنمایی آن ها در رفع مشکلات بانکی، ارائه خدمات متنوع و مشاهده رضایت آن ها از خدمات، از جمله مواردی است که باعث دلگرمی من در کار می شود.»

طالبی با اشاره به روابط مثبت بین همکاران شعبه جام جم ادامه می دهد: «ارتباط من با همکاران کاملاً دوستانه است. محیط گرم و صمیمی شعبه با مدیریت پدرا نه جناب آقای عطائی فر، رئیس محترم شعبه، باعث شده فضای کاری بسیار دلنشین و حرفه ای باشد.»

او در راستای تحقق استراتژی سامان ۱۴۰۴ بر تمرکز ویژه بر مشتریان شرکت ها و مشتریان ممتاز تأکید دارد و می گوید: «شعبه جام جم با توجه به نوع مشتریانش، ظرفیت بالایی برای جذب منابع و ارائه خدمات حرفه ای دارد. هدف ما ارائه بهترین خدمات به این مشتریان است.»

طالبی در تعامل با مشتریان، به ویژه مشتریان مسن، نگاه ویژه ای دارد: «افرادی که آشنایی کمتری با خدمات نوین بانکداری دارند در اولویت من هستند. همیشه سعی می کنم با صبر و حوصله، بهترین مشاوره و خدمات را به ایشان ارائه دهم.»

او همچنین به نکته ای مهم درباره حجم بالای کار در شعبه اشاره می کند: «شعبه جام جم به عنوان یکی از شعب پرکار و قدیمی بانک، محل مراجعه بسیاری از همکاران ستادی و شرکت های تابعه برای دریافت تسهیلات پرسنلی است. این موضوع باعث افزایش حجم کار بخش فروش شده است که گاهی با ظرفیت نیروی انسانی ما تناسب ندارد. از همکاران ستادی تقاضا دارم در صورت امکان، دریافت تسهیلات خود را به شعب نزدیک محل خدمتشان منتقل کنند تا بهره وری و کیفیت خدمات حفظ شود.» طالبی در پایان، از حضور در بانک سامان به عنوان افتخاری بزرگ یاد می کند و امیدوار است که با تلاش جمعی، آینده ای روشن و موفق تر برای این بانک رقم بخورد.

تعامل با مردم، هم چالش است و هم جذابیت کار در بانک

سعیده سیمغ، یکی از نیروهای تازه نفس و پرانگیزه بانک سامان است

استخدام تماس گرفته شد، احساسی وصف نشدنی داشتم، آن قدر خوشحال بودم که دوست داشتم فریاد شادی بکشم.»

وی فعالیت خود را از شعبه میرداماد آغاز کرده و معتقد است مسئولیت سنگینی را از همان ابتدا احساس کرده است: «با وجود چالش های متعدد، به لطف حضور همکارانی با تجربه توانستم از آن چالش ها، فرصت هایی برای یادگیری و رشد بسازم.»

اکنون در شعبه جام جم نیز یزدانی خود را درگیر تجربه های تازه ای می بیند: «حجم بالای کار شاید در نگاه اول سخت باشد، اما برای من شیرین است. چرا که باعث تعامل بیشتر با پرسنل بانک و شرکت های تابعه می شود. تلاشم این است که مشتریان با لبخند رضایت شعبه را ترک کنند و این لبخند برای من پاداشی بزرگ است.»

وی همکاران خود را نه تنها همکار بلکه خانواده ای حرفه ای و پشتیبان می داند: «خوشحالم که در جمعی هستم که هم افزایی و تعامل در بالاترین سطح قرار دارد. در واقع، جو شعبه فراتر از یک محیط کاری است و حضور جناب عطائی فر به عنوان رئیس شعبه که ایشان را به حق باید پدر شعبه دانست، بر این فضا افزوده است.»

یزدانی در خصوص نقش خود در تحقق استراتژی سامان ۱۴۰۴ تأکید دارد: «اگر هر یک از ما استراتژی بانک را به درستی درک کنیم و نقش خود را در آن بشناسیم، دستیابی به اهداف دور از دسترس نخواهد بود.» در زمینه تعامل با مشتریان نیز او بر ایجاد ارتباطی دوستانه و شناخت دقیق نیازها تأکید می کند: «همیشه سعی دارم تجربه ای خوشایند برای مشتریان رقم بزنم؛ تجربه ای که با رضایت و لبخند به پایان برسد و در ذهن مشتری بماند. همین خاطره خوب، بهترین تبلیغ برای برند بانک سامان است.»

یزدانی در پایان با امید به آینده می گوید: «من به پیشرفت های کوچک اما پیوسته ایمان دارم. این گام های کوچک در طول زمان نتایجی بزرگ و خیره کننده رقم خواهند زد.»

حس تعلقم به بانک سامان هر روز عمیق تر می شود

عطیه طالبی، بانکدار فروش شعبه جام جم، با ۳۷ سال سن و مدرک کارشناسی ارشد اقتصاد توسعه و برنامه ریزی، یکی از کارکنان با تجربه و چندبُعدی بانک سامان به شمار می رود. وی از سال ۱۳۹۳ همکاری خود را با بانک آغاز کرده و در طی این مدت، در بخش ها و موقعیت های متنوعی مشغول به فعالیت بوده است؛ از شعبه الهیه گرفته تا مدیریت

شیرین‌ترین خاطره‌اش نیز به دوران بدو استخدام برمی‌گردد: «دوره آموزشی، یکی از خاطره‌انگیزترین مقاطع کاری‌ام بود. هم آموزش‌های مفیدی دیدیم و هم دوستانی پیدا کردیم که هنوز هم همراه و همدل هستند.» او در پایان، با لحنی گرم و صمیمی می‌گوید: «ما تمام تلاشمان را برای پیشرفت بانک سامان می‌کنیم. خوبه که سامان هم حواسش به ما هست چون فقط با همدلی می‌تونیم پیش ببریم.»

شعبه جام‌جم بستری برای رشد حرفه‌ای و کاهش چالش‌های کاری بوده است

سعید اردکانی‌زاده، کارشناس باسابقه بانک سامان، با ۴۲ سال سن و مدرک کارشناسی مدیریت صنعتی، از سال ۱۳۸۸ فعالیت خود را در بانک آغاز کرده است. او در طی این سال‌ها در شعب مختلفی از جمله ونک، امین‌حضور، بازار و جام‌جم خدمت کرده و اکنون نزدیک به یک دهه است که به طور تخصصی در بخش ارزی و فروش فعالیت دارد. وی تجربه حضور در شعبه جام‌جم را نقطه عطفی در مسیر شغلی خود می‌داند و می‌گوید: «جام‌جم باعث شد تجربه‌ام در همه امور بانکی افزایش یابد. در این شعبه، با چالش‌های متنوعی مواجه شدم که هر کدام در ارتقای حرفه‌ای من مؤثر بودند.»

اردکانی‌زاده نقش مدیریت شعبه را در کیفیت فضای کاری بسیار مؤثر می‌داند و می‌افزاید: «با ریاست مدیران جناب آقای عطایی‌فر، بسیاری از استرس‌ها و چالش‌های کاری به حداقل رسید. ایشان با ایجاد محیطی آرام و حرفه‌ای، نقش پررنگی در هماهنگی تیم ایفا کرده‌اند.» او با اشاره به حجم بالای فعالیت‌ها در این شعبه تأکید می‌کند: «با وجود فشار کاری بالا، هماهنگی و همکاری مؤثر میان اعضای تیم باعث شده کارها با دقت بالا و کیفیت مطلوب پیش بروند. این همدلی و روحیه تیمی مهم‌ترین سرمایه ما در پیشبرد امور است.»

که با ۲۸ سال سن و مدرک کارشناسی حسابداری، حدود یک سال و نیم است به جمع خانواده سامان پیوسته است. او پیش از این، سه سال در بخش حسابداری شرکت‌های خصوصی مشغول به فعالیت بوده است. سیمرغ درباره ورود به بانک می‌گوید: «از آنجاکه فضای کاری شرکت‌های خصوصی با بانک تفاوت زیادی دارد، اوایل کمی استرس داشتم، اما با گذشت زمان و آشنایی بیشتر با فرایندهای کاری، آن اضطراب اولیه به اعتمادبه‌نفس تبدیل شد.»

وی به مهم‌ترین ویژگی کار در شعبه اشاره می‌کند: «در ارتباط مستقیم با مردم بودن، یکی از وجوه خاص و هیجان‌انگیز کار در بانک است. از طرفی، مواجهه با طیف متنوعی از شخصیت‌ها و گروه‌های سنی، هم چالش‌برانگیز است و هم جذاب. چون باید نحوه برخورد و پاسخ‌گویی را متناسب با هر فرد تنظیم کرد.»

سیمرغ فضای صمیمانه عملیات شعبه را از نقاط قوت تیم می‌داند و می‌گوید: «اکثر اعضای تیم هم‌سن هستیم و همین موضوع باعث شده کارها با همدلی، دقت و سرعت بیشتری پیش برود. تنش بینمان نیست، چون همدیگر را به‌خوبی درک می‌کنیم و همه این نظم و آرامش نتیجه مدیریت خوب و حمایتگر رئیس محترم شعبه است.» او در خصوص نقش خود در تحقق اهداف بانک می‌گوید: «تمرکز من روی شناسایی و جذب مشتریان خاص، ارتقای مشتریان ممتاز به سطح ویژه و تلاش برای فروش مؤثر محصولات بانکی است.»

در مورد تعامل با مشتریان، سیمرغ از دو ویژگی مهم یاد می‌کند: «صبر و دقت. این‌که در همان برخورد اول تشخیص دهیم مشتری از بانک چه انتظاری دارد—ممکن است زمان، نوع برخورد، یا حتی فقط شنیده‌شدن برایش مهم‌تر باشد. بعد از مدتی تجربه، این مهارت در ما تقویت می‌شود.»



قهرمان کوچک سامانی

آناهیتا مستوفی، ۹ ساله، فرزند فرزاد مستوفی، بانکدار عملیات شعبه شهر قدس موفق شد در نخستین جشنواره پادکست محیط زیستی مهرواره ملی «با طبیعت بخوانیم» که با مشارکت اداره کل حفاظت محیط زیست استان فارس، وزارت آموزش و پرورش و کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان برگزار شد مقام سوم این مسابقات را به دست آورد.



قهرمان پاورلیفتینگ سامانی

سیروس محمدزاده از پرسنل شرکت آفتاب تجارت سامان که در حال حاضر در شعبه هشت بهشت اصفهان به عنوان بایگان مشغول به کار است، طی چند سال گذشته توانسته در ورزش بدنسازی و در رشته پاورلیفتینگ مقام های متعددی کسب کند از جمله موفقیت در مسابقات اخیر کشوری (پاورلیفتینگ انتخابی تیم ملی) در استان قم و انتخاب به عنوان یکی از اعضای تیم ملی پاورلیفتینگ ایران. محمدزاده همچنین در سال اخیر توانست در مسابقات گوناگون در سراسر ایران شرکت و عناوین بسیار درخشانده ای کسب نماید که شامل ۷ نشان طلا، ۱ نشان برنز و ۶ عنوان قهرمان قهرمانان بوده است.



داستان اقتصاد ایران:

دوره اقتصاد مقاومتی (۱۳۹۳ تا اکنون)



محمدعلی براتی
معاون اداره مطالعات اقتصادی

تحریم‌ها

تحریم‌های ایران با گروگان‌گیری در سفارت آمریکا در ۱۳ آبان ۱۳۵۸ آغاز شد، اما با برنامه هسته‌ای ایران شدت گرفت. ایران از سال ۱۳۳۷ به عضویت آژانس بین‌المللی انرژی اتمی درآمده بود و عملیات ساخت نیروگاه اتمی بوشهر نیز به وسیله یک شرکت آلمانی از ۱۳۵۴ آغاز شده بود، اما پس از انقلاب متوقف شد.

دولت خاتمی در نشست مشترک با وزرای خارجه سه کشور اروپایی (فرانسه، بریتانیا و آلمان) در مهر ۱۳۸۲ در سعدآباد پذیرفت که داوطلبانه فعالیت‌های هسته‌ای را تعلیق نماید و با بازرسان آژانس جهت بازدید از تأسیسات همکاری کند، تا از ارجاع پرونده به شورای امنیت جلوگیری نماید. این توافق‌نامه در آبان ۱۳۸۳ در پاریس به امضاء رسید، اما بلافاصله به دستور مقام معظم رهبری غنی‌سازی اورانیوم از سر گرفته شد.

در دی ۱۳۸۴ ایران تأسیسات هسته‌ای نطنز را در حضور بازرسان آژانس فک پلمب نمود. سپس شورای امنیت یک ماه به ایران فرصت داد تا فعالیت‌های هسته‌ای را متوقف سازد. اما احمدی‌نژاد در فروردین ۱۳۸۵ اعلام کرد که ایران موفق به تکمیل چرخه سوخت هسته‌ای شده است. پس از آن اروپائیان مشوق‌هایی را در صورت چشم‌پوشی ایران از برنامه اتمی‌اش پیشنهاد دادند اما احمدی‌نژاد گفت که «تصور می‌کنند که با یک بچه چهار ساله طرفند که بگویند چند گردو یا شکلات به او می‌دهیم و طلا را از دست او می‌گیریم» لذا پرونده ایران به شورای امنیت رفت. واکنش احمدی‌نژاد نیز «شرم‌آور» خواندن آن بود. سپس شورای امنیت در دی ۱۳۸۵ قطعنامه ۱۷۳۷ (تحریم فعالیت‌های غنی‌سازی) را تصویب نمود و احمدی‌نژاد نیز آن را «کاغذپاره» خواند.

این بی‌اعتبار جلوه‌دادن قطعنامه‌های شورای امنیت

کار را به جایی رساند که در سال ۱۳۸۶ تعدادی از بانک‌ها، سپس در سال ۱۳۸۷ تعدادی از شرکت‌ها و کالاها به تحریم‌ها اضافه گردیدند و در نهایت در خرداد ۱۳۸۹ قطعنامه ۱۹۲۹ لایحه جامع تحریم‌ها مصوب گردید و در سال ۱۳۹۰ آمریکا بانک مرکزی ایران را تحریم نمود. در سال ۱۳۹۲ هشت شرکت پتروشیمی ایران تحریم شدند و اینگونه ایران وارد دهه سنگین تحریم‌ها شد.

دستاوردهای تحریم‌ها

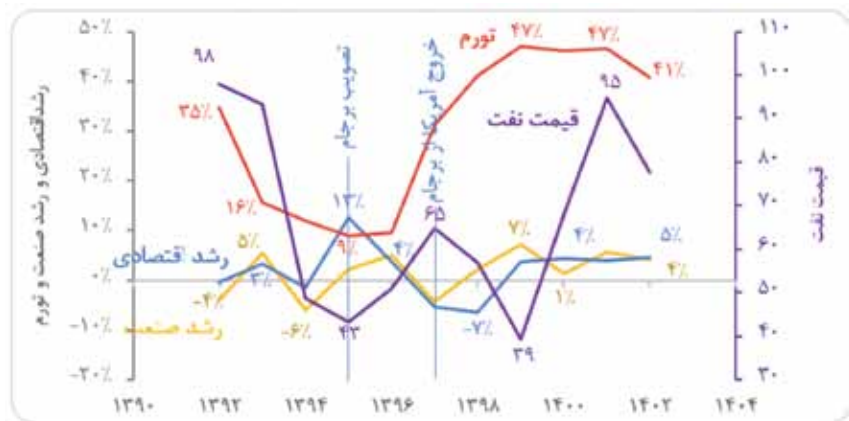
تورم تا قبل از خروج آمریکا از برجام طی سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۶ با کاهش قابل ملاحظه‌ای روبه‌رو می‌شود و به زیر ده درصد می‌رسد. اما با خروج آمریکا از برجام به بالای ۴۰ درصد افزایش می‌یابد و به طور بی‌سابقه‌ای در این محدوده باقی می‌ماند. اما رشد تولید ناخالص داخلی جز چند سال که فروش نفت با مشکل اساسی روبه‌رو بود، در دیگر سال‌ها مثبت بوده است اما به هیچ روی این رشدها توأم با رفاه نبوده‌اند.

(یعنی ۱۳۹۵) هم کاهشی بوده است. این عدم ارتباط میان تولید ناخالص داخلی و درآمد ملی سرانه که در کل تاریخ اقتصادی ایران بی‌سابقه بوده است، به شرایط تجارت (terms of trade) باز می‌گردد. یعنی بر روی کاغذ، تولید داخلی رشد داشته است اما به دلیل افزایش نسبت قیمت واردات به صادرات به دلیل تحریم‌ها و بلوکه شدن ارزهای نفتی در خارج از کشور، رفاه حاصل از تولید به طور پیوسته کاهش یافته است. بنابراین به طور خلاصه دستاورد تحریم‌ها افزایش تورم به بالای ۴۰ درصد و کاهش بیش از یکسوم درآمد ملی سرانه بوده است.

اقتصاد مقاومتی

آیت الله خامنه‌ای در شهریور ۱۳۸۹ اقتصاد مقاومتی را روشی برای مقابله با تحریم‌های اقتصادی عنوان کرد. مجمع تشخیص مصلحت نیز در پی آن تا بهمن ۱۳۹۲ سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی را تدوین و ابلاغ کرد:

- افزایش تولید داخلی کالاهای اساسی



- متنوع کردن مبادی وارداتی کالاهای اساسی
- ایجاد ذخایر راهبردی برای غذا و دارو و مواد

همان‌گونه که دیده می‌شود علی‌رغم رشدهای مثبت، درآمد ملی سرانه حتی در سال تصویب برجام



اولیه آنها

- افزایش مالیات‌ها
- افزایش سهم صندوق توسعه ملی از درآمدهای نفتی
- فروش نفت به مشتریان راهبردی
- تنوع دادن و مشارکت بخش خصوصی در فروش فرآورده‌های نفتی و گازی
- شفاف‌سازی نظام قیمت‌گذاری و به‌روزرسانی روش‌های نظارت بر بازار
- کاهش هزینه‌های دولت از طریق منطقی‌سازی اندازه دولت
- افزایش صادرات دانش‌بنیان

اقتصاد گروگان سیاست

علی‌رغم ادعاها که تحریم‌ها منجر به شکوفایی داخلی خواهد شد، هرگز چنین نشد. نه تنها سیاست‌های اقتصاد مقاومتی هرگز موفق نشدند بلکه فاصله ما با چشم‌انداز بیست‌ساله سال‌به‌سال بیشتر هم شد. آیا این به معنای آن است که سیاست هیچ تأثیری بر اقتصاد ندارد؟ یا آنکه تأثیر دارد و آن هم تنها تأثیر مخرب؟ یا حتی فراتر از آن، دولت می‌تواند تأثیر مثبتی هم داشته باشد؟ اما اگر چنین است چگونه؟

اقتصاد ایران در چهار دهه و به‌ویژه یک دهه گذشته از سیاست آسیب فراوان دیده است اما این آسیب‌ها بیشتر از آنکه از خود سیاست‌ها بوده باشد، از آثار آنها بوده است که با ایجاد نااطمینانی‌های گسترده و اساسی مانع از شکل‌گیری سرمایه و تولید داخلی شده‌اند.

بنابراین، توصیف گذشته بسیار ساده است، اما توصیه برای آینده به این سادگی‌ها نیست. این درست است که همین که سیاست به اقتصاد شاخ نزند، خودش می‌تواند یک رشد پایدار اقتصادی رقم بزند، همچون دوره اصلاحات که پیش‌تر دیدیم. اما این برای بیشتر اقتصاددانان و سیاست‌مداران خوشایند نیست. آنها در جستجوی راهی هستند که دولت بتواند نقش مثبت‌تری در اقتصاد ایفا نماید. برای بررسی این امکان من قدری به عقب‌تر بازمی‌گردم و توضیح مختصری از تاریخ علم اقتصاد معاصر می‌آورم.

برای دهه‌ها، پس از جنگ جهانی دوم یک توهم وجود داشت و آن اینکه دولت می‌تواند اقتصاد را مانند مومی در دستان خود بگیرد. خواه در کشورهای سوسیالیستی که برنامه‌ریزی از صدر تا ذیل اقتصاد را در برمی‌گرفت و خواه در کشورهای کاپیتالیستی (سرمایه‌داری) که تفکر کینزی در آنها رشد کرده و به جریان غالب تبدیل شده بود.

اما پس از فروپاشی شوروی به‌سرعت، باور به کنترل‌پذیری اقتصاد فرو ریخت. اقتصاددانان دریافتند که اقتصاد آن‌گونه هم که قبلاً فکر می‌کردند، مانند موم در اختیار دولت‌ها نیست. بلکه بیشتر شبیه ماهی است به‌ظاهر در دستان دولت قرار دارد اما به‌سرعت می‌تواند بلغزد و از دستانش بیرون بپزد.

در پی این انقلاب نظری در اقتصاد، تحلیل‌های گذشته‌نگر جای خود را به تحلیل‌های آینده‌نگر دادند. مردم نه بر مبنای اتفاقاتی که در گذشته افتاده است، بلکه بر مبنای انتظاراتشان نسبت به آنچه که در آینده قرار است اتفاق بیفتد، تصمیم می‌گیرند و این امر می‌تواند کل سیاست‌های دولت را در هم بشکند. انتظارات عقلایی نامی بود که اقتصاددانان به این رفتارها دادند.

بنابراین، ماهی بودن اقتصاد دال بر این نیست که ماهیگیری ممکن نیست، بلکه بیشتر دلالت بر این دارد که دولت‌ها باید مهارت‌های ویژه‌ای به دست آورند.

برداشت عامیانه دولت‌های ما از اهمیت انتظارات در شکل‌دادن به آینده این بود که هر دروغ مثبتی را در رسانه‌ها بگویند می‌تواند اثرات مثبت اقتصادی داشته باشد. اما سخن اقتصاددانان انتظارات عقلایی است؛ مردم هر دروغی را باور نمی‌کنند. به‌ویژه آنکه اقتصاددانان بعدها نشان دادند، چوپان دروغ‌گو شدن دولت‌ها نیز ممکن است. مادامی که یک دولت چوپان دروغ‌گو شود، حتی اگر راست بگوید و سیاست درستی اجرا کند، اثربخش نخواهد بود. اقتصاددانان به این اثر، شهرت گفتند. چیزی که دولت ما از اساس فاقد آن است.

اما اگر به این اما و اگرهای اقتصاد جدید نگاهی دوباره بیندازیم به این نتیجه می‌رسیم که دولت‌ها

تنها تحت یک شرایط خاص می‌توانند بر اقتصاد اثر مثبت بزرگ‌تری از شاخ نزدن داشته باشند و آن زمانی است که (الف) سیاست‌هایشان معطوف به بلندمدت باشد. (ب) آن هم بلندمدتی که مورد انتظار مردم باشد، یعنی (۱) تا حد زیادی از یک فرایند دموکراتیک بیرون آمده باشد و (۲) بر اعتماد مردم به دولت استوار باشد. یعنی مردم باور کنند که دولت توان کافی برای اجرای درست این سیاست‌های بلندمدت را داشته باشد.

بر این مبنای، جنگ لیبرال‌ها و سوسیالیست‌ها، یا نئوکلاسیک‌ها و نهادگرایان، و دعوی راست‌ها و چپ‌ها، نهایتاً در این مسئله خلاصه می‌شود که «دولت اساساً توان لازم برای برآوردن این شروط را دارد یا خیر؟»

لیبرال‌ها نسبت به توان دولت بسیار بدبین‌اند اما سوسیالیست‌ها به توان دولت خوش‌بین‌اند و فکر می‌کنند می‌توانند راهی بیابند که دولت‌ها در اقتصاد مداخله کنند و این مداخله وضع اقتصاد را بهتر از زمانی خواهد ساخت که دولت مداخله نکند.

اگر بر شواهد و تجربیات کشورها بخواهیم تکیه کنیم، این شواهد بسیار محل مناقشه‌اند. نمونه برجسته آنها امروز چین و کره جنوبی هستند. لیبرال‌ها معتقدند راز موفقیت چین و کره جنوبی در این است که بازار را پذیرفتند و دولت موضع شاخ نزدن به خود گرفت. اما سوسیالیست‌ها و نهادگرایان معتقدند که این کشورها زمانی موفق شدند که دولت‌هایشان توانستند که فعالانه عمل کنند و بستر لازم برای سرمایه‌گذاری را فراهم نمایند. سرمایه‌گذاری‌هایی که زیربنای رشدهای بزرگ برای دهه‌ها شد و این کشورها را از کشورهای فقیر به کشورهای ثروتمند و قدرتمند تبدیل کرد.

همین مناقشه‌ها نشان می‌دهند که دعوی چپ و راست را در سیاست پایانی نیست.





چطور با یک رئیس بدقلق کنار بیاییم؟

دیگری است که شما از آنها بی اطلاع هستید. خیلی از مدیران، با مسائلی درگیر هستند که شما از آنها بی اطلاع هستید. پس فکر نکنید که آنها هر روز صبحشان را جوری آغاز می کنند تا یقه شما را بگیرند. بعضی وقت ها، رفتارهای آنها دلیل خاصی دارد شاید مافوق آنها فشار زیادی را به او وارد آورده و او نیز ناچار شده این گونه واکنش نشان دهد.

حدومرز تعیین کنید

یکی از نشانه های یک رئیس غیرقابل تحمل این است که دیروقت به شما ایمیل می دهد یا وقتی در سفر هستید دائماً به شما زنگ می زند و مسئولیت های بسیاری را تا دیروقت روی دوش شما می گذارد. اگرچه فرهنگ حفظ تماس دائمی میان کارگر و کارفرما یا رئیس و مرئوس در بسیاری از صنایع و مشاغل امری مرسوم و متداول است، اما به هر حال هر کسی نیازمند استراحت است و حق مسلم او است تا کمی از فضای کار دور باشد و برای خود و خانواده اش وقت بگذارد تا بتواند تجدید قوا کند. اگر رئیس تان توقع دارد ۲۴ ساعته و هفت روز هفته در خدمت شما باشید، شاید وقت آن رسیده تا برای این وضعیت، حدومرز تعیین کنید.

کار درست را انجام دهید

هرگز وسوسه نشوید تا جواب موشک را با موشک بدهید. شاید شما هم بخواهید بر سر یک موضوع با رئیس تان بحث کنید، اشکالات او را در یک جلسه بگیرید یا توصیه های او را نادیده بگیرید، او را در بحث های مهم دخالت ندهید و مدام از او پیش سایر همکاران شکایت کنید؛ چنین رفتاری با رئیس تان تنها وضعیت را بدتر می کند؛ به خصوص وقتی که در محل کارتان جایگاه متزلزلی دارید یا از نظر مرتبه شغلی جایگاه بالایی ندارید. سازمان ها و ادارات سلسله مراتبی قوی دارند و در نتیجه رئیس تان به طور طبیعی یک پله از شما بالاتر است. اگر علیه رئیس تان اعلان جنگ کنید، در ۹۰ درصد موارد شما بازنده هستید زیرا او از شما اهرم های قدرت بیشتری دارد.

حواس تان باشد چه زمانی و به کجا اعتراض کنید

داشتن یک رئیس ازاردهنده یا ناکارآمد تنها یک بخش کار است، اگر رئیس تان شما را از نظر اخلاقی آزار می دهد، بر شما تبعیض روا می دهد، قانون شکنی می کند یا با رفتارهای اشتباه و زننده سایرین هم صدا می شود، شاید بهتر باشد مسئله را با مدیریت منابع انسانی در میان بگذارید.

منبع: گاهنامه مدیر

بروز مشکل میان کارگر و کارفرما یا رئیس و مرئوس، یکی از حقایق جداناشدنی زندگی شغلی همه است. اما نحوه مدیریت این مناقشات کاری، هنری است که شاید کمتر کسی داشته باشد؛ اغلب ما در گام نخست رئیسمان را مقصر می دانیم اما شاید بهتر باشد از جنبه دیگری به ماجرا نگاه کنیم.

بعضی وقت ها، آب شما و رئیس تان توی یک جوی نمی رود؛ فرقی نمی کند رئیس تان همیشه منتظر یک جرعه باشد تا به شما گیر بدهد و مدام شما را به خاطر اشتباهات تان سرزنش کند یا فقط به نورچشمی هایش توجه کند، مسئله مهم این است که داشتن تنش در روابط با مدیر یا رئیس تان مسئله خوشایندی نیست. احتمالاً شما تنها کسی نیستید که از نگاه های رئیس تان سراپا ترس و دلهره می شوید. نتایج یک مطالعه از سوی مؤسسه «گالوپ» نشان می دهد یک پنجم آمریکایی ها در محل کار خود حاضر نمی شوند که مهم ترین علت آن کار کردن آنها با یک مدیر بدقلق است. البته، یک رئیس بد، تنها رنج کارمندان و کارگران نیست، بلکه نتایج یک مطالعه دیگر از سوی گالوپ نشان می دهد مدیران جهنمی، سالانه ۴۵۰ تا ۵۵۰ میلیارد دلار بر اقتصاد آمریکا هزینه تحمیل می کنند.

در این گزارش، به نقل از پایگاه اینترنتی چیت شیت، به پنج راه برای فایق آمدن بر این وضع اشاره می کنیم که این راهکارها کمک می کند تا بتوانید این شرایط را تا حدی تحمل کنید.

نگاهی به خودتان بیندازید

کارمندان و کارگران، اغلب عادت دارند بلافاصله تمام مشکلات محل کار را به گردن رئیسشان بیندازند. اما بعضی اوقات، مشکل واقعی رئیس نیست. شاید شما از مسیری که شغل تان در پیش گرفته ناراضی هستید و آن را به مافوق تان ربط می دهید. شاید هم به موفقیت رئیس تان حسادت می کنید. داشتن استرس در محیط خانواده، شما را در محل کار بسیار حساس می کند. بعضی وقت ها، بهبود شرایط ناخوشایند در محل کار از تصحیح نگاه و رفتارهای شما آغاز می شود. وقتی به رئیس تان نگاه می کنید، پیش از هرگونه قضاوتی، نخست باید به خودتان نگاه کنید.

خودتان را جای او بگذارید

ناامید شدن از رئیس آسان است اما قبل از آنکه سریع وارد قضاوت شوید، سعی کنید یکبار هم که شده به مسائل از دید او نگاه کنید. شاید مدیر تان از سوی فرد مافوقش تحت فشار زیادی باشد و این فشارها به شما منتقل شده است. شاید هم وی دچار مشکلات و عوامل استرس زای



نحوه رفتار با همکاری که از انجام وظایف خود کوتاهی می کند

باز کند، به او یادآوری کنید کارهای زیادی برای انجام دادن دارید. شاید ترغیب شوید همانند او رفتار کنید، اما این کار اصلاً درست نیست.

وظایف آن‌ها را انجام ندهید

بایست به آن‌ها درباره وظایف و زمان انجام دادنشان هشدار دهید، اما وظایف آن‌ها را انجام ندهید و وقت خود را تلف نکنید.

نگذارید موفقیت‌های شما تحت تأثیر قرار بگیرد

اگر مدیرتان متوجه شد کارها جلو نمی‌رود، اجازه ندهید شما را سرزنش کنند. اینجاست که باید وارد عمل شوید و حرف بزنید.

از فرصت استفاده کنید تا تبدیل به رهبر شوید

این بهترین فرصت است تا کمی جلو بیایید و خود را برای مواجهه با شرایط سخت بهتر بشناسید. وقتی پیش‌مدیر می‌روید به او بگویید همکاران کار خودش را انجام نمی‌دهد و شما می‌خواهید نقش رهبر را ایفا کنید. سپس نزد همکاران بروید و به او بگویید می‌خواهید در انجام وظایفش به او کمک کنید.

همکاران را پیش بقیه افراد گروه زیر سؤال نبرید

این کار اشتباه بزرگی است و می‌تواند باعث ایجاد سوء تفاهم و ناراحتی دیگران شود.

با همکاران ارتباط برقرار کنید

پیاو در مورد اهداف و زمان انجام کارها صحبت کنید. گاهی آن‌ها تنبل نیستند و تنها نمی‌دانند چطور زمان و وظایف خود را مدیریت کنند. شاید آن‌ها مشکلات شخصی و خانوادگی دارند و این مشکلات سبب شده نتوانند روی وظایف خود تمرکز کنند.

پروژه‌های مشارکتی با همکاران انجام ندهید

اگر همکار تنبلی دارید، هیچ‌کسی حتی مدیرتان نمی‌تواند او را مجبور به کار کردن کند. پس زیر بار پروژه‌هایی که نیازمند همکاری آن فرد است، نروید. اگر مجبور به قبول این پروژه هستید، تنبلی او را در برنامه خود لحاظ کنید.

منبع: گاهنامه مدیر

آیا در کنار فردی کار می‌کنید که به بهانه نهار، دو ساعت از وظایف خود دست می‌کشد، پشت میز کارش می‌خوابد و مدام مکالمات تلفنی شخصی دارد؟ شما همکاری دارید که مرتب صفحات اجتماعی را چک می‌کند، این در حالی است که شما روی انجام کارهای خود متمرکز هستید؟ کار کردن با فردی که مدام از زیر کار درمی‌رود، بسیار سخت است و می‌تواند عملکرد شما را تحت تأثیر قرار دهد. در ادامه مقاله، چند مورد را معرفی می‌کنیم که به شما می‌گوید چطور باید با چنین فردی برخورد کنید.

نگذارید باعث حواس‌پرتی شما شوند

نباید وقت خود را با تمرکز روی کارهای همکاران تلف کنید. سعی کنید هیچ توجهی به او نداشته باشید و روی کار خود متمرکز شوید. توجه به همکار تنبل و از زیر کار در رو، شما را هم از کار می‌اندازد.

توجهی به ناعادلانه بودن این رفتار نکنید

شاید فکر کنید این بی‌عدالتی است که برای انجام هیچ کاری حقوق بگیرد و هیچ مجازاتی هم برایش در نظر گرفته نمی‌شود؛ اما شکایت کردن هیچ فایده‌ای ندارد. پس به جای آن روی بهتر شدن خودتان متمرکز شوید.

اجازه ندهید رفتارهای او روی شما تأثیر بگذارد

وقتی انرژی و وقت خود را روی عصبانی بودن از همکاران صرف کنید، عملکرد شما به طور قابل توجهی پایین می‌آید. پس شما هم تبدیل به همکاری آزادهنده می‌شوید.

سخن چینی نکنید

اگر پیش‌مدیر خود بروید و به او بگویید: "من این پروژه را به جایی رسانده‌ام اما دیگر نمی‌توانم ادامه دهم، زیرا همکارم وظایف خود را انجام نمی‌دهد"، این بیان تأثیرگذاری بیشتری خواهد داشت و به موضوع اصلی اشاره می‌کند بدون اینکه فردی خبرچین به نظر برسد. اگر مدیر درباره عملکرد همکاران سؤال پرسید صادقانه به او جواب بدهید.

همانند همکاران رفتار نکنید

شما نباید وقت خود را همانند او ۲ ساعت برای نهار خوردن تلف کنید و مدام از پشت میز کارتان بلند شوید. اگر می‌خواهد باب صحبت را



من هنوز اینجا هستم I'm Still Here (2024)

فیلمی در ستایش بازماندگان
| فریمه کرم، مدیریت بهبود و کیفیت |

زندگی اش، یونیس هنوز نامه می نویسد، هنوز اسناد گردآوری می کند، هنوز می خواهد حقیقت ثبت شود. او تنها برای یافتن همسرش نمی جنگد، بلکه برای آن که سوگ خود و فرزندان معنایابی تلاش می کند.

این سوگ ناتمام، در فرزندان نیز نمود دارد. دختر خانواده که در سال های کودکی با دوربین سوپر ۸ لحظاتی از خانه را ثبت می کرد، اکنون در پی فهم گذشته است. او با بازگشت به خانه کودکی، با مرور فیلم های ضبط شده، با مکالمه با مادرش، می کوشد پازلی را کامل کند که سال ها ناتمام مانده. در واقع، او در تلاش است تا ترومای بین نسلی را بازشناسی و پردازش کند.

ترومای خانوادگی در این فیلم، پنهان اما پر قدرت است. نبود پدر، حضور دائمی ترس، سکوت های کش دار سر میز غذا، نگاه هایی که پاسخ نگرفته اند، همه در کودکانی رشد می کنند که بعدها بزرگسالانی می شوند با سؤال هایی بی پاسخ. این کودکان بار سنگین فقدان را بدون آن که زبان یا چارچوبی برایش داشته باشند، حمل می کنند. فیلم با مهارتی خاص، نشان می دهد که چگونه یک غیبت، یک فاجعه سیاسی، به زخمی خانوادگی بدل می شود؛ زخمی که نه تنها بر نسل حاضر، بلکه بر نسل های بعدی نیز تأثیر می گذارد.

یکی از صحنه های کلیدی فیلم، زمانی است که دختر خانواده از مادرش می پرسد چرا در تمام این سال ها درباره پدر با او حرف نزده و مادر در پاسخ تنها می گوید: «نمی خواستم تو هم مثل من فلج بشی.»

این جمله، عمق درد و انکار را هم زمان نشان می دهد: مادر می دانسته که فقدان، اگر زبان پیدا کند، ممکن است فرزندش را از پا بیندازد. پس به جایش سکوت کرده، اما همین سکوت هم به شکلی دیگر، فرزند را فلج کرده است.

سالس در این فیلم، برخلاف آثار سیاسی کلاسیک، تروما را نه با تصاویر شکنجه و بازجویی، بلکه با نمایش زندگی روزمره، اشیای ساکت خانه، عکس های خاک گرفته، اتاق های خالی و سکوت های ممتد به تصویر می کشد. ترومای خانوادگی در اینجا تصویری استعاری ندارد؛ خودش یک واقعیت است، حضوری خاموش که در سایه ها زندگی می کند. ترس، انکار رسمی و بی پاسخ ماندن حقیقت، به مرور نه فقط یک فرد، بلکه یک خانه، یک نسل و حتی یک فرهنگ را فرسوده می کند. حتی خانه خانواده پایا در فیلم، نه فقط مکان، بلکه شخصیت است. این خانه، در آغاز پر از نور، دوستان، مهمانان، گفت و گو، فوتبال، موسیقی و زندگی است؛ اما کم کم، در نبود روبنس، خانه خالی، سرد و ساکت می شود. این روند، تصویری استعاری از جامعه ای است که زیر فشار استبداد، یکی یکی ساکت می شود، بسته می شود، در خود می پیچد.

هنوز اینجا هستم فیلمی است درباره زن، خانه و خاطره ای از پدر است که ناپدید نمی شود. درباره کسانی که بر خاکستر بی عدالتی ایستادند و با نجات، سکوت و پایداری بازماندند.

فیلم را به پیشنهاد یکی از همکارانم که سلیقه بصری اش را بسیار قبول دارم دیدم. انتخابی برای یک عصر پنجشنبه آرام بهاری. فضای آغاز فیلم اما تابستانی است؛ دریا، ساحل، آفتاب داغ، والیبال ساحلی در ریودو ژانیرو، کودکانی که فوتبال بازی می کنند، دخترانی که کوکاکولا را به عنوان لوسیون برنزه کننده روی پوست خود می ریزند، نوجوانانی که درباره ستاره های پاپ و عشق های تازه صحبت می کنند. همه چیز در دل یک خانواده هفت نفره رؤیایی آغاز می شود؛ اما درست در دل این شادی و گرمای آفتاب، چیزی تلخ و نادیدنی در جریان است. سایه تاریخ، آهسته و سنگین، قدم به سکناس های بعدی می گذارد.

فیلم «هنوز اینجا هستم» بر پایه داستان واقعی «روبنس پایا» ساخته شده است، روزنامه نگار، فعال سیاسی و نماینده کنگره ملی برزیل که در ژانویه ۱۹۷۱ توسط نیروهای امنیتی رژیم نظامی بازداشت شد و هرگز بازنگشت. این فیلم، اقتباسی از کتاب «مارسلو روبنس پایا»، تنها پسر روبنس است؛ اما برخلاف انتظار، فیلم بیشتر از آن که شرحی از مبارزه روبنس باشد، روایتی است از زندگی کسانی که پس از او باقی ماندند. تمرکزش نه بر لحظه دستگیری یا شکنجه، بلکه بر زندگی بعد از غیبت است؛ لحظاتی که در سکوت و انکار می گذرند، بی آنکه مرز روشنی میان امید و واقعیت باقی بماند.

در مرکز فیلم، چهره یونیس پایا قرار دارد. مادری که یک شبیه همسرش را از دست می دهد، بی هیچ توضیح، بی هیچ نشانی. او توسط دو بازیگر بزرگ سینمای برزیل، فرناندا تورس (در دوران جوانی) و فرناندا مونته نگرو (در دوران پیری)، در دو مرحله زندگی اش تصویر شده است.

یونیس، زنی از طبقه متوسط، تحصیل کرده و سیاسی است، اما آنچه در فیلم بیشتر دیده می شود، قدرت درونی، متانت و سازگاری هوشمندانه او با فاجعه است. سالس به کمک بازی های درخشان و طراحی صحنه حساب شده، نشان می دهد که چگونه یک زن، در دل یک نظام سرکوبگر، بدون سلاح، بدون قدرت رسمی، اما با عشق و امید و حافظه، دست به مقاومت می زند.

یکی از پررنگ ترین لایه های روان شناختی فیلم، مفهوم سوگ ناتمام است؛ سوگی که نه پایانی دارد، نه رسمی، نه گوری، نه گواهی فوتی. این نوع سوگ که در روان شناسی با عنوان (Ambiguous Loss) نیز شناخته می شود، زمانی رخ می دهد که فردی ناپدید شود بی آنکه تکلیف مرگ یا زندگی اش مشخص باشد. یونیس و فرزندان در چنین شرایطی زندگی می کنند: آن ها عزادار هستند، اما مجاز به عزاداری رسمی نیستند. نمی دانند امید داشته باشند یا تسلیم شوند. این تعلیق، بنیان سوگ را در هم می ریزد و امکان فرایند طبیعی فقدان را از بین می برد. در طول فیلم، بارها شاهد تلاش یونیس برای به رسمیت شناخته شدن مرگ همسرش هستیم؛ نه فقط برای پذیرش شخصی، بلکه برای احیای کرامت او، برای اینکه به جای ناپدید شدن، «وجود داشتن» را بازیابد. حتی در سال های پایانی

کافه تک

با کافه تک از آخرین اخبار تکنولوژی مطلع شوید و با نرم افزارهای کاربردی آشنا شوید. مثل ماه‌های گذشته، سعی می‌کنیم در این بخش نرم افزارهای کاربردی، گجت‌های جدید، پادکست‌های مرتبط و کلی خبرهای جذاب از دنیای تکنولوژی رو با شما در میون بذاریم. خوشحال میشیم شما هم تجربه‌هاتون را برای ما بفرستید و با بقیه به اشتراک بذارید.

| مهرناز تباری |

| کارشناس مدیریت روابط عمومی و صدای مشتریان |

سلام به همراهان کافه تک

این ماه قصد داریم با معرفی راهکارهایی، عوامل حواس‌پرتی در محیط کار را از بین برده و تمرکز کاری خودمان را افزایش دهیم. در دنیایی که گوشی‌های هوشمند و رایانه‌ها پر از اپلیکیشن‌های ارتباطی و شبکه‌های اجتماعی هستند، اعلان‌ها (نوتیفیکیشن‌ها) به یکی از بزرگ‌ترین عوامل حواس‌پرتی در محیط کار تبدیل شده‌اند. بسیاری از کارمندان بدون اینکه متوجه شوند، بخش بزرگی از زمان و تمرکز خود را صرف واکنش به پیام‌ها، ایمیل‌ها و هشدارهای گاه‌وبی‌گاه می‌کنند. اما با چند راهکار ساده می‌توان این مشکل را مدیریت کرد و تمرکز کاری را افزایش داد.

مدیریت نوتیفیکیشن‌ها مهارتی ضروری در محیط‌های کاری امروزی است. با ایجاد تنظیمات هوشمندانه، استفاده از ابزارهای کمک تمرکز و اولویت‌بندی اعلان‌ها، می‌توان بدون حذف کامل ارتباطات، تمرکز بیشتری داشت و از اتلاف انرژی ذهنی جلوگیری کرد. اگر به دنبال روز کاری پربازده‌تر و آرام‌تر هستید، بهتر است همین امروز این تغییرات کوچک اما مؤثر را در سبک کارتان اعمال کنید.

۱. خاموش کردن اعلان‌های غیرضروری

اولین گام، بررسی و غربال کردن اعلان‌هاست. بسیاری از اپلیکیشن‌ها به‌صورت پیش‌فرض اعلان ارسال می‌کنند، درحالی‌که نیازی به آن‌ها نیست. تنظیمات گوشی یا کامپیوتر خود را بازبینی کنید و اعلان‌هایی که اولویت ندارند را خاموش کنید.

نکته کاربردی: اپ‌هایی مثل اینستاگرام، تلگرام یا اپ‌های خبری را در زمان کاری در حالت «سکوت» قرار دهید یا به طور کامل نوتیفیکیشن آن‌ها را ببندید.

۲. استفاده از حالت تمرکز یا Do Not Disturb

اکثر گوشی‌ها و سیستم‌عامل‌های مدرن قابلیتی با عنوان «Do Not Disturb» یا «Focus Mode» دارند. این قابلیت‌ها به شما امکان می‌دهند تا در ساعات خاصی از روز، اعلان‌ها را مسدود کرده و فقط پیام‌های مهم یا تماس‌های ضروری را دریافت کنید. مزیت: تمرکز بیشتر بر وظایف بدون قطع شدن ذهنی.

۳. مدیریت اعلان‌های ایمیل

اگر صندوق ایمیل شما در طول روز پر از پیام‌های تبلیغاتی، اطلاعیه‌های داخلی یا مکاتبات غیرضروری می‌شود، بهتر است زمان مشخصی برای بررسی ایمیل‌ها تعیین کنید. همچنین می‌توانید با استفاده از فیلترها و دسته‌بندی‌های هوشمند، ایمیل‌های مهم را از سایر پیام‌ها جدا کنید. ابزار مفید Gmail و Outlook قابلیت‌های قدرتمندی برای فیلترکردن ایمیل دارند.

۴. نصب اپلیکیشن‌های مدیریت تمرکز

ابزارهایی مانند «Forest» یا «Focus Booster» با ایجاد یک محیط تمرکزی، به شما کمک می‌کنند تا در بازه‌های زمانی مشخص، از گوشی یا اعلان‌ها دور بمانید و تنها روی کارتان تمرکز کنید. این اپ‌ها حتی می‌توانند به ایجاد عادت‌های سالم در استفاده از تکنولوژی کمک کنند. قابلیت جالب: مشاهده آمار میزان تمرکز و زمان مفید سپری‌شده.

۵. استفاده از نسخه دسکتاپ اپلیکیشن‌ها

اگر مجبورید حین کار با پیام‌رسان‌هایی مثل واتساپ یا تلگرام در تماس باشید، استفاده از نسخه دسکتاپ آن‌ها به جای نسخه موبایل می‌تواند مانع از حواس‌پرتی ناشی از سایر اعلان‌ها در موبایل شود. پیشنهاد: نوتیفیکیشن نسخه دسکتاپ را تنها برای مخاطبان خاص فعال کنید.

If He Had Been with Me
By Laura Nowlin



لورا نولین
مترجم: فریال افتخاری
درجه محبوبیت در سایت گود ریدز:
۳.۷۹ از ۵

درباره کتاب

درونی، به عمق احساسات شخصیت هایش نفوذ می کند و داستان هایی می آفریند که خواننده را از لحاظ عاطفی درگیر می سازد. اگر او با من بود یکی از موفق ترین آثار اوست که در میان نوجوانان و بزرگسالان جوان محبوبیت زیادی یافته و نقدهای مثبتی نیز از منتقدان دریافت کرده است.

آدرس وبسایت رسمی او laurarosener.wordpress.com

در این وبسایت، لورا نولین درباره الهاماتی که برای نوشتن رمان هایش داشته، از جمله اگر او با من بود، صحبت می کند. او اشاره می کند که این رمان را پس از تجربه یکی از تاریک ترین دوره های زندگی اش و بر اساس خوابی که دیده بود، نوشته است.

همچنین، او درباره پروژه های آینده اش، از جمله اولین رمان بزرگسالانه اش با عنوان موقت Gravity، اطلاعاتی ارائه داده است.

علاوه بر رمان پرفروش اگر او با من بود (If He Had Been with Me)، لورا نولین آثار دیگری نیز منتشر کرده است:

۱. اگر فقط به او گفته بودم ۲۰۲۴ – (If Only I Had Told Her)

این رمان به عنوان کتاب دوم در مجموعه اگر او با من بود منتشر شده است و داستان را از دیدگاه فین، دوست دوران کودکی آتمن، روایت می کند. این اثر به بررسی احساسات ناگفته، پشیمانی ها و تأثیر تصمیمات نادیده گرفته شده می پردازد.

۲. این آهنگ (نه) برای توست ۲۰۱۶ – (This Song Is (Not) for You)

یک رمان مستقل که به موضوعاتی چون هویت، عشق، و موسیقی می پردازد. داستان درباره سه نوجوان است که درگیر روابط پیچیده دوستی و عشق می شوند و تلاش می کنند جایگاه خود را در دنیا پیدا کنند.



منبع فارسی

<https://bookcofe.ir>



منبع انگلیسی

If He Had Been with Me (If He Had Been with Me, #1) by Laura Nowlin | Goodreads

چکیده از کتاب

آتمن و فین زمانی نه تنها همسایه، بلکه صمیمی ترین دوستان دوران کودکی بودند؛ دو روح در دو جسم جداگانه که هر لحظه زندگی را در کنار هم تجربه می کردند. اما با ورود به دوران نوجوانی، مسیر زندگی شان آرام آرام از هم جدا شد. اکنون آتمن دختری خاص و درون گراست که با دغدغه های فکری، روابط پیچیده و چالش های هویتی اش درگیر است، درحالی که فین پسر محبوب مدرسه است؛ عضوی از گروهی که آتمن هرگز در آن احساس تعلق نمی کند.

با وجود فاصله ای که میان آنها افتاده، پیوندی ناپیدا هنوز قلب هایشان را به هم متصل نگه داشته است. آتمن وانمود می کند که دیگر اهمیتی نمی دهد، اما در هر لحظه، در هر مکث، در هر نگاه تصادفی، ردی از فین حضور دارد. نویسنده با ظرافت و نثر شاعرانه ای، مخاطب را در جریان افکار و احساسات آتمن قرار می دهد؛ دنیایی که پر از تردید، آرزوهای ناتمام و حسرت های ناگفته است.

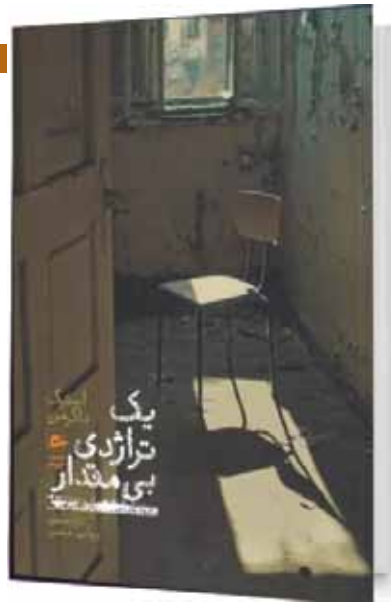
ماجرای به شکلی تدریجی اما عمیق پیش می رود تا جایی که ناگهان حادثه ای تکان دهنده، تمام معادلات ذهنی آتمن را زیرورو می کند و قلب خواننده را به لرزه می اندازد. پایان داستان نه تنها شوکه کننده بلکه تأمل برانگیز است؛ از آن دست پایان هایی که تا مدت ها در ذهن می ماند و خواننده را به پرسشی ساده اما حیاتی وامی دارد: «اگر او با من بود... آیا همه چیز فرق نمی کرد؟»

این کتاب مناسب چه افرادی است؟

اگر او با من بود انتخابی مناسب برای کسانی است که روزهای خود را در چارچوب برنامه های منظم، جلسات، و مسئولیت های تکراری می گذرانند و گاهی دلشان برای لحظاتی شخصی تر، احساسی تر و دور از قواعد خشک روزمره تنگ می شود.

درباره نویسنده

لورا نولین نویسنده آمریکایی است که به خاطر نوشتن داستان هایی احساسی و روان شناسانه درباره نوجوانان شناخته می شود. او با سبک نوشتاری لطیف و روایتی



یادداشتی بر کتاب «یک تراژدی بی مقدار»

نوشته استیگ داگرن



| رضا ایرانپور، کارشناس آموزش آکادمی سامان

طبیعت برقرار می‌ماند. نویسنده سوررئالیسم نیز کاشف پیوندهای پیچیده و درخشان درون طبیعت خود است.

رنالیسم هم همان اندازه که آشنا است غریب می‌نماید. مفاهیم در هر طبیعت و محیط، در ریختی دیگر ظاهر شده و اگر در فضای سورئال مرگ حاضر شود، یا معادل آن که رفتن است (رفتن از بنیان‌های سوررئالیسم است) تنها نویسنده‌ای شناخت دقیقی از آن رسانده و یادگار می‌گذارد که در قامت طبیعت‌شناس توانا، مرگ را در دست گرفته، آن را ببوید و بجشید، و این مردن، از دست دادن حیات جسم نیست بلکه فراخواندن و ظهور دادن مرگ یا هر مفهوم انتزاعی و حقیقی است؛ هرچند که دور و غیر قابل تجربه و غریب باشد اما در صورتی مادی و قابل لمس و تجربه ظاهر شده و شناخت آن در حالی انجام شود که مغز و ذهن از این تجربه به‌ظاهر خیالی که تا این اندازه حقیقی و نزدیک است در حیرت و هراس فراوان ایستاده باشند.

این چنین است که مرگ یا هر مفهوم دیگر به تسخیر آن طبیعت‌شناس درآمده و هر زمان نیاز شود قطره‌ای از مرگ بر کلاه پستی ریخته شده و نتایج ثبت می‌شود و آثار لکه مرگ بر کلاه پستی متفاوت از کلاه مأمور کفن و دفن یا گل فروش خواهند بود. مجموعه داستان "یک تراژدی بی مقدار" با داشتن پانزده داستان در خود و با تکرار مضامین برآمده از رفتن (مرگ، دریا، قایق، خودرو، قطار و چکمه) در بیشتر داستان‌ها، اثری به‌غایت تماشایی است از طبیعت‌شناس محتشم عالی‌جناب استیگ داگرن.

با تکه‌هایی از سه داستان آشنا شویم.

واگن‌های قرمز

پس شتابان به انبار پارچه رفت و از عدل پارچه‌های ابریشم آشیانه‌ای برای خودش ساخت. آرامشی از عطرها پیرامونش متصاعد شد و در وجودش رخنه کرد. آری آرامش در او رخنه کرد و از او یک طاقه پارچه ساخت؛ غیرمقاوم و سست، و برانگیزاننده، اما خود از هر انگیزشی محروم...

... ناگهان پایش گیر می‌کند به عصای مرد مسن جاقی و می‌افتد روی سکوی خیس. اما مرد خپل به گفت‌وگو با هم‌سفرش ادامه می‌دهد. حلقه فلزی ته عصا و چوب زیر بغل می‌درخشند. مرد خنده‌کنان سه بار با عصا می‌کوبد بر بدنه واگن، تو گویی بر آن است تا قطار را از رفتن بازدارد. هلگه سامسون با چشمان از حدقه بیرون زده می‌بیند که ضربه در یک مثلث شیطانی بدشکل فرود می‌آید.

ماشین استکھلمی

ما پیش از آن که ماشین به حرکت درآید دختر پنجره طرف خود را پایین می‌کشد. ما خیال می‌کنیم برای بهتر دیدنمان این کار را می‌کند. اما این‌طور نیست. او یک زیرسیگاری را در جاده خالی می‌کند، بی آن که نگاهمان کند. ماشین می‌رود. آن وقت است که تازه متوجه می‌شویم میله‌های نرده درآوردند و از نرده می‌کنیم. پشت بلوزهایمان سرخ است. حالا روی سنگ‌ریزه‌های جاده سیگاری هست که دارد دود می‌کند. بوی شهر می‌دهد و بوی مردانه؛ کمی بوی کشیش و کمی هم بوی ارباب. لحظه‌ای بر گرد سیگار حلقه می‌زنیم طوری که انگار سیگار آتشی است در اردوگاه.

هدیه غیرمنتظره

(این داستان از اصیل‌ترین داستان‌های تاریخ است.)

مادر شبی زیر نور چراغ نامه را با صدای بلند خواند. خسته بود و با دو دست لبه میز را محکم گرفته بود. تمام روز سقف خانه‌ای در استرلم را شسته بود. سردرد داشت، چون سراسر روز سرش را به سمت آسمان گرفته بود. بعد از خواندن نامه مدتی ساکت نشستند، بی آن که به هم نگاه کنند. آکه داشت کتاب جغرافیایش را ورق می‌زد... نگاه مادر خیره بود و دستانش تنهای تنها. دستان تنهای تنها، آهسته نامه را میچاله کردند و به شکل یک توپ ناصاف درآوردند. آکه به دستان مادر نگاه کرد. دست‌هایش شرمگین شدند و کوشیدند نامه را صاف کنند.



پرسش و پاسخ

مثل روال گذشته، قراره هر ماه با طرح یه سؤال درباره موضوعات مختلف مثل موضوعات بانکی، کسب و کار، ارتباطات و... نظر همکاران بانک سامان رو در رابطه با اون موضوع دریافت کنیم و از طریق انتشار پاسخها در این صفحه، بتونیم کمک کنیم تا دانش و تجربه هر کدوم از همکاران بانک سامان، به صورت روان تر جریان پیدا کنه و به دست همه خوانندگان نشریه سامان برسه.

سوال این ماه:

تا چه اندازه زبان بدن افراد در قضاوت شما نسبت به آنها تأثیرگذار است؟

جالب بدونید مغز انسان در کمتر از ۷ ثانیه اولین قضاوت خود را درباره دیگران شکل میدهد و زبان بدن نقش اصلی در این فرآیند داره. حالا تا چه اندازه روی قضاوت ما تأثیر داره؟

زبان بدن می تونه احساسات افراد رو نشان بدهد. یک پژوهش دانشگاه نیویورک نشان داد افرادی که لبخند طبیعی به لب دارند خیلی زودتر به عنوان افراد دوست داشتنی شناخته می شوند. یا مثلاً دست های باز و قامت راست، می تونه شخص رو با اعتماد به نفس یا مطمئن نشان بده. یا حفظ ارتباط چشمی متعادل (نه خیره شدن، نه فرار از نگاه) می تونه نشان دهنده صداقت فرد باشد. مثال های زیادی هست؛ اما حواسمان باشد که صرفاً نمیتونیم انسان ها رو با زبان بدن قضاوت کنیم. چون مثلاً یه فرد درون گرا ممکنه به خاطر اضطراب، تماس چشمی کمی داشته باشد و این نشونه عدم صداقتش نیست! یا اینکه تفاوت های فرهنگی هم وجود دارند؛ مثلاً دست دادن محکم در امریکا نشانه قدرته اما در ژاپن بی ادبی محسوب میشه!

پس بهتره برای قضاوت مون از آدم ها ترکیب عوامل مختلف رو در نظر بگیریم.

با آرزوی موفقیت برای همه همکاران

● **مریم عباس پور، بانکدار فروش - شعبه شیراز**

زبان بدن قطعاً نقش مهمی در قضاوت اولیه دارد؛ اما تنها عامل نیست گاهی تن صدای افراد، حالت چهره و حرکت دست، وضعیت بدن اطلاعات زیادی از نیت و شخصیت افراد ارائه می دهد که در افراد سیاسی به دلیل تمرین با کنترل همراه است تا حس اعتماد یا متقاعدسازی را القا کنند. گاهی این حس باعث میشه بگم چقدر فالانی انرژی اش منفی بود یا بلعکس.

● **علی توسن، بانکدار فروش - شعبه بازار کفاش**

زبان بدن رفتارهای غیر کلامی، فیزیکی و گاهی ناخود آگاه است که از اون طریق می توان با توجه به موقعیت به احساسات درونی شخص پی برد یعنی میشه حدس زد فرد مورد نظر در حال تجربه چه احساسی هست

● **حمید روشنی، بازرس تطبیق و مبارزه با پولشویی ستاد - مدیریت تطبیق و مبارزه با پولشویی**

توی جامعه کنونی زبان بدن آن قدر مهم و قابل توجه هستش که بخشی از آموزش کارکنان در کلیه مراکز اقتصادی رو به خودش اختصاص داده. من در این جامعه بارها به عنوان شخص قضاوت کننده یا قضاوت شونده قرار گرفتم و با اطمینان میگم در بسیاری از موارد زبان بدن می تونه بسیار بهتر از کلام تأثیرگذار باشه. مثل زمانی که شما یک حرف خوب یا بد رو با چهره متفاوت بیان می کنید. یا درخواستی که داریم رو با زبان بدن نابجا بیان می کنیم.

● **محمد علی رزمی آرا - کارشناس ارشد روش های اعتباری و ارزی مدیریت بهبود و کیفیت**

یادم میاد در یک دوره بانک سریال «Lie to me» پیشنهاد شد که اتفاقاً محوریت آن بررسی زبان بدن توسط یک گروه متخصص و استعدادیاب جنایی بود. پیشنهاد می کنم این سریال رو تماشا کنید. برخی از قسمت ها نشان میده گاهی اوقات متخصصین زبان بدن هم اگر همه ابعاد موضوع رو ندانند دچار اشتباه قضاوت می شوند؛ بنابراین باید از قضاوت زود هنگام اجتناب کنیم.

● **صابر رضائی، بانکدار عملیات - شعبه اراک**

زبان بدن (Body Language): بخش «غیر کلامی ارتباطات» که شامل حرکات بدن، حالت چهره، تماس چشمی، وضعیت فیزیکی و حتی تن صدا میشه.

در مورد درجه اهمیت طبق تحقیقات افراد و مؤسسه های مختلف، ۵۵ تا ۹۳٪ از برداشت اولیه ما از دیگران تحت تأثیر ارتباطات غیر کلامی.

مثل دروغ، صداقت، ترس، استرس، عدم اطمینان مثلاً در بعضی مواقع افراد هنگام دروغگویی نمی توانند ارتباط مستقیم چشمی برقرار کنند یاد گرفتن زبان بدن مهم است؛ چون نه تنها در بدن زندگی ما هست، بلکه بخشی از موفقیت‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد برای مثال: فیلم‌های چارلی چاپلین که بدون یک کلمه و از طریق ارتباطات غیر کلامی احساسات مخاطب را درگیر می‌کند

● **حسین استادی، بانکدار فروش - شعبه بلوار فرامرز عباسی مشهد**
به نظر من زبان بدن نقش بسیار مهمی در قضاوت ما نسبت به دیگران دارد. حرکات، حالت چهره، تماس چشمی و حتی فاصله فیزیکی می‌تواند اطلاعات زیادی درباره احساسات، نیت‌ها و شخصیت فرد منتقل کنند. به‌طور کلی:

فهمیدن احساسات و عواطف:

زبان بدن می‌تواند احساسات واقعی فرد را نشان دهد، حتی اگر کلمات او چیز دیگری بگویند. برای مثال، یک لبخند واقعی با تغییرات خاصی در چشم‌ها همراه است که می‌تواند نشان‌دهنده شادی واقعی باشد.

اعتماد به نفس:

افرادی که زبان بدن مطمئن دارند، معمولاً به عنوان افراد قوی و قابل اعتماد دیده می‌شوند. نشانه‌هایی مانند ایستادن با شانه‌های باز و تماس چشمی می‌تواند احساس اعتماد به نفس را منتقل کنند.

نیت‌ها و انگیزه‌ها:

حرکات دست، فاصله فیزیکی و حالت بدن می‌تواند نیت‌های فرد را نشان دهند. برای مثال، اگر کسی در حین صحبت کردن به سمت شما خم شود، ممکن است نشان‌دهنده علاقه و توجه او باشد.

تأثیر بر ارتباطات:

زبان بدن می‌تواند تأثیر زیادی بر کیفیت ارتباطات داشته باشد. اگر زبان بدن یک فرد با کلمات او همخوانی نداشته باشد، ممکن است باعث سردرگمی یا بی‌اعتمادی شود.

در نهایت، زبان بدن می‌تواند به ما کمک کند تا بهتر دیگران را درک کنیم و ارتباط مؤثرتری برقرار کنیم، اما باید به یاد داشت که این قضاوت‌ها نباید تنها بر اساس زبان بدن انجام شوند و باید با دقت و در نظر گرفتن زمینه‌های مختلف صورت گیرد.

● **مصطفی مزینانی، معاون اداره تجربه و ارتباطات کارکنان، مدیریت سرمایه انسانی**

جالبه بدونیم که بیشتر برداشت‌هایی که از بقیه داریم، نه از حرف‌هاشونه، بلکه از رفتارها و زبان بدنشونه. طبق تحقیقات معروف دکتر آلبرت مهربیان (۱۹۷۲)، فقط ۷٪ از پیام‌های احساسی از طریق کلمات منتقل میشه، ۳۸٪ از طریق لحن صدا، و یه چیزی حدود ۵۵٪ از طریق زبان بدن! یه تحقیق دیگه توسط ویلیس و تودوروف (۲۰۰۶) نشون میده که ما تو کمتر از ۱۰۰ میلی ثانیه از دیدن چهره یه نفر، یه تصور اولیه تو ذهنمان شکل می‌دهیم. یعنی حتی فرصت فکر کردن هم نداریم!

یه پژوهش جدیدتر هم که توسط Schlegel و همکاران (۲۰۲۰) انجام شده، میگه توانایی درک نشانه‌های غیر کلامی می‌تونه تأثیر زیادی تو موفقیت اجتماعی و کاری داشته باشه.

پس رفتار مردم مثل یه لبخند کوچک، یه دست دادن محکم، یا حتی نحوه

ایستادن — خیلی بیشتر از چیزی که فکر کنیم روی قضاوت‌ها مون اثر می‌ذاره. شاید بد نباشد یه بار دیگه قبل از قضاوت کردن، بیشتر دقت کنیم. منابع این نوشته در کامنت مربوطه در همسا موجود است.

● **مهدی یوسفی، کارشناس فروش غیر حضوری - مدیریت جذب و فروش**

زبان بدن افراد تأثیر خیلی زیادی در قضاوت اولیه من نسبت به آن‌ها دارد. نحوه ایستادن، نگاه کردن، حرکات دست، حتی میزان راحتی یا اضطرابشان، خیلی چیزها را درباره شخصیت یا احساسات لحظه‌ای‌شان منتقل می‌کند. البته سعی می‌کنم آگاه باشم که این برداشت‌های اولیه همیشه دقیق نیستند و فقط یک بخش از تصویر کلی هستند.

● **محمد جعفرپور، کارشناس ارشد بررسی مطالبات در معرض ریسک - مدیریت پیگیری مطالبات**

زبان بدن ابزار قدرتمندی که روی قضاوت اولیه خیلی تأثیر داره، چون انسان‌ها ناخودآگاه قبل از تحلیل منطقی، حس و تصویر کلی از طرف مقابل می‌گیرند.

بیشتر برداشت اولیه ما از افراد، از حالت بدن، طرز نشستن یا ایستادن، حالت دست‌ها، چشم‌ها و لبخند یا اخم آن‌ها شکل می‌گیرد، نه از حرفی که می‌زنند. این تأثیر مخصوصاً توی برخوردهای اول (مثل مصاحبه کاری، جلسه مهم، یا اولین دیدار) خیلی قوی‌تره.

حتی زبان بدن می‌تونه یک حرف درست رو هم نامعتبر نشون بده یا برعکس!

● **مرتضی افشار، کارشناس ارشد بررسی مطالبات در معرض ریسک - مدیریت پیگیری مطالبات**

زبان بدن تأثیر زیادی روی قضاوت دیگران درباره ما دارد. بخش عمده‌ای از برداشت اولیه بر پایه زبان بدن شکل می‌گیرد و به صورت ناخودآگاه پیام‌هایی به طرف مقابل منتقل می‌کند. نوع نگاه کردن، حرکت دست‌ها و سر، لبخند روی لب و... مواردی هستند که در کنار کلام، پیام ما را به طرف مقابل منتقل می‌نمایند.

● **عادل برزگری، بانکدار عملیات - شعبه اروند**

به نظر من، بهترین مثال برای این سوال، فیلم‌های «چارلی چاپلین» است که بدون حتی یک کلمه، صرفاً با ارتباطات غیر کلامی، بسیار بیشتر از هر فیلم دیگری احساسات انسان را درگیر می‌کند. طبق تحقیقات حدود ۶۰ درصد پیام‌های ما بصورت غیر کلامی و با استفاده از زبان بدن منتقل می‌شود. یعنی اگر به این مهارت توجه نکنیم، فقط از حدود ۴۰ درصد توانایی خود در ارتباطاتمان استفاده می‌کنیم.

قطعا زبان بدن تأثیر بسزایی در ارتباط مان دارد و اگر بخوایم مثال بهتری بزنین؛ زمانی که فرد قصد دروغ گفتن به ما را دارد، با توجه به رفتار و زبان بدن فرد می‌توان فهمید که زبان بدن فرد از حالت طبیعی خارج شده است یا خیر.

● **داریوش جهانگیرمقدم، بانکدار فروش تخصصی - شعبه حافظ اصفهان**

قضاوت‌های بی‌طرفانه ما به صورت ناخودآگاه و تا اندازه بسیار زیادی، تحت تأثیر مستقیم عواملی مثل وضعیت و حالات روحی و روانی خودمان، محیط و شرایط لحظه‌ای، کلیشه‌ها و باورهای اجتماعی (جنسیت، سن، نژاد

، لهجه)، لحن صدا، لباس و ظاهر افراد قرار دارد. تأثیر این عوامل در نتیجه قضاوت‌هایمان، نقشی تعیین کننده دارد و موجب می‌شود تا با نادیده گرفته شدن شخصیت، ارزش‌ها و رفتارهای واقعی دیگران و تنها بر اساس تصویری از پیش تعیین شده و اطلاعاتی محدود، قضاوت‌های کاملاً نادرست و اشتباه از زبان بدن و رفتار غیرکلامی افراد، داشته باشیم.

● محمد شاه‌ماری نمین، مسئول دفتر - مدیریت حراست

زبان بدن شامل رفتارهای فیزیکی می‌شود که از طریق آن همیشه راجع به احساسات و افکار شخص اطلاعات بدست آورد و تصمیم‌گیری کرد که البته تغییرپذیر هستند و سهم قابل توجهی در تصمیماتی که می‌گیریم دارد پیشنهاد می‌کنم دوستانی که تمایل دارند راجع به زبان بدن بیشتر بدون کتاب زبان بدن آلن پیز رو مطالعه کنند.

● جواد خانکش زاده فرد، کارشناس بیمه و مالیات - مدیریت حسابداری و خزانه داری

زبان بدن، زبان مشترکی است که باعث می‌شود در روابط انسانی دیگران را بهتر درک کنیم و کیفیت روابط را بالاتر ببریم. در مذاکره، به ما کمک می‌کند موضع و خواست طرف مقابل را بهتر درک کنیم و همچنین راحت‌تر افراد را متقاعد کنیم. در سخنرانی، به ما کمک می‌کند با اعتماد به نفس بیشتر اثرگذاری سخنانمان را بالاتر ببریم.

● علیرضا مقدسی، بانکدار فروش تخصصی - شعبه بازار

زبان بدن افراد تأثیر خیلی زیادی روی قضاوت دیگران درباره‌ی آن‌ها دارد. حتی بیشتر از حرف‌هایی که می‌زنند. یعنی وقتی کسی را می‌بینیم، قبل از اینکه دقیق به حرف‌هایش گوش کنیم، از روی حرکات بدن، حالت صورت، تماس چشمی و طرز ایستادن یا نشستن او، درباره‌اش قضاوت می‌کنیم، یعنی بیش از نیمی از برداشت ما از یک نفر، از زبان بدن اوست، نه از کلماتش. به طور مثال:

فرض کن دو نفر بهت میگن «از دیدنت خوشحالم». نفر اول با لبخند، تماس چشمی خوب و بدنی باز این جمله رو میگه.

نفر دوم بدون لبخند، با بدن بسته (دست به سینه) و نگاه کردن به زمین این حرفو می‌زنه. هر دو یک جمله میگن، ولی تو احتمالاً حرف نفر اول رو باور می‌کنی و حس خوبی ازش می‌گیری، چون زبان بدنش با حرفش هماهنگه. اما به نفر دوم شک می‌کنی یا احساس سردی می‌کنی، چون زبان بدنش نشون میده واقعاً خوشحال نیست.

در نتیجه: ما ناخودآگاه بیشتر به زبان بدن توجه می‌کنیم تا کلمات.

● عبدالرضا مهدوی نسب، کارشناس رسیدگی اسناد، مدیریت تطبیق و مبارزه با پول‌شویی

زبان بدن افراد معمولاً تأثیر بسیار زیادی در قضاوت اولیه ما نسبت به آن‌ها دارد، طبق تحقیقات روانشناسی، چیزی حدود ۵۵٪ از برداشت اولیه ما از دیگران بر پایه‌ی زبان بدنشونه (مثل حالت صورت، ژست‌ها، طرز ایستادن یا نشستن)، در حالی که فقط ۷٪ مربوط به محتوای کلامیه و ۳۸٪ مربوط به لحن و تن صداست.

یعنی قبل اینکه حتی بفهمیم دقیقاً چی می‌گن، بدنشون داره پیام‌های زیادی به ما منتقل می‌کنه:

* اعتماد به نفس یا عدم اعتماد

* صداقت یا عدم صداقت

* حالت دفاعی یا باز بودن به ارتباط

* احساسات واقعی مثل استرس، عصبانیت، شادی و ...

● مونا سادات غلمانی، مسئول دفتر - مدیریت بازاریابی و توسعه محصول

زبان بدن یک رفتار غیرکلامیه و نقش کلیدی و مؤثری در ارتباطات و قضاوت دیگران خصوصاً در اولین برخورد دارد، حتی اگر مؤثرترین حرف‌ها هم زده بشه اگر زبان بدن نامناسب باشه تأثیرگذاری و نفوذ کلام کمی داره و پیام به درستی منتقل نمیش. برای قضاوت صحیح دیگران از طریق زبان بدن باید عواملی مثل تناسب حرکات با شرایط، حالات چهره و حالات بدن در نظر گرفته بشه تا احساسات و نیت واقعی قابل درک باشه

● حامد دورقی نژاد، بانکدار فروش - شعبه اروند

تحقیقات متعددی نشان داده‌اند که حدود ۹۳ درصد قضاوت افراد از یکدیگر بر اساس انواع زبان بدن آن‌ها است و پیام‌های کلامی تنها ۷ درصد از قضاوت افراد را شکل می‌دهد. زبان بدن به معنای تمام پیام‌های غیرکلامی از جمله حرکات چشم‌ها، دست‌ها، پاها یا حالت بدنی است که احساسات و انگیزه‌های افراد را به صورت غیرمستقیم نشان می‌دهد.

وقتی برای اولین بار فردی را ملاقات می‌کنیم، از روی آنچه می‌بینیم درباره کیفیت رابطه، یا احتمال صمیمی شدن با وی، قضاوت می‌کنیم. واژه‌ها و کلمات عمدتاً برای انتقال اطلاعات هستند، در حالیکه زبان بدن، صادقانه‌تر نگرش‌های شخصی منعکس می‌کند.

شخص ماهر با گوش دادن به صدای افراد باید بتواند تشخیص دهد که او چه حرکتی می‌خواهد انجام دهد و حتی با مشاهده حرکات شخص، زبانی که می‌خواهد با آن صحبت کند را پیش‌بینی کند.



برند

خمیرمایه کسب و کار

| علی جوانمردی - ایده پرداز و فعال اقتصادی |

برند چیست؟ برند، یک محصول یا یک کسب و کار و تجارت با هویت متمایز و مشخص در بین مصرف کنندگان است. یک برند از طریق طراحی، بسته بندی و عناصر تبلیغاتی ایجاد می شود که محصول را از رقبای خود متمایز می کند. برند به ارزش ویژه محصولات و نوع کسب و کار شرکت کمک می کند. یک نام تجاری موفق ارزش زیادی به یک شرکت می افزاید و به آن برتری رقابتی نسبت به سایرین در همان صنعت می دهد. به این ترتیب، بسیاری از شرکت ها برای محافظت قانونی از مارک های خود، علائم تجاری ثبت می کنند.

یک برند موفق، می تواند کیفیت یک محصول را به مصرف کننده منتقل کند. طراحی، لوگو، بسته بندی و پیام تبلیغاتی یک محصول همگی برای انتقال پیام برند به مصرف کننده و مشتری هماهنگ شده اند. برندها اغلب جزو مهم ترین و با ارزش ترین دارایی های یک شرکت هستند. شرکت ها می توانند با ثبت علائم تجاری از برندهای خود محافظت کنند.

برند یک ویژگی خاص است که محصولات و خدمات یک شرکت را مشخص می کند. این ویژگی می تواند نام، شعار، لوگو یا طرح باشد. برخی از نمونه های رایج عبارتند از شعارهایی که وقتی می بینید یا می شنوید، شانس بسیار خوبی برای شناسایی شرکت و محصولات و خدمات آن کسب و کار وجود دارد.

شرکت ها زمان و هزینه قابل توجهی را صرف توسعه و حفظ برندهای خود می کنند، به همین دلیل است که تحقیقات و بازاریابی بطور کاملاً محسوسی با برندسازی درگیر است. پس از تأسیس، شرکت ها به دنبال راه های قانونی برای محافظت از برندهای خود مانند علائم تجاری و طرح تجاری خود هستند، زیرا آنها به دارایی های ارزشمند کسب و کار تبدیل می شوند و اعتبار اصلی کسب و کار هستند.

برندها برای یک محصول پیامی را منتقل می کنند که محصول مؤثرتر، استفاده آن آسان تر، طعم آن بهتر، ارزان تر، شکیل تر، کارایی بالاتر، یا از نظر محیطی سالم تر از رقبای خود است. این امر به ویژه زمانی چالش برانگیز است که محصولات های جایگزین ارزان تری وجود داشته باشد.

برندهای جدیدتر برای تثبیت خود با مصرف کنندگان با فوریت بیشتری روبه رو هستند. برای ایجاد وفاداری مشتری، یک نام تجاری باید نحوه ارائه محصول خود را بیان کند، خواه آن را برای مشتریان لذت بخش، کاربردی، ارزشمند و به یاد ماندنی کند، خواه با شرایط ختنص تری به دست مشتریانش برسد. بخش اصلی ساخت یک برند، درک دلخواه مشتری برای دانستن نحوه ارائه هر یک از جنبه های مورد استفاده محصول است.

بازاریابی موفق، جلوه و نام برند یک شرکت را حداقل در لحظه تصمیم گیری در ذهن مردم نگه می دارد. به همین دلیل است که برند به عنوان یکی از با ارزش ترین و مهم ترین دارایی های یک شرکت در نظر گرفته می شود. ارزش پولی فوق العاده ای دارد که هم بر نرخ نهایی و هم بر ارزش سهامداران تأثیر می گذارد.

یک شرکت می تواند از برند خود جدایی ناپذیر شود. مثال کوکاکولا، نام خود شرکت است، و منحصر بفرد در میان صدها برند دیگر است. چرا علامت تجاری؟ علائم تجاری مالکیت انحصاری یک نام تجاری و ابزارهای بازاریابی مرتبط با آن را مشخص می کند. ثبت علائم تجاری مانع از استفاده دیگران از محصولات یا خدمات تقریباً یکسان بدون اجازه شما می شود.

مفهوم نام تجاری ممکن است به سال ۲۰۰۰ قبل از میلاد برگردد. زمانی که بازرگانان شروع به بررسی چگونگی فروش موثر اجناس خود کردند. بازرگانان در بابل باستان زمینه های فروش را برای جذب مشتریان ایجاد کردند. صنعتگران برای نشان دادن منشأ آنها، نمادهایی را بر روی کالاهای خود مارک یا حک می کردند.

کلمه نام تجاری برای بازاریابی محصول ممکن است در قرن نوزدهم استفاده شود، زمانی که دامداران غربی شروع به استفاده از داغی برای علامت گذاری دام های خود با حروف اول مزرعه یا نماد آن کردند. هدف اولیه آنها محافظت بود و شاید به بازاریابی نمی اندیشیدند اما ماندگار شد.

هنگامی که یک شرکت به دنبال تعریف تصویر عمومی خود است، ابتدا باید هویت برند خود را مشخص کند یا اینکه بداند چگونه می خواهد توسط عموم دیده شود. هدف این است که برند را برای مصرف کننده، به یاد ماندنی و جذاب کند.

شرکت ممکن است از یک شرکت طراحی یا نرم افزاری طراحی لوگو برای ارائه ایده هایی برای جنبه های بصری یک نام تجاری، مانند لوگوی آن، استفاده کند. یک برند موفق پیام یا احساسی را که شرکت می خواهد به مشتریانش منتقل کند، دقیقاً به تصویر می کشد. این منجر به آگاهی از برند یا شناخت وجود برند و آنچه ارائه می دهد می شود.

هنگامی که یک برند احساس مثبتی را در بین مخاطبان هدف خود ایجاد کرد، گفته می شود که شرکت ارزش ویژه برند را ایجاد کرده است. برخی از شرکت های دارای ارزش ویژه برند و برندهای بسیار شناخته شده محصولات عبارتند از دیزنی، کوکاکولا، فراری، اپل و نایک که درواقع نام شرکت و آن کسب و کار بنام برندش شناخته می شود.

اگر یک برند به درستی در میان مشتریان جا بیفتد، منجر به افزایش فروش نه تنها برای محصول کنونی در حال فروش، بلکه برای سایر محصولات فروخته شده توسط همان شرکت می شود. یک نام تجاری خوب باعث ایجاد اعتماد می شود و مصرف کننده پس از داشتن یک تجربه خوب با یک محصول، احتمال بیشتری دارد که محصول دیگری مرتبط با همان برند را امتحان کند. این پدیده به عنوان وفاداری به برند شناخته می شود.

مصرف کنندگان برندهایی را می خردند که منعکس کننده ارزش های آنها باشد. تحقیقات بازار در سال ۲۰۲۲ گزارش داد که تلاش های مسئولیت اجتماعی یک برند برای ۶۴ درصد از مصرف کنندگان مهم است. برندسازی شرکتی راهی برای شرکت ها برای افزایش شهرت و تمایز خود از رقبای در صنایع خود است.

پیشگیری از حوادث دلخراش

باید منابع سوخت و احتراق را شناسایی کرده و اقدامات احتیاطی عمومی در برابر آتش سوزی، از جمله راه‌های فرار، هشدار و اطفاء حریق را بر اساس ارزیابی ریسک آتش سوزی خود تعیین کنید. هر ساله تعداد زیادی از مردم در اثر آتش سوزی جان خود را از دست می‌دهند یا به شدت مجروح می‌شوند. آتش سوزی در ساختمان‌ها تهدید بزرگی برای ایمنی ساکنان محسوب می‌شود. هدف از بررسی سیستماتیک، شناسایی اقدامات پیشگیرانه برای آسیب‌های مرتبط با آتش سوزی در ساختمان‌های مسکونی، با در نظر گرفتن عوامل خطر مرتبط است. مطالعه دسته اصلی اقدامات پیشگیرانه و عوامل خطر برای آتش سوزی ساختمان‌های مسکونی و آسیب‌های مرتبط قابل تأمل است. در مورد اقدامات پیشگیرانه، عواملی که در مطالعات مورد بررسی برای کاهش خطر آسیب‌های مرتبط با آتش سوزی مطرح شده‌اند شامل اصلاح قوانین، تغییرات و اصلاح محیط، تغییر رفتار مانند تخلیه اضطراری در هنگام وقوع آتش سوزی، بهبود خدمات پزشکی اورژانس و افزایش آگاهی است. سیاست‌گذاران باید به این مسائل مهم توجه بیشتری داشته باشند تا ایمنی و پیشگیری از آسیب‌ها را در رابطه با آتش سوزی‌ها ارتقا دهند.

خبر روز

یک الزام جدی برای صادرکننده چک

محاسبه نشدن مبلغ مسدود شده در حساب جاری بابت چک برگشتی و الزام صادرکننده به تأمین مبلغی بیش از کسری مبلغ چک در زمان رفع سوءاثر، به عنوان تخلف بانکی بوده و این مهم ضمن بازرسی حضوری جهت بررسی فرآیند اجرای بخشنامه مذکور، با خاطیان مطابق قوانین و مقررات مربوطه برخورد قانونی صورت خواهد گرفت. به گزارش ایرنا به نقل از بانک مرکزی، براساس بخشنامه شماره ۰۴.۳۱۴۷۰ مورخ ۱۰ اردیبهشت ماه ۱۴۰۴ این بانک؛ موضوع عدم محاسبه مبلغ مسدود

| پریسا حاجی محمدی - دکتری کسب و کار حرفه‌ای DBA |
بیشتر آتش سوزی‌ها قابل پیشگیری هستند. افرادی که مسئول محل‌های کار و ساختمان‌ها و مکان‌هایی هستند که عموم مردم به آنها دسترسی دارند، می‌توانند با اتخاذ رویه‌های صحیح از بروز چنین اتفاقات تکرار شونده‌ای جلوگیری کنند.

کاری که باید انجام دهید چیست؟ کارفرمایان باید ارزیابی ریسک ایمنی در برابر آتش سوزی را انجام داده و آن را بروز کنند. اینکار رویکردی مشابه ارزیابی ریسک سلامت و ایمنی دارد و می‌تواند بخشی از ارزیابی ریسک پروژه در محل‌های خطیر بسیار ضروری باشد.

بر اساس یافته‌های ارزیابی، کارفرمایان باید اطمینان حاصل کنند که اقدامات ایمنی در برابر آتش سوزی کافی و مناسب برای به حداقل رساندن خطر آسیب یا از دست دادن جان افراد، ذدر صورت آتش سوزی انجام شده است. به یاد داشته باشید که ارزیابی ریسک خود را نیز بایستی مرتباً مرور و بروزرسانی کنید.

برای کمک به جلوگیری از آتش سوزی در محل کار، ارزیابی ریسک شما باید عواملی را که می‌توانند باعث شروع آتش سوزی شوند، مانند منابع احتراق (گرما یا جرقه) و موادی که می‌سوزند و افرادی که ممکن است در معرض خطر باشند، شناسایی کند. پس از شناسایی خطرات، می‌توانید اقدامات مناسبی را برای کنترل آنها انجام دهید. در نظر بگیرید که آیا می‌توانید به طور کامل از آنها اجتناب کنید یا اگر این امکان وجود ندارد، چگونه می‌توانید خطرات را کاهش داده و آنها را مدیریت کنید. منابع احتراق و مواد قابل اشتعال را از هم جدا و دور نگهداری کنید و اطمینان حاصل کنید که کارگران شما آموزش‌های مناسب در مورد رویه‌هایی که باید دنبال کنند، از جمله تمرین‌های آتش‌نشانی، دریافت می‌کنند.



موضوع توسط «کمیسیون اصل نود مجلس شورای اسلامی»، موارد زیر جهت استحضار و صدور دستور مقتضی در این رابطه ارسال می‌شود. موضوع عدم محاسبه مبلغ مسدود شده در حساب جاری بابت چک برگشتی و الزام صادرکننده به تامین مبلغی بیش از کسری مبلغ چک در زمان رفع سوء اثر، به استناد بند (۱) جزء (الف) ماده ۲۳ قانون بانک مرکزی مصوب ۳۰ خرداد ماه ۱۴۰۲ مجلس شورای اسلامی به عنوان تخلف بانکی بوده و ضمن بازرسی حضوری جهت بررسی فرآیند اجرای بخشنامه مذکور، با خاطیان مطابق جزء (ب) ماده مذکور و دیگر قوانین و مقررات مربوطه برخورد قانونی صورت خواهد پذیرفت.

همچنین این امکان برای کلیه مشتریان بانکها و موسسات اعتباری توسط بانک مرکزی فراهم گردیده است که در صورت مشاهده تخلف در این زمینه درخواست خود را در سامانه ارتباطات مردمی این بانک به آدرس CRM.CBI.IR ثبت و یا با شماره ۲۷۰۶ (مرکز تماس بانک مرکزی) تماس حاصل کنند. متعاقباً این بانک نسبت به بررسی تخلف گزارش شده در این زمینه اقدام می‌کند.

حسب ابلاغ بخشنامه شماره ۰۴/۱۷۹۵۵ مورخ ۳۰ فروردین ماه ۱۴۰۴ به کلیه مدیران روابط عمومی بانکها و موسسات اعتباری، ضروری است دستور فرمایید اطلاعیه پیوست دراین خصوص که شامل شرح کامل کلیه مراتب فوق است، جهت اطلاع رسانی به مشتریان در تمامی شعب و در معرض دید عموم قرار گیرد.

در پایان خواهشمند است دستور فرمایید ضمن بررسی موضوع، اقدامات مقتضی جهت اجرای دقیق و کامل مراتب پیش گفت در آن بانک صورت پذیرفته و به قید تسریع و با لحاظ مفاد بخشنامه شماره ۹۶/۱۴۹۱۵۳ مورخ ۱۳۹۶/۵/۱۶ به تمامی واحدهای ذی ربط آن بانک ابلاغ و نظارت دقیق بر حسن اجرای آن به عمل آید.»

شده در حساب جاری بابت چک برگشتی و الزام صادرکننده به تامین مبلغی بیش از کسری مبلغ چک در زمان رفع سوء اثر، به استناد بند (۱) جزء (الف) ماده ۲۳ قانون بانک مرکزی مصوب ۳۰ خرداد ماه ۱۴۰۲ مجلس شورای اسلامی به عنوان تخلف بانکی بوده و ضمن بازرسی حضوری جهت بررسی فرآیند اجرای بخشنامه مذکور، با خاطیان مطابق جزء (ب) ماده مذکور و دیگر قوانین و مقررات مربوطه برخورد قانونی صورت خواهد پذیرفت.

متن این بخشنامه به شرح ذیل است:

«پیرو بخشنامه شماره ۰۳/۲۵۸۸۱۰ مورخ ۲۳ دی ماه ۱۴۰۳ و حسب بررسی‌های صورت گرفته، با وجود ابلاغ بخشنامه شماره ۰۲/۶۲۰۷۸ مورخ ۲۱ خرداد ماه ۱۴۰۳ مدیریت کل مقررات، مجوزهای بانکی و مبارزه با پولشویی درخصوص اصلاح رویه ناظر بر مسدودی مبالغ حساب‌های صادرکنندگان چک‌های برگشتی و پیگیری‌های مکرر این بانک، تکالیف قانونی مقرر در مفاد بخشنامه مذکور در برخی از شعب به درستی اجرا نمی‌شود. به نحوی که پس از مسدودی وجه در حساب جاری صادرکننده چک، بدون لحاظ مبلغ مسدودی مذکور، صاحب حساب را ملزم به تامین کل مبلغ چک برگشتی می‌کنند که این رویه مغایر با مفاد مقررات مربوطه بوده و مشکلات عدیده‌ای برای اشخاص در تامین وجه چک به وجود آورده است. این در حالی است که براساس مفاد بخشنامه فوق‌الاشاره، در صورت مسدودسازی بخشی از مبلغ چک در حساب جاری صادرکننده، شخص صاحب حساب می‌بایست این امکان را داشته باشد تا با واریز مابه‌التفاوت مبلغ چک و مبلغ مسدود شده در حساب جاری خود بابت همان چک، نسبت به تکمیل وجه چک اقدام کرده و بدین طریق زمینه رفع سوء اثر چک را فراهم کند.

باتوجه به اهمیت اجرای صحیح قوانین و مقررات مذکور و تاثیر مستقیم آن در جلوگیری از مشکلات حقوقی و مالی اشخاص و همچنین پیگیری



مهدي نجفي |
کارشناس ارشد حوزه ارتباطات



ماموریت، وظایف و تحولات نوین روابط عمومی

روابط عمومی به عنوان قلب تپنده ارتباطات سازمانی، نقش حیاتی در ایجاد اعتماد، کسب اعتبار و تعامل با مخاطبان دارد. تحولات نوین در این حوزه، سازمان‌ها را به سمت فناوری‌های دیجیتال و ارتباطات تعاملی سوق داده است. این یادداشت، ضمن بررسی مأموریت‌های بنیادین روابط عمومی، وظایف این حوزه، تحولات نوین و تفاوت‌های ایران و جهان را تحلیل می‌کند.

الف) وظایف درون سازمانی:

۱. همسوسازی کارکنان با مأموریت سازمان:
 - انتشار اخبار و دستاوردهای داخلی از طریق خبرنامه‌ها، جلسات توجیهی و شبکه‌های ارتباطی داخلی.
 - تقویت فرهنگ سازمانی بر پایه ارزش‌های مشترک و مأموریت محوری.
۲. مدیریت بحران‌های داخلی:
 - طراحی برنامه‌های ارتباطی برای کنترل شایعات، کاهش تنش‌ها و حفظ انسجام تیمی.
 - آموزش کارکنان در حوزه ارتباطات حرفه‌ای و اصول گفت‌وگوی اثربخش.
۳. تقویت مشارکت کارکنان:
 - ایجاد کانال‌های باز برای دریافت بازخوردها و پیشنهادات کارکنان.
 - ترغیب کارکنان به نقش‌آفرینی به عنوان سفیران برند سازمان.

ب) وظایف برون سازمانی:

۱. مدیریت روابط با رسانه‌ها و افکار عمومی:
 - تولید محتوای هدفمند برای رسانه‌ها و مدیریت ارتباط با خبرنگاران و تأثیرگذاران.
 - پایش مستمر اخبار و تحلیل واکنش‌های عمومی برای اصلاح استراتژی‌های ارتباطی.

مأموریت روابط عمومی

روابط عمومی، پلی میان سازمان و جامعه است که با ایجاد اعتماد، اعتباربخشی و اطمینان‌آفرینی، زمینه‌ساز ارتباط مؤثر و ماندگار می‌شود. این مأموریت‌ها شامل موارد زیر هستند:

۱. اعتمادسازی (Trust Building): سازمان‌ها با بهره‌گیری از ارتباطات شفاف و صادقانه، اعتماد ذینفعان را جلب می‌کنند. این فرآیند با استفاده از ابزارهای ارتباطی مدرن، مدیریت انتظارات و جلوگیری از شکاف میان وعده‌ها و عملکرد محقق می‌شود.
۲. کسب اعتبار (Credibility Establishment): تولید محتوای علمی، کارشناسی و مبتنی بر شواهد، جایگاه سازمان را به عنوان مرجع معتبر در حوزه فعالیت خود تقویت می‌کند. پایبندی به ارزش‌های اخلاقی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی نیز در این مسیر مؤثر است.
۳. اطمینان‌بخشی به مخاطبان (Audience Confidence): ارائه اطلاعات دقیق، شفاف و به‌موقع، حس امنیت و اطمینان را در مخاطبان تقویت می‌کند. همچنین، پاسخگویی فعال به نگرانی‌ها و تبدیل تهدیدها به فرصت‌های ارتباطی از دیگر اقدامات کلیدی روابط عمومی است.

وظایف روابط عمومی

روابط عمومی به دو بخش اصلی تقسیم می‌شود: وظایف درون سازمانی و برون سازمانی. این وظایف علاوه بر نقش ارتباطی، به یکپارچگی سازمان و تعامل مؤثر با جامعه کمک می‌کنند.



۲. تعامل با جامعه و ذینفعان خارجی:

- برگزاری کمپین‌های مسئولیت اجتماعی (CSR) و مشارکت در رویدادهای جامعه‌محور.
- ایجاد و تقویت روابط بلندمدت با نهادهای حاکمیتی، شرکت‌ها و سازمان‌های مرتبط.

۳. حفاظت از اعتبار سازمان:

- پاسخگویی سریع و حرفه‌ای به بحران‌های رسانه‌ای با رویکرد شفافیت و پذیرش مسئولیت.
- بهره‌گیری از ابزارهای دیجیتال مانند شبکه‌های اجتماعی و وبسایت برای انتقال پیام‌های مثبت و اصلاح تصورات نادرست.

- استفاده از هوش مصنوعی و تحلیل داده‌ها: سازمان‌ها با بهره‌گیری از الگوریتم‌های پیشرفته، رفتار مخاطبان را تحلیل کرده و پیام‌های شخصی‌سازی شده ارائه می‌دهند.
- رسانه‌های اجتماعی و ارتباطات تعاملی: پلتفرم‌های دیجیتال به بستری برای تعامل مستقیم با مخاطبان تبدیل شده‌اند که امکان مدیریت بحران و اطلاع‌رسانی سریع را فراهم می‌کنند.
- روابط عمومی دیجیتال: وبسایت‌ها، پلتفرم‌های آنلاین و کمپین‌های دیجیتال جایگزین روش‌های سنتی شده‌اند و ارتباطات گسترده‌تر و سریع‌تر را امکان‌پذیر می‌کنند.

مقایسه روابط عمومی در ایران و جهان

روابط عمومی در ایران، با وجود پیشرفت‌های قابل توجه، همچنان با چالش‌هایی مواجه است. برخی تفاوت‌های کلیدی میان ایران و کشورهای پیشرو در این حوزه به شرح زیر هستند:

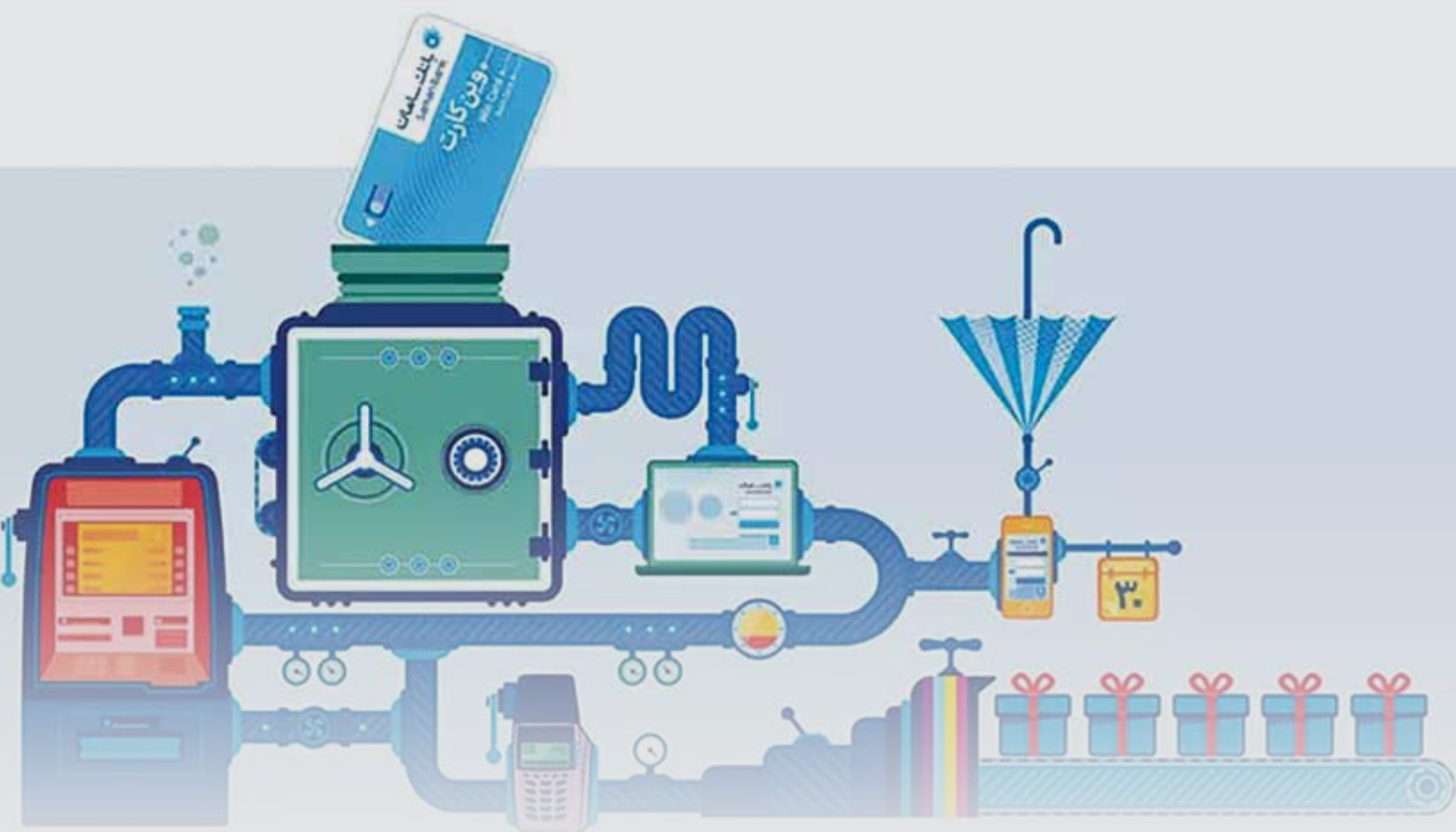
تحولات نوین روابط عمومی

با توسعه فناوری، روابط عمومی نیز از شکل سنتی خود فاصله گرفته و به سمت ابزارهای نوین حرکت کرده است. برخی از تغییرات مهم شامل موارد زیر هستند:

شاخص	ایران	کشورهای پیشرو
استفاده از فناوری	در حال رشد، اما با محدودیت‌های زیرساختی	بهره‌گیری گسترده از هوش مصنوعی و داده‌کاوی
تعامل با رسانه‌ها	وابستگی به رسانه‌های سنتی	استفاده از رسانه‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی
مدیریت بحران	واکنش‌های کند و محدود	پاسخگویی سریع و شفاف
شفافیت و اعتمادسازی	چالش در جلب اعتماد عمومی	تمرکز بر شفافیت و ارتباطات دوسویه

جمع‌بندی نهایی

روابط عمومی نه تنها مأموریت اعتمادسازی، بلکه با اجرای وظایف درون‌سازمانی و برون‌سازمانی، تصویر مثبت و قابل اعتمادی از سازمان ارائه می‌دهد. با تحولات نوین و دیجیتالی شدن روابط عمومی، ایران باید از تجربیات کشورهای پیشرو بهره‌گیرد و روش‌های سنتی را با فناوری‌های جدید تلفیق کند.



اسامی برندگان وین کارت

قرعه کشی زمستان ۱۴۰۳

برندگان جایزه صد میلیون تومانی

ردیف	نام شعبه	نام و نام خانوادگی	ردیف	نام شعبه	نام و نام خانوادگی
۱	آفریقا	آزاده عبداللہیان	۱۱	جهانشهرکرج	حسین اسلامی تبار
۲	مرکزی	روح اله ابراهیم نیا	۱۲	شهریار	اکرم السادات حسینی
۳	مرکزی	امید قاسمی	۱۳	شهریار	سمیه بیگلری
۴	اصفهان	محسن فتاح الجنان	۱۴	قم	حسین بیکدلی
۵	پاسداران	بهاره کمیزی	۱۵	گلزار رشت	رامتین رادمنش گیلاتی
۶	پیروزی	محمد طاهر شعاعی قاضیانی	۱۶	گرگان	محمد رضا خونی
۷	شهرک اکباتان	امیر اصلانی	۱۷	هشت بهشت	حامد گردانی شروذانی
۸	بلوار فردوس	عزت نادری مزجین	۱۸	هشت بهشت	نگین کلاه دوزان
۹	برج سامان	علیرضا شایگانی اظهار	۱۹	خانه اصفهان	علیرضا شیرویه زاد
۱۰	پونک	پروین نوری قاضی کند	۲۰	قشم	اراز محمد فراخی

برندگان جایزه ده میلیون تومانی

ردیف	نام شعبه	نام و نام خانوادگی	ردیف	نام شعبه	نام و نام خانوادگی
۱	مرکزی	کامپیژ اندروا	۵۱	خیابان ملت اکباتان	امیرمسعود رحیمیان
۲	مرکزی	فردین خلیلی	۵۲	قیطریه	ثریا حسن زاده
۳	مرکزی	محمودرضا شاهدانی	۵۳	ملاصدرا	سمانه شاه محمدی
۴	مرکزی	احمد کشرانی	۵۴	خیابان سید جمال الدین اسدآبادی	فهیمة ناظمی
۵	مرکزی	علی پاشا زاده طسوج	۵۵	میدان قزوین	مهران جوادی ثمرین
۶	مرکزی	امید فاضل منش	۵۶	خیابان دکتر بهشتی	محمد قهرمانی خرم
۷	مرکزی	مهدی شورابی زاده	۵۷	خیابان دکتر بهشتی	بهزاد مهرروانی
۸	مرکزی	ابوالفضل شهبازی	۵۸	خیابان دکتر بهشتی	سینا رحمانی
۹	مرکزی	معین گلستانی	۵۹	خیابان دکتر بهشتی	حسین کریمی
۱۰	مرکزی	عطیه فرهمندیان	۶۰	خیابان دکتر بهشتی	امیراردلان نودزی
۱۱	مرکزی	فاطمه نوروژی	۶۱	خیابان کارگر شمالی	حمیدرضا حکمت
۱۲	مرکزی	نیلوفر حاطقی	۶۲	فلکه سوم تهرانپارس	جواد سعیدی ساجد
۱۳	اصفهان	مجید یعقوبی ریزی	۶۳	فلکه سوم تهرانپارس	رضا زرینه زاده
۱۴	اصفهان	مرتضی امیدیان	۶۴	فلکه سوم تهرانپارس	علی برغمندی
۱۵	باغ فردوس	گلنوش سلیمانی	۶۵	فلکه سوم تهرانپارس	علی نورانی
۱۶	پاسداران	سیدسروش هاشمی موقر	۶۶	فلکه سوم تهرانپارس	مژگان الفی بزچلوئی
۱۷	صادقیه	امیرعباس حسن آبادی	۶۷	فلکه سوم تهرانپارس	سارا بخشی
۱۸	صادقیه	آرش حدیدی	۶۸	فلکه سوم تهرانپارس	نازنین زهرا حقانی
۱۹	صادقیه	امیرهمایون تقوی	۶۹	خیابان ولیعصر پارک ساعی	حمید آرام بن یار
۲۰	اقدسیه	نیما ناصری	۷۰	خیابان ولیعصر پارک ساعی	سارا صالح زاده
۲۱	میرداماد	فریبا نوری نژاد	۷۱	بازار کفاشها	هانیه علی میرزائی
۲۲	سعادت آباد	ندا قائم مقامی فراهانی	۷۲	بازار کفاشها	مرتضی قلی زاده
۲۳	سعادت آباد	پروین توفیقی نعیم	۷۳	منیریه	محسن افشاری
۲۴	جنت آباد	احمد رضائی	۷۴	منیریه	اکبر امدادزرتق
۲۵	خیابان دولت	مهدی بیات	۷۵	شهرک راه آهن	مهدی محمدزاده
۲۶	خیابان دولت	حامد الماسی	۷۶	شهرک راه آهن	غلامرضا شکارچی
۲۷	میدان ونک	سعید عطائی تربزق	۷۷	میدان نبوت	حسام باغبانیان
۲۸	میدان ونک	شبنم شوشتری	۷۸	میدان نبوت	محسن احمدی
۲۹	میدان ونک	محسن ابوترابی	۷۹	میدان نبوت	آلبرت موسس مقدم
۳۰	ایران زمین	علی روستائی	۸۰	بلوار فردوس	سیدمحمد حسینی
۳۱	اریکه ایرانیان	یوسف راستی	۸۱	بلوار فردوس	معصومه صفری
۳۲	یافت آباد	محسن خدادادی	۸۲	فرودگاه امام خمینی	میترا بخشی
۳۳	یافت آباد	یونس ورمقانی	۸۳	میدان تجریش	زهرا حسن قلیانی
۳۴	شهرری	یوسف عباسی	۸۴	میدان تجریش	محمدامیر صابونی
۳۵	ظفر	مصطفی کامیاب کافی	۸۵	نازی آباد	داود پرنلو
۳۶	آفریقای شمالی	سیدمهدی طباطبایی	۸۶	نازی آباد	پژمان دلیری سهزایی
۳۷	آفریقای شمالی	الهه حقیقت شاد	۸۷	نازی آباد	محسن اسلامی جانکبری
۳۸	جام جم	محمدعلی زالی	۸۸	نازی آباد	بهنام قدیم ملالو
۳۹	جام جم	محمد مشایخ	۸۹	نازی آباد	محمدامین مغروری
۴۰	جام جم	امیررضا مروجی	۹۰	نازی آباد	وحید فرهمندمهربان
۴۱	جام جم	علی عبدالکریمی	۹۱	سرو	محمود شیخ
۴۲	پیروزی	مرتضی رادسر	۹۲	ترمینال ۲ فرودگاه مهر آباد	محسن ابوذرصادقی
۴۳	پیروزی	سعید ملکی سراگردانی	۹۳	ترمینال ۲ فرودگاه مهر آباد	حمید مهرنیا
۴۴	پیروزی	الهه امیرآبادی	۹۴	امین حضور	سیدامیر میراثی آشتیانی
۴۵	پیروزی	شریف کریمی	۹۵	مولوی	محمد جلالی
۴۶	پیروزی	محمد عیسی وند	۹۶	خیابان لواسانی	ساناز محمدشاهی
۴۷	ولنجک	مهدی فرزین	۹۷	تهرانسر	حمیدرضا نجاری
۴۸	خیابان آذربایجان	سیمنا نیازلو	۹۸	هایپر استار	نسیم نظری فردونی
۴۹	خیابان آذربایجان	نسیم نادری	۹۹	میدان حسین آباد	جواد اکبری
۵۰	میدان آرژانتین	ابوالحسن رشوندهرانکی	۱۰۰	مقدس اردبیلی	آرزو حاجی مقصودی

ردیف	نام شعبه	نام و نام خانوادگی	ردیف	نام شعبه	نام و نام خانوادگی
۱۰۱	مقدس اردبیلی	سارا باقری	۱۵۱	مشهد	سیدصادق بابائی
۱۰۲	مقدس اردبیلی	میلاد پورهادی	۱۵۲	مدرس مشهد	امیرعلی حامدی
۱۰۳	خیابان دزاشیب - سه راه عمار	فرشاد افشار	۱۵۳	مدرس مشهد	مهدی کریمی بجستانی
۱۰۴	خیابان جمهوری	سعید میرزائی	۱۵۴	قرنی مشهد	علی صاحبزاده
۱۰۵	برج سامان	رقیه کبیری	۱۵۵	قرنی مشهد	آرمان سعیدی
۱۰۶	ستارخان	جاسم قهرمانی	۱۵۶	قرنی مشهد	سعید سرافرازیدی
۱۰۷	پونک	امین امیرزاده هروی	۱۵۷	بلوارهاشمیه - مشهد	حسین میرزائی رحمت آباد
۱۰۸	لاله زار	سینا حسینی	۱۵۸	نیشابور	ابوالفضل نیرآبادی
۱۰۹	لاله زار	شهین حسنزاده هجراندوست	۱۵۹	گلزار رشت	حمیدرضا رنجبرمصدقشتی
۱۱۰	میدان هفت تیر	علی یارمحمدی	۱۶۰	ساری	خدیدچه اصغر تبارملکشاه
۱۱۱	خیابان آقازرگی - الهیه	ارشیا کدخدائیان بختیاری	۱۶۱	بابل	کمیل جهانی فر
۱۱۲	شهر قدس	زهره گودرزی	۱۶۲	بابل	نیات همایونی باکر
۱۱۳	شهر قدس	بهناز شیرعلی زاده	۱۶۳	بابل	علی شعبانی دوعی کلانی
۱۱۴	دروس	مونا سعیدلونی	۱۶۴	آمل	یونس رمضانی
۱۱۵	بلوار مرزداران	شیلا اتیقه چی	۱۶۵	آمل	علی متکان
۱۱۶	بلوار دریا	ودی نظری	۱۶۶	آمل	مریم شاهعلی
۱۱۷	بلوار دریا	فاطمه نظری	۱۶۷	گرگان	مهرداد کریم آبادی
۱۱۸	گیشا	داود رضائی	۱۶۸	گرگان	حسن فرامرزی
۱۱۹	جهانشهر کرج	علیرضا کریملو	۱۶۹	کرمان	مسعود پوررضائی جوشانی
۱۲۰	جهانشهر کرج	ارشیا قهرمانی گنبد	۱۷۰	کرمان	عباس جعفری ده فارسی
۱۲۱	جهانشهر کرج	محمد جباری طواسلو	۱۷۱	میدان کوثر کرمان	پریسا شجاعی باغینی
۱۲۲	جهانشهر کرج	نسرین عسگری	۱۷۲	رفسنجان	محدثه بخشی نژادعلی آباد
۱۲۳	میدان توحید کرج	محمودرضا حاجی محمدی تورانپشتی	۱۷۳	چهارباغ بالا	معصومه شجاعی واژنانی
۱۲۴	میدان توحید کرج	فریبا دارائی	۱۷۴	هشت بهشت	معصومه فانی نالکباشری
۱۲۵	شهریار	منیره تازه دل	۱۷۵	خانه اصفهان	علیرضا مقصودی
۱۲۶	شهریار	وحید خواجه بوندی	۱۷۶	خانه اصفهان	داود امینی باغباندرانی
۱۲۷	شهریار	حائیه رنجبرمحمدی	۱۷۷	خانه اصفهان	ندا کیانی
۱۲۸	شهریار	مجید رحمانی	۱۷۸	خانه اصفهان	مسلم رضائی بادافشانی
۱۲۹	شهریار	ناصر عبوسی شلوه سفلی	۱۷۹	تبریز	زهره اصغری
۱۳۰	شهریار	سرخوش ولی پور	۱۸۰	تبریز	راحله خواجوی
۱۳۱	شهریار	رضا جمال پور	۱۸۱	ولیعصر تبریز	طاهره قراچینی اصل
۱۳۲	مهرشهر کرج	معصومه نزاری مقدم	۱۸۲	ولیعصر تبریز	سپیده پورمحمدی امامیه
۱۳۳	مهرشهر کرج	طیبه السادات ابویسانی	۱۸۳	ولیعصر تبریز	حامد علی پوراقدم
۱۳۴	قم	محسن حاجیان حسین آبادی	۱۸۴	ولیعصر تبریز	بهزاد انتصابی هروی
۱۳۵	قم	جواد ساغرخواه	۱۸۵	۱۷ شهر یور تبریز	احمد احمدپورزیرجد
۱۳۶	قم	مجتبی حیدری	۱۸۶	۱۷ شهر یور تبریز	ویدا سلمانی
۱۳۷	معالی آباد شیراز	حمید حقیقت	۱۸۷	استادشهریار تبریز	مهدی حقیقی حقی
۱۳۸	معالی آباد شیراز	مجید قربانی	۱۸۸	بازار تبریز	قادر قهرمان پور مرکید
۱۳۹	معالی آباد شیراز	حسن دهقان ابنوی	۱۸۹	ارومیه	رضا خداندوله
۱۴۰	معالی آباد شیراز	پروانه عظیمی	۱۹۰	ارومیه	رامین لوند
۱۴۱	بندر عباس	عارفه سلیمانی پور	۱۹۱	ارومیه	ناصر هوشمنداحمدآباد
۱۴۲	بوشهر	فاطمه جلالپور	۱۹۲	ارومیه	سامان بابامیری
۱۴۳	بوشهر	مریم دانشیان فر	۱۹۳	زنجان	اسرافیل سلمانی
۱۴۴	بوشهر	عبدالخالق عیسوندی دهنوتی	۱۹۴	زنجان	فریبا فتح اللهی
۱۴۵	همدان	عادل فرهنگدلو	۱۹۵	اهواز	کمال هاشمی
۱۴۶	کرمانشاه	گلاره دادویان	۱۹۶	اهواز	مهرداد اسدی آبگرمکان
۱۴۷	سنندج	رامیار مظفری کرد	۱۹۷	اهواز	مجتبی زکی پور
۱۴۸	سنندج	علیرضا پورحیدری	۱۹۸	قشم	عبدالله سالاری
۱۴۹	سنندج	سینا حیدری	۱۹۹	قشم	فاضل رحیمی
۱۵۰	خرم آباد	هادی قاندرحمتی	۲۰۰	اروند	میلاد عنافچی

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه / بانه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمابر	نام مسئول شعبه / بانه
۱	آفریقا	۸۰۱	تهران، بزرگراه آفریقا، نرسیده به چهارراه جهان کودک، پلاک ۳۱	۸۸۷۴۴۵۷-۶۱	۸۸۷۳۷۷۳	نیما گیلانی
۲	مرکزی	۸۰۲	تهران، خیابان انقلاب، بین چهارراه کالج و چهارراه ولیعصر، پلاک ۸۰۳	۶۶۹۵۸۹۳۳-۶۶۹۵۹۰۵۰	۶۶۹۷۱۰۶۱	شاهرخ نیری
۳	اصفهان	۸۰۳	اصفهان، خیابان فردوسی، نبش خیابان منوچهری، ساختمان امیر، پلاک ۱۳	۰۳۱-۳۲۲۳۰۴۲۴-۷	۰۳۱-۳۲۲۳۰۴۲۸	جمشید باقری
۴	باغ فردوس	۸۰۴	تهران، خیابان ولیعصر، نرسیده به میدان تجریش، رویروی باغ فردوس، پلاک ۲۹۴۴	۲۲۷۴۰۷۷۵	۲۲۷۴۰۷۱۵	تیمور طاهری
۵	پاسداران	۸۰۵	تهران، خیابان پاسداران، مقابل بوستان ششم، جنب برج سفید، پلاک ۲۵۰	۲۲۵۹۵۶۵۸	۲۲۵۹۷۵۴۰	مهدی عبدلی ویشه
۶	بازار	۸۰۶	تهران، بازار بزرگ، خیابان ۱۵ خرداد غربی، بین چهارراه گلوبندک و خیابان ابوسعید، پلاک ۶۸۱	۵۵۵۷۵۷۳۸-۹	۵۵۵۷۶۴۹۵	امین ییگلری
۷	صادقیه	۸۰۷	تهران، ضلع جنوب شرقی فلکه اول صادقیه، پلاک ۹۱۸	۴۴۲۵۵۵۱۸-۲۰	۴۴۲۵۵۵۱۷	شادمان غفوری
۸	اقدسیه	۸۰۸	تهران، خیابان اقدسیه (موجوده داتش)، نبش کوچه نسیم، پلاک ۶۳	۲۲۸۳۳۰۵۶-۲۲۸۳۳۲۴۹	۲۲۸۳۳۲۴۵	حیدررسانی فر
۹	میرداماد	۸۰۹	تهران، خیابان میرداماد، نرسیده به میدان مادر، پلاک ۱۴۸	۲۲۹۲۴۵۵۱-۴	۲۲۹۲۴۴۶۳	امیر گیلانی فر
۱۰	دکتر فاطمی	۸۱۰	تهران، خیابان دکتر فاطمی، رویروی خیابان کاج، نبش کوچه ششم (شیخلر)، پلاک ۱۴۰	۸۸۹۸۲۱۸۱-۸۴	۸۸۹۸۲۱۹۴	نغمه خسروی
۱۱	سعادت آباد	۸۱۱	تهران، خیابان سعادت آباد، میدان کاج، پلاک ۱۳	۲۲۰۸۶۱۹۵-۲۰۰	۲۲۰۸۷۷۰۸	فاطمه دولت آبادی فراهانی
۱۲	جنت آباد	۸۱۲	تهران، خیابان جنت آباد جنوبی، پایین تر از میدان چهار باغ، نبش خیابان لاله غربی، ساختمان سمرقند، پلاک ۴۷	۴۴۴۹۵۲۰۱-۱۲	۴۴۴۹۵۲۸	مهدی طلایی
۱۳	خیابان دولت	۸۱۳	تهران، خیابان دولت، نرسیده به چهارراه پاسداران، پلاک ۱۸	۲۲۷۶۴۲۸۲-۷	۲۲۷۸۱۰۶۹	سمانه دانشمند
۱۴	میدان ونگ	۸۱۴	تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از میدان ونگ، نبش خیابان برادران شرقی، پلاک ۲۴۷۷	۸۸۲۰۵۵۵۵-۹	۸۸۲۰۵۵۴۸	حمید نودست
۱۵	ایران زمین	۸۱۵	تهران، شهرک غرب، خیابان ایران زمین، مجتمع ایران زمین، پلاک ۱۳ و ۱۴	۸۸۵۷۶۲۰۵-۱۰	۸۸۵۷۱۲۱۵	فرشته قانع
۱۶	ارنک ایرانیان	۸۱۶	تهران، بلوار فرحزادی، نبش اردوگان غربی، مجتمع ارنک ایرانیان، پلاک ۱	۲۲۳۵۹۲۷۵-۷۸	۲۲۳۵۳۵۱۶	آزاده روشن
۱۷	یافت آباد	۸۱۷	تهران، بزرگراه آیت اله سعیدی، یافت آباد شرقی، بازار میل ایران، پلاک ۲۰۲ و ۲۰۵	۶۶۲۱۱۰۱۴-۱۷	۶۶۲۳۷۱۱۰	-
۱۸	شهری	۸۱۸	شهری، میدان شهری، خیابان ۲۴ متری زکریای رازی (بیات)، پلاک ۲۵۷	۵۵۹۷۰۷۳۲-۵۵۹۷۰۷۳۸	۵۵۹۷۰۷۳۰	افشین فرج زاده
۱۹	ظفر	۸۱۹	خیابان ظفر، بعد از خیابان کازرون شمالی، پلاک ۱۲۸	۲۶۶۴۵۹۱۶-۲۶۶۴۵۷۱۵	۲۶۷۰۵۳۲۷	بهنام پویانفر
۲۰	آفریقای شمالی	۸۲۰	تهران، خیابان نلسون ماندلا (آفریقا)، بالاتر از خیابان اسفندیار، نبش شمالی خیابان شهید سعیدی، پلاک ۱۵۸	۲۶۲۱۹۶۵۸-۲۶۲۱۹۹۰۸	۲۶۲۱۹۷۱۳	نسرین خوش صحبت
۲۱	جام جم	۸۲۱	تهران، خیابان ولیعصر، نرسیده به چهارراه پارک وی، نبش کوچه ترکش دوز، پلاک ۲	۲۶۲۱۰۹۱۲-۱۴	۲۶۲۱۰۹۱۷	فرهاد عطایی فر
۲۲	پیروزی	۸۲۲	تهران، خیابان پیروزی، نبش خیابان عادل	۳۳۳۲۳۱۴۰-۲	۳۳۳۲۳۱۴۳	-
۲۳	ولنجک	۸۲۳	تهران، خیابان ولنجک، خیابان چهاردهم، پلاک ۷	۲۲۴۴۱۳۲۷-۳۱	۲۲۱۷۲۵۹۰	امیرعلی جدیدی
۲۴	خیابان آذربایجان	۸۲۴	تهران، خیابان آزادی، نبش خیابان آذربایجان، پلاک ۱۰۴۶	۶۶۰۶۷۸۸۲-۶۶۰۶۷۸۸۴-۶	۶۶۰۶۷۸۸۰	محمود لک
۲۵	شهرک اکباتان	۸۲۵	شهرک اکباتان، فاز یک، خیابان نفیسی، رویروی مخابرات، پلاک ۵۹	۴۰۴۴۶۹۳۰-۴۰۴۴۶۹۲۵	۴۴۶۹۵۴۳	نیما رسولی
۲۶	میدان آرژانتین	۸۲۶	تهران، میدان آرژانتین، اول خیابان بهمن، پلاک ۲۱	۸۸۵۱۶۶۴۰-۸۸۵۱۷۴۱۸	۸۸۵۱۷۳۸۱	علیرضا رشیدی
۲۷	خیابان ملت اکباتان	۸۲۷	تهران، خیابان سعدی جنوبی، خیابان اکباتان، پلاک ۹۳	۳۳۹۹۸۰۰۵-۷ و ۱۲	۳۳۹۹۸۰۰۹	حسام حاجی حیدری
۲۸	قیطریه	۸۲۸	تهران، بلوار ۳۵ متری قیطریه، رویروی پارک قیطریه، پلاک ۸۵	۲۲۲۳۴۴۳۷-۸	۲۲۲۳۴۴۵۸	احسان کیانی
۲۹	ملاصدرا	۸۲۹	تهران، خیابان ملاصدرا، بعد از خیابان شیراز، پلاک ۱۳۲	۸۸۶۳۵۵۱۷-۸۸۶۳۴۴۸	۸۸۶۳۶۷۳۱	فاطمه حیاتی
۳۰	خیابان سید جمال الدین اسد آبادی	۸۳۰	تهران، خیابان سید جمال الدین اسد آبادی، نبش شمالی خیابان ۴۹، پلاک ۴۳۳	۸۸۶۱۷۹۳۵-۸۸۶۱۰۲۹۶	۸۸۶۲۸۳۲۷	بهنام عسگری علویچه
۳۱	میدان قزوین	۸۳۱	تهران، خیابان کارگر جنوبی، ضلع شمال شرقی میدان قزوین، پلاک ۱۸	۵۵۴۸۱۱۲۲-۴-۸	۵۵۴۸۱۱۷۹	مسلم مرتضوی فر
۳۲	خیابان دکتر بهشتی	۸۳۲	تهران، خیابان شهید دکتر بهشتی، بعد از چهارراه سهوردی، پلاک ۱۳۸	۸۸۵۱۲۶۰۳-۸	۸۸۷۶۶۶۹۹	سید محمد میرحسینی نیری
۳۳	خیابان کارگر شمالی	۸۳۳	تهران، خیابان کارگر شمالی، بالاتر از خیابان دکتر فاطمی، پلاک ۱۶۱۵	۸۸۹۹۱۳۴۵-۸	۸۸۹۹۱۳۵۰	علی سیروس
۳۴	فلکه سوم تهرانپارس	۸۳۴	تهران، خیابان آیت اله خوشوقت، بالاتر از فلکه سوم تهرانپارس، نبش خیابان ۲۱۴ شرقی، پلاک ۱۳۰	۷۷۳۷۰۱۸۶	۷۷۳۷۰۴۴۱	ارسلان بی آزار
۳۵	خیابان ولیعصر - پارک ساعی	۸۳۵	تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از خیابان شهید دکتر بهشتی، نبش کوچه کمره گز، پلاک ۲۱۳۳	۸۸۵۶۹۶۵۰-۸۸۷۰۹۴۸۱-۲	۸۸۵۶۹۶۶	رضا جلالی
۳۶	فلکه اول تهرانپارس	۸۳۶	تهران، فلکه اول تهرانپارس، ابتدای خیابان آیت اله خوشوقت، نبش خیابان ۱۴۸ غربی، پلاک ۳۲	۷۷۷۲۳۲۵۰-۵۴	۷۷۷۲۳۲۵۵	سلیمان بیات
۳۷	بازار کفاشها	۸۳۷	تهران، بازار بزرگ تهران، سیزه میدان، بازار کفاشها، نبش بازار خاها، پلاک ۶۴	۵۵۱۵۱۸۰۲-۴-۵	۵۵۸۰۸۵۰۹	وحید میرزاحانی
۳۸	الهییه	۸۳۸	تهران، خیابان ولیعصر، خیابان شهید فیاضی، بعد از خیابان کوهیار، پلاک ۶۹	۲۶۲۰۰۹۶۲-۶۳	-	مژگان طرفه نژاد
۳۹	متبریه	۸۳۹	تهران، خیابان ولیعصر، میدان متبریه، خیابان میری، نبش نبش پست نظامی، پلاک ۵۳	۶۶۴۹۱۰۷۵-۸۷-۸۵	۶۶۴۹۱۰۷۳	رامتین سلیمانی
۴۰	شهرک راه آهن	۸۴۰	تهران، اتوبان همت غرب، شهرک گلستان، بلوار امیرکبیر، نرسیده به چهارراه کلهها، پلاک ۵۳	۴۴۷۳۸۹۵۹-۴۴۷۳۸۹۶۹	۴۴۷۳۷۸۸۸	محسن باقری نیا
۴۱	میدان نبوت	۸۴۱	تهران، بزرگراه رسالت، خیابان آیت، ضلع جنوب غربی میدان نبوت، پلاک ۵۶۰	۷۷۹۴۰۴۲۸-۹	۷۷۹۴۰۴۱۸	حمیدرضا خیری
۴۲	دلاوردان	۸۴۲	تهران، میدان رسالت، خیابان هنگام، بلوار دلاوردان، بین چهارراه آزادگان و تکاوران، پلاک ۳۷۵	۷۷۲۱۳۴۸۸-۷۷۲۱۸۹۳۹۱	۷۷۲۱۳۷۷۷	زهرا کسرانی پور
۴۳	شهران	۸۴۴	تهران، میدان دوم شهران، ابتدای خیابان یکم پلاک ۴	۴۴۳۲۷۹۷۱-۴۴۳۲۸۱۴۷	۴۴۳۲۸۳۲۹	عباس آهنگری کیوی

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه / بانه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمایر	نام مسئول شعب / بانه
۴۴	بلوار فردوس	۸۴۵	تهران، بزرگراه شهید ستاری، بلوار فردوس شرقی، پلاک ۴۳۴	۴۴۰۰۳۸۵-۶	۴۴۰۰۶۸۲۶	راحله خیر خواه
۴۵	فرودگاه امام خمینی	۸۴۶	تهران، کیلومتر ۳۰ اتوبان تهران - قم، فرودگاه بین المللی امام خمینی، سالن ورودی	۵۵۲۷۸۴۰-۹	۵۵۲۷۸۴۱۰	مصطفی کریمی
۴۶	میدان تجریش	۸۴۷	تهران، میدان تجریش، خیابان شهرداری، پلاک ۸۱	۳۶۸۵۸۷۰۶-۳۶۸۵۸۷۰۳	۳۶۸۵۸۳۱۶	رضا جلیل زاده
۴۷	نازی آباد	۸۴۸	تهران، نازی آباد، خیابان مدائن، پلاک ۱۱۶ و ۱۱۸	۵۵۳۳۱۰۰۴-۷	۵۵۳۵۶۰۵۱	محمد رضا البرزی
۴۸	سرو	۸۴۹	تهران، سعادت آباد، بلوار سرو غربی، نبش شمال شرقی میدان سرو، پلاک ۷۷	۲۲۰۹۴۳۵۶	-	حسن رنجبر قلیچی
۴۹	ترمینال ۲ فرودگاه مهرآباد	۸۵۲	تهران، فرودگاه بین المللی مهرآباد، ترمینال ۲، زیر پارکینگ طبقاتی	۴۴۶۳۱۳۹۷-۴۴۶۹۰۰۹	۴۴۶۶۲۳۵۲	مصطفی کریمی
۵۰	امین حضور	۸۵۳	تهران، میدان بهارستان، خیابان مصطفی خمینی، خیابان امیرکبیر شرقی، نبش کوچه جاویدی، پلاک ۱۴۰	۳۳۴۴۳۷۱۱-۳۳۴۴۳۷۰۴	۳۳۱۳۸۳۱۴	روح اله سیاوشی
۵۱	مولوی	۸۵۴	تهران، خیابان مولوی شرقی، نبش کوچه شهید علی اکبر قاسمی، پلاک ۵۱۸	۵۵۱۵۷۳۷۶-۵۵۱۵۶۱۰۹	۵۵۱۵۴۷۲۹	علی اکبر عینی
۵۲	خیابان لوازانی	۸۵۵	تهران، کامرانیه، خیابان لوازانی غربی، نبش دوراهی آریا، پلاک ۳	۲۲۸۱۶۶۹۲-۳-۵	۲۲۸۱۶۶۸۹	حمید زرھونه
۵۳	تهرانسر	۸۵۶	تهران، تهرانسر، بلوار اصلی، نبش خیابان ۱۴	۴۴۵۸۷۵۹۶-۴۴۵۸۷۵۸۶	۴۴۵۱۷۶۲۲	مجید صادقی دستک
۵۴	هایر استار	۸۵۷	تهران، بزرگراه شهید باکری جنوب، مرکز خریدهایر استار	۴۴۱۶۷۱۸۵-۶	۴۴۱۶۷۱۹۹	-
۵۵	آصف	۸۵۸	تهران، زعفرانیه، بلوار بهزادی، نبش غربی خیابان ماکونی بور، پلاک ۱۹	۲۶۸۰۳۲۲۷-۲۶۸۰۳۲۳۰	۲۶۸۰۲۹۰۱	علیرضا رحیمی خو
۵۶	میدان حسین آباد	۸۵۹	تهران، چهارراه پاسداران، میدان حسن آباد، ساختمان مهدی، پلاک ۱۲۰	۲۲۹۶۰۰۱۳-۲۲۹۵۹۹۷۹	۲۲۹۵۹۹۰۹	محمود احسنی
۵۷	مقدس اردبیلی	۸۶۱	تهران، خیابان مقدس اردبیلی، نبش خیابان فرخ، پلاک ۱	۳۶۸۰۲۴۵۳-۳۶۸۰۲۴۰۹	۳۶۸۰۲۴۶۱	میرحسین آقاجانی
۵۸	خیابان ولیعصر - زرتشت	۸۶۲	تهران، بالاتر از میدان ولیعصر، نرسیده به خیابان زرتشت، نبش کوچه ناصر، پلاک ۱۷۷۷	۸۸۸۰۵۷۳۴-۸۸۸۰۶۱۷۸	۸۸۸۰۷۵۹۲	مونا رضایی
۵۹	خیابان دزاشیب - سه راه عمار	۸۶۳	تهران، میدان قدس، انتهای خیابان شهید کبیری (دزاشیب)، سه راه عمار، پلاک ۱۵۸	۲۲۷۵۳۹۱۴-۱۸	۲۲۷۵۳۹۱۳	-
۶۰	خیابان جمهوری	۸۶۵	تهران، خیابان جمهوری، بین خیابان ولی عصر و شیخ هادی، پلاک ۸۵۲	۶۶۹۷۶۳۹۴-۶۶۹۷۶۳۹۲	۶۶۴۶۵۹۳۸	عباس دانش بقا
۶۱	یهشی - قائم مقام	۸۶۶	خیابان شهید بهشتی، بعد از بزرگراه مدرس، پلاک ۲۷۵	۸۸۵۳۶۲۸۹-۸۱۱۲۲۱۶۰	-	رضا محمدقاسمی
۶۲	دهکده المپیک	۸۶۷	-	-	-	فاطمه حاجی بابایی
۶۳	قلهک	۸۶۸	خیابان دکتر شریعتی، بالاتر از دوراهی قلهک، پلاک ۱۴۲۵	۲۲۶۰۱۵۲۷-۲۲۶۰۳۶۱۳	۲۲۶۰۹۷۰۳	هومن رسولی
۶۴	ستارخان	۸۶۹	تهران، محله توحید، خیابان کوثر سوم، خیابان ستارخان، پلاک ۸۰	۶۶۴۳۵۲۳۹-۶۶۹۲۸۱۶۲	۶۶۵۷۴۶۷۵	بهوش قاسمی
۶۵	پونک	۸۷۰	تهران، بزرگراه اشرفی اصفهانی، بالاتر از میدان پونک، نبش کوچه ۱۹، پلاک ۱	۴۴۴۶۲۵۱۰	۴۴۴۶۲۸۱۵	حمزه نقتیان
۶۶	مژده	۸۷۱	تهران، خیابان نیاوران، خیابان شهید مقدسی (مژده)، خیابان میری، پلاک ۴	۲۲۷۱۶۵۱۶-۲۲۷۱۶۳۵۱	۲۲۷۱۶۲۹۳	احمد عهدی
۶۷	لاله زار	۸۷۲	تهران، خیابان لاله زار نو، نرسیده به خیابان منوچهری، پلاک ۴۶۱	۳۶۸۷۰۴۵۸-۳۶۸۷۰۳۱۷	۳۶۵۰۱۴۶	داریوش خداداد
۶۸	میدان هفت تیر	۸۷۳	میدان هفت تیر، بالاتر از مسجد الجواد، پلاک ۲۷۵	۸۸۸۱۵۹۶۰-۸۸۸۱۵۹۶۰	۸۸۸۴۶۱۹۰	امیر ضیاء
۶۹	نیاوران	۸۷۴	تهران، نیاوران، خیابان شهید باهنر، رویروی پارک باهنر، پلاک ۱۴۸	۲۶۱۱۷۱۹۲-۹۳	۲۶۱۱۷۱۹۵	واله سعیدی
۷۰	بلوار ۲۴ متری سعادت آباد	۸۷۵	تهران، سعادت آباد، میدان فرهنگ، بلوار ۲۴ متری، نبش کوچه چهارم غربی، پلاک ۱۸	۲۲۳۷۸۸۵۶-۷	۲۲۳۵۷۶۰۵	بناتریس بابایی
۷۱	خیابان آقازرگی - الهیه	۸۷۶	تهران، الهیه، انتهای خیابان شهید آقازرگی، نبش خیابان حسن اکبری، پلاک ۸۸	۲۲۶۹۶۴۵۱-۲	۲۲۶۹۶۴۵۳	مهدی سلطانی
۷۲	بزرگراه فتح	۸۷۷	تهران، بزرگراه فتح، جاده قدیم کرج، بعد از شیر پاستوریزه، مجتمع تجاری تهران، پلاک ۲۳۸	۶۶۸۱۵۹۶۹-۶۶۸۱۵۹۶۸	۶۶۸۱۶۰۰۸	-
۷۳	شهر قدس	۸۷۸	شهر قدس، بلوار ۴۵ متری انقلاب، رویروی پارک آزادگان، پلاک ۳۶۸	۴۶۸۳۲۲۳۰-۴۶۸۳۲۲۳۸	۴۶۸۳۲۲۴۱	جبار رضائی دره نیجه
۷۴	دروس	۸۷۹	تهران، خیابان شریعتی، منطقه دروس، بلوار شهرزاد، خیابان شیدایی، کوچه اسپند، پلاک ۲	۳۶۶۴۰۳۲۰-۳۶۶۴۰۳۲۴	۳۶۶۴۰۳۰۸	کزال آیت النبی
۷۵	بلوار مرزداران	۸۸۱	تهران، شهرک زاندارمری، بلوار مرزداران، بین اینار و دانش، پلاک ۱۳۶	۴۴۲۱۱۰۴۰-۴۴۲۱۱۳۲۹	۴۴۲۱۱۸۴۱	متصوره رضایان مقدم
۷۶	بلوار کشاورز	۸۸۲	تهران، بلوار کشاورز، بین خیابان وصال شیرازی و نادری، پلاک ۱۷۸	۸۸۹۸۳۱۵۴-۶	۸۸۹۸۳۱۵۷	روح اله صفری
۷۷	بلوار دریا	۸۸۳	تهران، خیابان سعادت آباد، بلوار دریا، نبش خیابان رامشه، پلاک ۵۰	۸۸۵۸۱۷۱۰-۸۸۰۷۱۲۰۲	۸۸۳۶۶۷۶۹	-
۷۸	گیشا	۸۸۴	تهران، کوی نصر (گیشا)، نبش خیابان نوزدهم، پلاک ۲۶۲	۸۸۴۵۷۸۴۰-۵	۸۸۴۵۷۸۷	محمدرضا پیشگاه هادیان
۷۹	جهان شهر کرج	۹۰۱	کرج، میدان سپاه، اول بلوار جمهوری، نبش نیلوفر، پلاک ۱	۰۲۶-۴۴۶۶۱۱۵-۱۷۰۲۰	۳۴۴۸۱۴۴۵-۰۲۶	مهدی تک دهقان
۸۰	میدان توحید کرج	۹۰۲	کرج، خیابان شاه عباسی، بین میدان توحید و میدان قدس، برج سامان، طبقه همکف	۰۲۶-۳۲۲۰۶۴۷۱-۴	۰۲۶-۳۲۲۰۴۸۶۲	مرتضی باغستانی
۸۱	شهریار	۹۰۴	شهریار، خیابان ولیعصر، ضلع شرقی میدان امام خمینی (نبش خیابان محسنی)	۶۵۳۶۹۰۲۱-۲۳-۲۶	۶۵۳۶۸۹۶۲	جواد علی بخشی
۸۲	مهر شهر کرج	۹۰۵	کرج، مهرشهر، بلوار شهرداری، فاز دو، نبش خیابان ۲۰۸، پلاک ۵۴۳	۰۲۶-۳۳۴۱۷۹۰۷	۰۲۶-۳۳۴۱۷۹۰۸	غلامعلی کریمی ایبازنی
۸۳	قم	۹۰۰۱	قم، بلوار امین، نبش کوچه ۴۱	۰۲۵-۳۳۹۴۰۶۰۲-۰۲۵-۳۳۹۳۱۱۳	۰۲۵-۳۳۹۱۶۶۱۶	اکبر مردانی
۸۴	فلکه جهاد - قم	۹۰۰۲	قم، فلکه جهاد، خیابان ۱۹ دی، پلاک ۵۵۵ و ۵۵۷	۰۲۵-۳۷۷۰۸۸۴۰-۲	۰۲۵-۳۷۷۰۵۵۴۹	حامد سرخوش
۸۵	شیراز	۹۱۰۱	شیراز، خیابان زند، حدفاصل خیابان های فلسطين و هفت تیر (۲۰ متری سینما سعدی)، ساختمان پاسارگاد، پلاک ۳۶۶	۰۷۱-۳۲۳۱۹۵۲۳-۵-۶-۷	۰۷۱-۳۲۳۱۹۵۱۳	روح الله پورملاکه

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه/پایه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمایر	نام مسئول شعب/پایه‌ها
۸۶	قصردشت	۹۱۰۳	شیراز، خیابان قصردشت، س‌راه خلد برین، پلاک ۷۵	۰۷۱-۳۶۲۷۹۱۸۰ ۰۷۱-۳۶۲۷۹۲۲۶	۰۷۱-۳۶۲۷۹۱۲۱۶	عبدالکریم ستوده
۸۷	معالی آباد شیراز	۹۱۰۴	شیراز، معالی آباد، بلوار شریعتی، نبش کوچه ۳۷	۰۷۱-۳۶۳۴۱۳۹۷	۰۷۱-۳۶۳۴۱۴۰۶	مهدی ملاشعید
۸۸	پاسداران شیراز	۹۱۰۵	شیراز، بلوار پاسداران، حد فاصل خیابان میث و تقاطع شهید مطهری، ساختمان سامان	۰۷۱-۳۸۳۳۸۱۱-۳	۰۷۱-۳۸۳۳۷۰۸۰	اصغر یاری
۸۹	بندرعباس	۹۱۲۱	بندرعباس، بلوار امام خمینی، س‌راه دلگشا، برج بلبلور، طبقه همکف	۰۷۶-۳۲۲۳۵۳۰۲-۳	۰۷۶-۳۲۲۳۵۳۰۳۰	-
۹۰	زاهدان	۹۱۳۱	زاهدان-خیابان امیرالمومنین مابین امیرالمومنین ۲۷ و ۲۹	۰۵۴-۳۲۲۳۸۲۷۹	-	حمیده شه بخش
۹۱	یوشهر	۹۱۴۱	یوشهر، میدان امام خمینی، ابتدای خیابان فرودگاه، پلاک ۳۷	۰۷۷-۳۳۵۶۲۳۱۹-۲۴	۰۷۷-۳۳۵۶۲۳۲۵	مجید گزی
۹۲	قزوین	۹۲۰۱	قزوین، خیابان خیام شمالی، پلاک ۵۶۰	۰۲۸-۳۳۳۵۷۳۰۵-۶	۰۲۸-۳۳۳۵۸۰۹۵	محمد جهانگیری پاشاکی
۹۳	همدان	۹۲۲۱	همدان، خیابان جهان‌نما، رویروی خیابان آزاد همدانی، نبش کوچه سوداگر، پلاک ۱۵۳	۰۸۱-۳۸۲۱۳۲۹۰-۲	۰۸۱-۳۸۲۱۳۲۸۹	امیر فولادی
۹۴	کرمانشاه	۹۲۴۱	کرمانشاه، میدان فردوسی، جنب بیمارستان معتضدی، پلاک ۱۲	۰۸۳-۳۷۷۵۹۵۹۱-۶۱	۰۸۳-۳۷۷۵۹۵۹۷۱	مهرداد مرادی
۹۵	ایلام	۹۲۶۱	ایلام، خیابان طالقانی، رویروی فرمانداری، پلاک ۳۵۱	۰۸۴-۳۳۳۳۳۱۷۳	۰۸۴-۳۳۳۳۳۱۵۲	سجاد کلهر کاظمی
۹۶	سنندج	۹۲۷۱	سنندج، چهارراه فلسطین، بلوار سید قطب، پلاک ۳	۰۸۷-۳۳۲۴۵۴۳۲-۳	۰۸۷-۳۳۲۴۵۴۲۶	حسین عبدیان
۹۷	خرم آباد	۹۲۸۱	خرم آباد، خیابان علوی، نرسیده به میدان امام، پلاک ۴۲۲	۰۶۶-۳۳۳۳۵۵۹۰-۲	۰۶۶-۳۳۳۳۵۵۹۱	بیژن ابراهیمیان
۹۸	مشهد	۹۳۰۱	مشهد، بلوار احمد آباد، ۳۰ متری اول احمد آباد (خیابان رضا)، نبش کوچه رضای دوم	۰۵۱-۳۸۴۴۳۲۰۳	۰۵۱-۳۸۴۴۳۹۱۴	محمد ممقانی
۹۹	مدرس مشهد	۹۳۰۲	مشهد، بلوار مدرس، نبش مدرس ۵، پلاک ۳۷	۰۵۱-۳۲۲۸۳۸۰۰-۵	۰۵۱-۳۲۲۴۱۰۴۶	سارا زارعی
۱۰۰	سجاد مشهد	۹۳۰۳	مشهد، بلوار سجاد، نبش سجاد ۸ (خیابان لاله جنوبی)	۰۵۱-۳۷۶۴۸۲۰۸-۹	۰۵۱-۳۷۶۷۴۰۴۶	الله سازگار
۱۰۱	قرنی (مشهد)	۹۳۰۴	مشهد، بلوار قرنی، مابین چهارراه ابوطالب و قرنی، پلاک ۲۸	۰۵۱-۳۷۱۲۵۸۰۲-۸	۰۵۱-۳۷۱۲۵۸۰۹	مجید امیری دولتی
۱۰۲	بلوارهایشمیه (مشهد)	۹۳۰۵	بلوار شهید صامی، حدفاصل بلوار کوثر و هاشمیه، بین شهید صامی و ۲۴ و ۲۶، پلاک ۱۵۸	۰۵۱-۳۸۸۴۳۳۶۷ ۰۵۱-۳۸۸۴۵۸۱۱	-	امیر رضا زنده‌داران
۱۰۳	نیشابور	۹۳۱۶	نیشابور، خیابان امام خمینی(ره)، بین امام خمینی ۲۲ و ۲۴، پلاک ۱۳۸۸	۰۵۱-۳۳۴۹۴۱۳۰۱۵	۰۵۱-۳۳۴۹۴۱۶	علی ابراهیمیان
۱۰۴	بجنورد	۹۳۲۱	بجنورد، تقاطع بلوار امام خمینی(ره) و میرزا رضا کرمانی	۰۵۸-۳۳۲۴۴۳۲۰	۰۵۸-۳۳۲۴۷۳۴۸	یاسر محمودخانی
۱۰۵	گلکسر رشت	۹۴۰۱	رشت، ابتدای بلوار گلکسر، ضلع شرقی میدان باستانی شاعر	۰۱۳-۳۲۱۱۴۷۱۰-۱۲	۰۱۳-۳۲۱۱۴۷۱۳	مسعود تقی زاده
۱۰۶	ساری	۹۴۰۲	ساری، خیابان فرهنگ، بعد از س‌راه قارن، به طرف میدان شهدا	۰۱۱-۳۳۳۵۹۷۲۰۵	۰۱۱-۳۳۳۵۹۷۱۱	ابوذر اساسه
۱۰۷	بابل	۹۴۲۱	بابل، میدان ولایت، ابتدای خیابان مدرس، رویروی شهرداری	۰۱۱-۳۲۱۹۷۱۴۰-۴۱	۰۱۱-۳۲۱۹۷۱۴۸	سید عبدالحمید طاهری
۱۰۸	آمل	۹۴۳۱	آمل، خیابان امام خمینی(ره)، حد فاصل آفتاب ۱۸ و ۲۰	۰۱۱-۴۴۲۹۶۴۲۱-۲۷	۰۱۱-۴۴۲۹۶۴۳۵	-
۱۰۹	گرگان	۹۴۴۱	گرگان، خیابان ولیعصر (عج)، بین عدالت ۸ و ۱۰	۰۱۷-۳۲۳۶۹۰۰۲-۵	۰۱۷-۳۲۳۶۹۰۱۶	سمیه نظریان
۱۱۰	سمنان	۹۴۵۱	سمنان، میدان شاهپور، ابتدای بلوار قدس جنب بانک صادرات	۰۲۳-۳۳۳۶۱۸۰۱۹-۲۲	-	-
۱۱۱	کرمان	۹۵۰۱	کرمان، خیابان سپید قرنی، نرسیده به میدان سپید قرنی، نبش کوچه قرنی ۸	۰۳۴-۳۲۲۳۳۸۶-۷	۰۳۴-۳۲۲۷۶۶۰	حسین شیعی سیمکی
۱۱۲	میدان کوثر (کرمان)	۹۵۰۲	کرمان، میدان کوثر، ابتدای بلوار آزادگان	۰۳۴-۳۲۴۷۶۶۱	۰۳۴-۳۲۴۷۶۶۴۲	ملیحه تبریزیان
۱۱۳	رفسنجان	۹۵۱۱	رفسنجان، ابتدای خیابان مطهری، بعد از پل فجر، ساختمان محمد عسگری	۰۳۴-۳۴۳۲۱۰۳-۵	۰۳۴-۳۴۳۲۱۰۲	-
۱۱۴	زاینده رود	۹۵۲۱	اصفهان، خیابان توحید میانی، نبش کوچه شهید تقی آبادی، پلاک ۵	۰۳۱-۳۶۲۸۲۵۷۴	۰۳۱-۳۶۲۸۶۰۹	احسان جمشیدیان
۱۱۵	چهارباغ بالا	۹۵۲۲	اصفهان، میدان آزادی، خیابان چهارباغ بالا، نبش کوچه بهار آزادی، پلاک ۱۶۹	۰۳۱-۳۱۳۳۷۴۴۲-۳	۰۳۱-۳۶۲۸۶۰۷۹	مجید سیف الدینی
۱۱۶	هشت بهشت اصفهان	۹۵۲۳	اصفهان، خیابان زرگهر، خیابان هشت بهشت شرقی، پلاک ۵۴۶	۰۲۱-۳۳۳۸۷۸۰۰۸۱ ۰۲۱-۳۳۳۸۸۱	-	سمیرا سبزه زار
۱۱۷	خانه اصفهان	۹۵۲۴	اصفهان، شهرک خانه اصفهان، خیابان گلستانه، پلاک ۶۰	۰۲۱-۳۴۳۲۲۷۱	۰۲۱-۳۴۴۱۳۸۸	علیرضا مستاجران
۱۱۸	سیتی سنتر اصفهان	۹۵۲۵	اصفهان، بزرگراه شهید وحید دستجردی، مقابل ورودی جنوبی شهرن، مجتمع سیتی سنتر اصفهان، طبقه همکف	۰۳۱-۳۶۵۱۸۸۱۰۲	۰۳۱-۳۶۵۱۸۸۴۳	روزبه سلیمی
۱۱۹	یزد	۹۵۴۱	یزد، خیابان امام خمینی(ره)، نبش کوچه شهید صدوقی، پلاک ۲۷۴	۰۳۵-۳۶۲۲۱۶۹۱-۲	۰۳۵-۳۶۲۲۹۵۲۵	محمدحسین مداح‌زاده
۱۲۰	بلوار جمهوری اسلامی یزد	۹۵۴۲	یزد، بلوار جمهوری اسلامی نبش کوچه محمود آباد، رو به روی برج آسمان	۰۳۵۳۳۰۲۱۴۰-۴۹	-	محمدرضا زارع
۱۲۱	اراک	۹۵۶۱	اراک، خیابان شهید رجایی، پلاک ۸۸۲۷	۰۸۶-۳۲۲۱۴۴۰۴-۵	۰۸۶-۳۲۲۲۵۹۵۷	محمد فرح بخش
۱۲۲	تبریز	۹۶۰۱	تبریز، خیابان امام، بالاتر از چهارراه شهید بهشتی، نبش کوی فرهنگ، پلاک ۵۲۱	۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۰۰-۲۰	۰۴۱-۳۳۳۷۵۱۶۰	ابراهیم پایداره
۱۲۳	ولیعصر تبریز	۹۶۰۲	تبریز، خیابان ولیعصر(عج)، حدفاصل فلکه بازار و ایرادک، پلاک ۱۶	۰۴۱-۳۳۳۲۲۴۰۹	۰۴۱-۳۳۳۰۱۱۵۵	محمدعلی رضائی اقدم
۱۲۴	۱۷شهریور تبریز	۹۶۰۳	تبریز، خیابان ۱۷شهریور جدید، بلوار شهید قاضی طباطبایی، پلاک ۸۳	۰۴۱۳۵۵۶۰۹۴۱ ۰۴۱۳۵۵۷۳۱۷۲	۰۴۱-۳۵۵۷۶۳۷۳	اروج میرزائی
۱۲۵	استاد شهریار تبریز	۹۶۰۴	تبریز، ابتدای جاده اتل گلی، نبش کوی الهی‌پرست، پلاک ۳	۰۴۱-۳۳۲۹۳۳۶۲	۰۴۱-۳۳۲۹۳۳۶۰	علیرضا محمودی
۱۲۶	بازار تبریز	۹۶۰۵	تبریز، خیابان جمهوری اسلامی، ابتدای خیابان دارانی (شهید مدنی)، پلاک ۱۴۲۷	۰۴۱-۳۵۲۴۴۰۴۹	۰۴۱-۳۵۲۴۴۶۲۳	احمد رنجبری
۱۲۷	ارومیه	۹۶۲۱	ارومیه، خیابان کاشانی، رویروی مرکز بهداشت، پلاک ۱۵۶	۰۴۴-۳۲۲۴۴۳۱۱	۰۴۴-۳۲۲۴۰۳۹۲	شها امامی
۱۲۸	خیابان سرداران ارومیه	۹۶۲۲	ارومیه، خیابان سرداران، جنب کوچه شهید صفوی (کوچه تلفنخانه سابق)، پلاک ۱۶۹	۰۴۴-۳۲۲۵۰۵۳۳-۲۴	۰۴۴-۳۲۲۷۸۴۶	مسعود نامی فر
۱۲۹	اردبیل	۹۶۴۱	اردبیل، خیابان شیخ صفی، پلاک ۱۶۰	۰۴۵-۳۳۳۵۲۶۰۱-۵	۰۴۵-۳۳۳۵۲۵۰۱	ناصر هوشیاری
۱۳۰	زنجان	۹۶۸۱	زنجان، میدان آزادی، ابتدای خیابان امام، ساختمان ممتاز	۰۲۴-۳۳۳۲۰۶۵۴-۵	۰۲۴-۳۳۳۲۷۷۳۳	حمید رضا فتوری
۱۳۱	اهواز	۹۷۰۱	اهواز، خیابان شهید چمران (کیانپارس)، حد فاصل خیابانهای ۳ و ۴ شرقی، پلاک ۳۰۵	۰۶۱-۳۳۹۲۰۵۴۶،۶	۰۶۱-۳۳۹۲۰۷۴۵	حسنت سپندار
۱۳۲	کیش	۹۸۰۱	کیش، خیابان فردوسی، مرکز تجاری کیش، طبقه همکف	۰۷۶-۴۴۴۵۴۹۰۰۹۵	۰۷۶-۴۴۴۵۴۲۵۹	محمد سلگی
۱۳۳	قشم	۹۸۲۱	قشم، بلوار ولیعصر (امام قلی خان)، رویروی مجتمع تجاری خلیج فارس، ساختمان گل‌دیس	۰۷۶-۳۵۲۴۶۶۴۰-۴۱	۰۷۶-۳۵۲۴۶۶۴۰۳۵۰	عباس اطهری
۱۳۴	اروند	۹۸۵۱	آبادان، بلوار شهید منتظری (شاپور سابق)، نبش خیابان امیر کبیر (امیری)	۰۶۱-۵۳۲۲۶۷۴۰-۵	۰۶۱-۵۳۲۲۶۷۳۱	حمید گنجیزیان

شعب بانک سامان پاسنگوی همیشگی شما

ساعت کاری شعب		
شعبه فرودگاه امام خمینی (ره) و واحد CIP		
شنبه تا چهارشنبه	پنج شنبه	۲۴ ساعته
۰۸:۰۰ تا ۱۴:۳۰	۰۸:۰۰ تا ۱۲:۳۰	شعبه کیش
۰۷:۰۰ تا ۱۳:۰۰	۰۷:۰۰ تا ۱۲:۱۵	اروند
۰۷:۰۰ تا ۱۳:۰۰	۰۷:۰۰ تا ۱۲:۱۵	شعبه اهواز
۰۸:۰۰ تا ۱۳:۳۰	۰۸:۰۰ تا ۱۲:۰۰	شعبه قشم
۰۷:۰۰ تا ۱۳:۰۰	۰۷:۰۰ تا ۱۲:۱۵	سایر شعب

سرپرستی‌ها

ردیف	عنوان سرپرستی	نام سرپرست	نشانی	شماره تلفن
۱	سرپرستی ناحیه ۱	الهه میرزایی	تهران، میدان تجریش، خیابان شهرداری، پلاک ۸۱، طبقه سوم	۲۶۸۵۹۲۰۶-۲۶۸۵۹۱۱۵-۲۶۸۵۹۱۱۸
۲	سرپرستی ناحیه ۲	متین اقبال زاده		
۳	سرپرستی ناحیه ۳	بابک برومند	بزرگراه رسالت، خیابان آیت، ضلع جنوب غربی میدان نبوت، پلاک ۵۶۰، طبقه فوقانی شعبه میدان نبوت - کد پستی: ۱۶۴۸۸۷۳۱۱	۷۷۹۱۲۱۵۴-۷۷۹۱۰۱۱۹-۷۷۹۱۵۰۰۹
۴	سرپرستی ناحیه ۴	بهاره علیاری		۷۷۹۱۷۱۳۱
۵	سرپرستی ناحیه ۵	حسین یوسفی پور		۷۷۹۱۰۱۱۲
۶	سرپرستی ناحیه ۶	مهدی عامری	خیابان سید جمال الدین اسدآبادی، نبش کوچه چهل و نهم، پلاک ۴۳۳، نیم طبقه شعبه سیدجمال الدین اسدآبادی - کد پستی: ۱۴۳۴۹۳۳۵۷۳	۸۸۶۱۶۴۸۵-۸۸۶۲۹۰۶۷-۸۸۰۴۲۳۱۴
۷	سرپرستی ناحیه ۷	مریم طرفی نژاد		۸۸۰۳۳۱۴۳-۸۸۰۶۲۸۸۳
۸	سرپرستی ناحیه ۸	مجتبی قنبرزاده	بزرگراه همت غرب، شهرک گلستان، بلوار امیر کبیر، نرسیده به چهارراه گلها، پلاک ۵۳، طبقه فوقانی شعبه شهرک راه آهن - کد پستی: ۱۴۹۴۷۱۴۴۴۱	۴۴۷۳۹۱۱۱-۴۴۷۶۸۷۸۹
۹	سرپرستی ناحیه ۹	مهدی احمدی		۴۴۷۳۷۹۸۰-۴۴۷۶۸۷۴۷
۱۰	سرپرستی ناحیه ۱۰	علی حمیدیا	برج سامان، طبقه ۱۵، مدیریت جذب و فروش	
۱۱	سرپرستی شعب استان‌های شمال	محمود ملکی	ساری خیابان فرهنگ بعد از سه راه قارن به طرف میدان شهدا	۰۱۱-۳۳۲۵۹۷۸۱-۳۳۲۵۹۷۸۶-۳۳۲۵۹۷۸۴
۱۲	سرپرستی شعب استان‌های شمال غرب	غلامرضا نیکمهد	تبریز خیابان امام بالاتر از چهارراه شهید بهشتی نبش کوی فرهنگ پلاک ۵۲۱	۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۴۰-۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۳۸
۱۳	سرپرستی شعب استان‌های شرق و شمال شرق	مهدی تونزنده جانی	مشهد، بلوار سجاد، نبش سجاد ۸، ط اول	۱۱۲-۱۱۴-داخلی ۰۵۱-۳۷۶۷۹۱۴۴۰۵
۱۴	سرپرستی شعب استانهای مرکز	مجاهدی	اصفهان خیابان توحید میانی نبش کوچه شهید تقی آبادی پلاک ۵	۰۳۱۳-۶۲۸۲۱۱۲-۰۳۱۳-۶۲۸۲۱۱۰
۱۵	سرپرستی ناحیه ۱۵	مهدی باقی	برج سامان، طبقه ۱۵، مدیریت جذب و فروش	
۱۶	سرپرستی شعب استان‌های جنوب و جنوب غرب	مهرداد نظری	شیراز، بلوار پاسداران (زهری)، حدفاصل خیابان بعثت و تقاطع مطهری، ساختمان سامان، طبقه اول	۰۷۱-۳۸۴۴۶۴۷۰-۷۲ ۰۷۱-۳۸۴۴۶۶۷۲
۱۷	سرپرستی شعب استان‌های جنوب شرق	احمد شریعتمداری	کرمان، خیابان سپهبدقرنی، نرسیده به میدان سپهبدقرنی، نبش کوچه قرنی ۸	۰۳۴۴-۲۲۳۸۷۹۴

دفاتر بانکداری اختصاصی

نام دفتر	نام مسئول دفتر	کد دفتر	نشانی	شماره تماس
سرپرستی دفاتر بانکداری اختصاصی	محمد حسین افضلی	-	تهران-خیابان شریعتی-بالاتر از سیدخندان-نبش کوچه اتوبانک- پلاک ۱۰۰۵- برج سامان- طبقه ۱۵	۰۲۱-۲۲۳۳۰۰۰۰ داخلی (۳۹۱۱)
دفتر بانکداری اختصاصی زعفرانیه	احسان مهدی پور	۸۶۴	تهران-زعفرانیه-خیابان یکتا- ابتدای خیابان طاهری-پلاک ۳	۰۲۱-۲۲۷۱۶۵۳۸
دفتر بانکداری اختصاصی تبریز	نادر جهانگیرزاده سوره	۸۶۴۱	تبریز-خیابان ولیعصر- فلکه ایرداک- اول خیابان سعدی- برج بین - طبقه ۸	۰۴۱-۳۳۳۱۶۲۲۰
دفتر بانکداری اختصاصی مشهد	حمید طوسی	۸۶۴۲	مشهد- بلوار سجاد- نبش سجاد هشتم- ساختمان بانک سامان- طبقه هفتم	۰۵۱-۳۷۶۸۱۷۱۶
دفتر بانکداری اختصاصی قم	امیر محمد هاشمی	۸۶۴۳	قم- بلوار امین- نبش کوچه ۴۱ ساختمان بانک سامان- طبقه دوم	۰۲۵-۳۲۴۰۰۴۴۱
دفتر بانکداری اختصاصی اصفهان	صابر ملبوس باف	۸۶۴۴	اصفهان- خ توحید جنوبی- بعد از چهار راه پلیس - ساختمان ژبوار- طبقه پنج - واحد ۵۰۱	۰۳۱-۳۱۲۲۲۴۴۷

دفاتر بانکداری شرکتی بانک سامان

نام دفتر	نشانی	تلفن	نمایر	نام رئیس
دفتر بانکداری شرکتی شهر مشهد	مشهد، بلوار سجاد، بین چهارراه بزرگمهر و بهار، نبش خ لاله، ساختمان بانک سامان، طبقه دوم	۰۵۱-۳۷۶۷۹۱۳۹ و ۴۱	۰۵۱-۳۷۶۷۹۱۴۰	نقیسه سلماسی
دفتر بانکداری شرکتی واحد اصفهان	اصفهان، خیابان توحید میانی، نبش کوچه تقی آبادی، ساختمان بانک سامان، طبقه اول	۰۳۱-۳۶۲۷۴۰۷۰	۰۳۱-۳۶۲۸۶۰۲۸	زهرا ایلخانی
دفتر بانکداری شرکتی تهران	تهران، خیابان شریعتی، نبش کوچه اتو بانک، پلاک ۱۰۰۵، برج سامان	۰۲۱-۲۲۳۳۰۰۰۰ داخلی ۳۵۶۶	-----	آقای عرب اسدی

جایزه‌های گل یا پوچ (بهار)

۳ کد ۱۰ میلیون تومنی، ۳ کد ۵ میلیون تومنی
و کدهای هدیه ۵۰ هزار تومنی
خرید از دیجی کالا

کدهای اشتراک ۶ ماهه فیلمو
کدهای ۳۰۰ هزار تومنی اسنپ فروشگاه
و ۱۰ عدد مودم سامانتل



جوایز رؤیایی رو ابرهای بهاری

در سیزده خردادماه سامانیوم

یک جایزه ۱۰۰ میلیون تومانی | ده جایزه ۱۰ میلیون تومانی
صد جایزه ۵۰۰۰۰ سامانی



بیمه موبایل سامان

انواع پوشش‌های آبدیدگی، سرقت، شکستگی و ...



نصب اپلیکیشن