



هفتمین فستیوال پلنت

معرفی برترین ایده‌های نوآوری در خدمت


خیریه نیکان ماموت
Nikan Mammut Charity


بانک سامات

هر ایرانی یک درخت ...
بیایید برای زنده ماندن زمین درخت بکاریم

  
nikancharity
www.nikancharity.org





گروه مالی سامان

بانک سامان

خیابان شریعتی، پایین تر از بزرگراه شهید همت، نیش 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 پارکوی (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، نیش 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، نیش کوچه اتو بانک، پلاک ۱۰۰۵، برج سامان
تلفن: ۰۲۱-۲۲۳۱۰۰۰۰ نمابر: ۰۲۱-۴۱۷۲۶۰۰۱
www.cr24.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





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.
- تا 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 جدا سازی 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

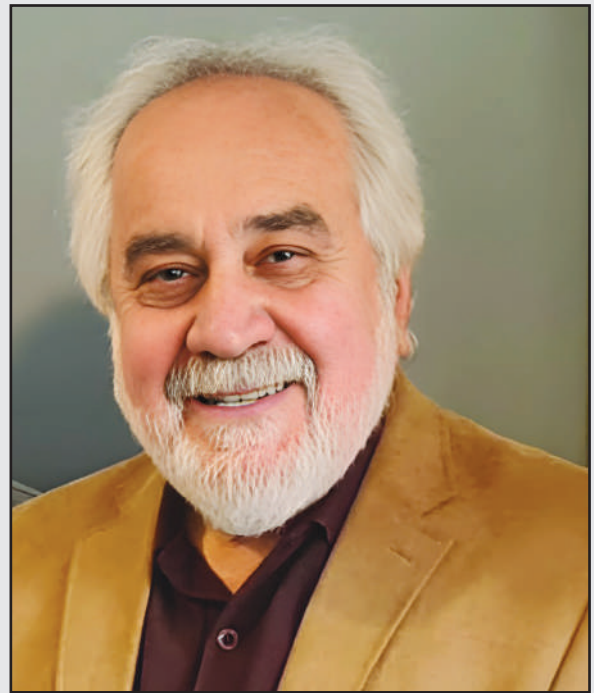
Email: samanbankmag@gmail.com

نشانی دفتر مجله سامان:

خیابان قائم مقام فراهانی، مقابل خیابان فجر، پلاک ۷۴

تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۴۸۷۹ فاکس: ۰۲۱-۸۸۸۳۷۴۸۳

۶	یادداشت سردبیر.....
۸	آشنایی با لغات تخصصی روابط عمومی دیجیتال.....
۱۰	تردید حرفه‌ای حسابرس از نگاه روان‌شناختی.....
۱۳	قدرت تفکر موجودی به نام هوش مصنوعی!.....
۱۴	گامی تازه در مسئولیت‌های اجتماعی با اهدای خون توسط کارکنان بانک سامان.....
۱۵	بانک سامان حامی بیماران مبتلا به سرطان مؤسسه خیریه بهنام دهش پور.....
۱۶	تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر روابط انسانی.....
۱۷	کیف پر از مهر سامان برای دانش آموزان کبودرآهنگ.....
۱۸	برندگان سور سامانی.....
۲۰	پیش بینی، رفاه و آینده بازارها.....
۲۲	آشنایی با سبک‌های نقاشی (بخش دوم).....
۲۵	نهنج جان.....
۲۶	آیان (Oyan) در آکادمی سامان متولد شد!.....
۲۸	بررسی مسیر تحولی اکوسیستم بیمه ایران در پند تخصصی بیمه سامان در الکامپ.....
۲۹	اولین تماس eSIM در ایران با سامانتل انجام شد.....
۳۲	تأکید قائم مقام مدیرعامل شرکت بیمه سامان بر گسترش خدمات آنلاین.....
۳۲	بیمه عمر متصل به طلا؛ پاسخ جدید بیمه سامان به نیاز بیمه‌گزاران.....
۳۳	تحول تجربه کاربری در صنعت بیمه با اپلیکیشن بیمه سامان.....
۳۳	استقرار میز خدمت بیمه سامان در ساختمان راه آهن.....
۳۴	دریافت تندیس طلایی رضایتمندی مشتریان.....
۳۵	تقدیر از بانک سامان در هشتمین اجلاس مسئولیت‌پذیری اجتماعی.....
۳۶	قهرمان کوچک سامانی.....
۳۷	گفتگو با همکاران شعبه اروند.....
۴۵	برندگان پلنت سال ۱۴۰۴.....
۴۸	بیمه سامان در الکامپ ۱۴۰۴: نوآوری، تعامل و تجربه کاربری برتر.....
۵۱	راهکارهای عملیاتی سازی مدل‌های وفاداری مشتریان با محوریت بیمه سامان بررسی شد.....
۵۲	نجات امروز در گرو انعطاف‌پذیری روانی.....
۵۳	مشتریان، خدمات بیمه‌ای را بر اساس اعتماد و تجربه انتخاب می‌کنند.....
۵۳	بیمه سامان بر فراز دماوند.....
۵۴	یادگیری از طریق گیمیفیکیشن (GAMIFICATION): یک تیر و چند نشان.....
۵۶	کافه تک.....
۵۸	معرفی کتاب.....
۶۰	پرسش و پاسخ.....



ناصر بزرگمهر

nbozorgmehr@yahoo.com

به نام او که هر چه بخواهد همان می شود

فایده روابط عمومی چیست؟

گاهی حتی به اصرار، اگر دوست ندارد به خوردشان داد. قصه روابط عمومی و جایگاه آن در سازمان ها و وزارتخانه ها و دولت ها و کلیه مشاغل مرتبط با مردم، و حتی خود مردم، و روابط فردی هر انسان با انسان دیگر، قصه فایده گاو و شیر و ماست و کره و پنیر است. بعد از یک عمر چند هزارساله انسان بر زمین و تاریخ مدون هفت هزارساله و درهزاره سوم میلادی و ثبت علمی دویست ساله شدن دانش روابط عمومی، ارتباطات، تبلیغات، بازاریابی و در نهایت پاسخگویی به افکار عمومی و خصوصا بعد از دوران تاریخی صنعتی و فرا صنعتی در جهان که همه به فایده روابط عمومی و پاسخگویی ایمان آوردند، ما باز هم باید از جایگاه این نهاد صنفی بگوییم.

حداقل حدود صد سال از روابط عمومی مدرن در همین سرزمین بلاخیز خودمان که با اولین فوران نفت سیاه از دکل های مسجدسلیمان آغاز شد، می گذرد و ما هنوز باید به وزیر و وکیل و مدیر و رئیس و شنگول و منگول توضیح دهیم که روابط عمومی علمی و برنامه ریزی شده نیاز واقعی و تکمیل کننده پازل مدیریت های عالی یک سازمان و یک سرزمین است و مثل گاو، برای مردم و مخاطبین درون و بیرون سازمان فایده بسیار دارد.

هرمقامی، قبل از آن که مورد استیضاح نمایندگان ملت و خود ملت واقعی و افکار عمومی و برآیند آنها یعنی رسانه ها و دنیای مجازی قرار گیرد باید از روابط عمومی توانمند برخوردار شود که بتواند هنر متقاعد کردن مخاطبین را داشته و بر افکار عمومی و روزنامه نگاران به عنوان نماینده رسانه ها تاثیر بگذارد.

باید یک روابط عمومی باسواد رسانه ای در کنار مدیریت ها قرار گیرد،

از من می پرسند فایده روابط عمومی چیست؟ یاد انشاهای کودکی می افتم، که می پرسیدند فایده گاو چیست؟ تقریبا همه شاگردان کلاس، شبیه هم می نوشتیم، گاو حیوان نجیبی است، از شیر آن ماست و پنیر و کره و دوغ و خامه و سرشیر درست می کنیم، گاوها در شخم زدن زمین به کشاورزان کمک می کنند، گوشت گاو بسیار مقوی است، وقتی ما مریض می شویم مادرم با گوشت گاو برای ما آبگوشت درست می کند که خیلی خوشمزه است. بی بی می گوید که ما از پوست گاو هم استفاده های فراوان می کنیم و حتی از روده گاو هم برای نخ جراحی استفاده کرده و اگر بی تربیتی نباشد از فضولات گاو هم برای کود درختان بهره می بریم. خلاصه بر همه واضح و مبرهن است که گاو حیوان بسیار مفیدی است و همه جای آن به درد می خورد، این بود انشا من.

وقتی می خواهم در مورد روابط عمومی هم، بعد از نیم قرن حضور در آن حیطه، یادداشتی بنویسم، یاد همان فایده گاو می افتم و فکر می کنم آیا هنوز کسی هست که در سال ۲۰۲۳ میلادی و یا سال ۱۴۰۲ شمسی لازم باشد برایش از فایده شیر و محصولات لبنی بگوییم؟ آیا هنوز کسانی هستند که نمی دانند دوغ یا ماست برای هر انسانی چه خاصیتی دارد؟

آیا در شرایطی که حتی یک حیوان هم از خوردن شیر و لیس زدن به بستنی لذت می برد، چه لزومی دارد که از مزایای آن برای همگان بگوییم؟

اما ظاهرا باید برای همیشه تاریخ به کودکان در مورد خواص شیر و لبنیات و جایگاه آن در رشد و تکامل انسان توضیح داد و توصیه کرد و

تا با ایجاد واحدهای پژوهشی و بر اساس شناخت از خواسته های مخاطبین و جامعه، به انتظارات آنها پاسخ مناسب داده و به استحکام جایگاه مدیریت عالی و سازمان و وزارتخانه کمک نماید.

انتخاب روابط عمومی فامیلی و خانگی و رفاقتی مثل مرغ محلی است و می تواند نهایتاً روزانه یک تخم به شما تحویل دهد و با اولین فریاد، دچار شوک شود و از تخم گذاری هم فاصله بگیرد.

روابط عمومی یک سازمان بزرگ، یک وزارتخانه، یک کارخانه، روابط عمومی خانگی نیست، شعارهای پوپولیستی مثل خوب باشید، مهربان باشید، زیبا باشید، دست و رویتان را بشوید، کافی نیست.

روابط عمومی باید دارای دانش بین المللی باشد، جهانی بیندیشد و از همه علوم مرتبط بهره بگیرد و با معیارهای دنیای امروز، ارتباطات را با خلاقیت در مسیر ملی و سازمانی مورد استفاده قرار دهد.

روابط عمومی هوشمند با استفاده از همه تکنولوژی های روز و ابزار گوناگونی که در اختیار می گیرد و کارشناسانی تحصیل کرده و مرتبط، به جمع آوری اطلاعات و پالایش آنها در جهت ارایه به مدیران ارشد سازمان خود می کوشد.

روابط عمومی، یک دانش تخصصی است و با متخصصین این حوزه تعریف می شود، تا بتواند بین نیروهای درون سازمانی و افکار عمومی برون سازمانی تاثیر لازم را بگذارد و به همبستگی و یکپارچه سازی سازمان با مخاطبین و یا به عبارت ساده تر رابطه بین فروشنده و خریدار، بین تولیدکننده و مصرف کننده، از کالا تا اندیشه به صورت اجرایی عمل نماید.

روابط عمومی حرفه ای و متخصص جای پسر خاله و دختر عمه نیست، روابط عمومی اندیشمند محل جمع شدن بیکاره ها و رانده شدگان کارگزینی ها نیست.

روابط عمومی باید محل نخبگان و اندیشمندان و کسانی باشد که باضرب هوشی بالاتر و با خلاقیت بتوانند کاستی های کل سازمان را پوشش دهند.

داشتن برنامه هدفمند و استراتژی شغلی با رعایت استانداردهای ملی و نگاه به الگو های جوامع و شرایط بین المللی و رعایت کیفیت و استفاده از تکنولوژی های روز و بهره گیری از اینترنت و همه رسانه ها و ابزارها در جهت برندسازی سازمان از وظایف یک روابط عمومی علمی و دانشگاهی است.

روابط عمومی باید بتواند به صراحت به جامعه بگوید که وجود سازمان در گرو مخاطبین آن است و توجه به افکار عمومی بزرگترین دغدغه مدیران ارشد سازمان است و پاسخگویی به موقع و شفافیت و صراحت بیان مهمترین وظیفه سازمانی او است.

روابط عمومی اقناع گر باید همیشه چهارگوش داشته و یکپارچه زبان نباشد.

روابط عمومی وظیفه سخنگویی و پاسخگو بودن را داشته و موظف است که با بهترین ارتباطات از همه رسانه های موجود در فضای مجازی تا مکتوب و خیابانی و سایر ابزار تبلیغاتی به نحو موثر استفاده نماید و منتقدین را ارج گذاشته و از دانش آنها در جهت بهبود سازمانی بهره ببرد. تلاش روابط عمومی جهت برند سازی سازمان، وزارتخانه، دولت و حتی یک کاسبی کوچک با خوشنامی مدیران و کارکنان آن و نحوه پاسخگویی به مخاطب و پرهیز از دروغگویی، پنهان کاری، و بی ارزش دانستن مردم همراه خواهد بود تا بتواند از این سرمایه اجتماعی مهم در جهت اعتمادسازی و تاثیر گذاری و سودآوری بهره ببرد.

روابط عمومی باید اولین منتقد سازمان بوده و از به گویی مدیریت ها دوری کرده و بیشتر به بخش خالی لیوان توجه کند و به هیچ عنوان سرپوشی بر حقایق نگذاشته و چون چشم و گوش مدیران ارشد عمل کرده و رازدار و محرم دوطرف عمل نماید.

روابط عمومی تنها یک اداره در چارت سازمانی نیست، روابط عمومی در هر سازمانی شامل همه کارکنان از نگهبان درب ورودی و تلفنچی تا وزیر و مدیرعامل و هیات مدیره ها می شود.

نقش و تاثیری که یک منشی ساده و یک نگهبان درب ورودی می تواند در افکار عمومی مخاطبین بگذارد را گاهی یک مدیر عالی نمی تواند.

اهمیت نیروهای صف در دانش روابط عمومی فردی آن ها بروز و جلوه گر می شود، و بعد به دانش تخصصی فرد ختم می گردد.

روابط عمومی با یک سلام آغاز می شود و با یک لبخند به شکوفایی می رسد و در دامنه تخصص و دانایی به گل می نشیند.

اما واقعا فایده روابط عمومی چیست؟

روابط عمومی فایده بسیار دارد و بردانیان و اهل خرد و اندیشه کاملاً واضح و مبرهن است و بر فرهنگ نادانی، آب در هاون کوفتن است، این بود انشا امروز من.



آشنایی با لغات تخصصی روابط عمومی دیجیتال

به سایت شما ارجاع می‌دهد. تعداد و کیفیت بکلینک‌ها از عوامل مهم در افزایش اعتبار صفحه نزد موتورهای جستجو و بهبود جایگاه سایت است.

Impression

ایمپرشن

ایمپرشن به تعداد دفعاتی اشاره دارد که یک محتوای خاص (مانند یک آگهی یا لینک) در صفحه نتایج موتور جستجو یا در یک وبسایت نمایش داده می‌شود. هر بار که یک کاربر صفحه را بارگذاری کند و محتوای مورد نظر نمایش داده شود، یک ایمپرشن ثبت می‌شود. ایمپرشن‌ها به تبلیغ‌دهندگان و وبمستران کمک می‌کند تا بفهمند محتوای آنها چقدر دیده می‌شود.

Conversion Rate

نرخ تبدیل

نرخ تبدیل درصدی از بازدیدکنندگان وبسایت است که اقدام مورد نظر (مانند خرید، ثبت نام، دانلود و غیره) را انجام می‌دهند. نرخ تبدیل بالا نشان‌دهنده این است که وبسایت یا کمپین تبلیغاتی به خوبی عمل می‌کند و بازدیدکنندگان را به مشتریان واقعی تبدیل می‌کند.

Domain Authority

اعتبار دامنه

اعتبار دامنه، معیاری است که توسط شرکت Moz توسعه یافته و به ارزیابی قدرت و قابلیت یک دامنه برای رتبه‌بندی در موتورهای جستجو می‌پردازد. این اعتبار معمولاً بین ۱ تا ۱۰۰ نمره‌گذاری می‌شود و هر چه اعتبار دامنه بیشتر باشد، احتمال بهبود رتبه آن در نتایج جستجو بالاتر است. اعتبار دامنه بر اساس عوامل مختلفی مانند کیفیت و تعداد لینک‌های ورودی، تاریخچه دامنه و محتوای وبسایت محاسبه می‌شود.

Page Authority

اعتبار صفحه

شاخصی است برای تعیین میزان اعتبار و قدرت یک صفحه خاص از سایت در مقایسه با صفحات دیگر. اعتبار صفحه تحت تأثیر بکلینک‌ها، کیفیت محتوا و تعامل کاربران است و هر چه بالاتر باشد احتمال نمایش در نتایج بالاتر جستجو بیشتر است.

تجربه و رابط کاربری، ارتقای سئو، ارتباط با مشتریان و... بر دوش روابط عمومی است؛ تیمی که نه تنها می‌بایست پیام‌های کلیدی را به درستی منتقل کند، بلکه باید با زبان تخصصی سئو، تجربه کاربری، مدیریت دیزاین و توسعه سایت در هم تنیده و دانسته‌های خود را به عمل تبدیل کند.

در پشت پرده این دنیای بی‌انتهای واژگان و مفاهیم خاصی جریان دارند که هر کدام سهمی در کیفیت ارائه خدمات، میزان اعتمادسازی و جایگاه برند نزد مخاطبان دارند؛ واژگانی که دانستن و به کارگیری درست آنها، ابزار رشد و برتری سازمانتان در میدان رقابت خواهد بود.

این مقاله فرصتی است برای مخاطبان عزیز تا با واژگان و اصطلاحات کلیدی این سفر دیجیتال آشنا شوند؛ با نگاهی تازه، هم دانش تخصصی خود را ارتقا بخشند و هم توانایی تعامل با بخش‌های فنی و مشتریان را بیشتر کنند.

توضیح کلمات کلیدی سئو (SEO)

SEO (Search Engine Optimization)

بهینه‌سازی موتور جستجو

مجموعه‌ای از اقدامات و تکنیک‌هایی است که برای بهبود رتبه و نمایش وبسایت در نتایج طبیعی (بدون تبلیغات) موتورهای جستجو مثل گوگل انجام می‌شود. هدف از سئو افزایش بازدید، جذب مخاطب هدفمند و بالابردن اعتبار سایت نزد موتور جستجو است.

Keyword

کلمه کلیدی

عبارت یا واژه‌هایی هستند که کاربران برای یافتن اطلاعات مورد نظرشان در موتورهای جستجو وارد می‌کنند. انتخاب و بهینه‌سازی کلمات کلیدی تأثیر مستقیم بر میزان دیده شدن صفحات سایت و جذب بازدیدکننده دارد.

Backlink

بکلینک

لینکی است که یک وبسایت یا صفحه دیگر از وب



رضا رحمانی
رئیس اداره روابط عمومی

در شماره قبلی یعنی شماره ۲۱۹ همین نشریه مطالبی تحت عنوان "نقش روابط عمومی دیجیتال در دنیای امروز" نوشتیم و در آن سعی کردم راجع به این بُعد از فعالیت‌های روابط عمومی، معرفی اجمالی و مختصری داشته باشم.

در ادامه این مسیر و در شماره فعلی قصد دارم تعدادی از پرکاربردترین و مهم‌ترین اصطلاحات و لغات تخصصی این حوزه را نیز به شما عزیزان معرفی کنم. با این مقدمه شما را مستقیم می‌برم به دنیای ارتباطات نوین که در آن هر سازمان برای پیشبرد اهداف خود به ابزارهای متنوعی نیاز دارد؛ اما شاید هیچ بستری همچون فضای دیجیتال و وبسایت سازمانی نتواند فرصت دیده شدن، تعامل با مخاطبان و ارائه خدمات را تا این اندازه گسترده و پویا فراهم کند.

در عصر ارتباطات و تحول دیجیتال، روابط عمومی دیگر فقط به انتشار اخبار و مدیریت بحران محدود نمی‌شود؛ بلکه به مسیر پرماجرایی خلق ارزش، تعامل با مخاطبان و توسعه برند تبدیل شده است. هر روز که فضای آنلاین گسترده‌تر می‌شود، اهمیت وبسایت و کانال‌های دیجیتال بیش از پیش نمایان می‌شود؛ جایی که اولین برخورد هر مخاطب با سازمان، می‌تواند آغاز یک ارتباط مؤثر و پایدار باشد.

تصور کنید در یک صبح پر جنب و جوش کاری، بازدیدکننده‌ای وارد وبسایت شما می‌شود؛ طراحی بصری چشم‌نواز، سامان‌دهی هوشمند محتوا، فرم‌های ساده و دسترسی‌پذیر و سرعت لود بالا، همگی تجربه‌ای خوشایند برای او رقم زده‌اند. مسئولیت این تجربه از نظر حفظ امنیت، مسائل فنی، زیرساخت و موارد مشابه بر دوش فناوری اطلاعات و از نظر اجرا، توسعه، ایجاد

SERP (Search Engine Results Page)

صفحه نتایج موتور جستجو

منظور صفحه‌ای است که پس از وارد کردن یک عبارت جستجو، لیست تمامی صفحات مرتبط توسط موتور جستجو (مانند گوگل) به کاربر نشان داده می‌شود؛ موقعیت سایت در این صفحه (رتبه) اهمیت بالایی دارد.

Organic Traffic

ترافیک ارگانیک

بازدیدهایی است که کاربران از طریق نتایج طبیعی موتورهای جستجو (نه تبلیغات پولی) وارد سایت می‌شوند. بالابردن ترافیک ارگانیک نشان‌دهنده عملکرد خوب سئو و جذب مخاطب واقعی است.

Bounce Rate

نرخ پرش

درصدی از کاربران که پس از ورود به سایت هیچ کار دیگری انجام نمی‌دهند و سریعاً سایت را ترک می‌کنند. کاهش نرخ پرش معمولاً به معنی تعامل بیشتر کاربران با محتوا یا صفحات دیگر سایت است که در بهبود سئو مؤثر است.

Sitemap

نقشه سایت

فایلی (معمولاً XML) که ساختار صفحات و لینک‌های سایت را برای موتورهای جستجو نمایش می‌دهد تا آسان‌تر صفحات جدید را پیدا و ایندکس کنند. داشتن نقشه سایت دقیق باعث تسریع و بهبود فرایند ایندکس شدن صفحات است.

Crawl

خزیدن

فرایندی که طی آن ربات‌های موتور جستجو (crawler) صفحات سایت را جستجو و اسکن می‌کنند تا محتوا، لینک و ساختار آن را جمع‌آوری کنند و برای ایندکس آماده سازند. سرعت و سهولت کراال شدن بر دسترس بودن صفحات در جستجو تأثیرگذار است.

Index

ایندکس

عمل ثبت و ذخیره‌سازی صفحات سایت در پایگاه داده موتور جستجو است؛ هرچه صفحه‌ای بهتر ایندکس شود زودتر در نتایج جستجو نمایش داده خواهد شد و دسترسی کاربران به آن سریع‌تر خواهد بود.

توضیح کلمات کلیدی تجربه و رابط کاربری

(UI/UX)

User Experience (UX)

تجربه کاربری

به مجموعه احساسات، برداشت‌ها و واکنش‌های کاربر هنگام تعامل با یک وب‌سایت، اپلیکیشن یا محصول دیجیتال گفته می‌شود. هدف اصلی UX، فراهم کردن

تجربه‌ای مطلوب و بدون دردسر برای کاربران است، به‌طوری که نیازهای آن‌ها با کمترین تلاش و بیشترین رضایت‌مندی برآورده شود.

User Interface (UI)

رابط کاربری

نمای گرافیکی و اجزای بصری یک نرم‌افزار یا سایت که کاربر از طریق آن با سیستم تعامل می‌کند؛ شامل دکمه‌ها، فرم‌ها، منوها، رنگ‌ها، تایپوگرافی و آیکون‌ها می‌شود. طراحی UI باید ساده، جذاب و درعین‌حال کاربردی باشد تا استفاده از سیستم راحت باشد.

Wireframe

وایرفریم

یک طرح اولیه و ساده از رابط کاربری است که ساختار کلی صفحه (بدون رنگ و جزئیات گرافیکی) را نمایش می‌دهد. وایرفریم‌ها برای مشخص کردن محل عناصر اصلی صفحه و تجربه کاربری اولیه استفاده می‌شوند و پایه شروع طراحی UI هستند.

Prototype

نمونه اولیه (پروتوتایپ)

نمونه‌ای تعاملی و شبیه‌سازی شده از محصول یا سایت است که می‌توان عملکرد بخش‌های مختلف آن را قبل از پیاده‌سازی اصلی تست و بررسی کرد. پروتوتایپ امکان ارزیابی سریع و اصلاح ایرادات UX را فراهم می‌کند.

User Flow

مسیر حرکت کاربر

مراحلی است که کاربر برای انجام یک کار خاص (مثلاً خرید محصول یا ثبت‌نام) در سایت طی می‌کند. درک و بهینه‌سازی مسیر حرکت کاربر برای بهبود UX و افزایش نرخ تبدیل بسیار مهم است.

Responsive Design

طراحی واکنش‌گرا

شیوه‌ای از طراحی صفحات وب است که باعث می‌شود نمایش سایت در انواع دستگاه‌ها (موبایل، تبلت، دسکتاپ) بدون نیاز به اسکرول افقی و به‌هم‌ریختگی المان‌ها به‌درستی انجام شود. طراحی واکنش‌گرا نقش مهمی در رضایت کاربر ایفا می‌کند.

Persona

پرسونای کاربر

نماینده‌ای خیالی و مستند از شخصیت‌ها، اهداف و نیازهای گروه‌های مختلف کاربران یک سایت یا محصول است؛ طراحی بر اساس پرسونای دقیق منجر به ارائه خدمات و محتوای مناسب‌تر می‌شود.

Call to Action (CTA)

دعوت به اقدام

عناصر بصری (مثل دکمه یا متن) که کاربر را تشویق و راهنمایی به انجام یک عمل خاص می‌کنند؛ مثل "ثبت‌نام کنید" یا "الان بخرید". یک CTA خوب، واضح و قابل درک است و نرخ تبدیل سایت را افزایش می‌دهد.

Journey Map

نقشه سفر کاربر

نمایش بصری مسیر کامل کاربر در تعامل با سایت یا سرویس؛ از لحظه آشنایی تا انجام عمل نهایی. این نقشه به درک نقاط مثبت و دردناک تجربه کاربری کمک و فرصت بهبود را مشخص می‌کند.

Information Architecture

معماری اطلاعات

ساختار و سازماندهی محتویات و صفحات مختلف یک سایت، به‌نحوی که کاربر بتواند به‌راحتی دنبال اطلاعات موردنیاز بگردد و گم نشود. معماری اطلاعات مؤثر، یافتن محتوا را آسان می‌سازد و تجربه کاربری را بهبود می‌بخشد.

توضیح لغات کلیدی مربوط به دیزاین (Design)

و تجربه مشتری (Customer Experience)

Visual Design

طراحی بصری

فرایند خلق ظاهر گرافیکی اجزا و صفحات سایت شامل رنگ‌بندی، تصاویر، آیکون‌ها و ترکیب‌بندی عناصر. هدف اصلی طراحی بصری، جذابیت و انتقال پیام صحیح به کاربر است تا احساسات مثبت و درک دقیق از هویت برند ایجاد شود.

Typography

تایپوگرافی

انتخاب و چیدمان فونت‌ها و شیوه نمایش متون در صفحات سایت. تایپوگرافی مناسب باعث خوانایی بیشتر، زیبایی و تأکید اصولی بر قسمت‌های مهم محتوا می‌شود و نقش مهمی در دیزاین حرفه‌ای دارد.

Color Palette

پالت رنگ

مجموعه‌ای از رنگ‌های انتخاب‌شده برای استفاده در سایت یا محصول که هویت بصری و هماهنگی اجزا را تعیین می‌کند؛ انتخاب صحیح پالت رنگ مؤثر بر احساسات، تجربه کاربری و یادآوری برند است.

Whitespace (Negative Space)

فضای سفید یا منفی

بخش‌هایی از صفحه که خالی و بدون عنصر هستند؛ فضای سفید کمک می‌کند اجزا بهتر دیده شوند، خوانایی بالا رود و توجه کاربر به اطلاعات مهم جلب شود.

Touchpoint

نقطه تماس

هر مکان و لحظه‌ای که مشتری با برند یا محصول تعامل دارد؛ مانند ورود به سایت، تماس با پشتیبانی، استفاده از شبکه‌های اجتماعی یا ایمیل. شناسایی و بهبود نقاط تماس کیفیت تجربه مشتری را افزایش می‌دهد.



تردید حرفه‌ای حسابرس از نگاه روان‌شناختی

برای پشتیبانی از اظهارنظر و گزارش حسابرس ضروری است. تردید حرفه‌ای شامل ارزیابی نقادانه شواهد حسابرسی متناقض و قابلیت اتکای اسناد و مدارک، نتایج پرس‌وجوها و سایر اطلاعات اخذ شده از مدیران اجرایی و ارکان راهبری واحد تجاری است. همچنین تردید حرفه‌ای شامل بررسی کافی و مناسب بودن شواهد حسابرسی کسب شده با توجه به شرایط موجود است.

در این راستا مراجع بین‌المللی مرتبط با حوزه حسابرسی نیز همواره بر اهمیت مفهوم تردید حرفه‌ای تأکید می‌کنند به‌عنوان نمونه، کمیته حسابداران حرفه‌ای شاغل در کسب‌وکار که زیر نظر فدراسیون بین‌المللی حسابداران فعالیت می‌کند در تاریخ ۲۴ جولای ۲۰۱۷ (۲ مرداد ۱۳۹۶) از طریق ارسال پاسخ به متن پیشنهادی هیئت استانداردهای بین‌المللی اخلاقی برای حسابداران در زمینه تردید حرفه‌ای موافقت خود مبنی بر نیاز به تقویت مفهوم تردید حرفه‌ای در آیین اصول اخلاقی برای حسابداران در زمینه حسابرسی و اطمینان‌بخشی اعلام کرده است. این کمیته تأکید کرده است که باور دارد مفهوم تردید حرفه‌ای نیز همانند



آرش آذین فر
دکتری تخصصی حسابداری

مقدمه

اطلاعات تردید حرفه‌ای از مفاهیم بسیار مهم در حسابرسی است. در استاندارد حسابرسی ۲۰۰، تردید حرفه‌ای به‌عنوان نگرشی تعریف شده است که متضمن داشتن یک ذهن پرسشگر هوشیار نسبت به شرایطی است که می‌تواند نشانه تحریف ناشی از تقلب و اشتباه باشد و ارزیابی نقادانه شواهد حسابرسی توسط حسابرسان است. شواهد حسابرسی مورد استفاده توسط حسابرس برای دستیابی به نتیجه‌گیری نهایی است که مبنای اظهارنظر وی قرار می‌گیرد و وجود شواهد کافی و مناسب

قضاوت حرفه‌ای باید توسط همه حسابداران حرفه‌ای و باتوجه به موقعیت حرفه‌ای و اثرگذاری در زنجیره عرضه گزارشگری مالی، به کار گرفته شود. معنی با وقوع رسوایی‌های مالی متعدد در ابتدای قرن بیست و یکم حرفه حسابرسی در وضعیت نامطلوبی قرار گرفت، به طوری که سؤال‌های اساسی در مورد ارزش‌های اخلاقی حرفه مطرح شد؛ بنابراین به کارگیری افراد با اخلاق در حرفه جهت بازگرداندن اعتماد ازدست رفته ضروری به نظر می‌رسید.

یکی از مفاهیم اساسی مطرح شده، اهمیت اخلاق در تصمیم‌گیری و قضاوت حرفه‌ای است. به کارگیری قضاوت حرفه‌ای و مفاهیم مرتبط با آن بدین است که حسابرسان می‌بایست اخلاقی عمل نمایند. از این رو از حسابرسان انتظار می‌رود هر عمل خطایی همچون تقلب را گزارش کنند. این مسئله زمانی بحرانی می‌شود که خود شخص حسابرس خطایی را مرتکب شود. از دیدگاه اخلاقی، خلاف‌ها باید به شخص یا ارگانی که قدرت اصلاح آن را دارند گزارش گردد. پژوهش‌های انجام شده نشان می‌دهد هنگامی که خود حسابرسان اعمال خلاف انجام می‌دهند نارضایتی گسترده‌ای در مورد گزارش آن اعمال توسط سایر همکاران وجود دارد. بعد از رسوایی انرون و فروپاشی مؤسسه حسابرسی ارتور اندرسون، این سؤال مطرح شد که آیا حسابرسان به عنوان کارشناسان مستقل از بعد اخلاقی و قانونی مسئولیت گزارش اعمال پرسش برانگیز را دارند یا خیر. به دنبال این جریانات هشداردهی در حرفه حسابرسی اهمیت بیشتری پیدا کرد.

بسیاری از رفتارها و تصمیم‌های کارکنان و مدیران در سازمان‌های امروزی تحت تأثیر ارزش‌های اخلاقی آنها است. فلسفه اخلاق، فردی نظام ارزش‌ها و عقایدی است که فرد برای خود حفظ کرده و بر اساس آن در مورد مسائل اخلاقی تصمیم‌گیری می‌کند. موضوع‌های مربوط به تصمیم‌گیری‌های اخلاقی و گزارشگری مالی اخلاقی بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته است. در خصوص اهمیت تصمیم‌گیری اخلاقی حسابرسان در ارتقای اعتبار حرفه، این موضوع مطرح می‌گردد که چه عواملی باعث تصمیم‌گیری‌های اخلاقی آنان می‌گردد. فعالان حرفه حسابداری باید سطح بالایی از صحت و درستی را در خدمات حرفه‌ای خود رعایت کنند و تصمیم‌گیری اخلاقی آنان برای کسب بازار سرمایه کارا و منصفانه و جهت تخصیص بهینه منابع ضروری می‌باشد از جمله عواملی که می‌تواند در شرایط شک و تردید حرفه‌ای بر تصمیم‌گیری اخلاقی حسابرسان مؤثر باشد ویژگی‌های رفتاری آنان است.

تردید حرفه‌ای

تردید حرفه‌ای یکی از ویژگی‌های فردی حسابرسان است که برای به کارگیری استانداردهای حسابرسی و دستیابی به کیفیت حسابرسی حیاتی است. تردید حرفه‌ای با بدگمانی متفاوت است که شامل داشتن یک ذهن پرسشگر به همراه زیبایی نقادانه شواهد حسابرسی کسب شده از واحد مورد رسیدگی است که مبنای اظهار نظر حرفه‌ای حسابرس مستقل قرار گرفته است. یک موضوع غالب این است که حسابرسان تلاش می‌کنند تا تردید را به درستی و به طور مناسب اعمال و استفاده کنند و به ریسک تقلب پاسخ و واکنش دهند.

رفتار و ویژگی‌های رفتاری

از دیدگاه روان‌شناسی، هرگونه پاسخ قابل مشاهده و هر فعالیت و عملی که موجود زنده انجام می‌دهد و متضمن کارهای بدنی و پنهان، اعمال فیزیولوژیک، عاطفی و عقلی می‌باشد. خواه یک عمل خاص و یا مجموعه‌ای از اعمال باشد. یک بازتاب یا مجموعه بازتاب‌های فرد نسبت

به یک وضعیت، روش کار شخص در یک وضع و موقعیت خاص و معین و آنچه شخص در آن موقعیت انجام می‌دهد. رفتار به دو صورت آشکار و پنهان اتفاق می‌افتد.

رفتار آشکار، رفتاری است که دیگران توانند آن را از طریق یکی از حواس خود دریافت کنند و رفتار پنهان آن است که فقط خود شخص رفتارش را درک می‌کند؛ مانند فکر کردن؛ بنابراین مجموعه ویژگی‌های رفتاری اعم از پنهان و آشکار می‌تواند نشان‌دهنده نگرش‌ها و باورهای فرد و عاملی تأثیرگذار بر نحوه تصمیم‌گیری‌ها و اقدامات عملی او باشد. روان‌شناسان هرگونه پاسخ به محرک را رفتار می‌خوانند. رفتارها از یک منظر به دو دسته بازتابی و غیربازتابی یا کنش تقسیم می‌شوند. رفتارهای بازتابی رفتارهایی هستند که در آنها بین محرک و پاسخ، ادراک (ذهن) واسطه نشده است؛ بنابراین دارای هیچ معنایی نیستند؛ از جمله هدیان‌گویی در عالم خواب و بیهوشی و برخی حرکات اعضا و جوارح که به صورت ناخودآگاه از انسان صادر می‌شود؛ اما رفتارهای غیربازتابی رفتارهایی هستند بین محرک و پاسخ ذهن یا ادراک قرار گرفته است که رفتارهای معنادار نیز خوانده می‌شوند.

روان‌شناسی رفتاری، بررسی ارتباط میان ذهن و رفتار انسان است. روان‌شناسی رفتاری در تلاش است تا درک کند دلیل رفتارهای انسان چیست و الگوهای رفتارها و اقدامات افراد را بشناسند. یکی از فواید اصلی این حوزه این است که به پژوهشگران این امکان را داده است تا رفتارهای قابل مشاهده را به روشی علمی و منظم بررسی کنند.

هرچند بسیاری از اندیشمندان بر این باور بودند که این سبک فکری به دلیل نادیده گرفتن برخی از تأثیرات بااهمیت رویکرد رفتار، کمبودهایی دارد. برای نمونه فروید معتقد بود که رفتارگرایی به دلیل به حساب نیاموردن اندیشه‌های ذهنی ناخودآگاه احساسات و آرزوهایی که کارهای انسان را تحت تأثیر قرار می‌دهند دچار شکست شده است. ویژگی‌های رفتاری، به صفات و خصوصیات فردی اشاره دارند که نحوه تعامل و واکنش فرد را در موقعیت‌های مختلف مشخص می‌کنند این ویژگی‌ها به صفات و الگوهای رفتاری فردی اشاره دارند که به طور پایدار در موقعیت‌های مختلف بروز می‌کنند. ویژگی‌های رفتاری جنبه‌های خاص شخصیت هستند که رفتار را در شرایط مختلف پیش‌بینی می‌کنند. این ویژگی‌ها شامل عادات و الگوهای رفتاری هستند و می‌توانند بر نحوه ارتباط فرد با دیگران و محیط اطراف و تصمیم انجام یا عدم انجام رفتار او تأثیر بگذارند. به عنوان مثال، ویژگی‌هایی مانند صداقت، همدلی، مسئولیت‌پذیری و توانایی کار تیمی از جمله ویژگی‌های رفتاری محسوب می‌شوند.

نگرش نسبت به رفتار

نگرش عبارت است از سازمان پایدار فرایندهای انگیزشی، احساسی، ادراکی و شناختی در ارتباط با برخی ابعاد محیط پیرامون ما. نگرش دارای سه بعد است شناختی، عاطفی (احساسی) و رفتاری. بعد شناختی شامل باورهای فرد در مورد یک پدیده است این باورها ویژگی‌های خاصی را به پدیده مورد نظر منتسب می‌کند. بعد عاطفی نشان‌دهنده واکنش‌های احساسی فرد در مقابل پدیده است. این بعد نشانگر مثبت یا منفی بودن ارزیابی فرد از پدیده تنفر و یا دوست داشتن پدیده است. بعد رفتاری نشان‌دهنده قصد و برنامه‌ریزی و میزان تمایل فرد به واکنش به شیوه‌ای معین نسبت به پدیده است. نگرش نسبت به رفتار نشان‌دهنده ارزیابی فرد از رفتار مورد نظر است. نگرش معمولاً حاصل باورهای فرد در مورد مزایا و مضرات انجام کار است.

هنجارهای ذهنی

هنجارهای ذهنی، بازتابی از فشار اجتماعی است که توسط شخص ادراک شده است و یک رفتار مشخص را شکل می‌دهد. به عبارت دیگر هنجارهای ذهنی بیانگر ادراک شخص در این مورد هست که آیا افراد مهم از نظر فرد یک رفتار معین را تأیید می‌کنند یا خیر. یعنی ادراک شخص از فشارهای هنجاری اجتماعی یا باورهای دیگران است که مشخص می‌کند آیا شخص باید آن رفتار را انجام دهد یا نه. از این رو، هنجارهای ذهنی به میزان آگاهی یک شخص از عقیده مهم و برجسته شخص موردقبولش وابسته می‌باشد. شمار زیادی از مطالعات حوزه روان‌شناسی این نظریه را بیان می‌دارند که هنجارهای ذهنی عامل مهمی در انجام رفتار است. هنجارهای ذهنی تأثیر دیگران بر رفتار را اندازه‌گیری می‌کند. اگر انتظارات اجتماعی این باشد که افراد باید رفتار موردبحث را انجام دهند، در آن صورت احتمال بیشتری وجود دارد که فرد آن رفتار را انجام دهد. هنجارهای ذهنی توسط باورهای هنجاری فرد در مورد امکان‌پذیری رفتار با در نظر گرفتن نحوه ارزیابی سایر افراد از آن رفتار تعیین می‌شود؛ به عبارت دیگر ارزیابی افراد پیرامونی نسبت به انجام کار توسط فرد چگونه است.

کنترل رفتاری درک شده

کنترل رفتاری درک شده، نشان می‌دهد که انگیزه یک فرد به وسیله درک او از میزان دشواری رفتارها و میزان موفقیت وی در انجام یا عدم انجام یک رفتار، تحت تأثیر قرار می‌گیرد. اگر شخص اعتقادات قوی کنترلی درباره وجود عوامل تسهیل کننده یک رفتار داشته باشد کنترل درک شده بالایی بر روی آن رفتار خواهد داشت. برعکس اگر شخص اعتقادات کنترلی قوی نداشته باشد درک پایینی از کنترل خواهد داشت که مانع بروز رفتار می‌شود. این درک می‌تواند مربوط به تجارب گذشته، پیش‌بینی وقایع آینده و نگرش‌های متأثر از هنجارهای محیط اطراف فرد باشد. آجرن در سال ۱۹۹۱، کنترل رفتار درک شده را تحت عنوان "سادگی یا مشکل بودن انجام رفتار" تعریف می‌کنند و فرض کردند که عمل به این رفتار، تجربه گذشته و همچنین موانع و مشکلات پیش‌بینی شده را منعکس کند.

قصد به کارگیری تردید حرفه‌ای

بر اساس نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده برآیند ذهنی می‌باشد. سه عامل نگرش نسبت به رفتار (قدرت خواسته شخص)، هنجارهای ذهنی (حساسیت نسبت به فشار) و کنترل رفتاری درک شده (درک شخص از میزان دشواری یا آسانی رفتار در کسب نتایج موفقیت آمیز) منجر به تمایل فرد به تصمیم‌گیری برای انجام یک رفتار و تعهد و تداوم آن رفتار می‌باشد. این سه عامل به عنوان پیش‌زمینه‌های قصد رفتاری عمل می‌کنند. قصد رفتاری نشان‌دهنده توان و قدرت تلاش اراده شده برای انجام یک کار است. آجرن در سال ۱۹۹۱، تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده با این مفهوم سازگار است که قصد انجام یک رفتار میانجی ارتباط بین نگرش‌ها، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری درک شده با توجه به اقدامات رفتاری است. نگرش «به درجه ارزیابی مطلوب یا نامطلوب از یک رفتار» و هنجار ذهنی «به فشار اجتماعی ادراک شده برای انجام یا عدم انجام رفتار» اشاره دارد.

کنترل رفتاری ادراک شده به درک افراد از سهولت یا دشواری انجام رفتار موردنظر اشاره دارد و ارتباط تنگاتنگی با خودکارآمدی دارد. به عنوان مثال قضاوت در مورد اینکه فرد چقدر می‌تواند دوره‌های آموزشی را به خوبی

اجرا کنند. نگرش‌ها، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری ادراک شده هر کدام قادر به پیش‌بینی قصد و نیت هستند و این به نوبه خود برای پیش‌بینی میزان انگیزه و تلاش افراد برای تضمین اهداف بلندمدت بسیار مهم است.

تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده ارتباط مثبتی را بین نگرش فرد نسبت به یک رفتار، هنجارهای ذهنی پیرامون رفتار، کنترل رفتاری ادراک شده بالاتر باتوجه به رفتار و قصد اقدام پیش‌بینی می‌کند. نولدر و کادوس در سال ۲۰۱۸، نگرش‌ها را به عنوان «پاسخ‌های ارزیابی شناختی و عاطفی حساب‌رسان مرتبط با اظهارات مدیریت» مفهوم‌سازی می‌کنند. کنترل رفتاری ادراک شده را در چارچوب باورهای حساب‌رسان درباره اختیارشان برای اصلاح برنامه‌های حسابرسی در پرتو ارزیابی‌های ریسک به تصویر می‌کشند. تحقیقات در زمینه طوفان فکری تقلب نشان می‌دهد که رفتارهای رهبری مرتبط با هنجارهای ذهنی می‌تواند جهت‌گیری‌های تردیدآمیز زیردستان (یعنی نیت) و اقدامات بعدی را تحت تأثیر قرار دهد.

سخن آخر

تردید حرفه‌ای از مفاهیم بسیار مهم در حسابرسی و به معنای ارزیابی نقادانه شواهد حسابرسی است. رفتار تردیدآمیز حرفه‌ای برای دستیابی به نتیجه‌گیری نهایی که مبنای اظهارنظر حسابرسان قرار می‌گیرد. ضروری است که عدم به کارگیری صحیح و به موقع آن می‌تواند با تبعات نامناسب همراه باشد. ویژگی‌های رفتاری حسابرسان با تأثیرگذاری سه عامل نگرش نسبت به رفتار هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری ادراک شده بر قصد به کارگیری تردید حرفه‌ای حسابرسان مؤثر می‌باشد؛ بنابراین شناخت دقیق از مؤلفه‌های رفتاری در حسابرسان می‌تواند سطح تمایل آنان در میزان به کارگیری تردید حرفه‌ای را آشکار نماید.

تردید حرفه‌ای حسابرسان تحت تأثیر عوامل مختلفی قرار دارد، از جمله فشارهای مدیریتی، آموزش و فرهنگ سازمانی، تجربیات قبلی و ارتباط با ذی‌نفعان. همچنین درحالی‌که تردید مثبت می‌تواند به بهبود کیفیت حسابرسی کمک کند، فشارهای خارجی ممکن است به کاهش تردید و در نتیجه به خطر افتادن کیفیت حسابرسی منجر شود. مفهوم رفتار، مفهومی گسترده است که شامل سه بعد نگرش نسبت به رفتار هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری ادراک شده است؛ بنابراین تئوری‌های مبتنی بر تمایل و قصد انجام رفتار، از جمله تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده اجازه می‌دهد که مفهوم ویژگی‌های رفتاری به عنوان عاملی بسیار مهم و تأثیرگذار بر حرفه حسابرسی در حوزه تردید حرفه‌ای به عنوان یکی از مفاهیم بسیار مهم در حسابرسی که به کارگیری صحیح و به موقع آن برای دستیابی به نتیجه‌گیری نهایی که مبنای اظهارنظر حسابرسان قرار می‌گیرد، ضروری است معرفی شود.

کسب شناخت کافی از باورها و هنجارهای ذهنی و رفتاری افراد متقاضی تصدی شغل حسابرسی از طریق به کارگیری روش‌ها و آزمون‌های مختلف از سوی نهادهای مرتبط با حوزه حسابرسی از جمله سازمان حسابرسی، دیوان محاسبات و مؤسسات حسابرسی عضو جامعه حسابداران رسمی می‌باشد. تردید حرفه‌ای حسابرسان به عنوان یک برنامه توسعه‌محور در حرفه حسابرسی از سوی سازمان‌ها و نهادهای مربوطه مورد توجه قرار دارد و برنامه‌های آموزش رفتاری و ارزیابی‌های دوره‌ای به عنوان بخشی از استانداردهای شغلی حسابرسان مدون بوده تا از این طریق در کنار ارتقای سطح اخلاق‌گرایی حرفه‌ای کیفیت گزارش‌های حسابرسی نیز بهبود یابد.



قدرت تفکر موجودی به نام هوش مصنوعی!

کسب و کارهای متعددی از هوش مصنوعی برای بهبود تجربیات مشتری و افزایش رشد درآمد و ازدیاد مشتریان استفاده کرده‌اند. به عنوان مثال، جی. پی. مورگان و جیس، پلتفرم OmniAI برنده جایزه را برای ارائه روش‌های جدید مالی دقیق توسعه داده‌اند. این مدل می‌تواند تجزیه و تحلیل‌های عمیق و جامعی از مجموعه داده‌های گسترده انجام دهد، هزینه‌های عملیاتی را کاهش دهد و برای توسعه و گسترش کسب و کار سریع‌تر راه حل ممکن را بسازد.

مصنوعی

نقش هوش مصنوعی در جامعه:

هوش مصنوعی پتانسیل خودکارسازی وظایف غیرروتین و حل برخی از پیچیده‌ترین مشکلات جهان را نیز دارد. به عنوان مثال، فناوری‌های هوش مصنوعی می‌توانند پیش‌بینی‌های تغییرات آب‌وهوایی را مدل‌سازی کنند، بهره‌وری شبکه انرژی را بهبود بخشند و حتی به شما در کاهش مصرف انرژی خانوار از طریق سیستم‌های گرمایشی هوشمند خانه کمک کنند. سایر کاربردها شامل تجزیه و تحلیل داده‌ها در مسیر آزمایش‌های بالینی و بهینه‌سازی سفرها برای کاهش بار برای زیرساخت‌های حمل و نقل است. با این حال، محاسبه تأثیر هوش مصنوعی بر چالش‌های جهانی پیچیده است و حتی راه‌حل‌های به‌ظاهر بی‌نقص می‌توانند نتایج ناخواسته‌ای داشته باشند. به عنوان مثال، بهبود بهره‌وری خانه شما ممکن است شما را تشویق کند که زمان بیشتری را در خانه کاملاً گرم خود بگذرانید و استفاده از لوازم خانگی پر مصرف را افزایش دهید.

در نظر گرفتن اثرات پیش‌بینی نشده تنها یکی از دام‌های احتمالی تکیه بر هوش مصنوعی است. به علاوه شیوه‌های ضعیف حفاظت از داده‌ها خطر نقض حریم خصوصی را افزایش می‌دهد، در حالی که آموزش مدل‌ها بر اساس داده‌های مغرضانه می‌تواند منجر به اختلاف شود. به همین دلیل است که شیوه‌های اخلاقی برای توسعه مسئولانه هوش مصنوعی ضروری هستند. وقتی شخصی از طریق چت (چت‌بات) در یک صفحه وب گفتگو را با هوش مصنوعی آغاز می‌کند، اغلب با رایانه‌ای که هوش مصنوعی تخصصی را اجرا می‌کند، در تعامل است. اگر چت‌بات نتواند سؤال را تفسیر یا پاسخ دهد، یک انسان برای برقراری ارتباط مستقیم با شخص مداخله می‌کند. این نمونه‌های غیر تفسیری به یک سیستم محاسباتی یادگیری ماشینی وارد می‌شوند تا برنامه هوش مصنوعی را برای تعاملات آینده بهبود بخشند.

پیشرفت‌های هوش مصنوعی برای برنامه‌هایی مانند پردازش زبان طبیعی و صنایعی مانند خدمات مالی، مراقبت‌های بهداشتی و خودرو کمک می‌کند تا نوآوری را تسریع کنند، تجربه مشتری را بهبود بخشند و هزینه‌ها را کاهش دهند. هوش مصنوعی با حضورش در جهان، از میلیاردها نقطه داده، تجزیه و تحلیل پیش‌بینی‌کننده و یادگیری ماشینی قدرتمند برای ارائه توصیه‌های پشتیبانی‌ی پیشگراانه مشتری برای محیط‌های پیچیده فناوری اطلاعات استفاده می‌کند. تعامل شود.



علی جوانمردی |
مؤسس گروه فنی مهندسی ایتوک

هوش مصنوعی AI بر مبنای تقلید از فرایندهای هوش انسانی از طریق ایجاد و کاربرد الگوریتم‌های تعبیه‌شده در یک محیط محاسباتی پویا به وجود آمده است. به عبارت ساده، هوش مصنوعی تلاش می‌کند تا کامپیوترها را وادار به تفکر و عمل مانند انسان‌ها کند.

دستیابی به این هدف نیازمند سه مؤلفه کلیدی است:

۱. سیستم‌های محاسباتی
 ۲. داده‌ها و مدیریت داده‌ها
 ۳. الگوریتم‌های پیشرفته هوش مصنوعی (کد)
- هر چه نتیجه مطلوب بیشتر شبیه انسان باشد، به داده‌ها و قدرت پردازش بیشتری نیاز است.

هوش مصنوعی چگونه آغاز شد؟

حداقل از قرن اول پیش از میلاد، انسان‌ها مجذوب امکان ایجاد ماشین‌هایی بوده‌اند که مغز انسان را تقلید می‌کنند. در دوران مدرن، اصطلاح هوش مصنوعی در سال ۱۹۵۵ توسط جان مک‌کارتی ابداع شد. در سال ۱۹۵۶، مک‌کارتی و دیگران کنفرانسی با عنوان «پروژه تحقیقاتی تابستانی دارتموث در مورد هوش مصنوعی» ترتیب دادند. این آغاز منجر به ایجاد یادگیری ماشینی، یادگیری عمیق، تجزیه و تحلیل پیش‌بینی‌کننده و اکنون به تجزیه و تحلیل تجویزی هم شده است. همچنین باعث ایجاد یک حوزه مطالعاتی کاملاً جدید، علم داده، شده است.

چرا هوش مصنوعی مهم است؟

امروزه، میزان داده‌هایی که توسط انسان‌ها و ماشین‌ها تولید می‌شود، بسیار فراتر از توانایی انسان در جذب، تفسیر و تصمیم‌گیری‌های پیچیده بر اساس آن داده‌ها است. هوش مصنوعی اساس تمام یادگیری‌های کامپیوتری را تشکیل می‌دهد و آینده تمام تصمیم‌گیری‌های پیچیده است. به عنوان مثال، اکثر انسان‌ها می‌توانند بفهمند که چگونه در بازی تیک-تاک-تو (صفر و ضربدر) نوازند، حتی اگر ۲۵۵۱۶۸ حرکت منحصر به فرد وجود داشته باشد که ۶۰۸۰ مورد از آنها به تساوی ختم می‌شود. کامپیوترها در محاسبه این ترکیب‌ها و جای گشت‌ها برای رسیدن به بهترین تصمیم بسیار کارآمد هستند. هوش مصنوعی (و تکامل منطقی آن در یادگیری ماشینی) و یادگیری عمیق، آینده بنیادی تصمیم‌گیری تجاری هستند.



گامی تازه در مسئولیت‌های اجتماعی با اهدای خون توسط کارکنان بانک سامان

همراه بود. این حرکت داوطلبانه بار دیگر نشان داد که خانواده بزرگ بانک سامان، همگام با ایفای نقش در حوزه بانکداری و خدمات مالی، نسبت به مسئولیت‌های اجتماعی و ارزش‌های انسانی نیز تعهد جدی دارد. اهدای خون توسط کارکنان بانک سامان، نه تنها نمادی از همدلی و مشارکت اجتماعی است، بلکه مصداقی روشن از فرهنگ نوع‌دوستی و همراهی با جامعه به شمار می‌رود.

کارکنان بانک سامان در قالب یک برنامه انسان‌دوستانه گروهی اقدام به اهدای خون کردند. این برنامه با همکاری تیم سازمان انتقال خون در ساختمان مرکزی بانک سامان اجرا شد. به گزارش سامان رسانه، در این طرح، تیم سازمان انتقال خون کشور با استقرار در ساختمان مرکزی بانک سامان، فرایند خون‌گیری از کارکنان داوطلب را انجام داد. برگزاری این برنامه در ادامه فعالیت‌های حوزه مسئولیت اجتماعی بانک سامان انجام شد و با استقبال جمعی از کارکنان



عکس‌ها: جمشید نگهبانی



مؤسسه خیریه
بهنام دهش پور
حمایت از بیماران
مبتلا به سرطان
Behnam Daheshpour
Charity Organization
behnamcharity.org.ir



بانک سامان حامی بیماران مبتلا به سرطان مؤسسه خیریه بهنام دهش پور

مؤسسه خیریه بهنام دهش پور سازمانی است مردم نهاد، غیردولتی و غیرانتفاعی که در نیمه دوم سال ۱۳۷۴ برپایه ایده و پیگیری های بهنام دهش پور فعالیت های خود را آغاز کرد. بهنام در سوم اسفند همان سال و در سن ۲۱ سالگی در اثر ابتلا به بیماری سرطان از میان ما رفت و این مسیر با حمایت داوطلبان و حامیان و با دریافت مجوز قانونی، از سال ۱۳۷۹ تاکنون ادامه دارد. مؤسسه در طول فعالیتش با برخورداری از یکی از بزرگترین گروه های داوطلبان علاقمند، همواره در تلاش برای ساختن جامعه ای بدون ترس از بیماری سرطان است تا به هر طریق ممکن در عرضه خدمات پیشگیری، حمایتی و درمانی نقش بسزایی ایفا کند. مؤسسه خدماتی همچون تأمین هزینه دارو و درمان و ارائه خدمات جانبی و حمایتی به بیش از ۲۱ هزار بیمار مبتلا به سرطان و خانواده آن ها در طول دوره درمان بیمار، تجهیز مراکز دانشگاهی و دولتی فعال در حوزه سرطان، برنامه های تشخیص زودهنگام بیماری سرطان، طراحی و اجرای کمپین های آموزشی و پیشگیری از سرطان، اجرای پروژه های تحقیقاتی، اطلاع رسانی و تلاش برای از بین بردن باورهای غلط جامعه در خصوص بیماری سرطان، حمایت و راهنمایی خیرین و سایر مؤسسات مردم نهاد و کمک به توانمند ساختن مؤسسات همسو در شهرستان ها، جذب مشارکت اجتماعی و توسعه فرهنگ داوطلبانه را در کارنامه خود ثبت کرده است.



بانک سامان در راستای ایفای مسئولیت های اجتماعی خود و در ادامه سیاست حمایت از بیماران مبتلا به سرطان، در سال ۱۴۰۳، طی تفاهم نامه ای با اهدای مبلغ ۳,۹۱۰,۱۵۶,۲۵۱ که مبلغ ۳,۴۲۱,۳۸۶,۷۲۰ ریال در مسیر حمایت تأمین بخشی از هزینه های دارو و درمان ۱۰۱ نفر از بیماران مبتلا به سرطان تحت پوشش واحد مددکاری و همچنین مبلغ ۴۸۸,۷۶۹,۵۳۱ ریال برای تأمین لباس کودکان مبتلا به سرطان واحد کتابخانه کودکان مؤسسه یاری نمود.



می توانید با مراجعه به وبسایت مؤسسه خیریه بهنام دهش پور با فعالیت ها و نحوه ارائه خدمات به مددجویان تحت پوشش مؤسسه، بیشتر آشنا شوید و جهت کسب اطلاعات بیشتر در خصوص خدمات مؤسسه با شماره تماس ۰۲۱۹۱۰۰۹۹۰۰ داخلی های ۱۰۱ و ۱۱۴ تماس حاصل نمایید.

امید آنکه با همراهی بیشتر نیکوکاران و خیرین در حمایت از بیماران مبتلا به سرطان بتوانیم با حفظ ارزش های انسانی، گام های مؤثری در جهت داشتن جهانی بدون ترس از بیماری سرطان برداشته باشیم.



صندلی سوم



تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر روابط انسانی

از پیوندی که ایجاد می‌کنند تا فاصله‌ای که پنهان می‌سازند

| گروه تولید محتوای آفتاب تجارت سامان |

آغاز شده‌اند.

شبکه‌های اجتماعی پلی ساخته‌اند که فاصله‌ها را از بین می‌برد؛ تماس با دوستان دور، پیوستن به گروه‌های تخصصی و دستیابی به اخبار فوری تنها بخشی از این دستاوردها است.

با این حال، استفاده بی‌رویه و وابستگی به ارتباط دیجیتال، جای تعامل چهره‌به‌چهره را می‌گیرد و احساس تنهایی و کاهش کیفیت ارتباط عاطفی را به همراه می‌آورد. هنر استفاده صحیح از این ابزار، یافتن تعادل بین ارتباط آنلاین و واقعی است؛ برنامه‌ریزی زمانی مشخص، ایجاد لحظات واقعی و بهره‌گیری هدفمند از فناوری می‌تواند هم پیوندها را تقویت کند و هم فاصله‌ها را کاهش دهد.

در دنیایی که پیام‌ها در چند ثانیه به هر نقطه می‌رسند، شبکه‌های اجتماعی توانسته‌اند روابط انسانی را از نو تعریف کنند. این بسترهای دیجیتال فرصت بی‌سابقه‌ای برای ارتباط فراهم کرده‌اند، اما در کنار آن، فاصله‌های روانی و اجتماعی جدیدی نیز شکل گرفته است. چگونه این دو چهره را بشناسیم و مدیریت کنیم؟

- بیش از ۶۵٪ کاربران روزانه بیش از دو ساعت را در شبکه‌های اجتماعی سپری می‌کنند.

- ۴۲٪ افراد گفته‌اند که ارتباطات حضوری‌شان در پنج سال اخیر کاهش یافته است.

- ۳۵٪ روابط کاری جدید از طریق شبکه‌های حرفه‌ای مانند لینکدین

پیشنهاد ماه:

کتاب: شبکه‌های اجتماعی و نقش آنها در تغییر هویت فردی و جمعی - نویسنده: دکتر حجت مداحی شاهخالی
پادکست: تأثیر سوشال مدیا بر ذهن و زندگی امروزه
QR را اسکن کنید؛ مشخصات کتاب را ببینید و پادکست جذاب این ماه را بشنوید.



«شبکه‌های اجتماعی ابزار هستند؛ این ما هستیم که تصمیم می‌گیریم پل بسازیم یا دیوار.»



کیف پر از مهر سامان برای دانش آموزان کبودرآهنگ

در آستانه آغاز سال تحصیلی جدید، بانک سامان در اقدامی مسئولانه و با هدف حمایت از آموزش، ۵۰۰ بسته آموزشی شامل کیف و نوشت افزار را به دانش آموزان منطقه کبودرآهنگ اهدا کرد تا سال تحصیلی خود را با انگیزه و امید بیشتری آغاز کنند. به گزارش سامان رسانه، بانک سامان در آستانه سال تحصیلی جدید و در ادامه فعالیت های مسئولیت اجتماعی خود، ۵۰۰ بسته کیف و نوشت افزار را میان دانش آموزان منطقه کبودرآهنگ توزیع کرد تا آغاز مدرسه برای کودکان این منطقه با شور و انگیزه بیشتری همراه شود. این اقدام با هدف حمایت از آینده سازان کشور و فراهم کردن شرایط برابر آموزشی انجام شده است. بانک سامان همواره در چارچوب برنامه های مسئولیت اجتماعی خود، بر تقویت زیرساخت های آموزشی و فرهنگی تمرکز داشته و این بار با تهیه و توزیع لوازم التحریر و کیف مدرسه، تلاش کرده است تا گامی در مسیر رفع دغدغه های خانواده ها در آستانه بازگشایی مدارس بردارد.





سامانیوم
Samanium

برندگان سورسامانی

۱ جایزه بزرگ
۱۰۰ میلیون تومانی

سیما کیانوروز
شماره مشتری: ۳۵۷۴۴۰۸

اسامی برندگان
سور شهرورماه سامانیوم

۱۰۰ جایزه
۵۰۰۰ سامانی

شماره مشتری	اسامی
۴۷۴۴۳۵	بهیل پورحسن بارکوسرانی
۱۲۴۵۲۷	احمد مؤمنی
۱۱۷۳۸۲۷	افسانه افسری محقانی
۴۹۱۶۲۲۲۶	فرید بهزاد
۱۵۹۰۲۵۴	نقیسه ترابی
۷۸۱۳۲۳۰	کیومرث نامداری
۱۱۷۸۶۶۳	بهناز نجاتی
۳۰۵۲۶۹۷	سیدحسین کیش پافان
۱۶۲۴۹۲	احسان تالاری
۳۲۸۲۸۲۵	علیرضا روزبهانی
۴۴۴۸۴۰۳	سعید ایمانخواه نصیرمحله
۲۱۳۴۰۲۹	گلنار حاجی پاشی
۷۹۹۲۱	نظام احمدی
۷۷۹۳۳۹	رحمت اله نصیری
۲۸۰۶۲۶۱	سامان مؤمن زاده

۱۰ جایزه
۱۰ میلیون تومانی

شماره مشتری	اسامی
۱۴۵۶۶۵۳	حسام الدین صدوقی
۲۴۷۳۴۰۵	سعید امینی
۱۴۰۵۴۸۶	مهدی وحیدی فر
۱۰۷۲۵۶۲	کیوان حبیبی سیاهپوشی
۱۲۹۵۵۱۹	آرمین لوانی
۱۹۹۰۰۲۶	احسان کیانی
۳۲۰۸۴۷۹	حمید ملکی
۴۱۱۹۰۳۵	مهدی مرادی
۴۲۵۹۲۴۴	اسراء فمری
۵۰۹۸۷۰۸	گیتی امیدزاده

شماره مشتری	اسامی
۴۵۱۳۰۵۵	مهندس اختری
۴۴۰۹۳۸۹	سمانه پاکزاد
۲۲۰۹۳۸۷	امیرحسین حمزه زاده
۱۴۴۰۹۸۲	ربعلی نعمتی
۹۹۲۲۸۱	احمدرضا چگنی علی آبادی
۱۸۳۹۷۷۵	محمد علی داودی رودبرده
۱۹۲۲۸۰۶	محمد قاسم زاده فورمیک
۲۱۷۴۰۰۴	افشین فرزاد
۱۴۵۴۵۳۳	مصطفی الهیاری
۲۸۷۵۹۶۸	مهسا پیروین
۳۸۳۴۹۹۳	احسان صرامی فروشانی
۲۴۹۰۲۶۴	فاطمه قلینیا کجیدی
۸۴۸۷۸۳	حسین میرزائی
۱۴۵۷۶۷۶	مهدی میرزائی فر
۲۱۳۵۰۰۴	معرفت محمدی
۳۴۲۰۵۳۵	محمدرضا عباس زاده
۱۴۴۷۲۹۸	محمدرضا متین

شماره مشتری	اسامی
۲۱۲۰۲۴۱	فرخ فریدون
۴۸۶۷۷۹۰	ابوالفضل شعبانی
۱۵۱۳۰۹۰	محمدرضا باقریان
۱۱۸۰۲۰۹	مجتبی پیرامون
۱۵۲۴۳۷۷	مجید فرامرز زاده
۴۷۹۲۸۹۲	علی علی محمد
۲۲۱۷۸۳۸	حدیثه فرجی
۲۴۵۹۱۸۴	منیره جدی علی آباد
۱۷۰۵۸۲	محمد محسن صالحی
۱۴۰۸۱۸۵	محمد کشته گستر
۲۸۰۸۴۱۱	محسن حسینی
۴۷۱۳۴۳۰	مصطفی طاهری
۲۳۴۲۴۲۹	مهدی قلندری
۴۷۰۴۳۱۳	محمدجواد حاجیان فرد
۲۴۵۰۹۴۴	زهرا عباسی
۴۳۱۷۴۱۴	سوگند ظهیری
۲۱۳۱۸۹۷	فاطمه رحمانی

شماره مشتری	اسامی
۲۱۳۳۵۴۰	رضا چهره آزاد
۳۵۴۵۱۷۲	سیداحسان حسینی
۴۰۹۹۴۴۴	محسن حاجی کریمیان
۲۸۵۴۶۱۲	بهروز عمارتو
۴۱۸۴۵۷۸	جعفر نصودی
۴۱۱۰۱۹	محبوبه گلدیانی
۲۹۸۸۷۷۶	فنازه اکبری علویچه
۱۱۴۴۴۶۷	ظاهره مؤمن هروی
۲۲۱۷۰۷۷	مجید زاهدی گل
۳۹۷۰۸۴۴	محمدجواد یوسفی
۱۴۴۹۴۴۸	فرشته امین آزاد
۲۱۳۸۲۰۳	حجت ایزدی سروستانی
۳۳۰۸۵۱	محمدرضا عابدی کلهرودی
۴۴۶۷۱۲۷	فرزین نادری
۱۴۴۸۸۱۷	وحید یوسفی
۲۲۷۱۰۱	فریدون قاسمی وینچه
۳۳۴۳۲۴۴	فخری حاتم ماریینی

شماره مشتری	اسامی
۲۳۹۷۰۶۶	زهرا کیانی
۲۵۴۵۸۸۹	بهنام علی بخشی
۴۲۰۸۴۴۵	احمد باقری
۲۹۷۵۹۲	عبدالجواد سعادت
۴۴۰۹۴۴۴	لیلا پزائیان سراسی
۲۷۰۰۱۰۱	اکبر حسن پور
۱۰۱۳۴۷۷	فرهاد زینل زاده قوچانی
۸۴۲۰۲۸	مهدی اصل فلاخ
۱۲۹۸۹۳	سیدمجتبی فقیه ایمانی
۴۷۹۷۱۷۲	مهدی قهرمانی
۳۴۴۰۳۲۸	زهرا مزروعی سیدانی
۲۳۰۸۹۵۳	سیده زهرا رضوی نسب
۱۴۷۸۰۲۷	سید عبدالله کیانی
۳۷۹۷۷۵۷	الهام اشباح
۲۹۰۲۰۴۸	جمال عباسی چوری
۴۰۴۲۲۰۷	عبدالله جمیدی
۱۱۵۸۵۴	امیرحسین شفیعی

ما با همه برنده ها تماس می گیریم،

براشون پیامک برنده شدن رو حتماً می فرستیم،

و مبلغ جایزه رو هم خیلی سریع به حسابشون واریز می کنیم.

شماره مشتری	اسامی
۱۲۳۰۱۱۲	معین رهسپار
۱۷۲۱۷۲	رضا یزادران شرکاء
۳۴۴۶۶۶۷	امیردانی
۲۲۴۰۲۸۱	علیرضا مولانی
۱۵۸۴۳۸۷	مهدی شیخی جنفشلاقی
۱۲۳۷۸۷۸	زهرا ابراهیمی
۲۲۰۰۴۵۴	فرزاد رنجبر اورنگ
۱۵۰۸۳۳۹	امیر سعادت فر
۳۱۳۵۷۸۵	حسین بزرگزی خانقاه
۲۴۷۱۷۲۳	عرشیا حجازی
۹۶۱۸۷۷	غزاله خلیلی زاده
۳۱۷۹۵۳۲	مجید جلالیان طرفی
۲۱۲۱۴۷۵	علی رضائی
۴۲۹۷۶۶۸	زهرا رحیمی
۳۵۲۰۲۳	محمد کاشانی دانا
۳۴۰۹۴۴	امین داوود
۱۴۲۳۱۹	سمیرا شعبانی

پیش بینی، رفاه و آینده بازارها



محمد علی براتی
معاون اداره مطالعات اقتصادی

دغدغه پیش بینی

علم اقتصاد پیش از جنگ جهانی دوم دغدغه‌اش تبیین اقتصادی بود و بیشتر می‌خواست ببیند اقتصاد چگونه کار می‌کند؟ اما اقتصاددانان پس از جنگ جهانی دوم این رویکرد را به طور بنیادی تغییر دادند و گفتند که مهم نیست که توضیحات ما چقدر با واقعیت انطباق دارد؟ مهم آن است که چقدر توان پیش بینی دارد، اگر با مفروضات صریحاً غلط بتوانیم پیش‌بینی‌های نسبتاً خوب ارائه دهیم، کارمان را به خوبی انجام داده‌ایم. این موجب شد که علم اقتصاد ماهیتی فانتزی و مکانیکی به خود بگیرد. از یک سو، مدل‌هایی آشکارا خلاف واقع (counterfactual) و خیالی ارائه می‌کرد و از سوی دیگر، تبدیل به شاخه‌ای از علم آمار شد و ماهیت انسانی خود را تا حد زیادی از دست داد، تا جایی که در سال ۱۳۸۲/۲۰۰۳ دو آماردان به شکل بی‌سابقه‌ای برای ابداع یک مدل آماری و نه یک نظریه، جایزه نوبل اقتصادی دریافت کردند.

از داستان غم‌انگیز علم یا شبه علم بودن اقتصاد بگذریم، این تغییر رویکرد، انتظاراتی را از اقتصاددانان برمی‌انگیخت و آن اینکه آنها مانند رمال‌ها باید بازارها را کف‌بینی کنند: «آفرین فرزندانم، دست را بده! می‌بینم که خط مقاومت را شکسته‌ای، پس چشم‌اندازت را مثبت می‌بینم.» (البته این مزاح بود، چون اقتصاددانان از تکنیک‌الیست‌ها بیزارند و ترجیح می‌دهند از مدل‌های ریاضی به جای خطوط استفاده کنند!)

امروز بیشترین پرسشی که از یک اقتصاددان می‌شود این است که دلار چه خواهد شد؟ قیمت طلا چطور؟ او هم باید سریع رمل و اسطرلابش را در بیورد و بگوید: «تا پایان امسال ۱۵۰ را رد می‌کند، با خیال راحت هستی و نیستی‌ات را دلار کن!» اگر چنین جواب قاطعی ندهد، در مظان بی‌سوادی قرار می‌گیرد.

کاهش رفاه یا فرصت‌های از دست رفته

این پرسش در کشور ما و در زمانه ما اهمیت بیشتری نیز یافته است، زیرا تورم بسیار بالاست (۳۷،۵ درصد برای شهریور ۱۴۰۴) و این موجب می‌شود که از سویی قدرت خرید پس‌اندازها با سرعت زیادی کاهش یابد و از سوی دیگر بازارها متلاطم و پرنوسان باشند که این خود احساس کاهش رفاه را به مردم القا می‌کند. اما رشد قیمت‌ها بیش از آنکه هزینه رفاهی داشته باشد، بیشتر تولید نااطمینانی‌آزاردهنده می‌کند.

معمولاً مردمان عادی، وخامت اوضاع را با افزایش قیمت طلا و سکه می‌سنجند. در سال ۱۳۹۷ قیمت یک سکه تمام بهار طرح جدید ۳،۵ میلیون تومان بود، اکنون ۱۱۵ میلیون تومان است (رشد سالانه ۵۹ درصدی). درحالی‌که اگر شما معادل یک سکه در آن زمان حقوق می‌گرفتید، یعنی ۳،۵ میلیون تومان، اکنون به طور متوسط ۴۱ میلیون تومان حقوق خواهید گرفت (رشد ۴۱،۶ درصد)؛ بنابراین قیمت سکه امروز ۲،۸ برابر دستمزدتان است، با قدرت خرید شما کمتر از یک‌سوم شده است.

اما این مقایسه واقعاً اغراق‌آمیز است:

● اول اینکه سکه صرفاً فرصت‌های از دست‌رفته را برای پس‌اندازها (آن هم در صورت وجود داشتن) نشان می‌دهد، نه کاهش قدرت خرید دستمزدها را. برای نشان دادن قدرت خرید دستمزدها باید رشد مخارج مصرفی را اندازه‌گیری کرد که با تورم می‌توان سنجید. در ده سال گذشته رشد دستمزدها بسیار نزدیک به تورم بوده است (تورم ۳۳،۵ درصد و دستمزدها ۳۳،۶ درصد).

● اما مهم‌تر اینکه همیشه اوضاع به اندازه چهار سال گذشته خراب نبوده است و لزومی ندارد در آینده هم چنین باشد. جدول زیر سه دهه اخیر را مورد مقایسه قرار می‌دهد. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، میانگین تورم به طور معناداری در هر دهه افزایش یافته است و متناسب با آن نسبت دستمزد به مخارج مصرفی نیز کاهش یافته است که عامل اصلی آن تحریم‌هاست.

سال‌های	۱۳۷۴-۱۳۷۴	۱۳۸۴-۱۳۸۴	۱۳۹۴-۱۳۹۴	۱۴۰۴-۱۴۰۴
نام دوره	اصلاحات	احمدی‌نژاد تا برجام	پسا برجام	
میانگین تورم	۱۵.۸٪	۱۹.۰٪	۳۳.۵٪	
نسبت دستمزد به ...				
	برای ۱۰ سال متوسط سالانه	برای ۱۰ سال متوسط سالانه	برای ۱۰ سال متوسط سالانه	برای ۱۰ سال متوسط سالانه
قیمت سکه	۳.۳۸	۱۳.۰٪	۰.۷۴	۰.۱۵
قیمت مسکن	۱.۸۰	۶.۱٪	۰.۷۷	۰.۶۷
اجاره مسکن	۱.۴۲	۳.۶٪	۱.۶۰	۴.۸٪
مصارف	۲.۰۱	۷.۲٪	۱.۱۴	۱.۰۱

فروردین برابر با مخارجش باشد. با تورم فعلی (۳۷،۵ درصد) در ماه دوم مخارجش یک میلیون و ۲۷ هزار تومان خواهد شد، اما دستمزدش همان یک میلیون ثابت است. اگر مجموع این کسری‌ها را تا پایان سال جمع بزنیم، می‌شود، یک میلیون و ۹۴۴ هزار تومان، در حالی که افزایش حقوق سال بعد به طور متوسط ۳۸۷ هزار تومان است (۳۸،۶۶ درصد). بنابراین نسبت پس‌انداز به دستمزد ۱۳۹- درصد خواهد بود، یعنی مخارج او در حدود یک ماه و نیم از

قراردادهای دستمزد و کاهش میان‌مدت رفاه

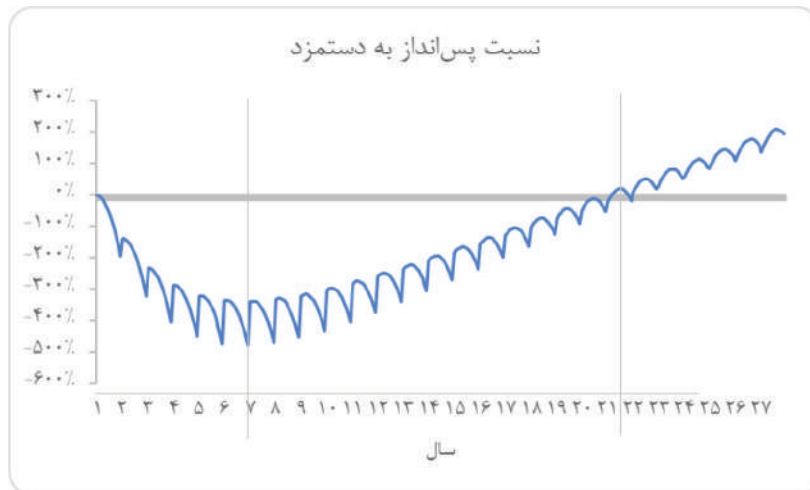
البته نایبستی یک دغدغه عمومی را کم‌اهمیت جلوه داد و آن اینکه دستمزدها در طی سال کاملاً ثابت‌اند، اما قیمت‌ها لحظه‌ای افزایش می‌یابند و این عقب‌ماندگی دستمزدها در افزایش می‌تواند رفاه کوتاه‌مدت و میان‌مدت افراد را تحت الشعاع قرار دهد.

فرض کنید دستمزد فرد در سال اول یک میلیون تومان باشد و این رقم در

دستمزدهایش جلوتر است.

می‌کشد که این کاهش رفاہ با ۱,۱۶ درصد رشد بیشتر دستمزدها جبران گردد که احتمالاً تا آن زمان فرد بازنشسته شده است. اگر رشد دستمزد معادل تورم بود این کاهش رفاہ هرگز جبران نمی‌شد و مخارج فرد در حدود شش ماه (شش حقوق) از دستمزدهایش جلوتر بود.

بنابراین اگر چه رشد دستمزد (۳۸,۶۶٪) از تورم (۳۷,۵٪) بیشتر است، اما می‌بینیم رفاہ فرد روبه‌کاهش است و تنها در بلندمدت جبران خواهد شد. اگر محاسبات را برای سال‌های متمادی ادامه دهیم می‌بینیم که بیش از ۲۱ سال طول



الگوی فرصت طلبانه در برابر مصلحت‌اندیشانه

که چشم از بازده‌های بالای احتمالی به جهت ریسک بالای آنها فرو می‌پوشد و هرگز افسوس آن را نمی‌خورد، اما دست روی دست هم نمی‌گذارد. یک رویکرد نسبتاً فعال را می‌پذیرد (نه مانند فرصت طلبان دچار بیش‌فعالی می‌شود و نه همچون تقدیرگرایان گرفتار انفعال).

موقعیت کنونی و آینده

اما مصلحت‌اندیشی افراطی می‌تواند چشمان ما را نسبت به بافت موقعیتی کنونی ببندد. درست است که در گذشته طلا بازده بالا و ریسک پایینی داشته است، اما آیا با قیمت‌هایی که اکنون در بازار وجود دارد، و در شرایط آتی هم چنین خواهد بود؟ در اینجا نظریه به کمک ما می‌آید. هنگامی که واقعیت اقتصادی (تورم و رشد اقتصادی) به ما می‌گوید که نرخ دلار باید ۱۰۳ هزار تومان باشد، اما نرخ‌های بازار حتی پس از کاهش هفته اخیر (۱۵ مهر ۱۴۰۴) در سطح ۱۱۴ هزار تومان مانده است، این به آن معنا است که خرید دلار و دارایی‌هایی که با دلار قیمت‌گذاری می‌شوند، عاقلانه نیست. نه اینکه دلارها پتان را فروشید، بلکه دلار جدیدی نخرید. در اقتصاد نفتی ایران، پس از آن گزینه زیادی نمی‌ماند. مسکن و بورس که در سایه جنگی که امیدواریم روی ندهد، نقد، دسترس‌پذیر و امن نیستند و لذا تنها بانک‌ها می‌مانند. اما این گزینه برای کسانی که قدرت درک بافت موقعیتی را ندارند، ابلهانه به نظر می‌رسد. شرایط حاضر آن اندازه بحرانی است که بگوئیم امکان تغییر شرایط وجود دارد. اگر بتوانیم از بحران سیاست خارجی عبور کنیم و امنیت داخلی را حفظ کنیم، اقتصاد ایران از رشد و چشم‌انداز مثبتی برخوردار خواهد شد و این حجم از بلاهتی که در بازارهای مالی و دارایی توسط فرصت طلبان انباشت شده است، می‌تواند شکسته شود؛ بنابراین پیش از هر چیز توصیه می‌شود به دنبال ساخت آینده‌ای مطمئن‌تر باشید تا اینکه از فرصت‌های گذرای که مانند انبار باروت‌اند و می‌توانند هستی و نیستی شما را به آتش بکشند، استفاده کنید.

این حس عقب‌ماندگی که دیدیم ریشه‌ای نیز در واقعیت دارد، این دغدغه را نیز ایجاد می‌کند که اگر ما پولی را به دست نیاوریم، مثلاً با وام‌ها (که نرخ‌های سودی به مراتب کمتر از تورم دارند)، و آن پول را تبدیل به طلا و ارز یا هر دارایی رشد یابنده‌ای نکنیم، کلاً همان پس‌معرکه است. من به این رفتار می‌گویم، الگوی رفتاری فرصت طلبانه. در این صورت، هر فرصت از دست‌رفته هم به‌مثابه عقب‌ماندگی گرفته می‌شود. درحالی‌که اگر شما نمی‌دوید دال بر این نیست که در حال عقب رفتنید. این الگوی رفتاری اگر چه رفاہ مادی ما را احتمالاً افزایش می‌دهد، اما در بسیاری از مواقع رفاہ ذهنی ما را کاهش می‌دهد. احساس عقب‌ماندگی و خنگ بودن به مراتب از فرصت‌هایی که به دست می‌آیند، قدرتمندترند و شما را بیشتر غمگین و افسرده می‌کنند. در الگوی رفتاری فرصت طلبانه، شما باید فرصت‌ها را به‌موقع شناسایی کنید و این مستلزم پیش‌بینی بازارها است. شما باید بدانید که یک تا سه ماه آینده قیمت‌ها چه مقدار خواهد شد؟ که پول‌های خود را به بیشترین رشد اختصاص دهید.

اما این الگو هنگامی کارآمد است که شما بتوانید قیمت‌ها را پیش‌بینی کنید این در حالی است که حتی در اقتصادهای توسعه‌یافته که مجموعه کاملی از اطلاعات و آمارها وجود دارد، پیش‌بینی قیمت دارایی‌ها به نحوی کارآمد ممکن نیست، چه رسد به ایران، با این سطح از تورم و این اندازه از مداخله دولت و تغییرات ساختاری. اما پیش‌بینی ناپذیری قیمت‌ها به معنای آن نیست که امکان تصمیم‌گیری وجود ندارد. زیرا توزیع‌های رشد قیمت‌ها نسبتاً پایدار است و افراد می‌توانند با استفاده از میانگین و انحراف معیار رشد قیمت‌ها یا ریسک و بازده‌ها مبنایی برای تصمیم‌گیری امن بسازند. به زبان ساده، فرد از تجربه انباشته دهه‌ها در خصوص اینکه به طور متوسط هر بازار چقدر بازده و ریسک دارد، فارغ از اینکه در آینده قیمت‌ها چگونه تغییر می‌کنند، می‌تواند تصمیم بگیرد که چه سهمی از دارایی‌های خود را به آن دارایی اختصاص دهد. اما امکان این وجود دارد که همه بازارها با هم سقوط کنند، بنابراین سهمی را هم به‌صورت سپرده بانکی نگاه می‌دارد. تصمیم بخردانه در فضای غیرقابل پیش‌بینی سرمایه‌گذاری در چند گزینه به‌جای یک گزینه است. من این الگو را الگوی مصلحت‌اندیشانه می‌نامم، از این رو



(با اسکن کد روبه‌رو به‌صورت آنلاین مطلب را مطالعه نمایید)

در این نوشتار سعی شده تا در کنار تشریح مختصر هر یک از سبک‌های نقاشی، برخی از معروف‌ترین نمونه‌های هر یک از مکاتب نقاشی نیز تقدیم هنردوستان شود.

سبک نقاشی کوبیسم (Cubism)

کوبیسم یک جنبش هنری در اوایل قرن بیستم است که نقاشان و مجسمه‌سازان اروپایی را متحول کرد و الهام‌بخش جنبش‌های هنری مرتبط در موسیقی، ادبیات و معماری نیز شد. کوبیسم، سبک هنری بسیار تأثیرگذاری بود که عمدتاً توسط هنرمندانی مانند پابلو پیکاسو و ژرژ براک در پاریس بین سال‌های ۱۹۰۷ تا ۱۹۱۴ ایجاد شد.

در آثار هنری کوبیسم، سوژه‌ها در قالبی انتزاعی تجزیه و تحلیل و شکسته می‌شوند و دوباره جمع می‌شوند. هنرمند به جای اینکه اشیاء را از یک چشم‌انداز واحد به تصویر بکشد، موضوع را از منظرهای چندگانه به تصویر می‌کشد تا آن را در زمینه‌ای بزرگ‌تر نشان دهد. در واقع سبک هنری کوبیسم تلاشی برای تأکید بر ماهیت بوم دوبعدی به جای ایجاد عمق است.

در درجه اول، کوبیسم یک نقطه تحول برجسته در تمام مراحل تکامل هنر مدرنیست می‌باشد. این سبک به عنوان هموارکننده هنر انتزاع مطلق است که هنر غربی را به مدت پنجاه سال در آینده احاطه کرد.

تأثیر کوبیسم همچنین در حوزه ادبیات نیز احساس می‌شد؛ و موسیقی و مد و فشن نیز هر کدام به سبک و سیاق خود استفاده شد.

هنرمندان این سبک این مفهوم موروثی را که هنر را باید از طبیعت کپی برداری کنند یا اینکه هنرمند باید از روش‌های قدیمی پرسپکتیو، و مدل‌سازی و کوتاه‌نمایی استفاده کنند را نپذیرفتند. آن‌ها نقاشی‌های سستی را به منظور تأکید بر دوبعدی بودن تصویر، کنار گذاشتند.

این هنرمندان اشیای درون نقاشی را خرد کردند و به اشکال هندسی تقلیل دادند و سپس دوباره آن‌ها را در یک فضای کم‌عمق و برجسته مانند ردیف کردند. آن‌ها همچنین از نقاط برتر چندگانه و متضاد اشیاء را برابر یکدیگر نیز بهره بردند.

هنرمندان این سبک با اعمال چنین روش‌هایی، «عمق‌نمایی» سستی در نقاشی را نابود کردند و به طور افراطی شیوه‌ای که ما به جهان نگاه می‌کنیم را تغییر دادند.

برخلاف نقاشی‌های پیکاسو و براک که آثار کوبیستی آن‌ها عملاً تک‌رنگ بودند، خوان گریس به خاطر کشیدن نقاشی‌هایی با ترکیبات رنگی روشن، و جسورانه و نو شهرت پیدا کرد.

هنرمندان این سبک یک تحلیلی به کوبیسم اضافه کردند و آن برداشت آزاد مخاطب از آثارشان بود. در آینده‌ای نه‌چندان دور کلاژ نیز یکی از ریز شاخه‌های کوبیسم گردید. شایان‌ذکر است که پیکاسو و براک نیز کلاژ کوبیستی را به عنوان یک شیوه مدرن و بسیار مهم در این سبک هنری پایه‌گذاری کردند. ریشه‌های کلاژ ممکن است به صدها سال قبل بازگردد، اما این تکنیک یک بازگشت دراماتیک به عنوان هنری مدرن از سوی این هنرمندان را رقم زد. آن‌ها از اجزای عمده فرهنگ عامه در نقاشی‌های خود استفاده می‌کردند و تغییر بزرگی در تعریف هنر به وجود آوردند.



آشنایی با سبک‌های نقاشی

(بخش دوم)



مهرنوش خالیدی
کارشناس امور دفتری



شاهکاری از: واسیلی کاندینسکی

سبک نقاشی سوپرماتیسم (Suprematism)

یک جنبش هنری در اوایل قرن بیستم بود که بر مبانی اشکال هندسی مثل (دایره، مربع، مستطیل) متمرکز شد و در طیف محدودی از رنگ‌ها نقاشی شد. اصطلاح سوپرماتیسم به هنری انتزاعی اشاره دارد که بر اساس «برتری احساس ناب هنری» به جای تصویرسازی بصری اشیا استوار است. نقاشان سبک سوپرماتیسم به انتزاع محض علاقه داشتند و به دنبال «درجه صفر» نقاشی بودند، نقطه‌ای که در آن نمی‌توان فراتر رفت، مگر اینکه هنری وجود نداشته باشد. برای رسیدن به این نقطه از نقوش ساده‌ای استفاده شد که شکل و سطح صاف بوم را به بهترین نحو بیان می‌کرد. برای هنرمندان سوپرماتیسم، پدیده‌های بصری جهان عینی، به‌خودی‌خود بی‌معنا بودند؛ آنچه در عوض مهم بود احساس بود. آنان هر کدام از اشکال هندسی را نمادی از احساسات می‌دیدند به طور مثال دایره را نمادی از مهربانی می‌دانستند؛ زیرا که شکستگی ندارد و اضلاع نوک‌تیز و شکسته را نمادی از تاریکی، حزن و افسردگی می‌دانستند و نقاشان این سبک به معناگرایانه هنرهای تجسمی معروف بودند.



شاهکاری از: کازیمیر مالویچ



شاهکاری از: پابلو پیکاسو

سبک نقاشی آبستره (Abstract)

نقاشی‌های انتزاعی به کلی از رئالیسم دوری می‌کنند. موضوع نقاشی هر چه که باشد، ممکن است اصلاً در اثر هنری به طور دقیق نشان داده نشود. ممکن است اشیا با یک رنگ یا یک شکل به جای آن نمایش داده شوند و تفسیر آن به بیننده واگذار گردد. تأثیر یک نقاشی انتزاعی را نمی‌توان دست‌کم گرفت، زیرا بسیاری از آنها از نمایش‌های تکان‌دهنده رنگ و فرم برای تأثیر بیشتر بر روی حواس استفاده می‌کنند. در واقع هنر انتزاعی اثر هنری است که به هیچ‌چیز از "زندگی واقعی" شباهت ندارد. این یک سبک هنری است که به دنبال رسیدن به هدف یا موضوع خود با استفاده از اشکال، فرم‌ها، رنگ‌ها و بافت‌ها، نور، رنگ‌های متضاد و زنده و مرده است، مخاطب را تحت تأثیر مفهوم قرار می‌دهد. هدف از انتزاع این است که به بیننده اجازه دهد معنای تصویر را بر اثر آنچه ادراک می‌کند برای خود تفسیر کند. در بدترین حالت، هنر انتزاعی مانند یک رنگ‌آمیزی تصادفی به نظر می‌رسد و در بهترین حالت، تأثیری دارد که از همان لحظه‌ای که آن را می‌بینید شما را به فکر فرو می‌برد.

سبک نقاشی مینیمالیسم (Minimalism art)

جنبش هنری مینیمالیسم یکی از تأثیرگذارترین جنبش‌های دهه ۱۹۶۰ است که در شهر نیویورک و در میان تعدادی از هنرمندان جوانی که از اکسپرسیونیسم انتزاعی دور می‌شدند و به جای آن از زیبایی‌شناسی هندسی طرف‌داری می‌کردند، ظهور کرد. مینیمالیسم یا هنر مینیمالیستی را می‌توان بسط این ایده انتزاعی دانست که هنر باید واقعیت خاص خود را داشته باشد و تقلیدی از چیز دیگری نباشد. ما معمولاً هنر را نمایانگر جنبه‌ای از دنیای واقعی می‌دانیم یا بازتاب تجربه‌ای مانند یک احساس. با مینیمالیسم، هیچ تلاشی برای بازنمایی یک واقعیت بیرونی صورت نمی‌گیرد. قصد هنرمندان مینیمالیست این بود که بازدیدکنندگان را با یک واکنش سریع و به کلی تجسمی مواجه کنند و اجازه دهند تا عمیقاً کیفیت رنگ، فرم، تصویر و فضا را تجربه کنند. این سبک در جستجوی رمزگشایی هنر و بازگو کردند که شاخصه‌های بنیادی آن در مدیا و فشن و معماری ریشه دواند و این دقیقاً چیزی بود که هنرمند مینیمالیست از مخاطب انتظار داشت که در کمترین زمان ممکن به مفهوم دسترسی پیدا کند. در این دوره، این فلسفه زیباشناسی خالص، حرکتی بس انقلابی به حساب می‌آمد.



شاهکاری از: فرانک استلا

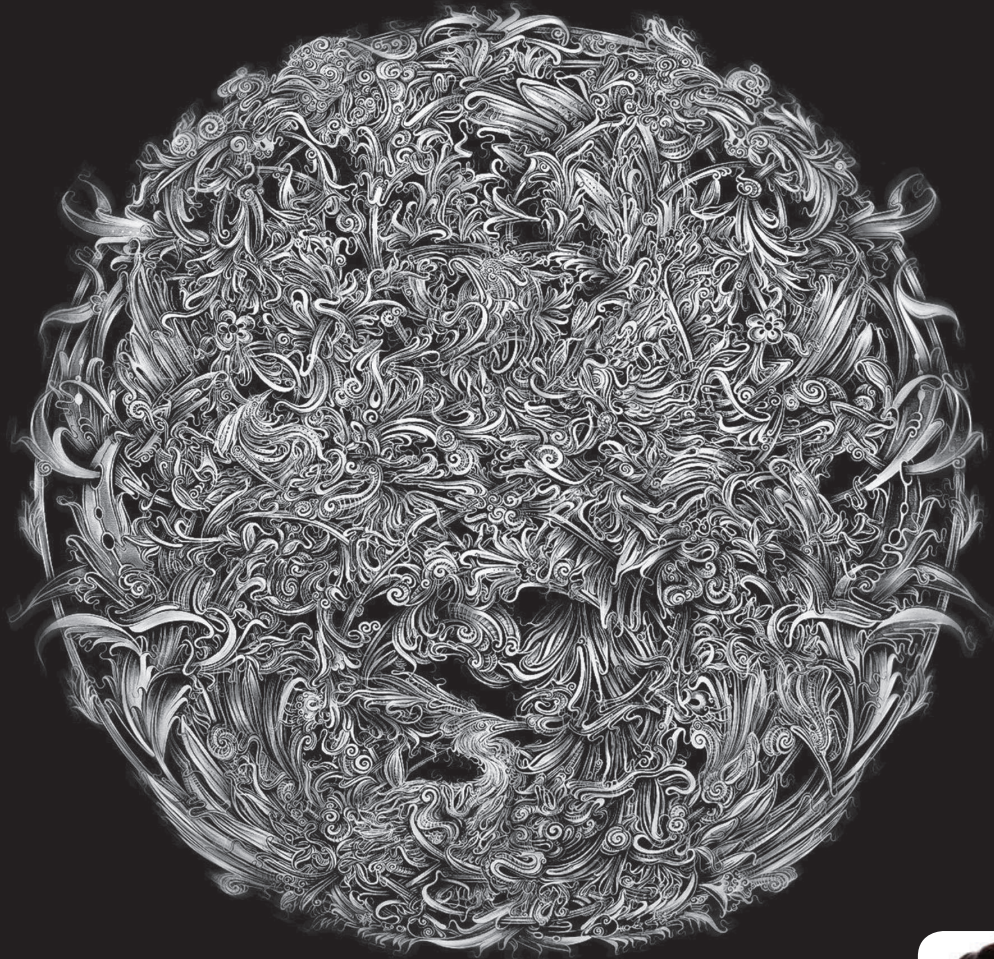
سبک نقاشی رمانتیسم (Romanticism)

رمانتیسم (همچنین به عنوان جنبش رمانتیک یا دوران رمانتیک شناخته می‌شود) یک جنبش هنری، ادبی و فکری بود که در اواخر قرن ۱۸ در اروپا اتفاق افتاد و بیشتر مناطق در سال‌های ۱۸۰۰ تا ۱۸۵۰ میلادی به اوج خود رسید. رمانتیسم با تأکید بر احساسات و فردگرایی، ادبیات مخفیانه، شی‌انگاری، مفاهیم ذهنی برشی از طبیعت و انسان را نشان می‌داد. مبنای این سبک بر اساس نشان‌دادن واقعیتی دلچسب بر اساس رؤیایی دراماتیک بود که در حقیقت می‌توان این‌گونه تعریف کرد که این سبک ایده‌آل‌سازی طبیعت، را به بهترین شکل خود نشان می‌داد.



نام اثر: مهاجر بر فراز دریایی از مه
شاهکاری از: گاسپار داوید فردریش

نهنګِ جان



| رضا ایران‌نژاد |
| کارشناس آموزش آکادمی سامان |

به هر نفس ز مهر او به مهر من فزون شود
و تلخ تلخ طعم آن چه در دلم سکون شود
شبم گذشت در عزای جشن و خوش‌دلی شدم
که شب به شب ز در عروس مرده‌اش درون شود
شکسته‌اند غنچه‌های نَستَرَن به باغ من
خودش نشاند گل مرا و بخت گل زبون شود
گزنده سنگ دیر او به هر گذر ز خون خورد
به زخم خود زَنَم رجا که وقت خوش کنون شود
شکسته‌لب قدح بگو که تشنه چون سبو کشم
که وشم من نهنگان، به قعر تن نگون شود

روای زالی - اثر سینا ایران‌نژاد

OYAN

فناوری های نوین یادگیری این قسمت: اُیان

| تولید محتوا: اداره فناوری های نوین یادگیری آکادمی سامان |



اُیان (Oyan)

در آکادمی سامان متولد شد!

در ماه گذشته با افتخار، اپلیکیشن «اُیان» رو برای شما همکاران عزیزمون رونمایی کردیم. ما باور داریم که یادگیری های کوچک می تونن دستاوردهای بزرگ بسازن؛ و اُیان برای همین ساخته شده، تا یادگیری رو با تعامل و بازی برای شما ساده تر و دلپذیرتر کنه. در کنار اُیان، کاراکتر هوشمندش هم همراه شما است تا تجربه ای متفاوت از یادگیری رو رقم بزنه. این اپ امروز متعلق به همه ما در بانک سامان هست؛ خوشحال می شیم نظراتتون رو برای بهتر شدنش با ما به اشتراک بذارید. (تلفن ۰۲۱۲۲۳۳۰۰۰ داخلی ۳۳۷۸ و ۳۳۷۶)



برای نصب اپلیکیشن اسکن کنید
لینک مستقیم:
<https://oyan.samanacademy.ir>

راهنمای استفاده از اپلیکیشن ایان



دانلود اپلیکیشن

با اسکن QR Code مقابل، برنامه اندروید یا نسخه تحت وب (PWA) را نصب فرمایید.

نکته: جهت نصب برنامه PWA لطفا مطمئن باشید که آخرین نسخه iOS روی گوشی شما نصب شده باشد.

ورود به حساب کاربری
ورود با نام کاربری و رمز عبور وبسایت آکادمی و یا ورود با رمز یکبار مصرف

اپلیکیشن

ورود از طریق اپلیکیشن اندروید و یا نسخه تحت وب (PWA) برای iOS



انتخاب دوره

پس از انتخاب دسته‌بندی، دوره موردنظر خود را از بین دوره‌های موجود انتخاب کنید.

انتخاب دسته بندی

بازخورد به پاسخ‌ها

در هر سوال پس از ثبت پاسخ و انتخاب گزینه "بررسی"، بازخورد و پاسخ‌های صحیح را مشاهده خواهید کرد.

مشاهده سوالات

انواع سوالات (جای‌گذاری، چهار گزینه‌ای، صحیح/غلط، فلش کارت) در این اپلیکیشن قابل بهره‌برداری خواهد بود.

نوار درصد پیشرفت (مدت زمان گذرانده شده، شماره سوالات)

بررسی مسیر تحولی اکوسیستم بیمه ایران در پیل تخصصی بیمه سامان در الکامپ



کارگزاران، مشتریان و محیط‌های کلان اقتصادی بودند، اما از سال ۱۳۹۵ یک بازیگر جدید به این جمع اضافه شد که ابتدا به رسمیت شناخته نشد و پس از آن آیین‌نامه‌ای برای حضورش تدوین شد. وی افزود: کاهش توانایی نمایندگان در فروش به دلیل عدم مراجعه مشتریان است؛ بیش از ۱۰ میلیون خودرو و موتورسیکلت بیمه شخص ثالث ندارند. آموزش مؤثر تنها زمانی ممکن است که نیاز مشتری واقعی باشد. وی تأکید کرد که تفاوت اصلی بیمه با بانکداری در این است که مشتریان بیمه غالباً تنها بر اساس اجبار به سمت خرید سوق داده می‌شوند و درک درستی از آن ندارند.

در نخستین روز بیست و هشتمین نمایشگاه بین‌المللی الکامپ، دومین پیل تخصصی با عنوان «از گذشته تا امروز: بررسی مسیر تحولی اکوسیستم صنعت بیمه ایران» به میزبانی بیمه سامان برگزار شد. به گزارش روابط عمومی بیمه سامان، در این پیل، حمیدرضا قنبری، مدیر بازاریابی بیمه سامان، با اشاره به تأثیر تکنولوژی گفت: صنعت بیمه تحت تأثیر پیشرفت‌های فناوری قرار گرفته و تکنولوژی نحوه ارائه خدمات، چه در فروش و چه در پرداخت خسارت، را تغییر داده است. وی افزود: شرکت‌های بیمه در نقطه با بیمه‌گذار در تعامل هستند؛ هنگام خرید بیمه‌نامه و هنگام دریافت خسارت. در ایران، خرید بیمه با تکنولوژی پیشرفت چشمگیری داشته و پلتفرم‌های مختلف این فرایند را تسهیل می‌کنند. قنبری تأکید کرد که بیمه سامان به دنبال توسعه دیجیتال است تا بیمه‌گذاران در تمام نقاط تماس دیجیتال از خدمات بهره‌مند شوند. در ادامه، میثاق حسینی، قائم مقام بیمه بازار، گفت: صنعت بیمه فضای آزمون و خطا ندارد و ساختاری سنتی دارد. شرکت‌ها اغلب همه فعالیت‌ها را خود انجام می‌دادند، اما دنیا به سمت واگذاری نقش‌های پیچیده به کارگزاران و نمایندگان ویژه حرکت می‌کند. حسینی تأکید کرد که بیمه سامان در این زمینه پیشرو است و بسیاری از زیرساخت‌های آن در سایر شرکت‌ها دیده نمی‌شود. امیرمهدی ابراهیمیان، کارشناس صنعت بیمه، سیر تحول صنعت را به قبل و بعد از کرونا تفکیک کرد و گفت: دوران کرونا تحول دیجیتال را در کانون توجه شرکت‌ها قرار داد، اما ساختار APIها و زیرساخت‌ها تغییر چندانی نکرد. این تحولات بر رفتار مصرف‌کنندگان نیز تأثیر زیادی گذاشت. وی افزود: پساکرونا سهم فروش مستقیم شرکت‌ها و سهم فروش بازیگرانی که در زیرساخت IT سرمایه‌گذاری کرده‌اند افزایش یافته و بیمه‌گران باید بر سفر خرید مشتریان تمرکز کنند. بهروز اسدنژاد، مدیرکل شورای فنی و مدیریت ریسک بیمه ایران، گفت: بازیگران اکوسیستم بیمه از گذشته شامل شرکت‌ها، رگولاتور، نمایندگان،

کد فراگیر اتباع خارجی؛ شرط جدید برای دسترسی به خدمات بانکی در ایران

<https://portal.fida.ir> صادر می‌شود، پس از تکمیل فرم‌های مربوطه و ارائه مدارک شناسایی معتبر، در اختیار متقاضی قرار می‌گیرد. با ابلاغ بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، بانک‌ها موظف‌اند تا از تاریخ اجرایی شدن این قانون، ارائه شناسه اختصاصی اتباع خارجی توسط ایشان را به عنوان پیش‌نیاز اصلی برای افتتاح حساب، صدور کارت‌های اعتباری و انجام هرگونه عملیات بانکی دیگر اعمال کنند و عدم ارائه این کد از سوی مشتریان غیرایرانی، منجر به رد درخواست‌های مشتریان خواهد شد.

از این پس تمام اتباع غیرایرانی برای استفاده از حساب‌های بانکی و سایر خدمات مالی ملزم به دریافت «شناسه اختصاصی اتباع خارجی» از طریق تکمیل اطلاعات در پرتال فیدا و دریافت از آن سامانه هستند و این کد به عنوان پیش‌نیاز قانونی برای دریافت خدمات بانکی شناخته می‌شود. به گزارش سامان رسانه، بر اساس دستور جدید بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، تمامی افراد خارجی ساکن یا موقت در کشور باید پیش از بهره‌برداری از خدمات بانکی، کد فراگیر اتباع خارجی را دریافت کنند. این کد که به صورت الکترونیکی از طریق پرتال فیدا به نشانی



سامانتل، نخستین اپراتور ایرانی عرضه کننده eSIM اولین تماس eSIM در ایران با سامانتل انجام شد

چهره‌های برجسته حوزه فناوری اطلاعات و نوآوری کشور در کنار مدیران ارشد گروه مالی سامان، شاهد رونمایی یکی از خدمات نوین ارتباطی جهان بودند. در این رویداد، دکتر نورالله‌زاده رئیس صندوق نوآوری و شکوفایی کشور، دکتر صدر معاون وزیر ارتباطات و رئیس سازمان فناوری اطلاعات کشور، مهندس همدانلو دبیر شورای اجرای فناوری اطلاعات کشور، دکتر عباسی شاهکوه دبیرکل اتحادیه

اپراتور سامانتل وابسته به گروه مالی سامان، با حضور جمعی از مقامات عالی‌رتبه حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات و مدیران ارشد بانک سامان، به‌عنوان نخستین اپراتور ایرانی از فناوری eSIM رونمایی کرد؛ اقدامی که نقطه عطفی در صنعت مخابرات کشور و گامی بزرگ برای ورود به آینده دیجیتال به شمار می‌رود. به گزارش سامان رسانه، دوم مهرماه در مراسمی رسمی، جمعی از





صادرکنندگان صنعت مخابرات ایران، اعضای هیئت مدیره و مدیران ارشد بانک سامان، مدیران شرکتهای گروه مالی سامان و جمعی از مشتریان بانک سامان حضور داشتند و از نزدیک با فناوری جدید eSIM آشنا شدند.

سامانتل، اپراتور مجازی تلفن همراه وابسته به گروه مالی سامان، با این رونمایی جایگاه خود را به عنوان اولین اپراتور ایرانی عرضه کننده eSIM تثبیت کرد. این اقدام، نه تنها نشان دهنده جسارت و پیشگامی سامانتل در رقابت با غولهای مخابراتی کشور است، بلکه مسیری تازه را برای ساده سازی ارتباطات، افزایش امنیت و توانمندسازی کاربران و کسب و کارها در عصر دیجیتال می گشاید.

در این مراسم، احمد مجتهد، رئیس هیئت مدیره بانک سامان طی سخنانی عنوان کرد: پیشرو بودن سامانتل در عرصه اپراتورهای مجازی حاصل زحمات تیم متخصص و پرتلاش سامانتل و پشتیبانیهای بانک سامان بوده است. وی همچنین اظهار کرد: قدم برداشتن در راه کسب جدیدترین تکنولوژیها نه یک امر تفننی، بلکه امری لازم و حیاتی برای بقا در دنیای تجارت کنونی است و عرضه نخستین سیم کارت ای سیم در کشور توسط سامانتل به عنوان یکی از اعضای گروه مالی سامان، نشانه ای دیگر از آینده نگری و پیشگامی گروه مالی سامان در بهره گیری از جدیدترین فناوریها برای خدمت مردم کشورمان است.

در ادامه این مراسم، اکبر قهری، مدیرعامل سامانتل، در سخنانی تأکید کرد: «در سامانتل، ما تنها به دنبال ارائه خدمات نیستیم؛ ما به دنبال خلق تجربه هستیم. رونمایی از eSIM گامی بلند در مسیر تحقق این هدف است. ما با این سرویس، قدرت انتخاب، امنیت و سادگی را به دستان مشتریان خود می سپاریم و کسب و کارها را برای ورود به دنیای دیجیتال و اینترنت اشیا توانمندتر از همیشه می سازیم.»

فناوری eSIM نسل تازه ای از سیم کارت است که به صورت دیجیتال روی گوشیها و ابزارهای هوشمند نصب می شود و دیگر نیازی به کارت فیزیکی ندارد. این نوآوری، دسترسی سریع تر به شبکه، انعطاف پذیری بالاتر برای تغییر اپراتور و امنیت بیشتر برای کاربران به همراه دارد. به این ترتیب، تمامی مردم از امروز می توانند تنها با یک فعال سازی ساده، بدون نیاز به مراجعه حضوری و درگیر شدن با محدودیت های سیم کارت های سنتی، به شبکه تلفن همراه کشور متصل شوند.

قهری در ادامه ابراز امیدواری کرد که سایر اپراتورها نیز با همکاری و نودورهای خود به عرضه eSIM بپردازند و صنعت ارتباطات کشور در کنار دولت و نهادهای تصمیم گیر، به سمت توسعه نسل بعدی این فناوری یعنی iSIM، سیم کارت های مبتنی بر خدمات ابری، حرکت کند. او این چشم انداز را نقطه عطفی در تحول دیجیتال ایران دانست. رونمایی از eSIM توسط سامانتل، علاوه بر یک دستاورد فناورانه، نمادی از پیشگامی گروه مالی سامان در حمایت از نوآوری و تسریع روند ورود ایران به عرصه های جدید فناوری است؛ اقدامی که نشان می دهد بانکداری و ارتباطات می توانند در کنار یکدیگر، آینده ای دیجیتالی تر و هوشمندتر برای مردم ایران رقم بزنند.



بیمه عمر متصل به طلا؛ پاسخ جدید بیمه سامان به نیاز بیمه‌گزاران

قائم‌مقام مدیرعامل شرکت بیمه سامان اظهار داشت که این شرکت با رونمایی از محصول جدید بیمه عمر یونیت‌لینک متصل به طلا، به مشتریان خود این امکان را می‌دهد که با سرمایه‌گذاری هوشمندانه در طلا، بازدهی مناسب‌تری در برابر تورم تجربه کنند. به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، شیما آراء با اشاره به امکانات جدید اپلیکیشن این شرکت و رونمایی از محصول بیمه عمر متصل به طلا که به صورت آنلاین در اختیار نمایندگان این شرکت قرار گرفته است، اظهار داشت: پوشش اثر تورم در بیمه‌نامه‌های عمر تشکیل سرمایه، طی چند سال اخیر به یکی از دغدغه‌های اصلی شرکت‌های بیمه تبدیل شده است. وی، توضیح داد: نرخ‌های تضمینی که بر اساس آیین‌نامه‌های فعلی و سابق بیمه‌نامه‌ها ارائه می‌شود، نمی‌تواند پاسخگوی نیاز روز مشتریان برای مقابله با تورم و همچنین ایجاد بازدهی مشابه سایر بازارهای مالی باشد؛ بنابراین با توجه به این که سرمایه‌گذاری در طلا در بلندمدت می‌تواند بازدهی مناسبی داشته باشد، ما محصول بیمه عمر یونیت‌لینک متصل به طلا را طراحی کردیم تا بتوانیم هم‌زمان با نیازهای مشتریان پیش برویم و امکان پوشش دهی بهتر و بازدهی مناسب‌تر را برای آنان فراهم کنیم. آراء افزود: با توجه به پیشرفت تکنولوژی و گرایش مردم به استفاده از اپلیکیشن‌ها برای خرید نیازمندی‌های روزمره، در حوزه بیمه نیز نیاز به امکانات آنلاین مانند تمدید بیمه‌نامه، مشاهده سوابق بیمه‌نامه و پرداخت خسارت احساس می‌شود. وی افزود: به همین دلیل، ما در بیمه سامان اقدام به طراحی اپلیکیشنی کرده‌ایم که این خدمات را به صورت آنلاین در اختیار مشتریان قرار دهد و فرایندهای بیمه‌ای را برای آن‌ها ساده و دسترسی‌پذیر کند.



تأکید قائم‌مقام مدیرعامل شرکت بیمه سامان بر گسترش خدمات آنلاین

قائم‌مقام مدیرعامل شرکت بیمه سامان اعلام کرد که در صورت اعلام و ثبت خسارت بیمه‌های اتومبیل تا سقف ۲۰۰ میلیون ریال، مبلغ خسارت همان روز به حساب بیمه‌گزار واریز می‌شود.

به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، شیما آراء در مراسم افتتاحیه محل جدید شعبه تخصصی خسارت اتومبیل در پارک‌سوار بیهقی که با حضور عبدالرسول عطایی معاون اجرایی، علی احسان بنی ریاح معاون فنی بیمه‌های اموال و جمعی از مدیران ارشد شرکت و نیز مدیران شرکت‌های ارزیابی خسارت برگزار شد، با بیان این که عملیات بیمه‌گری باید با تسهیلگری به نفع مردم همراه باشد، اظهار کرد: استفاده از داده باید در اولویت عملیات باشد، به طوری که سرعت و دقت در فعالیت‌ها بیش از پیش، افزایش یابد. وی همچنین با اشاره به این که شعبه تخصصی پرداخت خسارت بیمه اتومبیل شرکت بیمه سامان از حدود دو سال پیش به مشتریان خدمات ارائه می‌کند، افزود: باید به جای اضافه کردن فضای فیزیکی به شرکت، خدمات آنلاین را توسعه دهیم. آراء پرداخت سریع خسارت توسط شرکت بیمه سامان را نقطه قوت این شرکت در بازار رقابتی دانست و خاطر نشان کرد: باید در صدور بیمه‌نامه و پرداخت خسارت از تکنولوژی‌های جدید استفاده و روش‌های سنتی در عملیات بیمه‌گری باید کنار گذاشته شود.



تحول تجربه کاربری در صنعت بیمه با اپلیکیشن بیمه سامان



دومین روز از بیست و هشتمین نمایشگاه بین‌المللی ال‌کامپ، سومین پنل تخصصی با محوریت "اپ بیمه سامان: تحول در تجربه کاربری و خرید بیمه‌های دیجیتال (تمرکز روی UX/UI و طراحی متفاوت اپ بیمه) برگزار شد. به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، در این رویداد، میثم بهشتیان، مدیر اپلیکیشن بیمه سامان، بر اهمیت میزان استفاده کاربران از اپلیکیشن و نرخ بازگشت آنها پس از اولین تجربه استفاده تأکید کرد و گفت: صرفاً زیبایی بصری اپلیکیشن کافی نیست؛ بلکه این زیبایی زمانی ارزشمند است که در کنار سهولت استفاده قرار گیرد و کاربر بتواند بدون نیاز مکرر به بخش راهنما، نیاز خود را به سرعت برطرف کند.

بهشتیان افزود که این موضوع در اپلیکیشن‌های حوزه بیمه اهمیتی دوچندان دارد، زیرا خدمات بیمه‌ای به دلیل پیچیدگی‌های ذاتی و آشنایی کمتر عموم مردم با جزئیات آن، نیازمند طراحی کاربرپسند و فرآیندهای ساده‌سازی شده هستند تا تجربه‌ای روان و قابل درک برای کاربران ایجاد شود.

او با اشاره به پیچیدگی‌های روند خرید بیمه ادامه داد: یکی از نقاط قوت اپلیکیشن بیمه سامان این است که در حال حاضر هر محصول بیمه‌ای که به صورت فروش و صدور آنلاین در این اپلیکیشن ارائه می‌شود، مشروط به یک اصل مهم هستند؛ این که فرایند خرید باید در سه گام و تنها با سه کلیک به پایان برسد. در ادامه پنل، حمیدرضا قنبری، مدیر بازاریابی شرکت بیمه سامان، با اشاره به نقش پررنگ تلفن‌های همراه در زندگی روزمره گفت: امروزه گوشی‌های هوشمند حجم زیادی از اطلاعات کاربران را در خود جای داده‌اند، در گذشته خرید بیمه‌نامه‌هایی مانند بیمه‌های اشخاص فرایندی طولانی و زمان‌بر بود و نیاز به تکمیل فرم‌های متعدد داشت، اما اپلیکیشن‌ها این روند را متحول کرده‌اند. قنبری افزود: اپلیکیشن‌ها کمک می‌کنند اطلاعات مورد نیاز به صورت یک‌باره جمع‌آوری شود و فرایند خرید بدون طولانی شدن انجام گیرد. به عنوان مثال، با دریافت یک پروفایل کامل از کاربر می‌توان از همان اطلاعات برای صدور انواع بیمه‌نامه‌های بعدی استفاده کرد. همچنین با بهره‌گیری از قابلیت‌های گوشی‌های هوشمند مانند گام‌شمار یا سنسور ضربان قلب، می‌توان اطلاعات سلامت کاربر را دریافت و در بهبود خدمات بیمه‌ای به کار گرفت. این موضوع نشان می‌دهد که اپلیکیشن‌ها تا چه اندازه می‌توانند در تحول سنت‌های بیمه‌ای و ارتقای خدمات شرکت‌های بیمه نقش آفرین باشند. در ادامه پنل، محسن صدیق آهنگر، رئیس اداره توسعه نرم‌افزار بیمه سامان، با اشاره به ویژگی‌های خاص صنعت بیمه گفت: این صنعت پیچیدگی‌های

خاص خود را دارد و از سوی دیگر قوانین حاکم بر آن، فرایندها را تا حدی خشک و دشوار می‌کند، اگر بتوانیم این فرایندها را هرچه ساده‌تر، قابل فهم‌تر و شفاف‌تر طراحی کنیم، بیمه‌گذار به شکل خودجوش به سمت خدمات بیمه‌ای جذب می‌شود، مسیر خرید را پیدا می‌کند و بر اساس نیاز خود اقدام به تهیه بیمه‌نامه می‌کند. مهناز وکیلی، مالک محصول اپلیکیشن بیمه سامان، در این پنل با اشاره به پیچیدگی فرایندهای صدور و پرداخت خسارت در صنعت بیمه گفت: از آنجاکه بسیاری از این فرایندها برای کاربران ناشناخته و دشوار هستند، ما موظفیم در طراحی اپلیکیشن آنها را شفاف‌سازی کنیم، اصطلاحات تخصصی بیمه‌ای باید به زبان ساده و قابل فهم برای کاربر ترجمه شود و کل فرایند، چه در بخش خسارت و چه در صدور بیمه‌نامه، باید به صورت کاملاً شفاف و مرحله‌به‌مرحله طراحی شود. وی افزود: باتوجه به داده‌های دریافت شده از کاربران و تحلیل رفتار آنها، تلاش می‌کنیم نیازهای کاربر را به بهترین شکل شناسایی کرده و با ساده‌سازی فرایندها تجربه‌ای روان و بی‌دغدغه برای آنها ایجاد کنیم.

میز ارائه خدمات شرکت بیمه سامان در ساختمان مرکزی راه‌آهن جمهوری اسلامی ایران مستقر شده است. به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، در این محل علاوه بر معرفی خدمات شرکت بیمه سامان، مشاوره صدور انواع بیمه‌نامه و نیز راهنمایی پرداخت خسارت به کارکنان راه‌آهن جمهوری اسلامی ارائه خواهد شد. همچنین طی یک همکاری مشترک میان شرکت بیمه سامان و شرکت سامانتل، سیم‌کارت رایگان به کارکنان راه‌آهن جمهوری اسلامی ایران اهدا شد.

استقرار میز خدمت بیمه سامان در ساختمان راه‌آهن



میز ارائه خدمات شرکت بیمه سامان در ساختمان مرکزی راه‌آهن جمهوری اسلامی ایران مستقر شده است. به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، در این محل علاوه بر معرفی خدمات شرکت بیمه سامان، مشاوره صدور انواع بیمه‌نامه و نیز راهنمایی پرداخت خسارت به کارکنان راه‌آهن جمهوری اسلامی ارائه خواهد شد. همچنین طی یک همکاری مشترک میان شرکت بیمه سامان و شرکت سامانتل، سیم‌کارت رایگان به کارکنان راه‌آهن جمهوری اسلامی ایران اهدا شد.



دریافت تندیس طلایی رضایتمندی مشتریان



بانک سامان موفق به دریافت تندیس طلایی رضایتمندی مشتریان از پانزدهمین اجلاس سراسری بانیان رضایتمندی مشتریان شد. پانزدهمین اجلاس سراسری بانیان رضایتمندی مشتریان در تاریخ ۲۵ شهریورماه ۱۴۰۴ با حضور صاحبان صنایع، فعالان اقتصادی و برندهای ارزشمند و حضور برخی از مدیران و چهره‌های سیاستگذار در حوزه تجارت و فعالان کسب‌وکار با هدف تجلیل از برندهای مشتری‌مدار در مرکز همایش‌های بین‌المللی صداوسیما برگزار گردید. در این اجلاس از بانک سامان به‌عنوان یکی از فعالان اقتصادی کشور که در حوزه‌های مختلف و فرایندهای تعریف شده در صنعت بانکداری توانسته سطح رضایتمندی مشتریان از خدمات بانکی را ارتقا و حدنصاب بالایی کسب کند با تندیس طلایی قدردانی شد و علی‌اکبر قاسمی اصغری، رئیس اداره رسیدگی به صدای مشتریان بانک سامان به نمایندگی از بانک سامان این تندیس را دریافت کرد. بر اساس ارزیابی شاخص‌های کیفیت، ایجاد درگاه‌های ارتباطی متنوع و مناسب برای مشتریان و کارآمدی فرایند رسیدگی به صدای مشتریان، بانک سامان شایسته دریافت تندیس طلایی رضایتمندی مشتریان شده است.

محورهای اصلی مورد بررسی در اجلاس به شرح زیر بوده است.

- آشنایی با تکنیک‌های تعامل با مشتریان و ذی‌نفعان بنگاه‌های اقتصادی، تولیدی و خدماتی
- روش‌های ارتقای سطح رضایتمندی و رسیدن به وفاداری مشتریان و افزایش سهم بازار
- تأثیر فرایند رضایتمندی مشتریان بر کسب‌وکار
- راهکارهای افزایش سهم بازار با تأکید بر کرامت مشتری
- آشنایی با روش‌ها و شیوه‌های جهانی CRM



تقدیر از بانک سامان در هشتمین اجلاس مسئولیت پذیری اجتماعی

بانک سامان در هشتمین اجلاس سراسری مسئولیت پذیری اجتماعی و فرهنگ سازمانی، به دلیل تعهد خود به امنیت زنجیره غذایی و همچنین تعهد به کیفیت محصولات و خدمات، موفق به دریافت تندیس و دو اعتبارنامه شد. به گزارش سامان رسانه، بانک سامان در این اجلاس ملی که با حضور شرکت‌ها و سازمان‌های فعال در حوزه مسئولیت پذیری اجتماعی برگزار شد، به پاس عملکرد برجسته خود در تأمین امنیت زنجیره غذایی و همچنین کیفیت محصولات و خدمات پس از فروش مورد تقدیر قرار گرفت. براین اساس بانک سامان به عنوان بانک عامل غذا و داروی کشور همواره در راستای ایفای مسئولیت‌های اجتماعی خود، اهتمام ویژه‌ای به تأمین امنیت زنجیره غذایی و دارویی کشور داشته و همین موضوع باعث دریافت اعتبارنامه در این حوزه شد. علاوه بر این، بانک سامان، با دریافت یک اعتبارنامه دیگر در موضوع کیفیت خدمات و رضایتمندی مشتریان، جایگاه ویژه بانک سامان در ارائه خدمات مسئولانه و تمرکز مستمر بر تجربه مثبت مشتریان را به اثبات رساند. با این موفقیت، بانک سامان بار دیگر توانست هم‌زمان هم تعهد اجتماعی خود را نشان دهد و هم بر جایگاه خود به عنوان بانکی پیشرو در حوزه خدمات مشتری محور و مسئولیت پذیری اجتماعی تأکید کند.





قهرمان کوچک سامانی

کیان کربلایی، ۱۲ ساله، فرزند همکار گرامی علی کربلایی، کارشناس ارشد مدیریت بانکداری ویژه و اختصاصی موفق به کسب عنوان قهرمانی در مسابقات اختراعات، رباتیک و هوش مصنوعی تکنوفست ترکیه Teknofest ۲۰۲۵ شد.

کیان کربلایی توانست در مسابقات تکنوفست که در تاریخ ۲۶ تا ۳۰ شهریورماه در استانبول ترکیه برگزار شد ضمن کسب یک جایزه ویژه در بخش بهترین آموزش و کارگروهي، یک مقام اول در بخش طرح و ایده و ثبت اختراعات و نیز یک مقام دوم بخش داوری مسابقات را از آن خود کند.

بانک سامان
Saman Bank

گفتگو با همکاران شعبه اروند

«اروند سامان؛ شعبه‌ای از جنسی صمیمیت و انگیزه»

گفتگو: جعفر تکبیری

خرمشهر مشغول به کار هستند و مرکز خدمات تحت پوشش ما در شهر خرمشهر قرار دارد.»

چنگیزیان با اشاره به ترکیب مشتریان این شعبه اظهار کرد: «عمده مشتریان شعبه را اصناف تشکیل می‌دهند که از اهداف اصلی بانک سامان نیز هست. در حال حاضر حدود ۲۱۰۰ مشتری صنفی، ۱۱۸ مشتری ویژه و ۵۰۰ مشتری ممتاز در شعبه اروند فعال هستند.»

رئیس شعبه اروند درباره نحوه هدایت و برنامه‌ریزی برای تحقق اهداف شعبه گفت: «بر اساس اهدافی که بانک برای شعبه تعیین می‌کند، جلسات منظم با همکاران برگزار می‌کنیم تا وضعیت شاخص‌های عملکردی بررسی شود. در صورت مشاهده ضعف در هر بخش، با برنامه‌ریزی هدفمند و تقسیم وظایف تلاش می‌کنیم شاخص موردنظر را بهبود دهیم.» وی با اشاره به روابط صمیمانه در محیط کار افزود: «همواره سعی کرده‌ام فضای دوستانه‌ای در شعبه حاکم باشد. در طول روز با همکاران گفتگو می‌کنم و در پایان ساعات کاری نیز زمانی را برای تعاملات غیررسمی می‌گذارم تا روحیه تیمی تقویت شود.»

چنگیزیان درباره نحوه ارتباط با مشتریان نیز گفت: «اکثر مشتریان ما از کسبه بازار هستند و همین موضوع باعث شده ارتباط نزدیکی با آنان داشته باشیم. هنگام مراجعه مشتریان، گفت‌وگوهای صمیمی و سازنده‌ای میان ما شکل می‌گیرد که به شناخت بهتر نیازها و افزایش رضایت مشتریان کمک کرده است.»

وی در ادامه با اشاره به پروژه سامان ۱۴۰۴ تصریح کرد: «تمام همکاران شعبه اروند به‌خوبی از اهداف و برنامه عملیاتی پروژه سامان ۱۴۰۴ آگاه هستند و در مسیر تحقق آن تلاش می‌کنند. نتیجه این همدلی را در عملکرد سال گذشته مشاهده کردیم؛ به گونه‌ای که شعبه اروند در سال ۱۴۰۲ طی سه فصل پیاپی در میان ۱۰ شعبه برتر بانک سامان قرار گرفت.»

چنگیزیان درباره استقبال مشتریان از ابزارهای الکترونیکی نیز گفت: «باتوجه به موقعیت فرهنگی و جغرافیایی منطقه، برخی مشتریان در استفاده از خدمات نوین بانکی هنوز محتاط هستند؛ اما همکاران شعبه با آموزش و تعامل مستمر، موفق شده‌اند بخشی از مشتریان را به سمت استفاده از خدمات الکترونیکی سوق دهند.»

وی در خصوص عملکرد شعبه در حوزه فروش بیمه اظهار کرد: «خوشبختانه با برنامه‌ریزی دقیق و تلاش همکاران، توانستیم به هدف ۱۷۰ درصدی در فروش بیمه دست یابیم که این موضوع نشان از هم‌افزایی و همت جمعی کارکنان دارد.»

چنگیزیان در پایان ضمن قدردانی از حمایت مدیریت ارشد بانک سامان گفت: «از نگاه ویژه مدیران ارشد به همکاران و شعبه اروند آبادان سپاسگزارم و اطمینان دارم با تداوم این حمایت، مسیر رشد و تحقق اهداف بانک با قدرت ادامه خواهد یافت.»

مشتریان قلب تپنده بانک سامان هستند

یوسف مهرابی، معاون شعبه اروند بانک سامان در آبادان با اشاره به سوابق کاری خود گفت: «متولد یکم مرداد ۱۳۶۰ هستم و مدرک کارشناسی مدیریت دارم. فعالیت خود را در بانک سامان از سال ۱۳۸۶ در شعبه یاسوج آغاز کردم و از سال ۱۳۹۵ در شعبه اروند آبادان مشغول به کار هستم. از سال ۱۳۹۴ نیز افتخار دارم به‌عنوان معاون شعبه در کنار همکاران خدمت کنم.»

وی درباره موقعیت شعبه اروند اظهار کرد: «شعبه اروند در دل بازار



حمیدرضا چنگیزیان - رئیس شعبه

شعبه اروند بانک سامان در قلب آبادان، شهری پراثرژی و تاریخی در جنوب کشور، با تلاش و همدلی کارکنان خود توانسته به الگویی موفق از بانکداری حرفه‌ای و مشتری‌محور تبدیل شود. این شعبه که در مسیر رشد اقتصادی و خدمت‌رسانی به اصناف و مشتریان ویژه شهر آبادان نقش‌آفرینی می‌کند، با مدیریت دلسوز و محیطی صمیمی، تجربه‌ای منحصر به فرد از خدمات بانکی را برای ساکنان این شهر فراهم آورده است. آنچه در ادامه می‌خوانید متن گفتگو با کارکنان این شعبه است.

شعبه اروند آبادان؛ در مسیر تحقق اهداف سامان ۱۴۰۴

حمیدرضا چنگیزیان، رئیس شعبه اروند بانک سامان در شهر آبادان با اشاره به ویژگی‌های این شعبه گفت: «شعبه اروند در مرکز شهر و در محدوده بازار اصلی آبادان، خیابان امیری واقع شده است. باتوجه به موقعیت جغرافیایی شعبه و نزدیکی به بازار، اصناف گوناگونی در اطراف آن فعال هستند و همین موضوع باعث شده ترکیب مشتریان شعبه بسیار متنوع باشد.»

وی افزود: «در حال حاضر ۸ همکار در شعبه و یک همکار در باجه



یوسف مهرابی - معاون شعبه

آبادان و در بهترین نقطه از نظر جغرافیایی واقع شده است؛ به عبارتی می‌توان گفت در قلب بازار حضور داریم. همچنین یک باجه مرکز خدمات در شهر خرمشهر تحت پوشش ماست که یکی از همکاران در آنجا فعالیت می‌کند.»

مهرابی با اشاره به نحوه برنامه‌ریزی و هدایت امور در شعبه افزود: «اهداف و برنامه‌ریزی‌ها بر اساس سیاست‌ها و شاخص‌های ابلاغی سالانه بانک انجام می‌شود. وظایف متناسب با توانمندی همکاران تقسیم می‌شود و با هم‌افزایی و هماهنگی جمعی توانستیم در فصل گذشته به شاخص ۲۰۰ درصدی دست یابیم که نتیجه مستقیم کار تیمی و روحیه صمیمانه در بین اعضای شعبه است.»

وی درباره فضای کاری شعبه افزود: «محیط کاری ما بر پایه همدلی، نشاط و ارتباطات مؤثر شکل گرفته است. جلسات منظمی با رئیس شعبه و سایر همکاران برگزار می‌شود و در این جلسات ضمن بررسی عملکرد، راهکارها و تجربیات کاری به اشتراک گذاشته می‌شود تا مسیر پیشرفت و تحقق اهداف هموارتر شود.»

معاون شعبه افزود در بخش دیگری از سخنان خود به اهمیت ارتباط با مشتریان اشاره کرد و اظهار داشت: «یکی از جذابیت‌های اصلی کار بانکی برای من، برقراری ارتباط مؤثر با مشتریان و شناخت دقیق نیازهای آنان است. ما با مشتریان قلب تپنده بانک هستیم و بخشی از زندگی ما را تشکیل می‌دهند. احترام، صداقت، ایجاد حس اعتماد و پاسخ‌گویی دقیق به نیازهای مشتریان همواره در اولویت کاری من قرار دارد.»

وی با اشاره به چشم‌انداز بانک سامان تا سال ۱۴۰۴ افزود: «بدون تردید جایگاه فعلی بانک سامان در میان رقبای موفقیت‌های آن، حاصل روحیه کار تیمی، مشتری‌مداری و تمرکز بر اهداف چشم‌انداز ۱۴۰۴ است. ارائه خدمات به اصناف، مشتریان ویژه و شرکت‌های کوچک و متوسط (SME) از محورهای کلیدی این مسیر است.»

مهرابی تأکید کرد: «همکاران مهم‌ترین دارایی بانک هستند و حمایت‌های مالی و اجتماعی از آنان زمینه‌ساز موفقیت‌های بزرگ‌تر خواهد بود. افتخار می‌کنم که عضوی از خانواده بانک سامان هستم و با تمام توان در مسیر پیشرفت این مجموعه ارزشمند گام برمی‌دارم.»

وی در پایان ضمن قدردانی از تیم سرپرستی ناحیه ۱۶ گفت: «از حمایت‌های مستمر مدیران منطقه و همکارانم در شعبه اروند سپاسگزارم و برای همه اعضای خانواده بزرگ بانک سامان آرزوی موفقیت و سلامت دارم.»

بانک سامان دانشگاهی برای رشد است

عباس دریس، از همکاران شعبه اروند آبادان بانک سامان با اشاره به سوابق کاری خود گفت: «۳۵ سال سن دارم و دارای مدرک کارشناسی اقتصاد بازرگانی هستم. یازده سال از عمر حرفه‌ای خود را در بانک سامان گذرانده‌ام و از همان ابتدا عشق به دنیای بانکداری و خدمات مالی محرک اصلی مسیر شغلی‌ام بوده است.»

وی افزود: «در طول این سال‌ها با وجود فراز و نشیب‌های کاری، همواره تلاش کرده‌ام با تعهد، دقت و پشتکار در مسیر تحقق اهداف بانک و جلب رضایت مشتریان گام بردارم. یکی از خاطرات افتخارآمیز من مربوط به سال ۱۳۹۸ است که به پاس عملکرد در حوزه فروش و خدمات، موفق به دریافت تقدیرنامه از مدیرعامل محترم بانک شدم. این موفقیت را مدیون لطف خداوند، حمایت مدیریت و اعتماد همکاران و مشتریان می‌دانم.»

دریس با یادآوری خاطرات آغاز همکاری خود با بانک سامان گفت: «خاطره نخستین روزهای کاری برایم هنوز زنده است. تازه از دانشگاه فارغ‌التحصیل شده بودم و با دستانی خالی اما قلبی پر از آرزو وارد بانک شدم. دریافت اولین حقوقم فقط یک تراکنش مالی نبود، بلکه نقطه عطفی در زندگی‌ام بود؛ نماد استقلال و پاداش سال‌ها تلاش.»

وی ادامه داد: «بانک سامان برای من تنها یک محل کار نبوده، بلکه دانشگاهی برای رشد، حامی و بستری برای پیشرفت بوده است. امروز احساس می‌کنم جزئی از یک هویت بزرگ‌تر هستم که موفقیت در گرو پیشرفت آن است. این حس تعلق، انگیزه اصلی من برای ادامه مسیر با انرژی و تعهدی مضاعف است.»

این همکار شعبه اروند درباره اهمیت ارائه خدمات دقیق و حرفه‌ای به مشتریان اظهار کرد: «ارائه خدمات مطلوب به مراجعان با سلیقه‌ها و انتظارات متفاوت، مستلزم دقت، ظرافت و آگاهی کامل از بخشنامه‌ها و ضوابط بانکی است. در ساعات پرتراфик نیز حفظ تمرکز و دقت عملیاتی برایم اولویت دارد. از این‌رو، به‌روزرسانی دانش بانکی و آشنایی



رضا خسروانی



حامد دورقی نژاد



امین مصلی نژاد

جوان‌ترین راهبر شعبه اروند از مسیر پیشرفت خود در بانک سامان می‌گوید

عادل برزگری، راهبر شعبه اروند بانک سامان با اشاره به سه سال فعالیت خود در این بانک، گفت: «حدود سه سال است که به خانواده بزرگ بانک سامان پیوسته‌ام. متولد سال ۱۳۷۵ و دارای مدرک کارشناسی‌ارشد مدیریت بازرگانی با گرایش بازاریابی هستم. در سال ۱۴۰۲ در کمپین پذیرندگان، به‌عنوان برترین فروشنده دستگاه کارت‌خوان موفق به کسب مدال آرش شدم و سال ۱۴۰۳ نیز با افتخار توانستم در فینال پلنت رتبه سوم را به دست آورم»

وی درباره لحظه اطلاع از استخدام خود در بانک سامان افزود: «ساعت هشت صبح خواب بودم که تلفن همراهم زنگ خورد. از واحد سرمایه انسانی تماس گرفتند و خبر استخدامم را دادند. از شدت خوشحالی دیگر خوابم نبرد! امروز با افتخار به خودم می‌بالم که عضوی از این سازمان حرفه‌ای و ارزشمند هستم»

برزگری در ادامه با اشاره به جذابیت‌های شغل بانکداری گفت: «بانکداری چالش‌ها و جذابیت‌های خاص خودش را دارد، مخصوصاً وقتی در شهری کوچک فعالیت می‌کنی و بیشتر مشتریان را به‌خوبی می‌شناسی. همین شناخت عمیق از مشتریان، ارتباط کاری را صمیمی‌تر و مؤثرتر می‌کند»

او درباره فضای کاری در شعبه اروند نیز افزود: «ارتباط میان همکاران در شعبه ما بسیار صمیمی و حرفه‌ای است. روحیه کار تیمی و تلاش برای تحقق اهداف، یکی از نقاط قوت ماست. همچنین مدیریت هوشمندانه و راهنمایی‌های آقای چنگیزیان، رئیس شعبه، نقش مهمی در انسجام و موفقیت تیم دارد»

راهبر جوان شعبه اروند در ادامه به عملکرد موفق این شعبه اشاره کرد و گفت: «توجه به مشتریان هدف و همسویی با استراتژی بانک، همیشه در برنامه کاری من و همکارانم بوده است. با همین نگاه توانستیم در سال ۱۴۰۲ سه فصل پیاپی جزو ده شعبه برتر کشور قرار بگیریم و تاکنون نیز در سطح سرپرستی، جایگاه نخست را حفظ کنیم»

با آخرین دستورالعمل‌ها را از وظایف مستمر خود می‌دانم»

وی درباره تعامل با همکاران گفت: «ارتباط من با همکاران بر پایه احترام متقابل، همکاری سازنده و پشتیبانی در چارچوب مقررات شکل گرفته است. خوشبختانه با حمایت و اعتماد مدیریت محترم شعبه، فضای کاری سالم و حرفه‌ای فراهم است. آزادی عمل محترمانه‌ای که از سوی رئیس شعبه به من داده شده، انگیزه‌ای مضاعف برای ایفای بهتر نقش در تحقق اهداف مجموعه فراهم کرده است»

دریس در خصوص برنامه‌های خود برای تحقق اهداف سامان ۱۴۰۴ افزود: «ارتقای مهارت‌های تخصصی، مطالعه دقیق بخشنامه‌ها و آشنایی کامل با محصولات بانک از اولویت‌های کاری من است. تلاش می‌کنم شاخص‌های عملکردی مانند جذب سپرده، اعطای تسهیلات، کنترل مطالبات و هدایت مشتریان به درگاه‌های غیرحضوری را بهبود بخشم تا نقش مؤثری در تحقق اهداف مالی شعبه داشته باشم»

وی درباره نحوه تعامل با مشتریان نیز تصریح کرد: «پایه ارتباط با مشتریان، رعایت ادب، احترام و دقت در ارائه خدمات است. صبر، شکیبایی و حفظ محرمانگی اطلاعات مشتریان از اصول همیشگی من است. پیگیری درخواست‌ها تا حصول نتیجه نهایی و اطمینان از رضایت مشتری، از اولویت‌های جدی من در خدمت‌رسانی است»

دریس با اشاره به عملکرد درخشان شعبه اروند در سال گذشته گفت: «یکی از شیرین‌ترین خاطراتم مربوط به سال ۱۴۰۲ است که شعبه اروند توانست سه فصل پیاپی در میان ۱۰ شعبه برتر بانک سامان قرار گیرد. این موفقیت نتیجه تلاش جمعی و همدلی همه همکاران است»

وی در پایان افزود: «شعبه اروند ثابت کرده که می‌تواند الگویی از موفقیت و همدلی باشد. سه فصل پیاپی در میان شعب برتر، فقط یک عدد نیست؛ بلکه نشانه تپش خون تازه‌ای در رگ‌های این تیم متعهد است. امیدوارم این موفقیت‌ها انگیزه‌ای برای توجه بیشتر مدیران ارشد به این شعبه پرتلاش باشد. شعبه اروند گنجینه‌ای از نیروهای باانگیزه و شایسته است که با حمایت مستمر مدیریت کلان، می‌تواند همچنان پرچم‌دار موفقیت‌های بانک سامان باشد.»



عباس دریس



نسرین وطن پور



عادل بزرگري

حرفه‌ای، افزایش دانش بانکی و رعایت اخلاق حرفه‌ای در ارائه خدمات نوین، پاسخگوی نیازهای مشتریان باشیم»

وی درباره عوامل موفقیت شعبه اروند اظهار داشت: «اشراف کامل همکاران بر برنامه‌های عملیاتی و استراتژیک ۱۴۰۴ بانک سامان باعث شده اهداف برای همه روشن و ملموس باشد. به همین دلیل، روحیه همکاری تیمی در میان اعضای شعبه بسیار بالاست و نتیجه آن، تحقق اهداف و کسب عملکرد درخشان است. بدون تردید این موفقیت‌ها حاصل هماهنگی و ارتباط مؤثر همه همکاران به‌ویژه تعامل سازنده با رئیس شعبه است»

دورقی‌نژاد با اشاره به فعالیت‌های بازاریابی شعبه گفت: «جذب شرکت‌های کوچک در شهرک صنعتی منطقه آزاد اروند و همچنین اصناف مورد هدف بانک، نیازمند برنامه‌ریزی دقیق و استفاده از خدمات نوین بانکداری الکترونیک است. بهره‌گیری از ابزارهای الکترونیک باعث صرفه‌جویی در زمان، افزایش سرعت خدمات و رضایت بیشتر مشتریان شده است. خوشبختانه شعبه اروند باتکیه بر همین رویکرد، برای سه فصل پیاپی به‌عنوان شعبه سبز شناخته شده است»

وی با اشاره به ویژگی‌های فرهنگی مردم جنوب کشور افزود: «مردم خون‌گرم جنوب در دوران دفاع مقدس در خط مقدم ایثار بودند و امروز هم همان روحیه در رفتار روزمره‌شان دیده می‌شود. ما تلاش می‌کنیم در تعامل با مشتریان، فضایی محترمانه و صمیمی ایجاد کنیم تا تجربه حضور در شعبه برای آنان به‌یادماندنی و شایسته شأنشان باشد؛ این موضوع نقش مهمی در وفادارسازی مشتریان داشته است»

این کارمند موفق بانک سامان درباره خطرات کاری خود گفت: «تمام لحظه‌های حضور در بانک سامان برایم خاطره‌انگیز است؛ پر از یادگیری، تجربه و حس خوب رشد شخصی. کسب مقام نخست در برنامه فروش غیرحضوری، دریافت مدال آرش و سه فصل پیاپی برتری شعبه از جمله افتخارات حرفه‌ای من است. هم‌زمان با این موفقیت‌ها، تولد دخترم و تجربه پدر شدن را نیز از لطف خدا و در کنار خانواده بانک سامان تجربه کردم.»

بزرگري درباره نوع مشتریان این شعبه افزود: «اکثر مشتریان ما از اصناف و پذیرندگان فعال بازار آبادان هستند و همین باعث ایجاد رابطه‌ای نزدیک، صادقانه و اعتمادآمیز بین ما و مشتریان شده است»

وی در بخشی دیگر از سخنانش به خاطره‌ای شیرین اشاره کرد و گفت: «به‌یادماندنی‌ترین تجربه کاری من مربوط به فستیوال پلنت ۱۴۰۳ بود. با همراهی تیم بازاریابی، توسعه محصول و دوستان خوش‌فکر پلنت، توانستم به فینال برسم. پلنت برای من فرصتی بزرگ برای دیده‌شدن و رشد شخصی بود»

بزرگري در پایان ضمن قدردانی از همکاران و مدیران خود اظهار کرد: «از تیم مدیریت شعبه اروند و سرپرستی ناحیه ۱۶ صمیمانه تشکر می‌کنم که با راهنمایی‌ها و حمایت‌های خود، مسیر رشد و موفقیت را برای من هموار کردند.»

موفقیت شعبه اروند حاصل همدلی و برنامه‌ریزی حرفه‌ای است

حامد دورقی‌نژاد، از کارکنان پرتلاش و موفق شعبه اروند بانک سامان، با اشاره به سابقه کاری خود گفت: «متولد سال ۱۳۶۹ و دارای مدرک کارشناسی مدیریت صنعتی هستم. پنج سال است که در بانک سامان فعالیت می‌کنم و در این مدت افتخار داشته‌ام رتبه نخست برنامه فروش غیرحضوری حساب‌های جاری در سال ۱۴۰۲ را کسب کنم و مدال آرش را به دست آورم. همچنین شعبه اروند با تلاش جمعی همکاران، سه فصل پیاپی در جمع شعب برتر کشور قرار گرفته است»

وی با بیان اینکه پیوستن به خانواده بانک سامان از بهترین خاطرات زندگی‌اش بوده است، افزود: «هیچ‌گاه روزهای نخست ورودم به بانک را فراموش نمی‌کنم. شور و شوق شروع کار و حس تعلق به این مجموعه حرفه‌ای برایم بسیار ارزشمند بود. امروز هم بعد از گذشت پنج سال، می‌بینم روحیه کاری، اشتیاق و میل به یادگیری در میان همکارانم روز به روز بیشتر شده است»

دورقی‌نژاد با اشاره به چالش‌ها و جذابیت‌های حرفه بانکداری گفت: «در مسیر کاری همیشه چالش‌های متعددی وجود دارد، اما مدیریت این چالش‌ها بخش جذاب کار ماست. برای عبور از آنها باید با برنامه‌ریزی

وی در پایان خاطرنشان کرد: «از تمامی مسئولان و مدیران محترم بانک سامان صمیمانه سپاسگزارم. امیدوارم در سایه همدلی و برنامه‌ریزی دقیق، شاهد آینده‌ای درخشان‌تر برای بانک محبوبمان باشیم.»

صدافت و مسئولیت‌پذیری، مسیر موفقیت

من در بانک سامان بوده است

رضا خسروانی، از کارکنان باسابقه بانک سامان، با اشاره به سابقه فعالیت خود گفت: «چهل سال دارم و پانزده سال است که افتخار عضویت در خانواده بزرگ بانک سامان را دارم. دارای مدرک کارشناسی حسابداری هستم و در این سال‌ها تلاش کرده‌ام با تعهد، دقت و انضباط، وظایفم را به بهترین شکل ممکن انجام دهم.»

وی با یادآوری روز پیوستن خود به بانک سامان افزود: «روزی که خبر استخدامم در بانک سامان را شنیدم، از خوشحالی در پوست خودم نمی‌گنجیدم. بدون تردید، یکی از به‌یادماندنی‌ترین روزهای زندگی من همان روز بود. احساس افتخار می‌کردم که به مجموعه‌ای معتبر پیوسته‌ام و با هیجان و انگیزه فراوان آماده‌ام تا مسیر شغلی جدیدی را آغاز کنم. اکنون پس از سال‌ها، از امنیت شغلی و رضایتی که از مسیر حرفه‌ای‌ام دارم، خرسندم.»

خسروانی با اشاره به چالش‌های کاری در حوزه بانکداری گفت: «استرس ناشی از مسئولیت‌های سنگین پاسخ‌گویی به مشتریان، یکنواختی برخی وظایف روزانه و فشارهای ناشی از دستیابی به اهداف تعیین‌شده از مهم‌ترین چالش‌های کاری ماست. بااین‌حال، مدیریت صحیح این فشارها نیازمند روحیه قوی، نظم و تمرکز بالا است.»

وی درباره اصول کاری خود اظهار داشت: «همواره تلاش کرده‌ام با صداقت، انضباط، مسئولیت‌پذیری و هم‌فکری با رئیس شعبه، در جهت ارتقای عملکرد شعبه و تحقق اهداف تعیین‌شده گام بردارم. استفاده از تجربیات مدیران با سابقه برای من همواره الهام‌بخش بوده است.»

خسروانی در خصوص نحوه تعامل با مشتریان گفت: «یکی از محورهای اصلی کار من، هدایت مشتریان عادی مراجعه‌کننده به استفاده از خدمات غیرحضوری و همچنین شناسایی مشتریان دارای پتانسیل برای معرفی محصولات و خدمات متنوع بانک سامان است. این رویکرد، هم به بهبود کارایی شعبه کمک می‌کند و هم رضایت مشتریان را افزایش می‌دهد.»

وی در پایان افزود: «تلاش می‌کنم با شناسایی دقیق نیازهای مشتریان و ارائه راهکارها و محصولات متناسب، حس اعتماد و ارزشمندی را در آنان تقویت کنم. وفادارسازی مشتریان تنها زمانی محقق می‌شود که احساس کنند نیازهایشان در اولویت است و ما واقعاً برایشان وقت و توجه قائل هستیم.»

بانک سامان برای من فقط یک محل کار نیست

یک خانواده واقعی است

امین مصلی‌نژاد، از کارکنان پرتجربه و متعهد بانک سامان، با اشاره به سابقه فعالیت خود گفت: «متولد آذر ۱۳۶۵ هستم و امسال سی و نهمین پاییز زندگی‌ام را پشت سر می‌گذارم. در سال ۱۳۹۰ با مدرک کارشناسی مدیریت بازرگانی و پس از شرکت در آزمون کتبی و مصاحبه‌های حضوری، افتخار همکاری با بانک سامان نصیبم شد.»

وی افزود: «همه‌ما در بانک سامان واقعاً مثل یک خانواده بزرگ هستیم. یادم هست اوایل استخدام یکی از همکاران مبلغی را به اشتباه به حساب شخص دیگری واریز کرده بود. حساب مقصد فاقد موجودی و شماره تماس ثبت‌شده هم نداشت. همان روز عصر، من و دو نفر از

همکاران حدود ۲۰۰ کیلومتر راه طی کردیم تا موضوع را پیگیری کنیم و خوشبختانه با نتیجه مطلوب بازگشتیم. فقط اعضای یک خانواده واقعی می‌توانند چنین همدلی و همراهی‌ای داشته باشند و این روحیه هنوز هم بین همکاران ما پا برجاست.»

مصلی‌نژاد با اشاره به ماهیت چالش‌برانگیز کار در شعبه گفت: «در شعبه، هر روز به‌صورت مستقیم با مشتریان در ارتباط هستیم و همین موضوع هم چالش‌برانگیز و هم جذاب است. یک کارمند شعبه باید تا حدی روان‌شناس باشد تا بتواند با هر مشتری، متناسب با ویژگی‌های رفتاری‌اش تعامل کند و بیشترین اثرگذاری مثبت را داشته باشد.»

وی درباره روابط کاری در شعبه خود اظهار داشت: «در شعبه ما میان پرسنل و مسئولان رابطه‌ای بسیار صمیمی برقرار است. وقتی یکی از همکاران در کار یا حتی در زندگی شخصی‌اش با مشکلی روبه‌رو می‌شود، دیگران بدون هیچ دریغی برای کمک وارد عمل می‌شوند. مدیران شعبه نیز خود را از سایر همکاران جدا نمی‌دانند و با روحیه مشورتی بالا نظرات همه را جویا می‌شوند تا بهترین تصمیم ممکن گرفته شود.»

مصلی‌نژاد با اشاره به نقش استراتژیک بانک سامان در سال‌های اخیر گفت: «بانک سامان در افاق ۱۴۰۰ گام بلندی برداشت و با تدوین استراتژی سامان ۱۴۰۴، تحول چشمگیری در صنعت بانکداری کشور ایجاد کرد. فروش محوری، اصلاح فرایندها و بهبود خدمات بانکی از جمله اقداماتی است که رشد و سهم بازار بانک را افزایش داد. وظیفه ما به‌عنوان اعضای این خانواده بزرگ، استمرار و ارتقای این مسیر موفقیت است.»

وی درباره تعامل با مشتریان نیز گفت: «در شهری فعالیت می‌کنم که بیشتر مردم همدیگر را می‌شناسند. همین موضوع باعث شده مشتریان ما هنگام مراجعه به شعبه احساس کنند کارشان را به یکی از اعضای خانواده‌شان سپرده‌اند. به همین دلیل، نوع برخورد با هر مشتری باید صمیمی، محترمانه و همراه با حس اعتماد باشد.»

مصلی‌نژاد در بخش دیگری از سخنانش به یکی از خاطرات کاری خود اشاره کرد و گفت: «یکی از خاطرات شیرین من مربوط به زمانی است که آقا پسری جوان برای افتتاح حساب مراجعه کرده بود. در حین گفت‌وگو درباره خدمات بانکی، وقتی به موضوع افتتاح حساب برای فرزندان اشاره کردم، با لبخند گفت ان‌شاءالله. روز بعد همان جوان با همسر و چهار فرزندش به شعبه آمد تا برای همه اعضای خانواده حساب باز کند! آن لحظه باورم نمی‌شد و فکر می‌کردم در یک دوربین مخفی هستم. این اتفاق برای من یادآور شیرینی و جذابیت‌های روزمره کار در بانک سامان بود.»

وی در پایان افزود: «از تمام مسئولان، همکاران و اساتیدی که با اعتماد و راهنمایی‌های خود زمینه رشد من و دیگر همکاران را فراهم کردند، صمیمانه تشکر می‌کنم. همیشه قدردان لطف و حمایت‌هایشان بوده و خواهم بود.»

شعبه اروند به محیطی امن، صمیمی و موفق تبدیل شده است

نسرین وطن‌پور، کارشناس شیمی محض و از همکاران باسابقه بانک سامان، گفت: «۳۸ سال دارم و پانزدهمین سال همراهی‌ام با بانک سامان را پشت سر می‌گذارم. در سال‌های آغازین فعالیت، ورودم به بانک با توجه به رشته تحصیلی غیرمرتبط، تجربه‌ای پر از استرس و نگرانی بود؛ اما با گذراندن دوره‌های آموزشی مؤثر و حضور در شعبه قصرالدشت به‌عنوان کارآموز، توانستم با بهره‌گیری از تجربیات همکاران مهربان و دلسوز، خیلی زود به کار مسلط شوم.»

وی افزود: «به‌عنوان تنها نیروی خانم شعبه اروند، در کنار همکاران،

«در راستای استراتژی ۱۴۰۴، شعبه اروند نیز در جهت کاهش فرایندهای عملیاتی و خدمات حضوری، ترغیب مشتریان به استفاده از خدمات غیر حضوری نظیر نت بانک و ابزارهای الکترونیکی گام برمی دارد. همچنین تمرکز ما بر ارائه خدمات به مشتریان ویژه و جذب مشتریان صنفی و شرکت های SME است»

وی با اشاره به ارتباط نزدیک با مشتریان گفت: «به دلیل زندگی در شهر کوچک، بسیاری از مشتریان را در محیط های اجتماعی و بازار می بینیم و این آشنایی باعث شده رابطه های دوستانه شکل بگیرد. این موضوع موجب شده شناخت نیازها و ارائه خدمات متناسب به مشتریان آسان تر شود: وطن پور در پایان با یادآوری خاطرات دوران آغازین فعالیت خود افزود: «بهترین روزهای کاری ام مربوط به زمان افتتاح شعبه اروند بود. آن روزها همه همکاران با انگیزه و اشتیاق در معرفی بانک سامان به مردم آبادان تلاش می کردند و امروز خوشحالم که ثمره آن تلاش ها به بار نشسته و شعبه اروند به یکی از شعب برتر کشور تبدیل شده است. این موفقیت مایه غرور و افتخار برای همه ما است.»

افتخار افتتاح این شعبه را داشتیم. آن روزها برای من مایه غرور و افتخار بود و امروز نیز پس از ۱۵ سال فعالیت، همچنان خدا را شاکرم که در محیطی گرم، صمیمی و حرفه ای فعالیت می کنم»

وطن پور در ادامه اظهار کرد: «کار در شعبه بانک هر روز با چالش ها و تجربه های جدیدی همراه است. یکی از جذابیت های این شغل، ارتباط روزانه با انسان هایی از دنیای متفاوت است. هنر ما این است که با شناخت روحیات مشتریان، نیازهایشان را شناسایی و رضایتمندی آنها را جلب کنیم تا با وفاداری در کنار بانک بمانند»

وی با اشاره به مدیریت شعبه گفت: «در حال حاضر افتخار همکاری با جناب آقای چنگیزیان را دارم که همانند یک رهبر تیم، ما را در مسیر پیشرفت هدایت می کنند. ایشان علاوه بر نقش مدیریتی، مانند پدری دلسوز، راهنمای ما در کار و زندگی هستند. خوشبختانه به لطف حضور ایشان، شعبه اروند به محیطی امن و آرام تبدیل شده است و موفقیت های امروز حاصل تلاش گروهی و همدلی همه همکاران است»

وطن پور در ادامه با اشاره به مسیر راهبردی بانک سامان اظهار داشت:



تجربهای متفاوت از بیمه



نصب اپلیکیشن



برندگان پلنت سال ۱۴۰۴

پلنت به ایستگاه آخر رسید؛ پس از ماه‌ها رقابت بین شرکت‌کنندگان مختلف، پیشنهادهای برتر برای طراحی محصولات بانکی توسط داوران انتخاب شدند و نفرات برتر پلنت امسال شناخته شدند. در مراسم فینال پلنت که با حضور برخی از اعضای هیئت‌مدیره، مدیرعامل، معاونین و مدیران بانک سامان در محل هتل اسپیناس پالاس برگزار شد، پیشنهادهای رسیده به مرحله فینال مورد داوری قرار گرفتند و برترین ایده‌ها مشخص شدند و از نفرات برتر تقدیر به عمل آمد.

نفرات برگزیده این جشنواره نیز بدین قرار معرفی شدند:

- رتبه اول: آرزو طاهرپور کلانتری با ایده صادرات یار
- رتبه دوم: سیروس نیکزاد با ایده آسان ضمان
- رتبه سوم: محمد جعفرپور با ایده فرامینو
- رتبه چهارم: داریوش جهانگیر مقدم با ایده پیمان گستر
- رتبه پنجم: علی مهدی‌پور تمیجانی با ایده سالیان









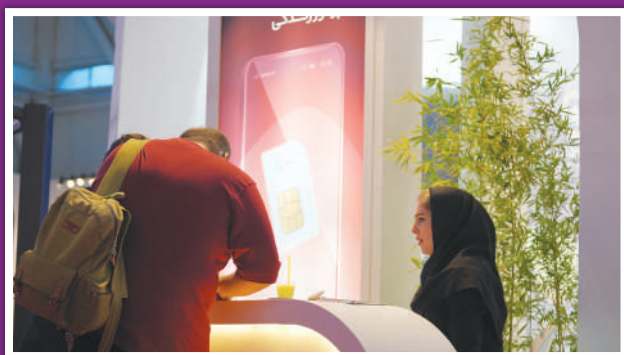
بیمه سامان در اکامپ ۱۴۰۴: نوآوری، تعامل و تجربه کاربری برتر

محصول جدید بیمه عمر متصل به طلا، محصول سرمایه‌گذاری یونیت لینک با امکان واریز و برداشت آنی و همچنین قابلیت تازه‌ای برای تبدیل سکه‌های باشگاه مشتریان به خدمات متنوع بیمه‌ای. این دستاوردها نشان‌دهنده تلاش بیمه سامان برای دیجیتالی کردن خدمات و ارائه تجربه‌ای یکپارچه و کاربرمحور به مشتریان بود.

یکی از نقاط برجسته حضور بیمه سامان در اکامپ ۱۴۰۴، برگزاری پنج پنل تخصصی بود که محور آن‌ها بررسی مسیر تحول صنعت بیمه، وفادارسازی مشتریان، هوش مصنوعی، تجربه کاربری و کاربرمحوری بود. در نخستین روز، پنل تخصصی با موضوع «راهکارهای عملیاتی سازی مدل‌های وفاداری ترکیبی B2B و B2C در باشگاه‌های مشتریان» برگزار شد.

شرکت بیمه سامان با رویکردی نوآورانه و حضور پرقدرد، در بیست و هشتمین نمایشگاه بین‌المللی اکامپ تهران که از ۳ تا ۶ مهرماه ۱۴۰۴ برگزار شد، حضوری برجسته داشت و توانست تجربه‌ای متفاوت و تعاملی برای بازدیدکنندگان ایجاد کند. بیمه سامان در این دوره، به معرفی تازه‌ترین دستاوردهای دیجیتال خود پرداخت و در عین حال در تعامل مستقیم با بازدیدکنندگان و علاقه‌مندان، چشم‌انداز تحول دیجیتال در صنعت بیمه را به نمایش گذاشت. در این دوره، بیمه سامان به‌عنوان اسپانسر استیج سالن شماره ۷ و با داشتن یکی از بهترین غرفه‌ها، امکان دسترسی آسان بازدیدکنندگان به خدمات و اطلاعات شرکت را فراهم کرد.

بازدیدکنندگان از نزدیک با امکانات و خدمات نوین این شرکت آشنا شدند، از جمله اپلیکیشن بیمه سامان با قابلیت پرداخت اقساطی، دو





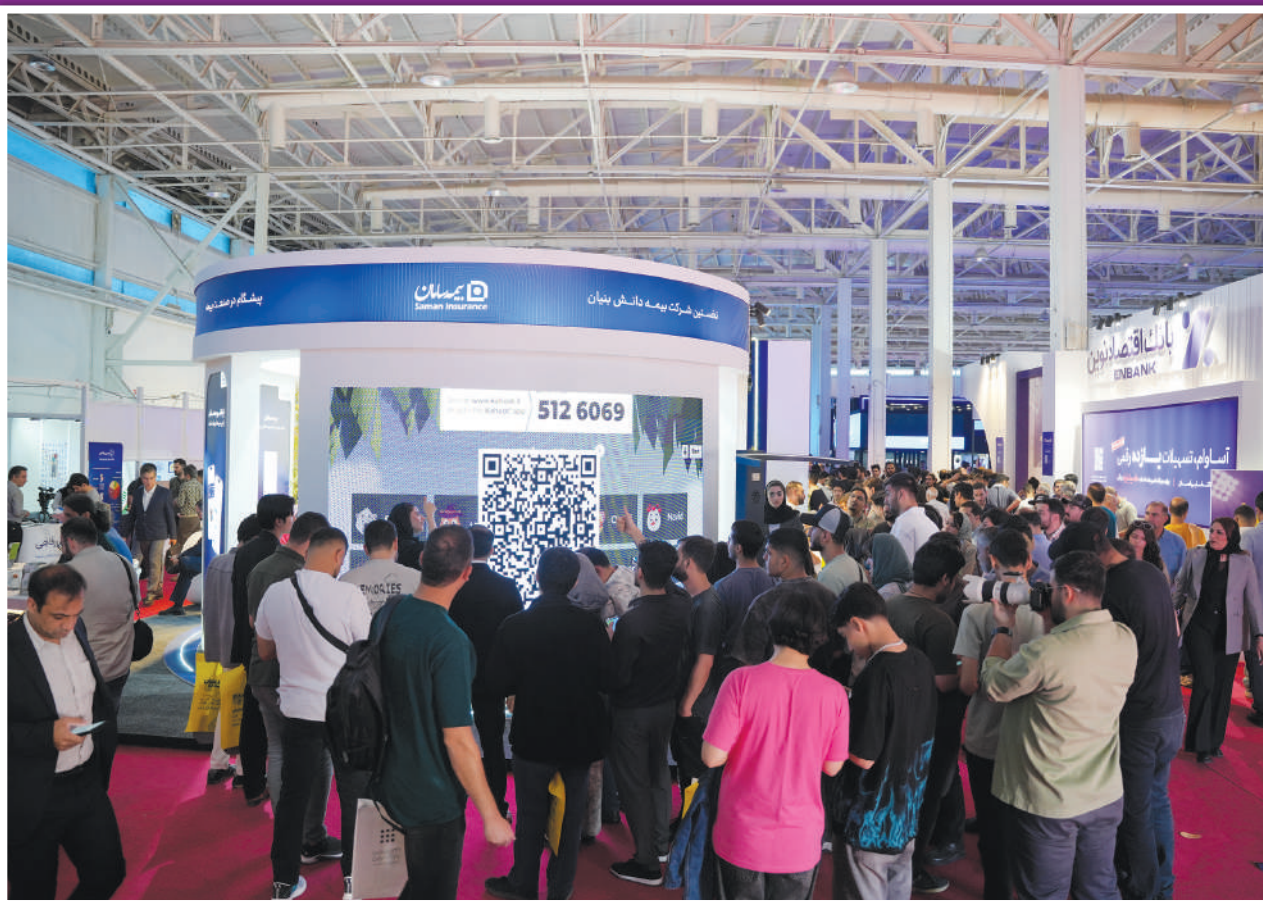
در روز دوم نمایشگاه، تمرکز پنل‌ها بر اپلیکیشن بیمه سامان و تجربه دیجیتال کاربران بود. در پنل سوم با موضوع «اپ بیمه سامان: تحول در تجربه کاربری و خرید بیمه‌های دیجیتال»، میثم بهشتیان، مدیر اپلیکیشن بیمه سامان، بر اهمیت طراحی UX/UI و تجربه کاربری تأکید کرد و توضیح داد که صرفاً زیبایی بصری اپلیکیشن کافی نیست، بلکه سهولت استفاده و امکان پاسخ‌دهی سریع به نیازهای کاربران، معیار اصلی موفقیت است.

همچنین پنل چهارم با موضوع «کاربرمحوری یا فناوری؛ رمز موفقیت اپلیکیشن‌های بیمه‌ای» برگزار شد که مهناز وکیلی، مالک محصول اپلیکیشن بیمه سامان، توضیح داد که فناوری کاربرمحور یعنی فناوری از خدمت کاربر قرار گیرد و ابزارهای تحلیل رفتار کاربران به تیم امکان

در این پنل، میلاد نیکپور، مدیر امور مشتریان بیمه سامان، مصطفی اسماعیلی، مدیر امور مشتریان و خدمات پس از فروش شرکت بیمه دی و علی قنادیان، متخصص حوزه خدمات مشتریان و مدیرعامل ICCS، تجارب موفق و چالش‌های موجود در مسیر جذب و نگهداشت مشتریان را بررسی و راهکارهای عملیاتی ارائه کردند.

در همان روز، دومین پنل با عنوان «از گذشته تا امروز: بررسی مسیر تحولی اکوسیستم صنعت بیمه ایران» برگزار شد. حمیدرضا قنبری، مدیر بازاریابی بیمه سامان، در این پنل با اشاره به تأثیر تکنولوژی بر خدمات بیمه‌ای، توضیح داد که چگونه پیشرفت‌های فناورانه نحوه ارائه خدمات، از فروش تا پرداخت خسارت، را متحول کرده و فرصت‌های جدیدی برای تعامل با مشتریان ایجاد کرده است.





شرکت آشنا شوند و تجربه‌ای ملموس از دنیای بیمه پیدا کنند. در این نمایشگاه بیمه سامان با دعوت از سب و سامانتل حضور گروه مالی سامان را پررنگ کرد. همچنین تیم سامانتل با فعال‌سازی سیم‌کارت‌های اعتباری و دائمی برای برندگانی بازی آنلاین بیمه سامان توانست تعامل خوبی با بازدیدکنندگان برقرار سازد. حضور مدیران و معاونین شرکت از جمله شیما آراء، قائم‌مقام مدیرعامل، بازدید از غرفه و تعامل مستقیم با بازدیدکنندگان نیز بر کیفیت تجربه نمایشگاهی افزود و نشان‌دهنده اهمیت این رویداد برای استراتژی دیجیتال و مشتری‌محور شرکت بود.

بیست و هشتمین دوره نمایشگاه بین‌المللی الکامپ تهران با حضور بیش از ۵۰۰ شرکت داخلی و نمایندگان هفت کشور خارجی برگزار شد و بیمه سامان در این محیط رقابتی توانست با تمرکز بر نوآوری، دیجیتالی‌شدن خدمات بیمه‌ای و تعامل مستقیم با مشتریان، جایگاه خود را به‌عنوان یک شرکت پیشرو در تحول دیجیتال تثبیت کند.

حضور پرقدرد بیمه سامان در الکامپ ۱۴۰۴، نمادی از تعهد این شرکت به ارائه خدمات نوآورانه، ارتقای تجربه مشتریان و حرکت در مسیر تحول دیجیتال بود و نشان داد که تعامل مستقیم، تجربه کاربری برتر و ارائه محصولات دیجیتال، هسته اصلی استراتژی آینده این شرکت در صنعت بیمه است.

می‌دهد نقاط ریزش و بهبود تجربه کاربری را شناسایی و اصلاح کنند. پنل پنجم در سومین روز با موضوع «نقش هوش مصنوعی و مدیریت رسانه در تحول تجربه مشتری صنعت بیمه» برگزار شد. دکتر ندا سلیمانی، مدرس دانشکده مدیریت رسانه، در این پنل بیان کرد که بیمه محصولی است که مشتریان امیدوارند هیچ‌گاه از آن استفاده نکنند و بنابراین تجربه‌های مثبت و اعتماد به برند، ارزش واقعی خرید بیمه را شکل می‌دهد. این پنل بر اهمیت هوش مصنوعی و تحلیل داده‌ها در ارتقای تجربه مشتری و افزایش اعتماد تأکید داشت.

علاوه بر پنل‌ها، تیم‌های مختلف بیمه سامان در غرفه حضور داشتند تا بازدیدکنندگان را راهنمایی کنند و تعامل مستقیم با آن‌ها را افزایش دهند. بخش فناوری اطلاعات مسئول ارائه توضیحات و آموزش استفاده از اپلیکیشن بیمه سامان بود، تیم باشگاه مشتریان برای هدایت و ارائه مشاوره به بازدیدکنندگان در محل حاضر بودند، و نمایندگان فروش بیمه موبایل با هدف معرفی محصولات و خدمات ویژه بیمه موبایل فعالیت کردند.

برای جذب مخاطب نسل جوان که حضوری چشمگیر در این نمایشگاه داشتند، غرفه بیمه سامان میزبان بازی‌ها و فعالیت‌های جذاب و تعاملی بود که با هدف سرگرمی و آموزش اولیه مفاهیم بیمه طراحی شده بودند. این فعالیت‌ها فرصتی فراهم کردند تا نسل جوان با محصولات دیجیتال

راهکارهای عملیاتی سازی مدل های وفاداری مشتریان با محوریت بیمه سامان بررسی شد



شکل ممکن رقم بزنند، زیرا لحظات نخست تعامل با مشتری حساسیت بالایی دارد.

نیکپور با تاکید بر مهم ترین انتظارات مشتریان یعنی سرعت در پرداخت خسارت، گفت: تنوع پوشش های بیمه ای باید به گونه ای باشد که بخش گسترده ای از ریسک ها و نگرانی های زندگی افراد را تحت پوشش قرار دهد. تصمیم گیری در طراحی این پوشش ها باید هدفمند و منطقی باشد تا هم نیاز مشتریان را پاسخ دهد و هم احساس اطمینان ایجاد کند.

مدیر امور مشتریان شرکت بیمه سامان تاکید کرد که در نهایت، هدف ما این است که مشتریان بدانند با شرکتي طرف هستند که قصد دارد ارتباطی بلندمدت و پایدار با آن ها برقرار کند.

بیمه سامان در الکامپ ۱۴۰۴ حامی مالی و میزبان پنل های تخصصی سالن ۷ در این نمایشگاه بود که از تاریخ ۳ الی ۶ مهرماه در محل دائمی نمایشگاه بین المللی تهران برگزار شد.

در نخستین روز از بیست و هشتمین دوره نمایشگاه بین المللی الکامپ ۱۴۰۴، پنل تخصصی با موضوع «راهکارهای عملیاتی سازی مدل های وفاداری ترکیبی B۲B و B۲C در باشگاه های مشتریان» به همت شرکت بیمه سامان و با حضور جمعی از مدیران ارشد و متخصصان این حوزه برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، در این پنل تخصصی، میلاد نیکپور، مدیر امور مشتریان بیمه سامان، مصطفی اسماعیلی، مدیر امور مشتریان و خدمات پس از فروش شرکت بیمه دی و علی قنادیان متخصص حوزه خدمات مشتریان و تجربه مشتری و مدیر عامل شرکت ICCS به بیان دیدگاه های خود را درباره آخرین روندها، تجربه های موفق و چالش های موجود در مسیر جذب و نگهداشت مشتریان به اشتراک گذاشتند و به بررسی چالش ها، فرصت ها و راهکارهای ایجاد و توسعه برنامه های وفاداری مشتریان پرداختند.

در این پنل علی قنادیان متخصص حوزه خدمات مشتریان و تجربه مشتری و مدیر عامل شرکت ICCS، با اشاره به ویژگی های خاص صنعت بیمه توضیح داد: در صنعت بیمه، فاصله زمانی قابل توجهی بین پرداخت حق بیمه و دریافت خدمات وجود دارد. این موضوع باعث می شود مشتری تا پیش از وقوع خسارت و تجربه مستقیم خدمات، نتواند کیفیت واقعی را ارزیابی کند. بنابراین ما باید با اقداماتی هدفمند اعتمادسازی کنیم و رابطه مشتری با سازمان را نزدیک تر کنیم. در ادامه این پنل، مصطفی اسماعیلی، مدیر امور مشتریان و خدمات پس از فروش شرکت بیمه دی نیز بر اهمیت اطلاع رسانی شفاف و ساده سازی ارتباط با بیمه گذاران تاکید کرد.

اسماعیلی، گفت: خدمات بیمه ای ماهیتی ناملموس دارند و این موضوع کار را برای اعتمادسازی سخت تر می کند. مشتری زمانی که بیمه خریداری می کند، انتظار دارد در طولانی مدت با شرکت در ارتباط باشد و این ارتباط باید از طریق ارائه خدمات مناسب، به شکل مستمر و حرفه ای مدیریت شود.

او ادامه داد: باشگاه مشتریان موفق، چه در صنعت بیمه و چه در سایر صنایع، باید بتواند نقاط تماس (Touchpoints) با مشتریان را شناسایی کند و در زمان و مکان مناسب پاسخگوی نیاز آن ها باشد.

در ادامه این پنل، میلاد نیکپور، مدیر امور مشتریان شرکت بیمه سامان نیز به تفاوت صنعت بیمه با سایر صنایع اشاره کرد و گفت: تفاوت اساسی صنعت بیمه با بسیاری از صنایع دیگر در تکرار خرید است. در حالی که در بسیاری از صنایع خرید روزانه یا مکرر وجود دارد، در بیمه فاصله زمانی میان خریدها طولانی تر است. به همین دلیل، بیمه گران تلاش می کنند تجربه اولیه مشتری را به بهترین

سپاس رفتار حرفه ای

همه شما عزیزان در شعب بانک سامان در جهت رضایت مشتریان تلاش کرده و موجبات خشنودی مشتریان را فراهم می کنید تا آنها بتوانند با خیالی آسوده و امن به امور بانکی خود بپردازند. در این میان برخی از مشتریان از همکاری که حسن خلق و پیگیری مؤثری داشته اند، در شهریورماه به صورت کتبی تقدیر کرده اند. ما به رسم سپاس و قدردانی، اسامی این عزیزان را در نشریه سامان منتشر می کنیم.

با تشکر
مدیریت سرمایه انسانی بانک سامان

ردیف	نام خانوادگی و نام	محل خدمت
۱	علیرضا حقیری	شعبه منیریه
۲	زهرا میهن پرست	شعبه منیریه

نجات امروز در گرو انعطاف پذیری روانی



پریسا حاجی محمدی |
دکتری کسب و کار حرفه‌ای DBA

ساز موسیقی یا انتخاب یک سرگرمی جدید، مغز خود را به چالش بکشید.

زیاد مطالعه کنید! مطالعه شما را در معرض ایده‌ها، شخصیت‌ها و موقعیت‌های جدید قرار می‌دهد و مغز شما را ملزم به تغییر دیدگاه‌ها و به چالش کشیدن فرضیات می‌کند.

با افراد مختلف ملاقات کنید! خود را با افرادی با پیشینه‌های مختلف و با دیدگاه‌های مختلف احاطه کنید تا درک خود را گسترش داده و سازگاری خود را تقویت کنید.

تمرین ذهن آگاهی و تمرینات ذهنی:

• **مراقبه کنید:** آموزش ذهن آگاهی به شما کمک می‌کند تا افکار و احساسات خود را بدون قضاوت مشاهده کنید و به شما این امکان را می‌دهد که از الگوهای فکری انعطاف‌ناپذیر آگاه شوید و پذیرای احتمالات جدید باشید.

• **بازی کنید:** بازی‌های محرک مغز می‌توانند انعطاف‌پذیری عصبی را بهبود بخشند و مسیرهای جدیدی ایجاد کنند و مغز شما را چابک‌تر و پذیرای یادگیری کنند.

• **از تفکر خلاق استفاده کنید:** تمرین تفکر به روش‌های مختلف برای حل مشکلات روزمره، ایده‌پردازی یا شبیه‌سازی ذهنی سناریوهای متنوع.

• **یک سبک زندگی سالم را در پیش بگیرید:** به طور منظم ورزش کنید: فعالیت بدنی هم برای بدن و هم برای مغز شما مفید است و عملکرد شناختی و انعطاف‌پذیری را بهبود می‌بخشد.

• **خواب باکیفیت داشته باشید:** خواب کافی برای تنظیم احساسات بسیار مهم است و می‌تواند خلاقیت و توانایی‌های استدلال را افزایش دهد.

• **رژیم غذایی سالم داشته باشید:** استفاده از چربی‌های سالم برای مغز، مانند امگا ۳، می‌تواند از بهبود عملکرد شناختی پشتیبانی کند.

• **یک طرز فکر انعطاف‌پذیر را در پیش بگیرید و در برابر عدم قطعیت پذیرا باشید:** تحمل عدم قطعیت را در خود پرورش دهید که به شما کمک می‌کند هنگام تغییر برنامه‌ها یا بروز موقعیت‌های غیرمنتظره، سازگار شوید.

• **باورهایتان را به چالش بکشید:** برای تشویق تفکر انعطاف‌پذیرتر، حاضر باشید اصول اخلاقی، باورها و فرضیات خود را زیر سؤال ببرید.

• **از شکست‌ها استقبال کنید:** به چالش‌ها و شکست‌ها به عنوان فرصت‌هایی برای تغییر مسیر، سازگاری و ایجاد راه‌حل‌های جدید نگاه کنید، نه اینکه در یک مسیر سخت گیر کنید.

انعطاف‌پذیری شناختی، توانایی ذهنی برای تنظیم تفکر و رفتار در پاسخ به موقعیت‌های متغیر است. این توانایی، ظرفیت جابه‌جایی بین وظایف، قوانین یا مفاهیم مختلف و سازگاری با اطلاعات جدید یا رویدادهای غیرمنتظره است. این توانایی برای حل مؤثر مسئله، سازگاری با محیط‌های پویا و تفکر خلاق بسیار مهم است.

انعطاف‌پذیری شناختی اساساً در مورد سازگاری با تغییر است که شامل توانایی جداشدن سریع از وضعیت فعلی و تغییر توجه به وضعیت جدید، درعین حال حفظ تمرکز بر وظیفه جدید و الزامات آن است. انعطاف‌پذیری شناختی به افراد اجازه می‌دهد تا دیدگاه‌ها و رویکردهای مختلفی را برای یک موقعیت در نظر بگیرند که برای حل خلاقانه مسئله حیاتی است. این امر افراد را قادر می‌سازد تا مسائل پیچیده را تجزیه کنند، راه‌حل‌های مختلف را در نظر بگیرند و وقتی یک استراتژی جواب نمی‌دهد، رویکرد خود را تطبیق دهند. در دنیای پرشتاب امروز، انعطاف‌پذیری شناختی برای پیمایش موقعیت‌های پیچیده، مدیریت نقش‌های متعدد و پاسخ مؤثر به رویدادهای غیرمنتظره ضروری است.

انعطاف‌پذیری شناختی یکی از اجزای اصلی کارکردهای اجرایی است که شامل برنامه‌ریزی، توجه و حافظه کاری نیز می‌شود. یادگیری مادام‌العمر هم از توانایی کسب دانش جدید و ادغام آن با درک موجود پشتیبانی می‌کند و آن را برای یادگیری مادام‌العمر حیاتی می‌سازد. این انعطاف‌پذیری بودن هنگام مواجهه با مانع در حل مسئله، توانایی تغییر رویکرد به رویکردی متفاوت را در ما ایجاد می‌کند.

برای بهبود انعطاف‌پذیری شناختی، می‌توانید روال‌های روزانه را تغییر دهید، مهارت‌های جدید یاد بگیرید، ذهن آگاهی و مدیتیشن را تمرین کنید، ورزش کنید و با ملاقات با افراد جدید یا خواندن مطالب متنوع، خود را در معرض ایده‌ها و دیدگاه‌های جدید قرار دهید. همچنین می‌توانید با حل خلاقانه مسائل، رویکردهای مختلف به وظایف را امتحان کنید و بازی‌های محرک مغز را برای ایجاد مسیرهای جدید انجام دهید. بهتر است در تجربیات و یادگیری‌های جدید شرکت کنید.

روال خود را تغییر دهید! با انتخاب مسیری متفاوت برای رفتن به محل کار، خوردن غذاهای جدید یا حتی استفاده از دست غیر غالب خود برای کارهای روزمره، از الگوهای معمول خود فاصله بگیرید. چیزهای جدید یاد بگیرید! با یادگیری یک زبان جدید، یادگیری یک

مشتریان، خدمات بیمه‌ای را بر اساس اعتماد و تجربه انتخاب می‌کنند



زمینه‌ای که به مشاوره نیاز داشته باشیم، به سراغ آن می‌رویم. وی افزود: آنچه مشتری در بیمه می‌خرد، در واقع مشاوره است؛ از انتخاب یک برند خوشنام گرفته تا انتخاب بهترین بیمه‌نامه. به همین دلیل صنعت بیمه باید از ارائه مشاوره فراتر برود و در کنار مشتری قرار گیرد. هوش مصنوعی می‌تواند این مشاوره را به صورت لحظه‌ای و متناسب با نیاز مشتری ارائه دهد و تجربه‌ای کاملاً شخصی‌سازی شده ایجاد کند. کاظمی گفت: امروز در دوره‌ای هستیم که هوش مصنوعی فرصت رشد بی‌سابقه‌ای پیدا کرده است، حالا تقریباً همه با این فناوری آشنا هستند و تلاش می‌کنند تجربه مشتری را ارتقا دهند. از سوی دیگر، دیجیتالی شدن و ورود داده‌های آنلاین باعث شده صنعت بیمه از روش‌های سنتی و سلیقه‌ای فاصله بگیرد و داده‌ها به شکل ساختاریافته و طبقه‌بندی شده وارد فرایندهای بیمه‌گری شوند.

در سومین روز از بیست و هشتمین دوره نمایشگاه بین‌المللی الکامپ، پنجمین پنل تخصصی شرکت بیمه سامان با موضوع «نقش هوش مصنوعی و مدیریت رسانه در تحول تجربه مشتری صنعت بیمه» با حضور علاقه‌مندان برگزار شد. به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، دکتر ندا سلیمانی، مدرس دانشکده مدیریت رسانه، در این پنل گفت: بیمه نخریدنی‌ترین محصول دنیاست، زیرا مشتری هنگام پرداخت هزینه امیدوار است هیچگاه خسارتی نبیند؛ بنابراین، آنچه می‌خرد در واقع برند است؛ اعتماد و شهرت برند که حاصل تجربه‌های مثبت مشتریان پیشین است.

به اعتقاد وی، با ورود هوش مصنوعی چند تغییر جدی در حال رخ دادن است که اکنون شاهد آن هستیم، یکی از مهم‌ترین آنها مشاوره هوشمند است؛ یعنی فرایندهای تصمیم‌گیری و انتخاب به طور مستقیم توسط الگوریتم‌های هوش مصنوعی انجام می‌شود و تغییر مهم دیگر هم به مدیریت ریسک و پیش‌بینی رفتارها مربوط است. دکتر سلیمانی، افزود: یکی دیگر از مهم‌ترین تغییرات، مشاوره و تصمیم‌گیری هوشمند است؛ فرایندهایی که پیش‌تر به صورت دستی انجام می‌شد، اکنون به کمک الگوریتم‌های هوش مصنوعی سریع‌تر و دقیق‌تر انجام می‌شود، از سوی دیگر مدیریت ریسک و پیش‌بینی رفتارها و الگوریتم‌های پیش‌بینی‌گر امروز توانسته‌اند تا حدود ۳۰ درصد ریسک وقوع حوادث را پیش‌بینی و کاهش دهند که دستاوردی مهم محسوب می‌شود.

در ادامه پنل امروز، مریم زمردیان، مدیر روابط عمومی شرکت بیمه سامان، گفت: نخستین تجربه‌ای که مشتری با بیمه دارد، معمولاً در فرایند دریافت خسارت شکل می‌گیرد، بنابراین مهم است که این فرایند ساده، سریع و شفاف باشد. درعین حال پاسخگویی ۲۴ ساعته با استفاده از دستیارهای هوشمند و تحلیل رفتار مشتری به ما کمک می‌کند نیازهای او را پیش‌بینی کرده و تجربه‌ای روان و رضایت‌بخش برای مشتری ایجاد کنیم. زمردیان تأکید کرد: تجربه مشتری از برند بیمه مهم‌ترین عامل در شکل‌گیری اعتماد است، این تجربه و حس خوشایندی که مشتری هنگام استفاده از خدمات بیمه‌ای دریافت می‌کند، در ذهن او ماندگار می‌شود و حتی تبلیغات دهان‌به‌دهان را شکل می‌دهد.

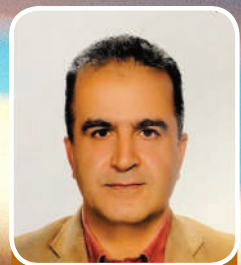
در ادامه پنل، حامد کاظمی، کوفاندر آپولو و فعال حوزه اینشورتک، گفت: یک کانسپت مشترک در هوش مصنوعی که این روزها ترند شده، موضوع مشاوره است، هوش مصنوعی به رسانه‌ای مشاوره محور تبدیل شده و امروز در هر

بیمه سامان بر فراز دماوند



در روزهای ۲۸ و ۲۹ مرداد، گروه کوهنوردی فارغ‌التحصیلان دانشگاه امیرکبیر توانستند از جبهه شمال شرقی قله دماوند، بام ایران را فتح کنند. بیمه سامان به عنوان حامی این صعود موفقیت‌گر و پرآفرین تیم دانشگاه امیرکبیر و همکار عزیزمان، خانم زهرا برزگر، مدیر اکچوئری و تحلیل داده‌ها را تبریک گفته و برایشان توفیق روزافزون آرزومند است.

بیمه سامان؛ همراه مسیرهای بلندپروازانه



علی صباغی، مدرس
زبان آکادمی سامان

یادگیری از طریق گیمیفیکیشن (GAMIFICATION): یک تیر و چند نشان

کمک هیجان ناشی از گیمیفیکیشن در راه رسیدن به هدفشان کمک می‌کند.

اما مزایای اصلی یادگیری بازی محور برای بزرگسالان چیست؟

کاهش قابل توجه استرس و اضطراب یادگیری سیستماتیک و رسمی را از بین می‌برد. بسیاری از بزرگسالان از صحبت کردن به انگلیسی به دلیل ترس از قضاوت شدن یا اشتباه کردن، هراس دارند. فضای بازی، این استرس را به شدت کاهش می‌دهد. در بازی، هدف "بردن" یا "شرکت کردن" است، نه "عالی بودن". این امر باعث می‌شود زبان آموز با آرامش بیشتری صحبت کند و اشتباهاتش را بخشی طبیعی از فرایند بداند. باعث افزایش انگیزه و مشارکت فعالانه تر در روند یادگیری می‌شود؛ زیرا بازی‌ها ذاتاً چالش برانگیز و پاداش دهنده هستند. سیستم‌های امتیاز، نشان‌ها، جدول رده‌بندی و رسیدن به مراحل بالاتر، مغز را تحریک می‌کنند و انگیزه درونی قوی‌ای برای ادامه دادن ایجاد می‌کنند. این امر باعث می‌شود یادگیری از یک وظیفه به یک سرگرمی جذاب تبدیل شود. حافظه بلندمدت یا همان LONG TERM MEMORY را به شدت تقویت

یادگیری بازی محور زبان انگلیسی یا همان Game-based learning (method) (GBL) علاوه بر کودکان می‌تواند در بزرگسالان هم جذاب و البته بسیار تأثیرگذار باشد مشروط به آنکه طراحی درست و سنجیده‌ای داشته باشد.

همواره تکنولوژی بر رفتار بشر در طول تاریخ تأثیر عمیقی گذاشته و در همه ابعاد و عرصه‌های حیات بشر نقش تسریع کننده و تسهیلگر را داشته است. دنیای دو سه دهه اخیر و مشخصاً چند سال اخیر با سرعتی خیره کننده و باورنکردنی تحت تأثیر دستاوردهای عصر اطلاعات است و یکی از هیجان انگیزترین خروجی‌های این عصر و تکنولوژی‌های این عصر Gamification زندگی روزمره در همه سطوح بیزنس، یادگیری، اوقات فراغت، روان شناسی و... است.

بنابراین یادگیری زبان خارجی هم از این قاعده مستثنا نیست و متد یادگیری GBL جای پای خود را در این مسیر کاملاً باز کرده و طالبان یادگیری را به



هم به فراگیر زبان می‌آموزند و اگر در قالب تیمی انجام شود حتی منجر به تقویت کارگروهی و همکاری تیمی می‌شود. عادات یادگیری مستمر هم از دیگر مزایای گیمیفیکیشن است. در واقع برنامه‌های موبایلی مثل DUOLINGO یا MEMRISE با استفاده از المان‌های بازی‌گونه (Gamification)، کاربر را ترغیب می‌کنند که هر روز حتی برای چند دقیقه هم که شده زبان بخواند. این "زنجیره یادگیری" ایجاد شده، بسیار ارزشمند است. مهم‌ترین نمونه‌های اپ‌های مبتنی بر گیمیفیکیشن که پرکاربردترین در دنیای امروز یادگیری زبان هستند عبارت‌اند از DUOLINGO، MEMRISE.

باین حال نباید خوش‌باوری درباره معجزه‌آسا بودن این متد داشت؛ زیرا این روش هم ضعف‌ها و قوت‌های خود را دارد؛ بنابراین صرفاً باید به‌عنوان روشی مکمل در کنار روش رسمی یادگیری که فرد برای خود انتخاب می‌کند بدان نگرست و از آن انتظار داشت.

می‌کند؛ زیرا زمانی که لغات و ساختارهای گرامری در یک زمینه (Context) معنادار و همراه با هیجان استفاده می‌شوند، به‌جای حفظ طوطی‌وار، در حافظه عمیق‌تر ثبت می‌شوند. به‌عنوان مثال، یادگیری لغت "Strategy" در حین بازی یک بازی استراتژیک مثل Civilization، بسیار ماندگارتر از خواندن آن لغت در یک فلش کارت است. یادگیری در یک بافتار و زمینه واقعی و کاربردی را ممکن می‌کند. در واقع بازی‌ها موقعیت‌های ارتباطی واقعی را شبیه‌سازی می‌کنند. برای همکاری با تیم، مذاکره، دادن دستورالعمل یا متقاعد کردن دیگران، باید از زبان به‌صورت فعال استفاده کنید. این دقیقاً همان مهارتی است که بزرگسالان در دنیای واقعی به آن نیاز دارند. شما بازی نمی‌کنید که فقط هیجان را تجربه کنید و یا حتی دامنه واژگان خودتان را افزایش دهید.

بنابراین بازی‌ها تنها به vocabulary و grammar محدود نمی‌شوند و می‌توانند مهارت‌های حیاتی جانبی و فرعی را نیز تقویت می‌کنند؛ مثلاً باعث تقویت و تمرین غیرمستقیم تفکر انتقادی می‌شوند و قدرت حل مسئله را

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 |

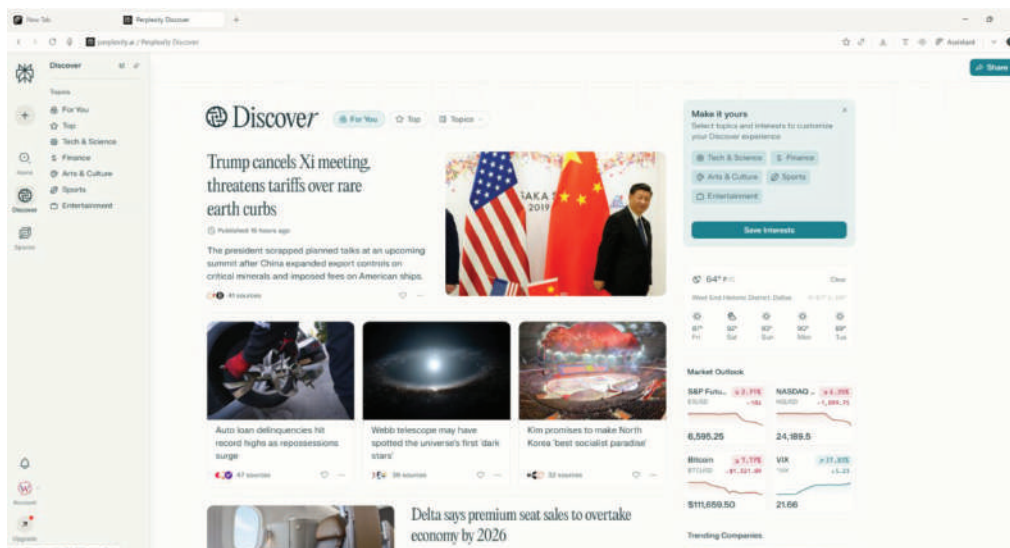
سلام به همراهان کافه تک

این ماه قصد داریم با معرفی مرورگری جدید، هم جستجوهای اینترنتی شما را ساده‌تر کنیم و هم شما را با دستیار جدید دنیای دیجیتال شما آشنا کنیم.

مرورگر Comet: ستاره‌ای تازه در دنیای وب

در جهانی که مرورگرها به بخش جدایی‌ناپذیر از زندگی دیجیتال ما تبدیل شده‌اند، رقابت برای سرعت، امنیت و تجربه کاربری بهتر هر روز داغ‌تر می‌شود. مرورگر Comet یکی از تازه‌واردهایی است که با هدف ترکیب سرعت بالا، طراحی مینیمال و حفظ حریم خصوصی کاربران پا به میدان گذاشته است. Comet بر پایه موتور Chromium توسعه یافته؛ اما با تفاوت‌هایی که آن را از مرورگرهای رایج متمایز می‌کند. رابط کاربری آن ساده و شفاف است؛ بدون شلوغی و زواید اضافی، تا کاربر بتواند روی محتوای وب تمرکز کند. از ویژگی‌های مهم آن می‌توان به هوش مصنوعی داخلی برای خلاصه‌سازی محتوا و

مدیریت هوشمند تب‌ها اشاره کرد که تجربه مرور را روان‌تر و شخصی‌تر می‌کند. یکی از نکات قابل توجه در Comet، توجه ویژه به امنیت و حریم خصوصی است. این مرورگر به طور پیش‌فرض رهگیری تبلیغاتی (Tracking) را غیرفعال می‌کند و از رمزگذاری سراسری برای تبادلات داده استفاده می‌کند. همچنین حالت Comet Private Cloud به کاربران اجازه می‌دهد داده‌های مرور خود را در فضای ابری رمزگذاری شده ذخیره کنند. در کنار این قابلیت‌ها، مصرف بهینه منابع سیستم باعث شده Comet در مقایسه با مرورگرهای سنگینی مثل Chrome یا Edge، سبک‌تر و سریع‌تر عمل کند — گزینه‌ای مناسب برای کسانی که هم‌زمان با چند تب و نرم‌افزار کار می‌کنند. مرورگر Comet فعلاً برای سیستم‌عامل‌های Windows، macOS و Android عرضه شده و توسعه نسخه iOS نیز در دست انجام است. شاید هنوز راه درازی تا تبدیل شدن به نامی شناخته‌شده مثل Chrome یا Firefox در پیش داشته باشد، اما Comet نشان داده که می‌تواند نسلی تازه از مرورگرها را با تمرکز بر سادگی، هوشمندی و احترام به حریم خصوصی رقم بزند.



ویژگی‌های خاص Comet

در مقایسه با مرورگرهای کلاسیک مثل Chrome یا Edge، Comet چند قابلیت جدید و متمایز دارد:

ویژگی	توضیح
دستیار هوش مصنوعی داخلی	در سایدبار (پنل کناری) قابل دسترسی است؛ می‌تواند صفحات وب را خلاصه کند، پاسخ سؤالات را بدهد، فرم‌ها را پر کند یا کارهای معمول را خودکار انجام دهد.
خلاصه‌سازی محتوا و درک زمینه‌ای صفحات باز	وقتی چند تب باز داری، Comet می‌تواند محتوای آن‌ها را بخواند، نکات مهم را استخراج کند و آنها را برایت گزارش دهد.
اتوماسیون تسک‌های تکراری	توانایی ثبت دستوراتی که قبلاً انجام داده‌ای و اجرای دوباره آن‌ها با یک کلیک (مانند تایپ، پر کردن فرم‌ها و غیره).
ادغام با سرویس‌های روزمره	مانند ایمیل، تقویم، مرور صفحات و... تا کارهایی مثل بررسی ایمیل، برنامه‌ریزی جلسات و ارسال ایمیل با کمک AI انجام شوند.
پشتیبانی از افزونه‌ها / وارد کردن تنظیمات مرورگر قبلی	برای کاربران Chrome، Edge و غیره امکان وارد کردن بوکمارک‌ها، افزونه‌ها و تنظیمات فراهم شده است تا انتقال راحت باشد.
سبک‌تر و طراحی مینیمال با تمرکز بر تجربه کاربری AI	طراحی ظاهری ساده‌تر، حذف آشفتگی‌های زیاد و تأکید بر وظایف هوشمند.
قابلیت عامل وار (agentic behavior)	یعنی نه فقط پاسخ دادن به سؤال، بلکه دست به کار شدن (مثلاً مرور صفحات برای تو، انجام گام‌های بعدی).

چرا Comet بهتر از Chrome است؟

مرورگر Chrome سال‌هاست پادشاه بی‌رقیب دنیای وب است، اما حالا «Comet» آمده تا نشان دهد می‌توان سریع‌تر، سبک‌تر و باهوش‌تر هم مرور کرد. تفاوت‌های کلیدی این دو مرورگر را در چند جمله خلاصه کنیم:

۱. هوش مصنوعی در قلب مرورگر، نه در افزونه‌ها

درحالی‌که Chrome برای هر قابلیت هوشمند نیاز به نصب افزونه دارد مثل ChatGPT یا خلاصه‌کننده صفحات، Comet از پایه با هوش مصنوعی طراحی شده است.

یعنی وقتی صفحه‌ای را باز می‌کنی، خودش خلاصه‌ای از محتوا، کلیدواژه‌ها و حتی پاسخ به سؤالات احتمالی تو را آماده دارد. این یعنی مرورگر هوشمند واقعی، نه فقط نمایش صفحات وب.

۲. سرعت بالا و مصرف کمتر رم

Chrome به دلیل وابستگی زیاد به حافظه RAM، به‌خصوص با چند تب باز، سیستم را کند می‌کند.

اما Comet از معماری سبک‌تری استفاده می‌کند و مدیریت هوشمند تب‌ها باعث می‌شود فقط تب‌های فعال، منابع سیستم را درگیر کنند.

در تست‌های اولیه، Comet تا ۳۰٪ مصرف حافظه کمتر نسبت به Chrome دارد.

۳. تمرکز بر حریم خصوصی

Chrome، با تمام امکاناتش، همچنان محصول شرکت Google است —

یعنی جمع‌آوری داده برای تبلیغات بخش طبیعی آن است.

اما Comet از همان ابتدا با شعار «مرور بدون ردپا» عرضه شده و رهگیری تبلیغاتی (tracking) را به طور پیش‌فرض غیرفعال کرده است. در حالت Private Cloud، حتی داده‌های مرورگر نیز رمزگذاری و در سرورهای ناشناس ذخیره می‌شوند.

۴. طراحی مینیمال و بدون شلوغی

رابط کاربری Chrome طی سال‌ها پر از دکمه‌ها و منوهای تودرتو شده است.

Comet رویکرد مینیمال دارد:

صفحه‌ای خلوت، نوار جستجو و یک دستیار هوشمند که در سایدبار با شما حرف می‌زند.

هدفش تمرکز کاربر روی محتوا است، نه محیط مرورگر.

۵. انجام کارها به جای کاربر

در Chrome اگر بخواهی ایمیل‌هایت را چک کنی یا قرار جلسه تنظیم کنی باید وارد وب‌اپ‌ها شوی.

در Comet، فقط کافی است به دستیار بگویی:

«قرار فردا ساعت ۱۰ را در تقویمم بگذار»

و مرورگر خودش با دسترسی مجاز این کار را انجام می‌دهد.

در واقع Comet بیشتر شبیه یک دستیار شخصی است تا یک مرورگر سنتی.

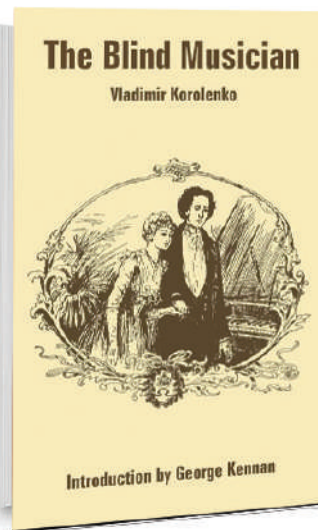
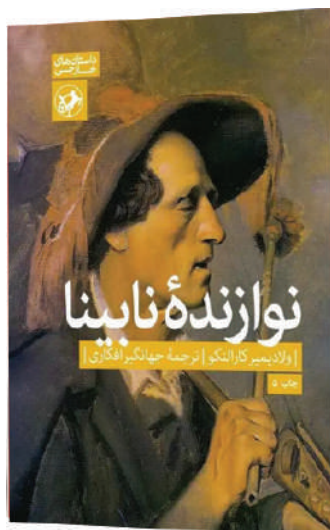


The Blind Musician
Vladimir Korolenko

نوشته ولادیمیر کارالنکو

ترجمه جهانگیر افکاری

درجه محبوبیت در سایت گود ریدز ۳.۸۷ از ۵



|مهرناز تباری|

|کارشناس مدیریت روابط عمومی
و صدای مشتریان|

درباره کتاب

را نشان دهد: میل به رسیدن به چیزی که از ما گرفته شده، یا شاید هرگز نداشته‌ایم. همین رویکرد فلسفی و شاعرانه است که باعث شده «نوازنده نابینا» فراتر از یک داستان زندگی، به اثری درباره معنای وجود و درک تبدیل شود. در نهایت، رمان با زبانی نرم و انسانی ما را با پرسشی اساسی روبه‌رو می‌کند: آیا بینایی حقیقی در چشم است، یا در دل و جان انسان؟

این کتاب مناسب چه کسانی است؟

کتاب نوازنده نابینا اثری است که می‌تواند برای گروه‌های مختلفی از خوانندگان جذاب و الهام‌بخش باشد، اما بیش از همه برای کسانی مناسب است که به دنبال ادبیاتی اندیشمندانه، آرام و درونی هستند. این اثر از آن دسته کتاب‌هایی نیست که با ماجراهای پرهیجان یا روایت‌های تند پیش برود؛ بلکه با ریتمی شاعرانه و نگاهی فلسفی، خواننده را به تأمل درباره درک، احساس و معنای زندگی دعوت می‌کند.

در وهله اول، این کتاب برای علاقه‌مندان به رمان‌های روان‌شناختی و فلسفی بسیار مناسب است. کسانی که از مطالعه سیر تحولات درونی شخصیت‌ها، کشمکش‌های ذهنی و رابطه میان جسم و روح لذت می‌برند، در این اثر با دنیایی غنی از تأملات درونی روبه‌رو می‌شوند. دانشجویان و علاقه‌مندان به روان‌شناسی، فلسفه و ادبیات کلاسیک روسیه نیز از مطالعه آن بهره خواهند برد، چراکه کارالنکو به شکلی هنرمندانه مفاهیم روان‌شناختی را در قالب داستانی شاعرانه می‌ریزد و از خلال تجربه نابینایی، به پرسش‌های عمیق انسانی درباره شناخت و ادراک پاسخ می‌دهد.

از سوی دیگر، کتاب برای اهالی موسیقی و هنر نیز جذاب است. در «نوازنده نابینا»، موسیقی فقط موضوعی جانبی نیست، بلکه جوهره زندگی شخصیت اصلی را تشکیل می‌دهد. برای هر کسی که موسیقی را زبانی جهانی برای احساس و معنا می‌داند، این کتاب می‌تواند تجربه‌ای احساسی و الهام‌بخش باشد؛ داستانی درباره اینکه چگونه صدا می‌تواند جای تصویر را بگیرد و نغمه می‌تواند به درک عمیق‌تری از جهان منجر شود.

رمان نوازنده نابینا (The Blind Musician) اثر ولادیمیر کارالنکو یکی از ماندگارترین آثار ادبیات روسیه در قرن نوزدهم است که نگاهی عمیق و انسانی به جهان درونی فردی نابینا دارد. این اثر بیش از آنکه صرفاً داستانی درباره معلولیت باشد، سفری است در لایه‌های روح انسان؛ سفری از تاریکی به سوی روشنایی. کارالنکو در این رمان، زندگی پسری نابینا را از دوران کودکی تا بلوغ دنبال می‌کند و به‌دقت نشان می‌دهد که چگونه او در غیاب بینایی، با حواس دیگرش — به‌ویژه شنوایی و لامسه — جهان را کشف می‌کند و تصویری متفاوت از هستی می‌سازد. شخصیت اصلی داستان که در برخی ترجمه‌ها با نام پتروس یا پتریس معرفی می‌شود، در جهانی بزرگ می‌شود که نور برای او مفهومی ناملموس اما در عین حال بسیار پرکشش است. او در میان تضاد میان تاریکی درون و روشنایی بیرون، به تدریج درمی‌یابد که شاید راهی برای دیدن وجود دارد که به چشم وابسته نیست؛ راهی که از احساس، صدا و تخیل می‌گذرد.

در این میان، موسیقی نقشی کلیدی ایفا می‌کند. برای پسر نابینا، موسیقی تنها یک هنر یا سرگرمی نیست، بلکه زبانی است برای ارتباط با جهانی که از او دریغ شده است. او از طریق صدا و نغمه، زیبایی‌هایی را تجربه می‌کند که دیگران با چشم می‌بینند. کارالنکو با مهارت نشان می‌دهد که چگونه نت‌های موسیقی می‌توانند جای نور را بگیرند و پلی بسازند میان درون و بیرون، میان احساس و واقعیت. این پیوند شاعرانه میان موسیقی و شناخت، کتاب را به اثری عمیق و چندوجهی تبدیل کرده است؛ روایتی که هم فلسفی است و هم عاطفی.

تم اصلی رمان، آن‌گونه که خود نویسنده در مقدمه چاپ ششم توضیح داده، اشتیاق انسان به نور است؛ نوری که نه فقط به معنای بینایی فیزیکی، بلکه نمادی از آگاهی، شناخت و امید است. کارالنکو در این اثر، به‌جای ارائه رساله‌ای درباره روان‌شناسی نابینایان، سعی دارد ماهیت میل انسانی

در سال ۱۸۵۳ در شهر ژیتومیر (واقع در اوکراین امروزی) به دنیا آمد و در سال ۱۹۲۱ درگذشت. او یکی از برجسته‌ترین چهره‌های ادبیات روسیه در اواخر قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم به شمار می‌رود و آثارش پیوندی میان ادبیات، عدالت اجتماعی و دغدغه‌های انسانی برقرار می‌کند. کارالانکو نه تنها به عنوان نویسنده، بلکه به عنوان شخصیتی اخلاقی و مدافع حقوق انسان‌ها شناخته می‌شود؛ او عمر خود را در دفاع از آزادی، برابری و کرامت انسانی گذراند.

کارالانکو تحصیلاتش را در رشته ریاضیات و سپس در فیزیک و ریاضیات در دانشگاه سنت پترزبورگ آغاز کرد، اما به دلیل گرایش‌های آزادی‌خواهانه و فعالیت‌های سیاسی علیه حکومت تزاری، از دانشگاه اخراج و به تبعید در سیبری فرستاده شد. همین دوران تبعید و زندگی در شرایط سخت، تأثیر عمیقی بر نگرش او گذاشت و بعدها الهام‌بخش بسیاری از داستان‌هایش شد. در نوشته‌هایش، به ویژه بر آزادی فردی، انسانیت و مبارزه با بی‌عدالتی اجتماعی تأکید می‌کرد.

از جمله آثار مهم او می‌توان به نوازنده نابینا، در سرزمین مکافات (In the Land of the Midnight Sun) و مجموعه داستان‌های کوتاه درباره زندگی مردم ساده روسیه اشاره کرد. کارالانکو استاد توصیف زندگی در حاشیه، رنج‌های انسانی و زیبایی‌های نهفته در دل سختی‌ها بود. او در آثارش همواره صدای کسانی بود که صدایی نداشتند — روستاییان، تبعیدیان و افراد محروم جامعه.

سبک نگارش او ترکیبی از واقع‌گرایی، انسان‌دوستی و نگاهی شاعرانه به جهان است. او مانند داستایوفسکی و تولستوی دغدغه اخلاق و روح انسان را داشت، اما در قالبی آرام‌تر و تأمل‌برانگیزتر می‌نوشت. در «نوازنده نابینا»، این نگاه انسانی به اوج می‌رسد: داستانی که نه از ترجم، بلکه از درک و احترام به تجربه انسانی سخن می‌گوید.

کارالانکو در اواخر عمر، به شدت منتقد خشونت‌های سیاسی پس از انقلاب روسیه شد و با وجود فشارهای فراوان، حاضر نشد اصول اخلاقی خود را کنار بگذارد. به همین دلیل، نام او در تاریخ ادبیات روسیه نه فقط به عنوان نویسنده‌ای توانا، بلکه به عنوان وجدانی بیدار در دوران خود ثبت شده است.

در یک جمله می‌توان گفت:

ولادیمیر کارالانکو نویسنده‌ای بود که می‌نوشت تا انسان را یادآوری کند — انسانی با درد، با امید و با صدای روشن در دل تاریکی.

منبع انگلیسی

The Blind Musician by Vladimir
Korolenko | Goodreads



منبع فارسی

bookcofe.ir



همچنین، این کتاب برای کسانی که به دنبال آثار الهام‌بخش درباره غلبه بر محدودیت‌ها هستند، انتخابی ارزشمند است. کارالانکو تصویری اغراق‌آمیز یا ترحم‌برانگیز از نابینایی ارائه نمی‌دهد، بلکه نشان می‌دهد که چگونه انسان می‌تواند در نبود یک حس، جهانی دیگر از زیبایی و معنا را کشف کند. از این جهت، «نوازنده نابینا» می‌تواند برای خوانندگانی که در مسیر رشد فردی یا در مواجهه با چالش‌های زندگی هستند، اثری امیدبخش و انگیزه‌زا باشد.

در مجموع، این رمان برای هر کسی که به دنبال کتابی آرام، انسانی و فلسفی است — چه اهل هنر و ادبیات باشد، چه صرفاً کسی که می‌خواهد دنیای درونی انسان را از زاویه‌ای تازه تجربه کند — کتابی ارزشمند و تأمل‌برانگیز خواهد بود.

بیشتر درباره کتاب

رمان نوازنده نابینا داستانی لطیف، انسانی و درون‌گرایانه است که زندگی پسری نابینا به نام پتروس را از تولد تا بلوغ روایت می‌کند. پتروس در خانواده‌ای مهربان اما نگران به دنیا می‌آید؛ خانواده‌ای که همواره از ناتوانی او در دیدن رنج می‌برد و تلاش می‌کنند جهان را برایش قابل‌درک‌تر کنند. اما نویسنده با ظرافت نشان می‌دهد که جهان پتروس، هرچند از نور ظاهری خالی است، سرشار از صدا، احساس و رنگ‌های ذهنی است.

پتروس در آغاز زندگی‌اش با ناامیدی و خشم نسبت به ناتوانی‌اش روبه‌رو است. او نمی‌تواند بفهمد چرا دیگران چیزی را می‌بینند که برای او هیچ معنایی ندارد. اما با گذر زمان، در مسیر رشد روحی خود، درمی‌یابد که هر انسانی می‌تواند با حواس دیگر و با نیروی تخیل، جهانی درونی بسازد که به همان اندازه زنده و روشن است. این دگرگونی درونی با کشف موسیقی آغاز می‌شود؛ هنری که برای پتروس تبدیل به راهی برای شناخت و ارتباط با جهان می‌شود. او در نغمه‌ها چیزهایی می‌بیند که دیگران با چشم می‌بینند — و موسیقی برایش به زبانی از جنس نور بدل می‌شود.

در طول داستان، کارالانکو ما را به سفری آرام در ذهن و احساس پتروس می‌برد؛ از ترس‌ها و تنهایی‌های او تا لحظات کشف و شناخت. در این میان، افراد پیرامون او — مادر مهربان، دوست وفادار و راهنمای آگاه — نقش مهمی در شکل‌گیری بینش و ایمان او به زندگی دارند. رمان به تدریج به ما می‌آموزد که نابینایی فقط ناتوانی در دیدن نیست، بلکه می‌تواند نوعی نگاه دیگر به جهان باشد؛ نگاهی از درون، نگاهی از جنس حس و شهود.

در پایان، پتروس به درکی می‌رسد که دیدن تنها به چشم وابسته نیست. او درمی‌یابد که نور واقعی در درون انسان است — در عشق، ایمان، و درک. این پیام فلسفی و انسانی، عصاره رمان کارالانکو است: اینکه هر محدودیتی می‌تواند دری به سوی شناختی عمیق‌تر از زندگی بگشاید.

به طور خلاصه، نوازنده نابینا کتابی است درباره رشد روح، معنا و امید؛ درباره اینکه چگونه انسان می‌تواند در تاریکی، روشن‌ترین صداها را بشنود و در سکوت، زیباترین نغمه‌ها را بیابد.

درباره نویسنده

ولادیمیر گالاکتیونوویچ کارالانکو (Vladimir Galaktionovich Korolenko) نویسنده، روزنامه‌نگار، و انسان‌دوست روسی بود که



پرسش و پاسخ

اگرآوری و ویرایش: نیلوفر فیاض

مثل روال گذشته، قاره هر ماه با طرح به 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.

خلاصیت و نسل های گذشته پر از تجربه، وقتی تجربه نسل قبل با خلاقیت نسل جدید جمع می شد، نتیجه می شه پیشرفت.

پرسش این ماه:
به نظر شما تعامل بین نسل گذشته و نسل Z در سازمان باید در چه مسیری قرار گیرد؟

● داریوش جهانگیر مقدم

بانکدار فروش تخصصی، شعبه حافظ اصفهان

زمانی که نسل گذشته و نسل Z در یک سازمان در کنار هم قرار می گیرند، اختلاف در ارزش ها، ریتم ها و سبک کار در این دو دنیای متفاوت، خیلی سریع خود را نشان خواهند داد. نسل قدیمی به ثبات، نظم، مسیر و روش های امتحان شده پایبند است و نسل Z، شیفته سرعت، نوآوری و انعطاف است. اگر بین این دو نسل، گفت و گو، همکاری و احترام متقابل شکل بگیرد، تجربه و دید عمیق نسل گذشته با انرژی و مهارت های فناورانه نسل Z گره می خورد و نتیجه ای می سازد که هیچ کدام به تنهایی قادر به رسیدن به آن نبوده اند، اما نبود این پل ارتباطی، شکاف فرهنگی بین آنها را عمیق تر می کند و در نهایت به بی انگیزگی یا خروج نیروهای ارزشمند سازمان ختم می شود.

● بهزاد شریفی

بانکدار عملیات، شعبه مرزداران

آینده ای که به نظر پیش رو هست: ۱- اشتراک موارد بین تجربه و نوآوری ۲- چالش های ارتباط و نگرش و رفتار در کوتاه مدت ۳- تغییر فرهنگ در ساختارهای سازمانی سنتی ولی به طور خلاصه میشه گفت که جهت کلی تعامل از درگیری ارزشی به سمت تفاهم و همزیستی سازنده در حرکتی البته به شرط اینکه سازمان آگاهانه مدیریت بین نسلی انجام بده البته که تمام موارد مرتبط به نسل Z هم مورد قبول نیست و کسری و کاستی رفتاری هم داره

● سارا رمضی

بانکدار فروش، شعبه تهرانسر

به نظر من تعامل بین نسل گذشته و نسل Z توی سازمان ها داره به سمت یادگیری و درک متقابل پیش می ره. نسل های قدیمی تر باتجربه و تعهدشان ستون های سازمان رو نگه داشتن و نسل Z هم با انرژی، خلاقیت و نگاه نو، داره مسیر رو به روزتر می کنه. اگر فضا برای گفت و گو و احترام دوطرفه فراهم بشه، این تفاوت ها تبدیل به نقطه قوت می شن، نه تعارض و نتیجه اش رشد و پویایی بیشتر سازمان هست.

● علیرضا خوش زبان

بانکدار عملیات، شعبه زاهدان

چیزی که بین نسل قدیمی و نسل Z توی سازمان وجود داره، بیشتر از اینکه تضاد باشه، یه تفاوت دیدگاه طبیعیه. نسل قبلی ها بیشتر روی ثبات و تجربه تکیه دارن، نسل جدید هم دنبال سرعت، خلاقیت و نتیجه. هر دو نگاه لازمه. اگه یاد بگیریم به جای نقد کردن هم از زاویه هم نگاه کنیم، کلی چیز برای یاد گرفتن از هم داریم. به شرطی که فقط نخوایم طرف مقابل رو تغییر بدیم، بلکه سعی کنیم بفهمیمش.

● علی قزوینیان

کارشناس برنامه ریزی و حسابداری، مدیریت پشتیبانی

نسل Z و نسل گذشته مکمل هم هستند برای دستیابی به اهداف. نسل Z پر از

● فاطمه حلمی شالقونی

حاضر به روش‌های متعددی بر جامعه و محل کار تأثیر می‌گذارد. علاوه بر این، کارمندان نسل جوان، ارزش‌ها و اولویت‌های خود را به محل کار می‌آورند و همچنین نوآوری و خلاقیت را در تیم بالا می‌برند و به ایجاد پل بین نسل‌های مختلف کمک می‌کند.

● محمدعلی رزمی آرا

کارشناس ارشد روش‌های اعتباری و ارزی، مدیریت بهبود و کیفیت مهمترین کاری که سازمان باید برای مواجهه با نسل Z انجام بده آموزش پرسنل قدیمی‌تر و مخصوصاً مدیران مستقیم پرسنل نسل Z برای مواجهه هوشمندانه با این افراد هست. تفکرات یک فرد به اصطلاح با تجربه و با سابقه در سازمان تفاوت چشمگیری با افراد نسل Z و به قول خودمون تازه‌واردی‌های سازمان‌ها دارند که باید این موضوعات درک بشه تا با چالش مواجه نشه.

● علی توسن

بانکدار فروش، شعبه بازار کفاشها بنده امروز تعامل بین نسل قدیمی‌تر و نسل Z توی سازمان‌ها داره به به هم‌افزایی قشنگ تبدیل می‌شه؛ تجربه و پختگی نسل قبل در کنار انرژی و خلاقیت نسل جدید، باعث می‌شه مسیر رشد سازمانی پویاتر و یادگیرنده‌تر پیش بره.

● علیرضا مقدسی

بانکدار فروش تخصصی، شعبه بازار به طور کلی، نسل گذشته تجربه و ثبات می‌آورد، نسل Z فناوری و نوآور. در ابتدا ممکن است چالش وجود داشته باشد، اما با همکاری و یادگیری دوطرفه، این تعامل به هم‌افزایی و رشد سازمانی منجر می‌شود.

● محمد شاهاماری نمین

مسئول دفتر، مدیریت حراست به نظر تعامل بین نسل گذشته و نسل Z برای هر سازمانی به چالش بزرگه که بهتره توسط مقامات سازمان مدیریت بشه چون آگه مدیریت نشه باعث کاهش بهره‌وری میشه برای اینکه نسل Z فکر میکنه ایده‌هاش دیده نمیشن؛ اما وقتی مدیریت بشه تعامل، یادگیری و نوآوری اتفاق میفته. نسل گذشته مفهوم بانکداری، صبر، ارتباط با مشتری با سابقه و درک ریسک‌ها رو به نسل Z یاد میده و نسل Z مهارت‌های دیجیتال رو به نسل گذشته یاد میده و با ساخت اپلیکیشن‌های مختلف با امکانات متفاوت رضایت مشتری رو به همراه داره. به این ترتیب نیاز هر نسل از مشتریان هم پوشش داده میشه در کل نظرم اینه که تعامل بین نسل گذشته و نسل Z بیشتر از اینکه به تهدید باشه به فرصته.

● زهرا پروینی قریق

کارشناس پاسخگویی به مراجع قانونی، مدیریت حقوقی من نسل قدیم برای حیات خود خیلی جاها می‌تواند و باید از نسل Z بیاموزد، و نسل Z نیز می‌تواند و باید این را بپذیرد که بدون استفاده از تجارب نسل قدیم هیچ کاری از دستش برنخواهد آمد و قطعاً در هر سازمانی که تعامل مناسبی بین نسل Z و نسل گذشته وجود داشته باشد آن سازمان همواره پویاتر خواهد بود و به اهداف والای خود دست خواهد یافت.

کارشناس کارشناسی و اعتبارسنجی، مدیریت کارشناسی و نظارت بر مصرف تفاوت دیدگاه بین نسل قدیم و نسل زد، اولش ممکنه باعث اختلاف نظر بشه، اما آگه درست مدیریت بشه و راه‌حلی پیدا کنیم که هم نظم و تجربه نسل قدیم و هم انعطاف‌پذیری و آزادی‌خواهی نسل Z رو در خودش جا بده، می‌تونه به کارایی توی سازمان منجر بشه.

● تورج یادگاری

● بانکدار فروش تخصصی، شعبه کرمانشاه

تعامل میان نسل گذشته و نسل Z در سازمان‌ها در مسیری قرار دارد که از مرحله تقابل به مرحله توازن تدریجی حرکت می‌کند. نسل‌های قدیمی‌تر هنوز ساختار، تجربه و نظم را ارزش می‌دانند، اما نسل Z با ذهنی آزادتر و نگاه فناورانه، خواستار معنا، انعطاف و تأثیر واقعی در محیط کار است. این دو نگاه در ابتدا ممکن است اصطکاک ایجاد کنند؛ اما اگر سازمان‌ها با درک متقابل و شفافیت مدیریتی پیش بروند، حاصل آن ترکیبی سازنده از تجربه و خلاقیت خواهد بود. در نهایت، مسیر آینده سازمان‌ها در گرو توانایی‌شان برای ایجاد فضای گفت‌وگو و همکاری میان این دو نسل است؛ جایی که نظم نسل گذشته و جسارت نسل Z هم‌راستا شوند.

● محمدعلی لطیف پور

● معاون شعبه، شعبه هفده شهریور تبریز

نسل گذشته و نسل Z تفاوت‌هایی که بین آن‌ها معنا میده، تفاوت در نگرش‌ها، ابزارها و نحوه کاربرد آنهاست؛ ولی در نهایت هدف واحدی به نام تعالی سازمان چشم‌انداز هر دو گروه است.

● مرتضی افشار

کارشناس ارشد بررسی مطالبات در معرض ریسک، مدیریت پیگیری مطالبات تمام دستاوردهای بشری در تداوم و انباشت تجربه زیسته بدست آمده؛ لذا هر نسلی خود را متعهد به استفاده از دستاوردهای نسل قبلی بداند، قاعدتاً کامیاب‌تر و موفق‌تر خواهد بود. انکار گذشته و انفصال از تجربیات تاریخی نسل‌های قبل و تکیه تنها بر علوم، شاید موفقیت‌هایی را در ظاهر به همراه داشته باشد؛ ولی در طول زمان بشر را از معنا تهی می‌نماید.

● محمد جعفر پور

کارشناس ارشد بررسی مطالبات در معرض ریسک، مدیریت پیگیری مطالبات اختلاف میان نسل‌ها داستانی همیشگی در طول تاریخ است؛ ریشه گرفته از دگرگونی زمان، پیشرفت فناوری و تغییر نگرش به زندگی؛ اما در دل همین تفاوت‌هاست که فرصت گفت‌وگو شکل می‌گیرد. تعامل میان نسل گذشته و نسل Z، همچون گفت‌وگوی دو فصل از یک سال است؛ یکی پُر از تجربه پاییز و دیگری لبریز از طراوت بهار. اگر گوش شنوا و دل پذیرنده باشد، این دو فصل نه در تضاد، بلکه در تداوم هم معنا پیدا می‌کنند. سازمانی که این تعامل را ممکن سازد، همیشه پویا و جوان می‌ماند.

● حامد دورقی نژاد

● بانکدار فروش، شعبه اروند

با سلام و احترام علی‌رغم انتقال آشفته نسل جدید به بزرگسالی، نسل Z در حال

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه /باجه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمابر	نام مسئول شعب/باجه‌ها
۱	آفریقا	۸۰۱	تهران، بزرگراه آفریقا، نرسیده به چهارراه جهان کودک، پلاک ۳۱	۸۸۷۴۴۵۷-۱۱	۸۸۷۳۷۷۳	نیما کیلانی
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، روبروی باغ فردوس، پلاک ۲۹۴۴	۲۳۷۴۰۷۷۵	۲۳۷۴۰۷۱۵	تیمور طاهری
۵	پاسداران	۸۰۵	تهران، خیابان پاسداران، مقابل بوستان ششم، جنب برج سفید، پلاک ۲۵۰	۲۲۵۹۶۵۸	۲۲۵۹۷۵۰	مهدی عبدلی وشته
۶	بازار	۸۰۶	تهران، بازار بزرگ، خیابان ۱۵ خرداد غربی، بین چهارراه گلوندک و خیابان ابوسعید، پلاک ۶۸۱	۵۵۵۷۵۷۳۸-۹	۵۵۵۷۶۴۹۵	امین بیگلری
۷	صادقیه	۸۰۷	تهران، ضلع جنوب شرقی فلکه اول صادقیه، پلاک ۹۱۸	۴۴۲۵۴۵۱۸-۲۰	۴۴۲۵۴۵۱۷	شادمان غفوری
۸	اقدسیه	۸۰۸	تهران، خیابان اقدسیه (موجوده دانش)، نبش کوچه نسیم، پلاک ۶۳	۲۲۸۳۳۰۵۶-۲۲۸۳۳۴۹	۲۲۸۳۳۴۵۵	حیدررسانی فر
۹	میرداماد	۸۰۹	تهران، خیابان میرداماد، نرسیده به میدان مادر، پلاک ۱۴۸	۲۳۹۳۴۴۵۱-۴	۲۳۹۳۴۴۶۳	مهدی عامری
۱۰	دکتر فاطمی	۸۱۰	تهران، خیابان دکتر فاطمی، روبه‌روی خیابان کاج، نبش کوچه ششم (شیخار)، 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 جنت‌آباد جنوبی، پایین تر از میدان چهار باغ، نبش خیابان لاله غربی، ساختمان سمرقند، پلاک ۴۷	۴۴۴۹۵۲۰۱-۱۲	۴۴۴۹۵۲۸	حمزه قنطیان
۱۳	خیابان دولت	۸۱۳	تهران، خیابان دولت، نرسیده به چهارراه پاسداران، پلاک ۱۸	۲۳۷۶۴۲۸۲-۷	۲۳۷۸۱۰۶۹	مریم یددی
۱۴	میدان وتک	۸۱۴	تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از میدان وتک، نبش خیابان برادران شرفی، پلاک ۲۴۷۷	۸۸۲۰۵۴۵۵-۹	۸۸۲۰۵۴۴۸	حمید نودست
۱۵	ایران زمین	۸۱۵	تهران، شهرک غرب، خیابان ایران زمین، مجتمع ایران زمین، پلاک ۱۳ و ۱۴	۸۸۵۷۷۶۰۵-۱۰	۸۸۵۷۱۲۱۵	فرشته قائم
۱۶	اریکه ایرانیان	۸۱۶	تهران، بلوار فرحزادی، نبش اردوگان غربی، مجتمع اریکه ایرانیان، پلاک ۱	۲۳۵۹۲۷۵-۷۸	۲۳۵۳۵۱۶	آزاده روشن
۱۷	یافت آباد	۸۱۷	تهران، بزرگراه آیت اله سعیدی، یافت‌آباد شرقی، بازار میل ایران، پلاک ۲۰۲ و ۲۰۵	۶۶۲۱۱۰۱۴-۱۷	۶۶۳۷۱۱۰	-
۱۸	شهر ری	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	۳۶۶۵۹۸۶-۳۶۶۵۷۱۵	۳۶۷۰۵۴۲۷	بهنام پویانفر
۲۰	آفریقای شمالی	۸۲۰	تهران، خیابان نلسون ماندلا (آفریقا)، بالاتر از خیابان اسفندیار، نبش شمالی خیابان شهید سعیدی، پلاک ۱۵۸	۳۶۲۱۹۶۵۸-۳۶۲۱۹۹۰۸	۳۶۲۱۹۷۱۳	نسرین خوش صحبت
۲۱	جام جم	۸۲۱	تهران، خیابان ولیعصر، نرسیده به چهارراه پارک وی، نبش کوچه ترکش دوز، پلاک ۲	۳۶۲۱۰۹۱۲-۱۴	۳۶۲۱۰۹۱۷	فرهاد عطائی فر
۲۲	پیروزی	۸۲۲	تهران، خیابان پیروزی، نبش خیابان عادل	۳۳۳۳۳۱۴۷-۳۳۳۳۳۰۷۸	۳۳۳۳۳۱۴۳	فرخ فرجی
۲۳	ولنجک	۸۲۳	تهران، خیابان ولنجک، خیابان چهاردهم، پلاک ۷	۲۴۴۲۱۲۲۷-۳۱	۲۴۱۷۲۵۹۰	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، روبروی مخابرات، پلاک ۵۹	۴۷۰۰۵۰۴۱-۴۷۰۰۵۰۸۳	۴۴۶۹۵۴۳	نیما رسولی
۲۶	میدان آرژانتین	۸۲۶	تهران، میدان آرژانتین، اول خیابان بهمنی، پلاک ۲۱	۸۸۵۱۷۶۴۱-۸۸۵۱۷۶۴۱	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، روبروی پارک قیطریه، پلاک ۸۵	۲۲۳۳۴۳۷-۸	۲۲۳۳۴۲۵۸	احسان کیانی
۲۹	ملاصدرا	۸۲۹	تهران، خیابان ملاصدرا، بعد از خیابان شیراز، پلاک ۱۳۲	۸۸۲۳۷۵۱۷-۸۸۲۳۷۴۴۸	۸۸۲۳۶۷۳۱	فاطمه حیاتی
۳۰	خیابان سید جمال الدین اسد آبادی	۸۳۰	تهران، خیابان سید جمال‌الدین اسدآبادی، نبش شمالی خیابان ۴۹، پلاک ۴۳۳	۸۸۲۱۷۹۳۵-۸۸۲۱۰۲۹۶	۸۸۲۱۸۳۲۷	بهنام عسگری علویچه
۳۱	میدان قزوین	۸۳۱	تهران، خیابان کارگر جنوبی، ضلع شمال شرقی میدان قزوین، پلاک ۱۸	۵۵۴۸۱۱۷۲-۴-۸	۵۵۴۸۱۱۷۹	مسلم مرتضوی فر
۳۲	خیابان دکتر بهشتی	۸۳۲	تهران، خیابان شهید دکتر بهشتی، بعد از چهارراه سه‌رودی، پلاک ۱۳۸	۸۸۵۱۳۶۳-۸	۸۸۷۴۶۶۹۹	سید محمد میرحسینی نیری
۳۳	خیابان کارگر شمالی	۸۳۳	تهران، خیابان کارگر شمالی، بالاتر از خیابان دکتر فاطمی، پلاک ۱۶۱۵	۸-۸۸۹۹۱۳۴۵	۸۸۹۹۱۳۵۰	حمیدرضا خیری
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 کوزه گر، پلاک ۲۱۳۳	۸۸۵۵۶۹۶۵-۸۸۷۰۹۴۸۱-۲	۸۸۵۵۶۹۶۶	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، سبزه میدان، بازار کفاشها، نبش بازار خنابها، پلاک ۶۴	۵۵۱۵۱۸۰۲-۴-۵	۵۵۸۰۸۵۰۹	وحید میرزاجانی
۳۸	الهیه	۸۳۸	تهران، خیابان ولیعصر، خیابان شهید فیاضی، بعد از خیابان کوهیار، پلاک ۶۹	۳۶۲۰۰۹۶۳-۶۳	-	مژگان طرفه نژاد
۳۹	منیریه	۸۳۹	تهران، خیابان ولیعصر، میدان منیریه، خیابان معیری، نبش بن بست ناظمی، پلاک ۵۳	۸۷-۸۷-۸۷	۶۶۴۹۱۰۷۳	رامتین سلیمانی
۴۰	شهرک راه آهن	۸۴۰	تهران، اتوبان همت غرب، شهرک گلستان، بلوار امیر کبیر، نرسیده به چهارراه کلهای، پلاک ۵۳	۴۴۷۳۸۹۵۹-۴۴۷۳۸۹۶۹	۴۴۷۳۷۸۸۸	محسن باقری نیا
۴۱	میدان نبوت	۸۴۱	تهران، بزرگراه رسالت، خیابان آیت، ضلع جنوب غربی میدان نبوت، پلاک ۵۶۰	۹-۷۷۹۴۰۴۳۸	۷۷۹۴۰۴۱۸	علی اکبر فتاحی زاده
۴۲	دلاوران	۸۴۲	تهران، میدان رسالت، خیابان هنگام، بلوار دلاوران، بین چهارراه آزادگان و تگاوران، پلاک ۳۷۵	۷۷۲۱۳۸۴۸-۷۷۲۱۳۹۱	۷۷۲۱۳۷۷۷	زهرا کسرائی پور
۴۳	بلوار فردوس	۸۴۵	تهران، بزرگراه شهید ستاری، بلوار فردوس شرقی، پلاک ۴۳۴	۴۴۰۰۳۸۵-۶	۴۴۰۰۶۸۳۶	راحله خیر خواه

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه/باجه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمای	نام مسئول شعب/باجه‌ها
۴۴	فرودگاه امام خمینی	۸۴۶	تهران، کیلومتر ۳۰ اتوبان تهران - قم، فرودگاه بین‌المللی امام خمینی، سالن ورودی	۰۵۲۷۸۴۰۸-۹	۰۵۲۷۸۴۱۰	مصطفی کریمی
۴۵	میدان تجریش	۸۴۷	تهران، میدان تجریش، خیابان شهرداری، پلاک ۸۱	۰۲۸۵۸۷۰۳-۰۳۸۵۸۷۰۶	۰۲۸۵۸۳۱۶	رضا جلیل زاده
۴۶	نازی آباد	۸۴۸	تهران، نازی‌آباد، خیابان مدائن، پلاک ۱۱۶ و ۱۱۸	۰۵۳۳۱۰۰۴-۷	۰۵۳۵۶۰۰۱	محمد رضا البرزی
۴۷	سرو	۸۴۹	تهران، سعادت‌آباد، بلوار سرو غربی، نبش شمال شرقی میدان سرو، پلاک ۷۷	۰۲۰۹۴۳۵۶	-	حسن رنجبر قلیچی
۴۸	امین حضور	۸۵۳	تهران، میدان بهارستان، خیابان مصطفی خمینی، خیابان امیرکبیر شرقی، نبش کوچه جاویدی، پلاک ۱۴۰	۰۳۴۴۳۷۱۱-۰۳۴۴۳۷۰۴	۰۳۳۱۳۸۳۱۴	روح اله سیاوشی
۴۹	مولوی	۸۵۴	تهران، خیابان مولوی شرقی، نبش کوچه شهید علی اکبر قاسمی، پلاک ۵۱۸	۰۵۱۵۷۳۷۱-۰۵۱۵۶۱۰۹	۰۵۱۵۴۷۲۹	علی اکبر عینی
۵۰	خیابان لویسانی	۸۵۵	تهران، کمرانیه، خیابان لویسانی غربی، نبش دوراهی آریا، پلاک ۳	۰۳۲۸۱۶۶۲۳-۵	۰۲۸۱۶۶۸۹	حمید زرهونه
۵۱	تهرانسر	۸۵۶	تهران، تهرانسر، بلوار اصلی، نبش خیابان ۱۴	۰۴۴۵۸۷۵۹۶-۰۴۴۵۸۷۵۸۶	۰۴۴۵۱۷۶۶۲	مجید صادقی دستک
۵۲	آصف	۸۵۸	تهران، زعفرانیه، بلوار بهزادی، نبش غربی خیابان ماکونی‌پور، پلاک ۱۹	۰۲۸۰۲۳۲۷-۰۲۸۰۲۳۳۰	۰۲۸۰۲۹۰۱	علیرضا رحیمی خو
۵۳	میدان حسین آباد	۸۵۹	تهران، چهارراه پاسداران، میدان حسین‌آباد، ساختمان مهدی، پلاک ۱۲۰	۰۲۲۹۶۰۰۱۳-۰۲۲۹۵۹۹۷۹	۰۲۲۹۵۹۹۰۹	محمود احسنی
۵۴	مقدس اردبیلی	۸۶۱	تهران، خیابان مقدس اردبیلی، نبش خیابان فرخ، پلاک ۱	۰۳۲۸۰۲۴۵۳-۰۳۲۸۰۲۴۰۹	۰۳۲۸۰۲۴۶۱	میرحسین آقاجانی
۵۵	خیابان ولیعصر - زرتشت	۸۶۲	تهران، بالاتر از میدان ولیعصر، نرسیده به خیابان زرتشت، نبش کوچه ناصر، پلاک ۱۷۷۷	۰۸۸۰۵۷۵۳-۰۸۸۰۶۱۷۸	۰۸۸۰۷۵۹۲	مونا رضایی
۵۶	خیابان دزاشیب - سه راه عمار	۸۶۳	تهران، میدان قدس، انتهای خیابان شهید کبیری (دزاشیب)، سه‌راه عمار، پلاک ۱۵۸	۰۲۲۷۵۳۹۱۴-۱۸	۰۲۲۷۵۳۹۱۳	-
۵۷	خیابان جمهوری	۸۶۵	تهران، خیابان جمهوری، بین خیابان ولی عصر و شیخ‌هادی، پلاک ۸۵۲	۰۶۶۹۷۶۳۹۴-۰۶۶۹۷۶۳۹۲	۰۶۶۹۷۶۳۹۸	عباس دانش بقا
۵۸	بهشتی - قائم مقام	۸۶۶	خیابان شهید بهشتی، بعد از بزرگراه مدرس، پلاک ۲۷۵	۰۸۸۵۳۶۲۸۹-۰۸۱۲۲۱۶۰	-	رضا محمدقاسمی
۵۹	برج سامان	۸۶۷	خیابان شریعتی، بالاتر از پل سیدخندان، نرسیده به بزرگراه همت نبش کوچه اتوبانک، پلاک ۱۰۰۵، برج سامان، طبقه اول	۰۲۱-۰۲۳۳۰۰۰۰ داخلی ۳۹۸۹	۰۲۱-۰۲۳۳۰۰۰۰ داخلی ۳۹۸۹	فاطمه حاجی بابایی
۶۰	قلهک	۸۶۸	خیابان دکتر شریعتی، بالاتر از دوراهی قلهک، پلاک ۱۴۲۵	۰۲۲۶۰۱۵۲۷-۰۲۲۶۰۳۶۱۳	۰۲۲۶۰۹۷۰۳	هومن رسولی
۶۱	ستارخان	۸۶۹	تهران، محله توحید، خیابان کوثر سوم، خیابان ستارخان، پلاک ۸۰	۰۶۶۴۳۵۲۳۹-۰۶۶۴۳۵۲۳۸	۰۶۶۴۳۵۲۳۵	بهوش قاسمی
۶۲	پونک	۸۷۰	تهران، بزرگراه اشرفی اصفهانی، بالاتر از میدان پونک، نبش کوچه ۱۹، پلاک ۱	۰۴۴۴۶۲۵۱۰	۰۴۴۴۶۲۸۱۵	مهدی طلایی
۶۳	مژده	۸۷۱	تهران، خیابان نیاوران، خیابان شهید مقدسی (مژده)، خیابان میری، پلاک ۴	۰۲۲۷۱۶۵۱۶-۰۲۲۷۱۶۳۵۱	۰۲۲۷۱۶۲۹۳	احمد عهدی
۶۴	لاله زار	۸۷۲	تهران، خیابان لاله‌زارنو، نرسیده به خیابان منوچهری، پلاک ۴۶۱	۰۳۲۸۷۰۴۵۸-۰۳۲۸۷۰۴۱۷	۰۲۳۵۰۱۴۶	داریوش خداداد
۶۵	میدان هفت تیر	۸۷۳	میدان هفت‌تیر، بالاتر از مسجد الجواد، پلاک ۲۷۵	۰۸۸۱۵۸۹۰-۰۸۸۱۵۳۶۰	۰۸۸۴۶۱۹۰	امیر ضیاء
۶۶	نیاوران	۸۷۴	تهران، نیاوران، خیابان شهید باهنر، روبروی پارک باهنر، پلاک ۱۴۸	۰۳۲۸۱۷۱۹۲-۸۳	۰۳۲۸۱۷۱۹۵	واله سعیدی
۶۷	بلوار ۲۴ متری سعادت آباد	۸۷۵	تهران، سعادت‌آباد، میدان فرهنگ، بلوار ۲۴ متری، نبش کوچه چهارم غربی، پلاک ۱۸	۰۲۲۳۷۸۵۵۶-۷	۰۲۲۳۵۷۶۰۵	بناترین بابایی
۶۸	خیابان آقابزرگی - الهیه	۸۷۶	تهران، الهیه، انتهای خیابان شهید آقابزرگی، نبش خیابان حسن اکبری، پلاک ۸۸	۰۲۲۶۹۶۴۵۱-۲	۰۲۲۶۹۶۴۵۳	مهدی سلطانی
۶۹	بزرگراه فتح	۸۷۷	تهران، بزرگراه فتح، جاده قدیم کرج، بعد از شیر پاستوریزه، مجتمع تجاری تهران، پلاک ۲۳۸	۰۶۶۸۱۵۹۶۶-۰۶۶۸۱۵۷۹۸	۰۶۶۸۱۶۰۰۸	عباس آهنگری کیوی
۷۰	شهر قدس	۸۷۸	شهر قدس، بلوار ۵۵ متری انقلاب، رویی پارک آزادگان، پلاک ۳۸	۰۴۶۸۳۲۳۳۰-۰۴۶۸۳۲۳۸	۰۴۶۸۳۲۴۱	جبار رضایی دره نیجه
۷۱	دروس	۸۷۹	تهران، خیابان شریعتی، منطقه دروس، بلوار شهزاد، خیابان شیدایی، کوچه اسپند، پلاک ۲	۰۲۶۶۴۰۳۲۰-۰۲۶۶۴۰۳۲۴	۰۲۶۶۴۰۳۰۸	-
۷۲	بلوار مرزداران	۸۸۱	تهران، شهرک زاندارمری، بلوار مرزداران، بین ایتار و دانش، پلاک ۱۳۶	۰۴۴۲۱۱۰۴۰-۰۴۴۲۱۲۶۲۹	۰۴۴۲۱۱۸۴۱	منصوره رضاییان مقدم
۷۳	بلوار کشاورز	۸۸۲	تهران، بلوار کشاورز، بین خیابان وصال شیرازی و نادری، پلاک ۱۷۸	۰۸۸۹۸۳۱۵۴-۶	۰۸۸۹۸۳۱۵۷	روح اله صفری
۷۴	بلوار دریا	۸۸۳	تهران، خیابان سعادت‌آباد، بلوار دریا، نبش خیابان رامشه، پلاک ۵۰	۰۸۸۵۷۸۱۷۱-۰۸۸۰۷۱۲۰۲	۰۸۸۳۶۶۲۶۹	امیر گیلانی فر
۷۵	گیشا	۸۸۴	تهران، کوی نصر (گیشا)، نبش خیابان نوزدهم، پلاک ۲۶۲	۰۸۸۴۵۷۸۴-۵	۰۸۸۴۵۷۸۷	محمدرضا پیشگاه هادیان
۷۶	جهانشر کرج	۹۰۱	کرج، میدان سپاه، اول بلوار جمهوری، نبش نیلوفر، پلاک ۱	۰۲۶-۰۳۴۴۶۱۱۱۵-۱۷۳۰	۰۳۴۴۸۱۴۴۵۰۰۲۶	مهدی تک دهقان
۷۷	میدان توحید کرج	۹۰۲	کرج، خیابان شاه عباسی، بین میدان توحید و میدان قدس، برج سامان، طبقه همکف	۰۲۶-۰۳۲۲۰۶۴۷۱-۴	۰۲۶-۰۳۲۲۵۴۸۲۲	مرتضی باغستانی
۷۸	شهریار	۹۰۴	شهریار، خیابان ولیعصر، ضلع شرقی میدان امام خمینی (نبش خیابان محسنی)	۰۲۶-۰۳۳۹۰۲۱-۲۳-۲۶	۰۲۶۳۸۹۶۲	جواد علی بخشی
۷۹	مهرشهر کرج	۹۰۵	کرج، مهرشهر، بلوار شهرداری، فاز دو، نبش خیابان ۲۰۸، پلاک ۵۴۳	۰۲۶-۰۳۴۴۱۷۹۰۷	۰۲۶-۰۳۴۴۱۷۹۰۸	غلامعلی کریمی‌ایبانی
۸۰	قم	۹۰۰۱	قم، بلوار امین، نبش کوچه ۴۱	۰۲۵-۰۳۲۹۴۰۶۰۲ ۰۲۵-۰۳۲۹۳۱۱۳	۰۲۵-۰۳۲۹۱۶۶۱۶	اکبر مردانی
۸۱	فلکه جهاد - قم	۹۰۰۲	قم، فلکه جهاد، خیابان ۱۹ دی، پلاک ۵۵۵ و ۵۵۷	۰۲۵-۰۳۷۷۰۸۴۰۰-۲	۰۲۵-۰۳۷۷۰۵۹۴۹	حامد سرخوش
۸۲	شیراز	۹۱۰۱	شیراز، خیابان زند، حدفاصل خیابان‌های فلسطين و هفت‌تیر (۲۰ متری سینما سعدی)، ساختمان پاسارگاد، پلاک ۳۹۶	۰۷۱-۰۲۲۳۱۹۵۲۲-۵-۶-۷	۰۷۱-۰۲۲۳۱۹۵۱۳	روح الله پورملاتکه

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه/پایه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمایر	نام مسئول شعب/پایه‌ها
۸۳	قصردشت	۹۱۰۳	شیراز، خیابان قصردشت، سه‌راه خلد برین، پلاک ۷۵	۰۷۱-۳۶۲۷۹۱۸۰ ۰۷۱-۳۶۲۷۹۲۲۶	۰۷۱-۳۶۲۷۹۱۲۱۶	عبدالکریم ستوده
۸۴	معالی آباد شیراز	۹۱۰۴	شیراز، معالی آباد، بلوار شریعتی، نبش کوچه ۳۷	۰۷۱-۳۶۳۴۱۳۹۷	۰۷۱-۳۶۳۴۱۴۰۶	مهدی ملاشعید
۸۵	پاسداران شیراز	۹۱۰۵	شیراز، بلوار پاسداران، حد فاصل خیابان میث و تقاطع شهید مطهری، ساختمان سامان	۰۷۱-۳۸۳۳۸۱۱-۳	۰۷۱-۳۸۳۳۷۰۸۰	اصغر یاری
۸۶	بندرعباس	۹۱۲۱	بندرعباس، بلوار امام خمینی، سه‌راه دلتا، برج نیلوفر، طبقه همکف	۰۷۶-۳۲۲۳۵۳۰۲-۳	۰۷۶-۳۲۲۳۵۳۰۳۰	-
۸۷	زاهدان	۹۱۳۱	زاهدان-خیابان امیرالمومنین مابین امیرالمومنین ۲۷ و ۲۹	۰۵۴-۳۲۳۸۲۷۹	-	حمیده شه بخش
۸۸	یوشهر	۹۱۴۱	یوشهر، میدان امام خمینی، ابتدای خیابان فرودگاه، پلاک ۳۷	۰۷۷-۳۳۵۶۲۳۱۹-۲۴	۰۷۷-۳۳۵۶۲۳۲۵	مجید گزی
۸۹	قزوین	۹۲۰۱	قزوین، خیابان خیام شمالی، پلاک ۵۶۰	۰۲۸-۳۳۳۵۷۳۰۵-۶	۰۲۸-۳۳۳۵۸۰۹۵	محمد جهانگیری پاشاکی
۹۰	همدان	۹۲۲۱	همدان، خیابان جهان‌نما، رویروی خیابان آزاد همدانی، نبش کوچه سوداگر، پلاک ۱۵۳	۰۸۱-۳۸۲۱۳۲۹۰-۲	۰۸۱-۳۸۲۱۳۲۸۹	امیر فولادی
۹۱	کرمانشاه	۹۲۴۱	کرمانشاه، میدان فردوسی، جنب بیمارستان معتضدی، پلاک ۱۲	۰۸۳-۳۷۷۵۹۵۹۱-۶۱	۰۸۳-۳۷۷۵۹۹۷۱	مهرداد مرادی
۹۲	ایلام	۹۲۶۱	ایلام، خیابان طالقانی، رویروی فرمانداری، پلاک ۳۵۱	۰۸۴-۳۳۳۳۱۷۳	۰۸۴-۳۳۳۳۱۵۲	سجاد کلهر کاظمی
۹۳	سنندج	۹۲۷۱	سنندج، چهارراه فلسطین، بلوار سید قطب، پلاک ۳	۰۸۷-۳۳۲۴۵۴۳۲-۳	۰۸۷-۳۳۲۴۵۴۲۶	حسین عبدیان
۹۴	خرم آباد	۹۲۸۱	خرم آباد، خیابان علوی، نرسیده به میدان امام، پلاک ۴۲۲	۰۶۶-۳۳۳۳۵۵۹۰-۲	۰۶۶-۳۳۳۳۵۵۹۱	یژن ابراهیمیان
۹۵	مشهد	۹۳۰۱	مشهد، بلوار احمد آباد، ۳۰ متری اول احمد آباد (خیابان رضا)، نبش کوچه رضای دوم	۰۵۱-۳۸۴۴۳۰۳-۳	۰۵۱-۳۸۴۴۳۹۱۴	محمد ممقانی
۹۶	مدرس مشهد	۹۳۰۲	مشهد، بلوار مدرس، نبش مدرس ۵، پلاک ۳۷	۰۵۱-۳۲۲۸۳۸۰۰-۵	۰۵۱-۳۲۲۴۱۰۴۶	سارا زارعی
۹۷	سجاد مشهد	۹۳۰۳	مشهد، بلوار سجاد، نبش سجاد ۸ (خیابان لاله جنوبی)	۰۵۱-۳۷۶۸۲۰۸-۹	۰۵۱-۳۷۶۷۴۰۴۶	الله سازگار
۹۸	قرنی (مشهد)	۹۳۰۴	مشهد، بلوار قرنی، مابین چهارراه ابوطالب و قرنی، پلاک ۲۸	۰۵۱-۳۷۱۲۵۸۰۲-۸	۰۵۱-۳۷۱۲۵۸۰۹	مجید امیری دولتی
۹۹	بلوارهاشمیه (مشهد)	۹۳۰۵	بلوار شهید صارمی، حدفاصل بلوار کوثر و هاشمیه، بین شهید صارمی ۲۴ و ۲۶، پلاک ۱۵۸	۰۵۱-۳۸۸۴۳۳۶۷ ۰۵۱-۳۸۸۴۵۸۱۱	-	امیر رضا زره‌داران
۱۰۰	نیشابور	۹۳۱۶	نیشابور، خیابان امام خمینی(ره)، بین امام خمینی ۲۲ و ۲۴، پلاک ۱۳۸۸	۰۵۱-۳۳۴۹۴۱۳۰۱۵	۰۵۱-۳۳۴۹۴۱۶	-
۱۰۱	بجنورد	۹۳۲۱	بجنورد، تقاطع بلوار امام خمینی(ره) و میرزا رضا کرمانی	۰۵۸-۳۳۲۴۴۳۲۰	۰۵۸-۳۳۲۴۷۳۴۸	یاسر محمودخانی
۱۰۲	گلکسر رشت	۹۴۰۱	رشت، ابتدای بلوار گلکسر، ضلع شرقی میدان باستانی شاعر	۰۱۳-۳۲۱۱۴۷۱۰۱-۱۲	۰۱۳-۳۲۱۱۴۷۱۳	مسعود تقی زاده
۱۰۳	ساری	۹۴۰۲	ساری، خیابان فرهنگ، بعد از سه‌راه قارن، به طرف میدان شهدا	۰۱۱-۳۳۳۵۹۷۲۰۵	۰۱۱-۳۳۳۵۹۷۱۱	ابوذر اساسه
۱۰۴	بابل	۹۴۲۱	بابل، میدان ولایت، ابتدای خیابان مدرس، رویروی شهرداری	۰۱۱-۳۲۱۹۷۱۴۰-۴۱	۰۱۱-۳۲۱۹۷۱۴۸	سید عبدالحمید طاهری
۱۰۵	آمل	۹۴۳۱	آمل، خیابان امام خمینی(ره)، حد فاصل آفتاب ۱۸ و ۲۰	۰۱۱-۴۴۲۹۶۴۲۱-۲۷	۰۱۱-۴۴۲۹۶۴۳۵	سید هاشم روح الهی
۱۰۶	گرگان	۹۴۴۱	گرگان، خیابان ولیعصر (عج)، بین عدالت ۸ و ۱۰	۰۱۷-۳۲۳۶۹۰۰۲-۵	۰۱۷-۳۲۳۶۹۰۱۶	سمیه نظریان
۱۰۷	سمنان	۹۴۵۱	سمنان، میدان مشاییر، ابتدای بلوار قدس جنب بانک صادرات	۰۲۳-۳۳۳۶۳۱۸-۱۹-۲۲	-	حمید صوفی آبادی
۱۰۸	کرمان	۹۵۰۱	کرمان، خیابان سپهبد قرنی، نرسیده به میدان سپهبد قرنی، نبش کوچه قرنی ۸	۰۳۴-۳۲۳۳۳۸۶-۷	۰۳۴-۳۲۳۳۷۹۶۰	حسین شیعایی سیمکی
۱۰۹	میدان کوثر (کرمان)	۹۵۰۲	کرمان، میدان کوثر، ابتدای بلوار آزادگان	۰۳۴-۳۴۴۷۶۶۱	۰۳۴-۳۴۴۷۶۶۴۲	ملیحه تبریزیان
۱۱۰	رفسنجان	۹۵۱۱	رفسنجان، ابتدای خیابان مطهری، بعد از پل فجر، ساختمان محمد عسگری	۰۳۴-۳۴۳۲۱۰۳-۵	۰۳۴-۳۴۳۲۱۰۲	-
۱۱۱	زاینده رود	۹۵۲۱	اصفهان، خیابان توحید میانی، نبش کوچه شهید تقی آبادی، پلاک ۵	۰۳۱-۳۶۲۸۲۵۷۴	۰۳۱-۳۶۲۸۶۴۰۹	احسان جمشیدیان
۱۱۲	چهارباغ بالا	۹۵۲۲	اصفهان، میدان آزادی، خیابان چهارباغ بالا، نبش کوچه بهار آزادی، پلاک ۱۶۹	۰۳۱-۳۱۳۳۷۴۴۲-۳	۰۳۱-۳۶۲۸۶۰۷۹	مجید سیف الدینی
۱۱۳	هشت بهشت اصفهان	۹۵۲۳	اصفهان، خیابان زرگهر، خیابان هشت بهشت شرقی، پلاک ۵۴۶	۰۲۱-۳۳۳۸۸۸۰۰-۸۱ ۰۲۱-۳۳۳۸۸۱	-	سمیرا سبزه زار
۱۱۴	خانه اصفهان	۹۵۲۴	اصفهان، شهرک خانه اصفهان، خیابان گلستانه، پلاک ۶۰	۰۲۱-۳۴۳۷۲۲۷۱	۰۲۱-۳۴۴۱۳۸۸	علیرضا مستاجران
۱۱۵	سیتی سنتر اصفهان	۹۵۲۵	اصفهان، بزرگراه شهید وحید دستجردی، مقابل ورودی جنوبی شهرنیا، مجتمع سیتی سنتر اصفهان، طبقه همکف	۰۳۱-۳۶۵۱۶۸۴۱-۲	۰۳۱-۳۶۵۱۶۸۴۳	روزبه سلیمی
۱۱۶	یزد	۹۵۴۱	یزد، خیابان امام خمینی(ره)، نبش کوچه شهید صدوقی، پلاک ۲۷۴	۰۳۵-۳۶۲۲۱۶۹۱-۲	۰۳۵-۳۶۲۲۹۵۲۵	محمدحسین مداح‌زاده
۱۱۷	بلوار جمهوری اسلامی یزد	۹۵۴۲	یزد، بلوار جمهوری اسلامی نبش کوچه محمود آباد، رو به روی برج آسمان	۰۳۵۳۳۰۲۱۴۰-۴۹	-	محمدرضا زارع
۱۱۸	اراک	۹۵۶۱	اراک، خیابان شهید رجایی، پلاک ۸۸۲۷	۰۸۶-۳۲۲۱۴۴۰۴-۵	۰۸۶-۳۲۲۲۵۹۵۷	محمد فرح بخش
۱۱۹	تبریز	۹۶۰۱	تبریز، خیابان امام، بالاتر از چهارراه شهید بهشتی، نبش کوی فرهنگ، پلاک ۵۲۱	۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۰۰-۲۰	۰۴۱-۳۳۳۷۵۱۶۰	ابراهیم پایداره
۱۲۰	ولیعصر تبریز	۹۶۰۲	تبریز، خیابان ولیعصر(عج)، حدفاصل فلکه بازار و ایرادک، پلاک ۱۶	۰۴۱-۳۳۳۲۲۴۰۹	۰۴۱-۳۳۳۰۱۱۵۵	محمدعلی رضایی اقدم
۱۲۱	۱۷ شهریور تبریز	۹۶۰۳	تبریز، خیابان ۱۷ شهریور جدید، بلوار شهید قاضی طباطبایی، پلاک ۸۳	۰۴۱۳۵۵۶۰۹۴۱ ۰۴۱۳۵۵۷۳۱۷۲	۰۴۱-۳۵۵۷۳۱۷۳	اروج میرزانی
۱۲۲	استاد شهریار تبریز	۹۶۰۴	تبریز، ابتدای جاده اتل گلی، نبش کوی الهی‌پرست، پلاک ۳	۰۴۱-۳۳۲۹۳۳۶۲	۰۴۱-۳۳۲۹۳۳۶۰	علیرضا محمودی
۱۲۳	بازار تبریز	۹۶۰۵	تبریز، خیابان جمهوری اسلامی، ابتدای خیابان دارانی (شهید مدنی)، پلاک ۱۴۲۷	۰۴۱-۳۵۲۴۴۰۴۹	۰۴۱-۳۵۲۴۴۶۲۳	احمد رنجبری
۱۲۴	ارومیه	۹۶۲۱	ارومیه، خیابان کاشانی، رویروی مرکز بهداشت، پلاک ۱۵۶	۰۴۴-۳۲۲۴۴۳۱۱	۰۴۴-۳۲۲۴۰۳۹۲	شهاب امامی
۱۲۵	خیابان سرداران ارومیه	۹۶۲۲	ارومیه، خیابان سرداران، جنب کوچه شهید صفوی (کوچه تلفنخانه سابق)، پلاک ۱۶۹	۰۴۴-۳۲۲۵۰۵۳۳-۲۴	۰۴۴-۳۲۲۷۸۴۶	مسعود نامی فر
۱۲۶	اردبیل	۹۶۴۱	اردبیل، خیابان شیخ صفی، پلاک ۱۶۰	۰۴۵-۳۳۲۵۲۶۰۱-۵	۰۴۵-۳۳۲۵۲۵۰۱	ناصر هوشیاری
۱۲۷	زنجان	۹۶۸۱	زنجان، میدان آزادی، ابتدای خیابان امام، ساختمان ممتاز	۰۲۴-۳۳۳۲۰۶۵۴-۵	۰۲۴-۳۳۳۲۷۷۳۳	حمید رضا ففوری
۱۲۸	اهواز	۹۷۰۱	اهواز، خیابان شهید چمران (کیانپارس)، حد فاصل خیابانهای ۳ و ۴ شرقی، پلاک ۲۰۵	۰۶۱-۳۳۹۲۰۵۲۴۰۶	۰۶۱-۳۳۹۲۰۷۴۵۵	حسنت سپندار
۱۲۹	کیش	۹۸۰۱	کیش، خیابان فردوسی، مرکز تجاری کیش، طبقه همکف	۰۷۶-۴۴۴۵۴۴۹۰-۹۵	۰۷۶-۴۴۴۵۴۴۲۵۹	محمد سلگی
۱۳۰	قشم	۹۸۲۱	قشم، بلوار ولیعصر (امام قلی خان)، رویروی مجتمع تجاری خلیج فارس، ساختمان گل‌دیس	۰۷۶-۳۵۲۴۶۶۴۰-۴۱	۰۷۶-۳۵۲۴۶۶۴۰۳۵۰	عباس اطهری
۱۳۱	اروند	۹۸۵۱	آبادان، بلوار شهید منتظری (شاپور سابق)، نبش خیابان امیر کبیر (امیری)	۰۶۱-۵۳۲۲۶۷۲۴-۵	۰۶۱-۵۳۲۲۶۷۳۱	حمید گنجیزیان

شعب بانک سامان پاسنگوی همیشگی شما

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

سرپرستی‌ها

ردیف	عنوان سرپرستی	نام سرپرست	نشانی	شماره تلفن
۱	سرپرستی ناحیه ۱	اله میرزایی	تهران، میدان تجریش، خیابان شهرداری، پلاک ۸۱، طبقه سوم	۲۶۸۵۹۲۰۶-۲۶۸۵۹۱۱۵-۲۶۸۵۹۱۱۸
۲	سرپرستی ناحیه ۲	متین اقبال زاده		
۳	سرپرستی ناحیه ۳	علی حمیدیا	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	بابک برومند		۷۷۹۱۰۱۱۲
۶	سرپرستی ناحیه ۶	مهدی باقی	خیابان سید جمال الدین اسدآبادی، نیش کوچه چهل و نهم، پلاک ۴۳۳، نیم طبقه شعبه سید جمال الدین اسدآبادی - کد پستی: ۱۴۳۴۹۳۵۷۳	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: ۱۴۹۴۷۱۴۴۱	۴۴۳۹۱۱۱۱-۴۴۳۹۸۷۸۹
۹	سرپرستی ناحیه ۹	مهدی احمدی		۴۴۳۷۷۹۸۰-۴۴۳۷۸۷۴۷
۱۰	سرپرستی ناحیه ۱۰		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 نیش کوی فرهنگ پلاک ۵۲۱	۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۴۰-۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۳۸
۱۳	سرپرستی شعب استان‌های شرق و شمال شرق	مهدی توژنده جانی	مشهد، بلوار سجاد، نیش سجاد ۸، ط اول	۱۱۲-۱۱۴-داخلی۰۵۱-۳۷۶۷۹۱۴۴۰۵
۱۴	سرپرستی شعب استانهای مرکز	مجاهدی	اصفهان خیابان توحید میانی نیش کوچه شهید تقی آبادی پلاک ۵	۰۳۱۳-۶۲۸۲۱۱۲-۰۳۱۳-۶۲۸۲۱۱۰
۱۵	سرپرستی ناحیه ۱۵		برج سامان، طبقه ۱۵، مدیریت جذب و فروش	
۱۶	سرپرستی شعب استان‌های جنوب و جنوب غرب	مهرزاد نظری	شیراز-بلوار پاسداران (زرهی)، حدفاصل خیابان بعثت و تقاطع مطهری، ساختمان سامان، طبقه اول کد پستی: ۷۱۸۵۷۷۳۳۹۵	۰۷۱-۳۸۴۴۶۶۷۲-۰۷۱-۳۸۴۴۶۶۷۰-۷۲
۱۷	سرپرستی استانهای جنوب شرق		کرمان، خیابان سپهبد قرنی، نرسیده به میدان سپهبد قرنی، نیش 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-نیش 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- نیش سجاد هشتم- ساختمان بانک سامان- طبقه هفتم	۰۵۱-۳۷۸۱۷۱۱۶
دفتر بانکداری اختصاصی قم	امیر محمد هاشمی	۸۶۴۳	قم-بلوار امین-نیش 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 زیوار- طبقه پنج - واحد ۵۰۱	۰۳۱-۳۱۳۲۲۴۴۷

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، نیش خ لاله، ساختمان بانک سامان، طبقه دوم	۰۵۱-۳۷۶۷۹۱۳۹ و ۴۱	۰۵۱-۳۷۶۷۹۱۴۰	نقیسه سلماسی
دفتر بانکداری شرکتی واحد اصفهان	اصفهان، خیابان توحید میانی، نیش کوچه تقی آبادی، ساختمان بانک سامان، طبقه اول	۰۳۱-۳۶۲۷۴۰۷۰	۰۳۱-۳۶۲۸۶۰۲۸	زهرا ایلخانی
دفتر بانکداری شرکتی تهران	تهران، خیابان شریعتی، نیش کوچه اتو بانک، پلاک ۱۰۰۵، برج سامان	۰۲۱-۲۲۳۳۰۰۰۰ داخلی ۳۵۶۶	-----	آقای عرب اسدی

بازم یه سورِ شورانگیز تو پیچ و تاب پاییز

در سورِ آبان ماه سامانیوم

یک جایزه ۱۰۰ میلیون تومانی | ده جایزه ۱۰ میلیون تومانی

صد جایزه ۵۰۰۰۰ سامانی



بسته‌های اینترنت با حجم ۶، ۸، ۱۰، ۱۲ گیگابایت بگیر،
دو برابر مصرف کن.



s a m a n t e l . i r



عمرت رو طلایی کن!

صندوق طلای سامان



نصب اپلیکیشن