

سامان

سال نوزدهم، شماره ۱۹۱
اردیبهشت ۱۴۰۲

بانک سامان
Saman Bank



حضور فعال بانک سامان در نمایشگاه‌های بین‌المللی

(سی‌امین نمایشگاه بین‌المللی ایران بیوتی و کلین)

بهار جادویی

با ۱۵۱ جایزه میلیونی
در سور بهاره سامانیوم



۱ جایزه ۵۰ میلیون تومنی و ۱۵۰ جایزه ۱ میلیون تومنی
از ۱ اردیبهشت تا ۳۱ خرداد





گروه مالی سامان

پوداخت الکترونیک سامان کیش

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



بیمه سامان

تهران، خیابان سیدجمال الدین اسدآبادی، پلاک ۴۳۳
تلفن: ۰۲۱-۸۹۴۳ نمابر: ۰۲۱-۸۸۷۰۲۰۴
www.si24.ir



کارگزاری بانک سامان

تهران، بلوار آفریقا، خیابان ناهید غربی، پلاک ۳۱
تلفن: ۰۲۱-۴۳۰۲۴۰۰ نمابر: ۰۲۱-۸۸۷۴۶۸۹
www.samanbourse.com



صرافی سامان

شعبه مرکزی: تهران، خیابان خالد اسلامبولی (وزرا)، خیابان هفتم، پلاک ۱۱
تلفن: ۰۲۱-۸۸۷۰۵۸۰۳ و ۰۲۱-۸۸۷۰۹۲۱۰ نمابر: ۰۲۱-۸۸۷۰۹۲۱۰
www.samanexchange.com



اعتبارسنجی حافظ سامان ایرانیان

تهران، خیابان شریعتی، نرسیده به همت، نبش خیابان اتوبانک، برج سامان
تلفن: ۰۲۱-۲۲۳۱۰۰۰ نمابر: ۰۲۱-۴۱۷۲۶۰۰۱
www.icbs.ir



خدماتی آفتاب تجارت سامان

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



تأمین سرمایه کاردان

تهران، خیابان نلسون ماندلا، خیابان ظفر غربی پلاک ۲۸۱ کد پستی ۱۹۶۸۶۳۴۷۷۹۵
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.
- تیر و سوتیترهای مناسب به وسیله نویسنده مشخص شود.
- مطالب چاپ شده الزاماً نظر رسمی مجله نیست.
- تاحد امکان از کلمات خارجی استفاده نشود و معادل فارسی به کار رود.
- اعداد به صورت عدد ریاضی نوشته شود.
- در نوشتن کلمات از رسم الخط جداسازی استفاده شود.
- از چاپ مقاله با ۲ امضا معذور هستیم.
- مجله در ویرایش و تلخیص مقالات آزاد است.

نشانی اداره مرکزی و مدیریت روابط عمومی

و صدای مشتریان بانک سامان:

تهران، خیابان شریعتی، نبش کوچه اتوبانک، برج سامان

تلفن: داخلی: ۳۸۴۳-۲۲۳۳۰۰۰-۰۲۱ سایت: www.sb24.ir

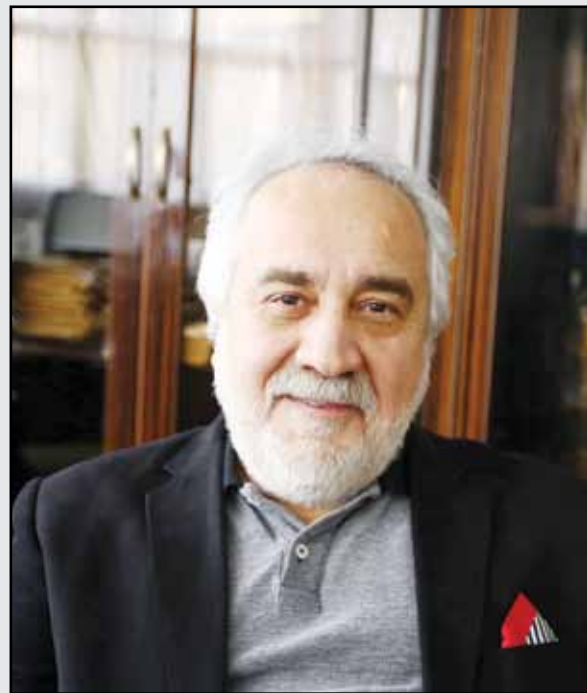
نشانی دفتر مجله سامان:

خیابان قائم مقام فراهانی، مقابل خیابان فجر، پلاک ۷۴

تلفن: ۸۸۸۴۸۷۹-۰۲۱ فاکس: ۸۸۸۳۷۴۸۳-۰۲۱

۶	یادداشت سردبیر.....
۸	گفت و گو با راهن برتر سال ۱۴۰۱.....
۱۰	بلو بانک سامان با خودش رقابت می کند.....
۱۲	پس انداز ولی هدفمند.....
۱۴	اینترنت و بنگاه های خرد.....
۱۶	آنچه گذشت.....
۲۰	پیوند دیجیتال با کانال های دیگر.....
۲۴	درباره رکود تورمی.....
۲۶	قصه هدف را در پییم هدف دست یافتنی است.....
۲۷	شعبه ای راحت، سریع و قابل اعتماد.....
۳۲	روابط عمومی: هنر هشتم.....
۳۶	تقدیر از نفرات برتر آزمون های سال ۱۴۰۱.....
۳۸	آقای حافظه.....
۳۸	قهرمان سامانی.....
۳۹	گرامیداشت روز معلم.....
۴۰	برگزاری مسابقات شطرنج کارکنان بانک سامان.....
۴۱	کتاب طراحی اشیاء روزمره.....
۴۲	بهترین فروشنده.....
۴۸	نقش آفرینی بانک سامان در رفع دغدغه واردکنندگان مواد بهداشتی و آرایشی.....
۵۰	قهرمانی نمایندگان روسیه در تور جهانی تنیس.....
۵۱	تندیس طلایی رضایتمندی مشتریان در استان بانک سامان.....
۵۱	تثبیت رتبه اعتباری بانک سامان.....
۵۳	ناهمانگی با اقتصاد دنیا.....
۵۴	بار سنگین وام های تکلیفی بردوش بانک ها.....
۵۵	پایان سلطه دلار!.....
۵۷	اسامی برندگان قرعه کشی زمستان ۱۴۰۱ وین کارت.....
۶۲	شعب بانک سامان.....

دلالی خوب؛ دلالی بد



ناصر بزرگمهر
nbozorgmehr@yahoo.com

به نام او که هر چه بخواهد همان می شود

مانند دلالی بیمه، دلالی تبلیغات و دلالی ازدواج را به آنان افزوده است. دلالی به هر نوع عملیات حق العمل کاری یا شغلی که صاحب آن با معرفی و نزدیک کردن طرفین یک معامله به همدیگر، سعی کند با تطبیق منافع طرفین، معامله را جوش دهد نامیده شده است.

شغل و وظیفه دلال صرفاً انجام مذاکرات ابتدایی و فراهم آوردن زمینه توافق است و نقشی در انعقاد قرارداد ندارد، اما امروزه در ایران دلالان املاک و خودرو اقدام به تنظیم مبایعه نامه و قولنامه های عادی می کنند؛ در حالی که قوانین ایران تنها نقش مشورتی را برای این نهادها تعریف و وظیفه آنها را ارائه مشاوره به مردم اعلام کرده است.

دلالی به موجب بند ۳ ماده ۲ قانون تجارت یک حرفه تجاری تلقی می شود، به همین دلیل دلال، تاجر محسوب می شود و باید از مقررات مربوط به تاجران پیروی کند. ماده ۳۳۵ این قانون نیز دلال را نوعی وکیل دانسته و قرارداد دلالی را تابع مقررات وکالت می داند.

طبق قانون، مراجعه به دلال جز برای خرید و فروش سهام در بورس اجباری نیست، اما باتوجه به اینکه در امور دیگر هم شناسایی طرف معامله کار آسانی نیست، خریدار ترجیح می دهد با پرداخت حق دلالی، کار خودش را سریع تر انجام دهد.

در گذشته تجار با مشکلاتی در عرضه کالا مواجه بودند و از سرعت، امنیت و تضمین کافی برخوردار نبودند و برای افزایش هر چه بیشتر فعالیت های تجاری خود به واسطه و دلال نیاز داشتند. البته امروزه

دلالی همه جا را فرا گرفته است. فرهنگ دلالی، جامعه را رنجور و بیمار کرده است. محدوده دلالی از یکی دو شغل و یکی دو سازمان دولتی و یکی دو نفر فرارفته و خون جامعه را آلوده کرده است. همه می خواهند برای کسب درآمد یا حفظ سرمایه، دلال باشند.

خرید و فروش همچون تولید، می تواند باعث رونق اقتصاد و سیستم مالی و پولی یک سرزمین شود، اما بدون شک دلالی بدون ضابطه نمی تواند نقش موثر و مفیدی در اقتصاد بازی کند.

در حال حاضر چند نگرش به موضوع دلالی وجود دارد؛ یک نگاه می گوید دلالی، موضوعی قانونی است و مواردی از آن در قوانین دنیا و ایران وجود دارد. نگاه دیگر، دلالی را مخرب و شغلی نامناسب می داند که در تورم و فساد نقش تعیین کننده ای را بازی می کند و سومین نگاه تلاش می کند در حد فاصل دو نگاه اول و دوم قرار گرفته و شغل دلالی را یک نیاز همگانی جوامع مدرن اعلام کرده و با ایجاد ابزارهای کنترلی آن را از مذموم بودن برهاند.

در لغت نامه دهخدا، دلالی یعنی میانجی گری میان خرنده و فروشنده و راهنمایی در دادوستد یا پیدا کردن طرف معامله، اما در دلالی، پولی که از بابت حق دلال به او می پردازند معنای خوبی ندارد.

دلالی یکی از قدیمی ترین شغل های تجاری در تاریخ است. در قانون تجارت فرانسه انواع دلالی کالا، دلالی حمل و نقل خاکی، دلالی حمل و نقل آبی و مواردی دیگر ذکر شده و عرف تجارت نیز انواع خاص دیگری

**سیستم بانکی کشور از جمله فضاهای
اقتصادی است که در همه سال‌های گذشته
از وجود دلالتان و فرهنگ دلالتی رنج برده
و بر شفاف‌سازی پولی و مالی تاکید داشته
و امیدوار است بتواند پشتیبان اقتصاد سالم
و فضای کسب‌وکار و تولید واقعی باشد**

دارو و کالاهای دیگر و حتی دلالتی ورزشی، سیاسی، بانکی، اجتماعی، تبلیغاتی، اقتصادی و فرهنگی و انواع کارراهاندازی ایجاد شده که در انجام معاملات و مبادلات ایفای نقش می‌کنند. هرچند هیچ تعریف و جایگاه قانونی به این افراد غیررسمی اختصاص داده نشده، اما به‌طور نهان یا آشکار در جامعه فعالیت دارند. امروزه همه ما با انواع دلالتی روبه‌رو هستیم که بدون داشتن مجوز قانونی و پرداخت مالیات، درآمد هنگفتی کسب می‌کنند که این امر به‌طور نهان و آشکار رخ می‌دهد. اگر واقعا دلالتی نیاز جامعه است، باید آن را قانونمند کرد؛ باید سیستم‌ها را به سمتی هدایت کرد که نیازی به واسطه در مراجعه به سازمان‌های دولتی و خصوصی نباشد تا بتوان دلالت‌بازی را جمع کرد.

وجود برخی دلالت‌بازی‌های غیرقانونی موجب اختلال در نظم و روند عادی کشور شده و مشکلات اقتصادی و اجتماعی فراوانی را به وجود آورده که برخی از آن را در همین دادگاه‌های مفسدین اقتصادی شاهد هستیم، در حالی که بدون دلالت هم هیچ کاری در جامعه، به‌ویژه ادارات پیش نمی‌رود.

از یک طرف دلالتی طبق قانون در مواردی یک شغل تعریف شده است؛ پس ماهیت حقوقی دارد و قوانینی بر آن مترتب است و از طرف دیگر می‌گوییم دلالتی کار بدی است و نوعی بلاتکلیفی وجود دارد.

باید یک بار دیگر در قانون همه مشاغل بازنگرایی و فعالیت دلالتی و حتی تفاوت آن با واسطه‌گری در امور بازاریابی را مشخص کنیم تا هرچه سریع‌تر دست دلالت‌های سودجو و مخل اقتصاد سالم قطع شود.

سیستم بانکی کشور از جمله فضاهای اقتصادی است که در همه سال‌های گذشته از وجود دلالتان و فرهنگ دلالتی رنج برده و بر شفاف‌سازی پولی و مالی تاکید داشته و امیدوار است بتواند پشتیبان اقتصاد سالم و فضای کسب‌وکار و تولید واقعی باشد.

سیستم‌های ارائه خدمات به مشتریان باتوجه به افزایش عرضه و تقاضا متحول شده و خیلی‌ها معتقدند استارت‌آپ‌ها و فروش‌های اینترنتی هم نوعی دلالتی و واسطه‌گری بین تولیدکنندگان و خریداران تلقی می‌شود. در ایران، دلالتی از ابتدا شغلی آزاد بود و اشخاص آزادانه در کنار مشاغل دیگر به دلالتی می‌پرداختند و قانون‌گذار هیچ گونه شرطی برای احراز سمت دلالتی قائل نشده بود که این امر موجب سوءاستفاده می‌شد، تا آنکه قانون‌گذار در سال ۱۳۱۷ با تصویب (قانون راجع به دلالتان) شرایطی را برای احراز مشاغل دلالتی پیش‌بینی کرد تا فعالیت‌های دلالتی قانونمند شود. این قانون شامل ۱۳ ماده است که به بیان شرایط دلالتی می‌پردازد. ماده ۷ این قانون ۳ نوع دلالتی را بیان می‌کند که نخستین نوع آن دلالتی معاملات ملکی است.

در سال ۱۳۱۹ آیین‌نامه دلالتان معاملات ملکی و ترتیب اجرای قانون نسبت به کسانی که به شغل دلالتی اشتغال دارند تصویب شد و آیین‌نامه دلالتی رسمی بیمه در ۱۳۵۲ به تصویب شورای عالی بیمه رسید. در سال ۱۳۴۵ نیز قانون تاسیس بورس اوراق بهادار به معرفی کارگزاران بورس پرداخت و اظهار کرد دلالتان بورس انحصاری و اجباری هستند. طبق بند ۳ ماده ۲ قانون تجارت هر قسم عملیات دلالتی، تجاری شمرده می‌شود و اگر شخصی حتی یک بار در معامله‌ای واسطه‌گری کند، عمل وی دلالتی و معامله او تجاری است.

دلالتی، ششمین باب قانون تجارت است. تا پیش از این قانون، دلالتی به‌صورت عرفی در ایران وجود داشت، اما قرار گرفتن دلالتی در چارچوب قانون از سویی و توسعه روابط تجاری و گسترش مناسبات اقتصادی از سوی دیگر، باعث شد ت نهاد دلالتی به یک نهاد حقوقی پرکاربرد تبدیل شود.

امروزه اقسام دیگری از دلالتی مانند دلالتی ارز، سکه، خودرو، اتومبیل،

بهترین راهبر

گفت و گوبا

راهبران برتر سال ۱۴۰۱



| گفت و گو: هاشم راعی |

• لطفاً خودتان را معرفی نمایید.

مسعود کفایتی هستم؛ دانشجوی دکترای مدیریت مالی، ۱۱ سال است که افتخار همکاری با بانک سامان را دارم.

هرآنچه که کرده‌ام وظیفه بوده است و در حیطه این وظایف به افتخاراتی دست یافته‌ام که برخی از آنها به قرار زیر است:

۱- تحقق اهداف فردی از سال ۹۵ تا کنون به صورت کامل

۲- وصول مطالبات بانک در سال ۹۶ به میزان ۲۰۰ درصد اهداف در سرپرستی منطقه یک تهران

۳- جذب مشتری و تبدیل آنها به مشتریان برتر و وفادار بانک در ۳ سال گذشته.

**وظیفه راهبر
در برنامه استراتژی
بانک،
کمک به مشتریان و
هدایت آنها
به سمت کانال‌های
دیجیتال و
بانکداری مدرن
است.**

هر ساله، مدیریت سرمایه انسانی، موفق‌ترین همکاران حاضر در پست راهبری شعبه را اعلام می‌کند.

بر همین منوال، راهبران برتر سال ۱۴۰۱، بدین صورت معرفی می‌شوند:

جناب آقای مسعود کفایتی از شعبه مرکزی، جناب آقای مهدی کمالی از شعبه تهرانسر و جناب آقای علیرضا فرهودپور از شعبه بازار تبریز.

به‌منظور قدردانی از این همکاران و بهره‌گیری از تجارب ایشان مصاحبه‌هایی با ایشان ترتیب دادیم که در این شماره می‌توانید مصاحبه با جناب آقای کفایتی را از نظر بگذرانید.

به نظرم
مهم‌ترین جذابیت‌های نقش راهبر
عبارت‌اند از: ارتباط تنگاتنگ و صمیمی
با مشتریان
و افزایش سطح دانش عمومی
بانکداری

• از وظایف‌تان در نقش راهبر شعبه بگویید.

وظایف راهبر در برنامه استراتژی بانک، کمک به مشتریان و هدایت آنها به سمت کانال‌های دیجیتال و بانکداری مدرن به منظور تحقق اهداف بانک با رویکرد مهاجرت مشتریان از سیستم بانکداری سنتی به سمت بانکداری مدرن است که این مهم از سه طریق امکان‌پذیر است:

۱- راهنمایی و هدایت مشتریان جهت استفاده از دستگاه‌های شعبه‌ای (کش‌لس و خودگردان) و دستگاه‌های الکترونیک (اینترنت بانک و موبایلت)

۲- شناسایی و جذب مشتریان با پتانسیل بالقوه و تبدیل آنها به مشتریان برتر

۳- راهنمایی مشتریان اعتباری و ارزی و بیمه‌ای در خصوص استفاده از محصولات بانک سامان

• کدام گروه از مشتریان از حضور راهبر شعبه بیشتر استقبال و به شما مراجعه می‌کنند؟

مشتریان خرد. در ۱۸ ماهی که در این سمت، مشغول بوده‌ام مشتریان بالقوه را شناسایی و از طریق بالفعل نمودن توانایی آنها، رشد ۱۰ درصدی در جذب مشتری عادی و تبدیل آنها به گروه مشتریان برتر را فراهم ساخته‌ام.

• از جذابیت‌های نقش راهبر بگویید.

به نظرم مهم‌ترین جذابیت‌های نقش راهبر این موارد هستند: ارتباط تنگاتنگ و مؤثر در محیطی گرم و صمیمی با مشتریان بانکی، افزایش سطح دانش عمومی بانکداری مدرن در مشتریان و رسیدن و تسلط کامل بر بخشنامه و آیین‌نامه‌های بانکی.

• نحوه تعامل سایر همکاران با شما چگونه است؟

در مدت زمانی که بنده در این سمت مشغول فعالیت بودم هیچ یک از این اهداف تحقق پیدا نمی‌کرد؛ مگر با همدلی و کار تیمی همکاران خوبم در شعبه فلکه اول تهرانپارس که توانستیم با یاری خداوند به این مهم دست پیدا کنیم.

• جایگاه راهبر شعبه در پروژه سامان ۱۴۰۴ کجا است؟

هدایت کلیه مشتریان بانک به سمت مشتریان برتر و شناسایی خواسته و نیازهای آنها و کمک به برطرف کردن آن نیازها.

• اگر یک روز مرخصی باشید، وضعیت امور در شعبه به چه شکل تغییر می‌کند؟

با انتقال اطلاعات و آموزش‌های لازم به کلیه همکاران، این قابلیت در همکاران بنده ظهور نمود که در صورت نبود اینجانب چه در صورت رفتن به مأموریت و چه مرخصی، هرکدام به تنهایی بتوانند نیازهای مشتری را شناسایی کنند و به آن جامه عمل بپوشانند.

• به عنوان راهبر شعبه، چه انتظاراتی از مجموعه بانک دارید؟

۱- امکان برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای همکاران
۲- تعامل بیشتر با همکاران ستادی

• در صورتی که خاطره خوبی از حضورتان در نقش راهبر دارید بفرمایید.

در روز اولی که بنده به عنوان راهبر در شعبه مشغول فعالیت شدم یکی از مشتریان به بانک مراجعه کرد و پس از گپی کوتاه، از شعبه بیرون رفت و حدود ۲ ساعت بعد با یک چک بانکی به شعبه مراجعه کرد و درخواست افتتاح حساب بلندمدت یک‌ساله نمود؛ از آن تاریخ تا کنون ایشان از مشتریان خاص فلکه اول تهرانپارس بوده‌اند.

• اگر صحبت دیگری دارید بفرمایید.

در پایان امیدوارم بانک سامان همچون سال‌های گذشته با همکاری همکاران پرتلاش و خوبم در شعبه و ستاد در بلندای موفقیت، همچنان پیشرو و درخشان باشد.



در بانکداری دیجیتال، همه چیز حول کاربر می‌چرخد؛ این کاربر و نیازهای اوست که ساختار بانکداری نوین را می‌چیند

بلوبانک سامان با خودش رقابت می‌کند

علی دریاکناری - مانده‌امینی |

گفت‌وگو با محمد گرکانی‌نژاد، مدیر عامل بلوبانک سامان

متفاوت بودن، جذاب اما سخت است. شاید در بعضی حوزه‌ها یا صنایع، ایجاد یک مسیر تازه، راحت‌تر رقم بخورد؛ اما در مقابل حوزه‌هایی هستند که ذات آن‌ها با احتیاط و ریسک بالا گره خورده است. بانکداری از این حوزه‌ها است. با همه چالش‌هایی که صنعت بانکداری با آن دست‌وپنجه نرم می‌کند امروز نئوبانک‌ها در سراسر جهان به میدان آمده‌اند و کار را برای کاربر با مجموعه‌ای از محصولات خلاقانه راحت کرده‌اند. پیشروترین نئوبانک در ایران، بلوبانک سامان است که با سابقه حضور کمتر از ۳ ساله در حوزه بانکداری، حالا به نقطه‌ای رسیده که بیش از ۳ میلیون و ۳۰۰ هزار نفر کاربر دارد.

محمد گرکانی‌نژاد، مدیر عامل این مجموعه معتقد است بلوبانک سامان، مثل زندگی جریان دارد و برای پاسخگویی به نسل جوانی روی کار آمده که ذائقه‌شان با نسل‌های دیگر کاملاً متفاوت است. او که فارغ‌التحصیل کارشناسی ارشد مخابرات سیستم است و ۵۳ سال سن دارد، بر این باور است که یکی از دلایل موفقیت بلوبانک سامان، به رسمیت شناختن نیازهای نسلی است که از همان ابتدای تولد با تکنولوژی سروکار داشته و از این شرایط بهره‌برداری کرده است.

● **از چه سالی وارد حوزه آی‌تی شدید و چطور به جرگه بانکداری پیوستید؟ و کار شما با بلوبانک سامان از کجا شروع شد و چطور شد که امروز اینجا ایستاده‌اید؟**

به صورت رسمی از سال ۱۳۷۱، در حوزه فناوری اطلاعات (آی‌تی) به کار مشغول شدم و از حوالی سال ۸۴ فعالیت خودم را در بخش فناوری اطلاعات بانک‌ها آغاز کردم. همیشه تکنولوژی برایم جذاب بوده و به شکل لحظه‌ای اخبار و تغییرات این حوزه را دنبال می‌کردم. خوب به خاطر دارم که روز اولی که بلوبانک سامان راه‌اندازی شد، به نظرم ایده قابل‌تحسینی آمد. یادم می‌آید که در سال‌های ۹۷، ۹۸ به این فکر می‌کردم که در آینده نزدیک، سراغ نئوبانک‌ها که آینده صنعت بانکداری در آن‌ها خلاصه می‌شود، بروم. خواه راه‌اندازی صفر تا صد یک برند تازه باشد، خواه راهبری یک برند نوپا. مدتی بعد، قرعه به نام بلوبانک سامان افتاد، مقطعی به عنوان مشاور با بلوبانک سامان همکاری داشتم و از اوایل سال ۱۴۰۱ به عنوان مدیر عامل این مجموعه کار خود را شروع کردم.

● **باتوجه به اینکه هم تجربه کار کردن در فضاهای سنتی این حوزه را در کارنامه دارید و هم فضاهای استارت‌آپی و خلاقانه، به نظر شما کار کردن در کدام فضا پیچیده‌تر است؟**

پیشرو بودن دشوارتر است. شما در فضایی ایستاده‌اید و کار می‌کنید که به سادگی نمی‌توانید از تجارب دیگران استفاده یا خودتان را با تعداد زیادی از رقبای مقایسه کنید. برای مطالعه و درک فضاهای سنتی همیشه فرصت‌ها بسیار و نمونه‌ها فراوان است؛ اما فضاهای پیشرو، ریسک‌پذیری بیشتری را می‌طلبند. البته از طرفی هم می‌توان گفت در فضاهای پیشرو، آزادی عمل بیشتری دارید. اصولاً کار کردن در حوزه بانکداری - چه سنتی چه مدرن - با یک چالش ثابت در سراسر جهان مواجه است: قانون‌گذاری جدی. فعالان صنعت بانکداری چه در ایران و چه در جهان باید روی یک ریل‌گذاری مشخص و ثابت حرکت کنند و با ذات محافظه‌کارانه این صنعت به صلح برسند.

● **تجربه ثابت کرده تغییرات این عصر آنقدر پرشتاب است که رگولاتور از انطباق با آن‌ها، جا می‌ماند. فکر می‌کنید در حوزه قانون‌گذاری (بانکی) کدام کشورها کارنامه موفق‌تری دارند که می‌توان از تجربه آن‌ها برای بهبود شرایط در ایران استفاده کرد؟**

ترجیح می‌دهم باتوجه به شرایط ویژه اقتصادی و سیاسی ایران، آن را با سایر کشورها مقایسه نکنم؛ اما خیلی از کشورها اصولاً به شکل تئوری هم در این قیاس جای نمی‌گیرند. برای مثال بانکداری در آمریکا به‌طور کلی با ساختار متفاوتی انجام می‌شود. در اقتصاد این کشور بانک مرکزی به معنای کلاسیک وجود ندارد و استانداردهای شناخته‌شده صنعت پرداخت توسط شرکت‌هایی مثل ویزاکارت یا مسترکارت تعریف شده است.

اما اگر بخواهیم یک نمونه موفق را در این گفت‌وگو بررسی کنیم، رگولاتوری در اتحادیه اروپا است. شنیدن صدای بازیگران مختلف، داشتن یک ساختار استاندارد و منعطف برای رگولاتوری، جامع‌نگری و اساساً داشتن یک رویکرد مدرن در حوزه بانکی از ویژگی‌های مهم رگولاتور در کشورهای عضو اتحادیه اروپا است.

● **بلوبانک سامان قرار است با بانک‌های سنتی رقابت کند یا با نئوبانک‌هایی که تاریخ شکل‌گیری بیشتر آن‌ها به بعد از تولد بلوبانک سامان برمی‌گردد؟ این رقابت از چه جنسی است؟**

بلوبانک سامان با خودش رقابت می‌کند. ما همواره در تلاشیم از بهترین آنچه ارائه می‌دهیم، بهتر باشیم. بلوبانک سامان برای پاسخ به نیاز نسلی شکل گرفته که نوع نگاه آن با نسل‌های پیشین متفاوت است؛ نسلی که از روزی که چشم باز کرده با تکنولوژی سروکار داشته و از این شرایط بهره‌برداری کرده است. در این فضای مدرن دیجیتال که سمت تقاضای آن نسلی ایستاده است که با تکنولوژی خو گرفته و ذائقه رفتاری خاص خودش را دارد، رویکرد بانک کلاسیک دیگر پاسخگو نیست. بلوبانک سامان از اولین مجموعه‌هایی بود که این تغییر را به رسمیت شناخت و حالا باید در این فرایند مدام به‌روز شود و با آنچه در چته داشته رقابت کند. بدون شک بلوبانک سامان، بانک‌های قدیمی‌تر یا نئوبانک‌هایی که اخیراً به میدان آمده‌اند را رصد می‌کند و در تلاش است نیازهای کاربران را بیشتر و بهتر از آن‌ها پاسخ دهد؛ اما جنس این رقابت با آنچه همیشه از آن به‌عنوان رقابت نام برده‌ایم فرق می‌کند.

● یکی از شعارهای غیررسمی بلوبانک سامان، تفاوت در فرایند جذب مشتری است. در واقع بلوبانک سامان ادعا می‌کند خلاف نمونه‌های سنتی به دنبال جذب مشتری سرمایه‌دار نیست و ترجیح می‌دهد با نسلی کار کند که گردش مالی پایین‌تری دارد؛ اما به‌روزتر و جوان‌تر است... این گزاره را چقدر تأیید می‌کنید؟

بلوبانک سامان، بانک زندگی است که می‌تواند در هر روز شما جریان داشته باشد. گزاره شما با اصلاحاتی جزئی به حقیقت نزدیک می‌شود. اینکه بگوییم به دنبال جذب مشتری پول‌دار نیستیم؛ مگر می‌شود از حضور مشتری با گردش مالی بالا استقبال نکرد؟ گزاره صحیح‌تر این است که بلوبانک سامان، به دنبال مطرح‌شدن در حوزه Retail banking یا بانکداری مبتنی بر اشخاص است. نسل بین ۱۸ تا ۳۵ سال، جامعه هدف اصلی ماست که اکثرشان با دانشجو هستند یا تازه به بازار کار پیوسته‌اند و طبیعتاً گردش مالی قابل توجهی ندارند. بلوبانک سامان معتقد است همه افراد جامعه باید از خدمات باکیفیت بانکی بهره‌مند باشند، خواه با سرمایه بالا، خواه پایین. برای این نسل باید از ادبیات مینیمال استفاده کرد. آدم‌های این نسل، حوصله سروکله زدن با اصطلاحات خشک بانکی را ندارند، سالتا، پایا، پل و... برایشان اهمیتی ندارد و صرفاً می‌خواهند به سریع‌ترین و آسان‌ترین شکل، پولی را دریافت یا از حساب خود برداشت کنند. در بلوبانک سامان، سرویس‌های omni-direction یا سرویس‌های پرداخت هوشمند همه‌جانبه، برای پاسخ به نیازهایی از همین جنس طراحی شده‌اند. در این سرویس‌ها نیاز کاربر بدون توجه به اسامی پیچیده به ساده‌ترین شکل برطرف می‌شود. در بانکداری کلاسیک، محور بانکداری نیاز مشتری نیست و انگار مشتری باید خودش را با قواعد بانکی وفق دهد؛ اما در بانکداری دیجیتال، همه چیز حول کاربر می‌چرخد. این کاربر و نیازهای اوست که ساختار بانکداری را می‌چیند.

● کمتر از سه سال از رونمایی رسمی بلوبانک سامان می‌گذرد و امروز تعداد کاربران آن از ۳ میلیون نفر گذشته است. این نقطه، نقطه حساسی است. از یک‌طرف هر برنامه‌ریز، مدیرعامل یا سیاست‌گذاری احتمالاً ترجیح می‌دهد مجموعه خود را حالا که به اصطلاح روی غلتک افتاده، بزرگ و بزرگ‌تر کند و بر تعداد کاربرانش بیفزاید؛ اما از سوی دیگر، یکی از مهم‌ترین چالش‌های مجموعه‌های نوپا در ایران همین توسعه نامتوازن است. کسب‌وکارهای موفق ناگهان رشد می‌کنند بدون آنکه برای آن برنامه‌ریزی کرده باشند و نتیجه این توسعه و رشد نامتوازن، توقف و آسیب‌دیدن در سال‌ها و پله‌های بعد است... شما چه برنامه‌ای برای سال‌های آتی بلوبانک سامان دارید؟

من فکر می‌کنم هیچ رشدی در فضای مدرن استارت‌آپی، غیرمنتظره نیست. کافی است در جایگاه یک راهبر همواره برای بزرگ‌شدن، آمادگی داشته باشید و برای آن برنامه‌ریزی کنید. بر این باورم که بیشتر از آنکه رشد نامتوازن به کسب‌وکارها آسیب

بزند، غره شدن به تثبیت در بازار، موفقیت آن‌ها را مخدوش می‌کند. همان‌طور که در پاسخ به سؤال‌های پیشین شما هم گفتم، پیشروهای بازار همیشه بزرگ‌ترین رقیبشان، خودشان‌اند. اتفاقی که برای یاهو افتاد را مرور کنید... تا پیش از ورود گوگل به بازار همه نیازهای یک کاربر در بستر یاهو برطرف می‌شد. یا یک مثال دیگر، تا همین چند سال پیش امکان نداشت کسی بگوید موبایل و شما برند نوکیا به ذهنتان خطور نکند. این برندها اما خودشان به خودشان صدمه زدند، در بزنگاهی که باید می‌پیچیدند، نیپیچیدند و از تغییرات جا ماندند. این برندها فکر می‌کردند ۹۰ درصد بازار تا ابد در دستشان باقی می‌ماند؛ بدون آنکه تغییرات ذائقه مشتری را درک و برای آن برنامه‌ریزی کرده باشند.

● اگر بخواهید در یک توضیح کوتاه بلوبانک سامان را برای کسی که آن را نمی‌شناسد تعریف کنید، چه می‌گویید؟
Bank but lovely

من فکر می‌کنم همه آنچه در این مجموعه رخ می‌دهد و تمام تلاش ما بر اساس همین سیاست رقم می‌خورد تا بلوبانک سامان را دوست‌داشتنی کنیم. راحتی، سرعت و دوست‌داشته‌شدن توسط کاربر، یکی از مهم‌ترین ارزش‌های بلوبانک سامان است.

● ایده‌آل‌ترین تصویری که برای آینده بلوبانک سامان می‌بینید چه شکلی است و چه مشخصاتی دارد؟

زیباترین تصویری که من برای آینده بلوبانک سامان در ذهن دارم این است که در حوزه بانکداری خرد هر جا که نام بانک بیاید، در ذهن همه مردم و به‌خصوص جوان‌های این سرزمین، «بلوبانک سامان» تداعی شود و آرزویم این است که این تثبیت تصویر برند به‌هیچ‌وجه تبدیل به ابزاری برای توقف، مغرور شدن یا دست‌کشیدن از تلاش مدیران و پرسنل بلوبانک سامان نشود.

● به عنوان سؤال آخر، ارتباط نئوبانک‌ها با رگولاتور را چگونه تحلیل می‌کنید؟ در اقتصادهای پایدار، تسریع و تسهیل گردش پول، نگران‌کننده نیست؛ اما در اقتصادی که روی لبه تیغ راه می‌رود و با تورم‌های دورقمی دست‌وپنجه نرم می‌کند اضافه‌شدن یک یا چندین ابزار فناوری هم به این ملغمه برای رگولاتور بی‌شک نگران‌کننده است. این مهم‌ترین علت چالش زیاد بین قانون‌گذار و بازیگران است که ریسک رگولاتوری را در ایران بالا برده است.

بگذارید این‌طور بگویم... در اینکه رگولاتور در کشور ما از فناوری و تحولات آن جا ماند، تردیدی نیست. البته این پدیده هم پدیده عجیبی نیست. در همه دنیا، فضای رگولاتوری از فضای فناوری و تحولات دیجیتال در این حوزه مقداری عقب است، چرا که سرعت تغییرات در فضای دیجیتال بسیار بالا است. بازیگران صنایع مالی وقتی مسیر نوآوری و خلاقیت را در پیش می‌گیرند مدام به‌روزرسانی می‌شوند و با ایده‌های خلاقانه و محصولات جدید به میدان می‌آیند. تا رگولاتور بپذیرد و برای تغییر آماده شود محصول و شرایط قبلی منقضی شده و نوبت به محصول بعدی رسیده است.

از یک سو، محدودیت‌های اجرایی در شرایط خاص کشوری مثل ایران روزبه‌روز بیشتر و از سوی دیگر، بر سرعت پیشرفت و تغییر طرف دیجیتال روزبه‌روز افزوده می‌شود. در چنین شرایطی می‌توان گفت در یک دهه گذشته، فاصله بین نیازهای واقعی بازار و آنچه رگولاتور ارائه می‌کند واگرا بوده است و این شرایط در حالی رقم می‌خورد که یک دهه پیش ایران در بانکداری الکترونیک، با کشورهای توسعه‌یافته قابل مقایسه و حتی در مواردی از کشورهای منطقه خاورمیانه پیش‌روتر بود. اما اوضاع طوری تغییر کرد که حالا به نظر می‌رسد از قافله جهانی جا مانده‌ایم. البته این را هم بگویم که لزوماً تنها مقصر این جاماندن، رگولاتور بانکی نیست؛ بلکه حساسیت‌های ناگزیر دیگری هم در این جاماندگی نقش دارند که سایه آن‌ها بر سر دیگر صنایع مالی و به‌طور کلی اقتصاد ایران سنگینی می‌کند.

پس انداز ولی هدفمند

تیم مارکتینگ بلوبانک سامان

اکثر ما در زندگی اهدافی داریم که به خاطر آن‌ها بخشی از درآمدمان را کنار می‌گذاریم یا به اصطلاح پس انداز می‌کنیم. این کنار گذاشتن به روش‌های مختلفی اتفاق می‌افتد. بعضی از ما، مبلغ مورد نظر را در یک حساب بانکی جدا از حساب بانکی روزانه خود نگهداری می‌کنیم؛ بعضی از ما ترجیح می‌دهیم که این مبلغ را به صورت نقدی و در یک صندوق یا قلک نگه داریم؛ گاهی هم آن را به شخص دیگری امانت می‌دهیم تا به جای ما از این مبلغ نگهداری کند. نکته مشترک همه آن‌ها، این است که اگر این مبلغ در حساب جاری و روزانه ما باقی بماند، به احتمال زیاد پس اندازی در کار نخواهد بود و خیلی زود بین باقی هزینه‌های روزانه خرج خواهد شد.

بلوبانک سامان، فضایی را در اختیار کاربران خود قرار داده تا هر کسی بتواند بدون نیاز به یک حساب جایگزین، قلک یا فردی دیگر، درآمد خود را مدیریت و پس انداز کند. بلوباکس همانند یک صندوق نگهداری پول عمل می‌کند و این امکان را به کاربران می‌دهد تا یک یا چند پاکس را بر اساس نیاز بسازند و مبلغی را به عنوان پس انداز در این پاکس‌ها داشته باشند. مبالغ واریز شده در پاکس‌ها در زمان تراکنش‌های بانکی دست نخورده باقی می‌ماند و حتی پس از اتمام موجودی هم همچنان درون پاکس‌ها حفظ می‌شود. پاکس‌های ایجاد شده تنها از طریق حساب بلوی کاربران قابلیت شارژ شدن دارد و فرد دیگری نمی‌تواند از سایر حساب‌ها پولی را به پاکس‌ها واریز کند. تمامی تراکنش‌های واریز و برداشت از پاکس‌ها به شکل آنی و بدون کارمزد انجام می‌شود.

رند شدن خریدها

زمانی که خریدهای نقدی بیشترین رواج را داشت و هنوز کارت‌های بانکی و شیوه‌های خرید آنلاین توسعه پیدا نکرده بود، پول‌های خرد یکی از مشکلات خریداران بود. این پول‌ها که معمولاً به شکل سکه یا اسکناس‌های کوچک بودند ارزش زیادی نداشتند و بسیاری ترجیح می‌دادند به جای نگهداری این پول‌ها در جیب یا کیف پول، آنها را داخل یک قلک یا صندوق بیندازند. همین مبالغ نه‌چندان باارزش در مدت زمانی چندماهه به مبلغی قابل توجه تبدیل می‌شد و می‌توانست گرهی از مشکلات مالی افراد را برطرف کند. حالا و در زمانی که بیشتر خریدها با کارت‌های بانکی اتفاق می‌افتد دیگر این شکل از پس انداز امکان‌پذیر نیست. به همین دلیل بلوبانک سامان قابلیت «رند» شدن تراکنش‌های



خرید را طراحی کرده است. در این قابلیت با هر خریدی که انجام می‌دهید مبلغ خرید به سمت بالا رند شده و پول بیشتری از حساب شما برداشته می‌شود و این مبلغ اضافه بلافاصله در باکس‌هایی که قبلاً و در طول هفته مشخص کرده‌اید، می‌نشیند تا به شکل خودکار در هر خریدی، مقداری از سرمایه مالی خود را پس‌انداز کنید.

شما می‌توانید مبلغ رند شده را به طور دلخواه روی مضرب ۵ یا ۱۰ هزار تومان تنظیم کنید. به طور مثال اگر مضرب رند شده را روی ۵ هزار تومان تنظیم کنید در یک خرید ۲۳ هزار تومانی، مبلغ ۲۵ هزار تومان از حساب شما کسر و ۲ هزار تومان به باکس واریز می‌شود. حالا اگر در همان خرید، مضرب رند شده را روی ۱۰ هزار تومان تنظیم کنید، ۳۰ هزار تومان از حساب شما برداشته می‌شود و ۷ هزار تومان به داخل باکس می‌نشیند. با استفاده از این قابلیت پس از گذشت مدتی، سرمایه‌ای قابل توجه در باکس مشخص شده پس‌انداز می‌شود.

هدف‌گذاری

تعیین هدف یکی از اصلی‌ترین راهکارها برای رسیدن به آرزوها و برنامه‌های طراحی شده است. داشتن یک هدف مشخص می‌تواند آن را روزانه یا هفتگی و ماهانه بررسی کنید و میزان تحقق آن را به طور دائم زیر نظر داشته باشید.

قابلیت تعیین «هدف» به بخش بلوباکس اضافه شده تا به راحتی بتوانید برای هر باکس، هدف مشخصی را تعیین کنید و مدیریت بهتری روی میزان پس‌انداز خود داشته باشید. با رسیدن باکس‌ها به هدف تعیین شده، این موضوع به اطلاع شما می‌رسد. پس از به هدف رسیدن باکس‌ها همچنان می‌توانید مبالغی را به آنها واریز کنید و یا با تغییر هدف، به سمت قدم‌های بزرگ‌تری گام بردارید. بلوباکس قابلیت نوآورانه بلو برای کمک به مدیریت سرمایه مالی کاربران است و با ارائه فضایی مجزا از حساب اصلی امکان نگهداری مبالغ مازاد را بدون نگرانی از بابت خرج شدن آنها در تراکنش‌ها روزانه می‌دهد. برای ایجاد بلوباکس نیازی به پرداخت هیچ هزینه یا کارمزدی نیست و داشتن حساب فعال در بلوبانک سامان کفایت می‌کند. شما می‌توانید با یک حساب بلو، تا ۱۰ باکس بسازید و حساب خود را در ۱۰ باکس متفاوت مدیریت کنید.

بلوبانک سامان، نئوبانک ایرانی وابسته به بانک سامان است که اواخر سال ۱۳۹۸ فعالیت خود را با هدف پاسخگویی به نیازهای بانکی هم‌وطنان، به‌ویژه قشر جوان، شروع کرد. این نئوبانک، با ارائه خدماتی تماماً آنلاین و از طریق اپلیکیشن، توانسته با نوآوری، سطح جدیدی از خدمات بانکی را به ایرانیان ارائه دهد. بلوبانک سامان که از ابتدا با استقبال خوبی روبه‌رو شده بود، حالا با بیش از سه میلیون کاربر از سراسر ایران، در تلاش است تا با خدمات تازه خود، پاسخگوی نیازهای بیشتری از مشتریان باشد.

برای کسب اطلاعات بیشتر یا نصب اپلیکیشن بلوبانک سامان، به نشانی <https://blubank.sb24.ir> مراجعه کنید.



اینترنت و بنگاه‌های خرد



کامبیز قادری
| مدیرعامل شرکت صبا پردازش |

قبلاً هرگز ممکن نبوده، مشارکت کنند. این موضوع بیش از هر کشوری، در ایران قابل توجه است. باتوجه به نیاز به سرمایه‌گذاری برای ایجاد زیرساخت‌های توسعه اقتصاد دیجیتال، مردم هوشمند ما یاد گرفته‌اند که از هر ابزار موجود برای توسعه اقتصادی خود بهره ببرند و از این طریق، کاستی‌هایی را که حاکمیت از جنبه سرمایه‌گذاری در زمینه بنیان‌های توسعه اقتصاد دیجیتال داشته است، به‌نوعی با بزرگ‌منشی نادیده بگیرند. به‌کارگیری زیرساخت‌های ابزاری شبکه‌های اجتماعی موجود برای معرفی محصولات و بازاریابی یکی از این روش‌های هوشمندانه ایرانی‌ها است. ابزاری که پیش از توسعه چشمگیر کاربرد آن در اقتصاد دیجیتال کشور توسط عموم مردم، هیچ سرمایه‌گذاری توسط حاکمیت برای توسعه آنها نشده است.

حال سؤال اساسی این است که چرا ایرانی‌ها به دنبال به‌کارگیری این ابزار برای توسعه کسب‌وکار خود بودند. پاسخ را می‌توان در هزینه‌کرد ناچیز، ماهیت ابزارها و سرویس‌دهی بسیار عالی آنها برای کاربران جستجو نمود. برتری نسبی که متأسفانه هیچ‌کدام از ابزارهای توسعه‌یافته در کشور نتوانستند به آن دست یابند. با در نظر گرفتن این موارد، خواسته یا ناخواسته اقتصاد کشور با این ابزارها گره‌خورده است و به‌نوعی دولت نیز از این موضوع استقبال نمود؛ زیرا بدون سرمایه‌گذاری، کسب‌وکار مردم در حال توسعه و بهبود بوده است. در وضعیت کنونی که ابزارهای اقتصاد دیجیتال در کشور از دسترس

در طول تاریخ، اقتصادها با اختراعات انقلابی تغییر شکل یافته‌اند. این ابزارهای پیشرفت (خصوصاً ابزارهای ارتباطی از قبیل تلگراف، تلفن، تلکس و فکس)، هر یک جرقه‌ای برای اقتصادها بود که می‌توانستند از آنها برای پیشرفت و توسعه خود بهره‌گیری نمایند. تفاوت شبکه جهانی اطلاعات یا اینترنت این است که ذاتاً جهانی بوده و هم‌زمان به نفع اقتصادهای توسعه‌یافته و در حال توسعه است.

جان سویوکلا، رهبر کسب‌وکاری گروه مشاوره استراتژی و نوآوری PWC می‌گوید: «اینترنت یکی از پیچیده‌ترین فناوری‌هایی است که تاکنون ایجاد شده است. این ساختار، بشریت را به سطح دیگری ارتقا داده است.» به این ترتیب، اقتصاد دیجیتال «موج سوم تولید ثروت را به راه می‌اندازد که کسب‌وکارها و دولت‌ها را متحول کرده و به خلق ثروت فوق‌العاده‌ای در سراسر جهان می‌انجامد.»

او می‌گوید بهترین توصیف اینترنت را دیوید رید، یکی از طراحان اولیه آن ارائه کرده است. به گفته آقای رید، اینترنت از سه «ابر» مفهومی تشکیل شده است: «ابر اتصال»، برای انتقال اطلاعات. «ابر منبع»، برای ذخیره‌سازی داده‌ها و «ابر اجتماع»، برای شبکه و همکاری. این ابرها که می‌توانند عمومی، خصوصی یا نیمه‌خصوصی باشند، زیرساخت اقتصاد دیجیتال را فراهم می‌کنند.

آنها امکان ایجاد بازارهای جدید و مسیر حرکت سیال منابع و تقاضا را فراهم می‌کنند. در نتیجه، شرکت‌ها و افراد در سراسر جهان می‌توانند در نوآوری، خلق ثروت و تعامل اجتماعی به روش‌هایی که



یا تخریبی آن را تعیین می‌کند. دیر زمانی از بحث به‌کارگیری ابزار ویدئو در کشور نگذشته است. اگر به گذشته بنگریم، حاکمیت با این پدیده هم برخوردی نسبتاً مشابه داشت. ابتدا به‌کارگیری آن کلاً ممنوع و تجهیزات آن به‌صورت قاچاق وارد کشور می‌شد. سپس جنبه‌های مثبت آن برای دولت آشکار گردید، به طوری که حتی دولت خود اقدام به خرید این تجهیزات برای توسعه آموزش تلویزیونی در مدارس و آموزشگاه‌ها نمود.

در خاتمه از عزیزیانی که در حاکمیت در حال خدمت به کشور هستند، باید این درخواست را نمود که طرح‌های گوناگونی را در دست تهیه داشته باشند که بدون هدف گرفتن قطع شبکه‌های اجتماعی، نیازهای راهبردی حاکمیت را در شرایط بحران‌های اجتماعی مرتفع نماید. از طرفی باید در نظر داشت که هیچ پلتفرم شبکه اجتماعی از ابتدا برای اهداف تخریبی ایجاد نمی‌شود و این توسعه و به‌کارگیری آن است که می‌تواند آن را به یک وزنه برای اهداف خاص تبدیل نماید، بنابراین می‌توان راهکارهایی در نظر گرفت که با حذف جنبه‌های مخرب آن از دیدگاه حاکمیت، همچنان بتوان از این پلتفرم‌ها بدون لطمه‌زدن به اقتصاد دیجیتال کشور بهره‌برداری نمود. باید مجدداً این نکته را یادآوری نمود که اینترنت ماهیتی سیال دارد و می‌تواند با هر ظرفی خود را تطبیق دهد، لذا اگر مسیری برای به‌کارگیری آن دچار اختلال گردد، مسیرهای جدید بلافاصله جایگزین شده و جریان اطلاعات از این طریق همواره برقرار خواهد بود.

هم‌وطنان خارج شده است، این اقتصاد دیجیتال محدود هم دچار فروپاشی است و اقتصادهای خردی که در حال برندسازی برای بازارهای خود بودند، به یکباره با وضعیتی روبرو شدند که باید دوباره از ابتدا حرکت خود را در پلتفرم‌هایی آغاز کنند که علاوه بر پایین بودن کیفیت خدمات، هر لحظه احتمال قطع شدن یا اختلال سرویس در آنها وجود داشته و غیرقابل اتکا هستند.

در اینجا دو سؤال اساسی را باید مطرح نمود؛ سؤال نخست این است که «آیا حاکمیت طرح‌های گوناگونی از پیش در نظر داشته است تا بدون لطمه خوردن به این اقتصادهای خرد بحران‌ها را مدیریت کند و پشت سر بگذارد؟» و سؤال دیگر که شاید مهم‌تر است، این است که «آیا این ابزارهای اقتصاد دیجیتال ماهیتاً مخرب‌اند یا نوع به‌کارگیری آنها است که می‌تواند مخرب باشد؟»

در خصوص سؤال نخست، براساس مصاحبه‌های مسئولین گوناگون، به نظر می‌رسد حاکمیت، علی‌رغم تجربه‌های قبلی خود، هیچ برنامه‌ریزی برای رفع موارد سوء از شبکه‌های اجتماعی، بدون قطع کردن آن نداشته و احتمالاً در آینده هم نخواهد داشت. این عدم وجود برنامه کلان، در این وضعیت بحرانی اقتصاد کشور، بخش قابل توجهی از هم‌میهنان را تحت تأثیر قرار داده و وضعیت اقتصادی را بدتر می‌نماید که حاکمیت نیز خواهان آن نیست.

از سوی دیگر، باید توجه داشت که این ابزارهای اجتماعی ذاتاً دارای نکات منفی نبوده و نوع به‌کارگیری آن است که ماهیت توسعه‌ای

آنچه گذشت...

بازدهی بازارها در سال ۱۴۰۱

داشتند. در حالی که سرمایه‌گذاران در بورس اوراق بهادار و بانک‌ها، بازدهی کوچک‌تر از نرخ تورم دریافت کردند سرمایه‌گذاران در بازارهای دیگر مثل طلا و خودرو سودهای سه‌رقمی از آن خود کردند. بدون شک، مهم‌ترین عامل این جهش چشمگیر در قیمت دارایی‌هایی نظیر ارز، طلا، خودرو و مسکن، افزایش ریسک‌های سیستماتیک و عدم اطمینان‌های گسترده موجود در فضای اقتصاد کلان کشور در سال ۱۴۰۱ بوده است. این وضعیت موجب ایجاد افق سرمایه‌گذاری مبهم و پیش‌بینی‌ناپذیری پارامترهای اقتصادی شده و در نتیجه حرکت سرمایه‌ها به سمت خرید دارایی‌های با نقدشوندگی بالا (مانند ارز و طلا) و کالاهای غیرمولد (مانند خودرو و مسکن) را به همراه داشته است.

در جدول روبه‌رو، قیمت برخی از انواع دارایی‌ها در ابتدا و انتهای سال ۱۴۰۱ گزارش شده است. چنان که قابل مشاهده است نرخ افزایش قیمت غالب این دارایی‌ها (نرخ بازده) بسیار چشمگیر و جهش‌گونه بوده است.

همه سرمایه‌گذاران به‌منظور کسب بیشترین سود از سرمایه خود، به‌صورت مداوم بازدهی بازارهای مختلف را رصد می‌کنند؛ از سرمایه‌گذاران خرد مثل کارگران، بازنشستگان و دانشجویان که پس‌اندازهای کوچک خود را سرمایه‌گذاری می‌کنند تا سرمایه‌گذاران کلان مثل افراد حقوقی و افراد حقیقی دهک‌های بالای درآمدی، همگی در جستجوی بیشترین سود، به‌صورت دقیق، بازدهی بازارهای مختلف را با یکدیگر مقایسه و تحلیل می‌کنند.

از همین رو، مقایسه میزان سوددهی بازارهای مختلف در ادوار گذشته می‌تواند راهنمای خوبی برای سرمایه‌گذاران، جهت هدایت صحیح سرمایه‌ها و سرمایه‌گذاری‌های آتی برای ایشان باشد. بر همین اساس، در این یادداشت سعی شده تا به‌صورت مختصر، میزان بازده برخی از بازارها و دارایی‌های در دسترس‌تر برای سرمایه‌گذاران مورد بررسی قرار گیرد.

بازارهای دارایی در سال ۱۴۰۱، سال بسیار پرافت‌وخیز و متنوعی

هاشم راعی |

کارشناس مدیریت روابط عمومی و صدای مشتریان |



جدول ۱- قیمت دارایی‌های مختلف در ابتدا و انتهای سال ۱۴۰۱ و نرخ بازده آنها

واحد	آغاز سال ۱۴۰۱	پایان سال ۱۴۰۱	نرخ بازده (درصد)
دلار بازار آزاد	تومان	۲۶,۲۳۰	۸۰
سکه امامی	تومان	۱۲,۴۰۸,۰۰۰	۱۴۰
نیم سکه	تومان	۷,۳۲۰,۰۰۰	۱۵۳
ربع سکه	تومان	۴,۱۳۰,۰۰۰	۱۷۱
سکه یک گرمی بانک مرکزی	تومان	۲,۴۳۳,۰۰۰	۱۷۹
یک گرم طلا ۲۴ عیار	تومان	۱,۶۳۸,۸۰۰	۱۱۵
یک گرم طلا ۱۸ عیار	تومان	۱,۲۲۹,۱۰۰	۱۱۵
یک مثقال طلای آب‌شده	تومان	۵,۳۲۲,۰۰۰	۱۱۵
شاخص کل بورس	-	۱,۳۹۰,۸۶۰	۴۱
قیمت هر مترمربع مسکن در تهران	تومان	۳۴,۲۷۰,۰۰۰	۴۰*
پژو ۲۰۶ تیپ ۲ مدل ۱۴۰۱	تومان	۲۷۸,۰۰۰,۰۰۰	۹۸
نرخ بهره بانکی	درصد	-	۲۰,۵

*آخرین گزارش تحولات بازار معاملات مسکن تهران تهیه شده توسط بانک مرکزی، مربوط به آذرماه ۱۴۰۱ بوده و از همین رو محاسبه نرخ بازده کل سال ۱۴۰۱ برای مسکن امکان‌پذیر نبوده است.

در این میان، رکورد سوددهی بازار طلا در سالی که گذشت در اختیار سکه یک گرمی بانک مرکزی بود که با نرخ بازده سالانه ۱۷۹ درصد، از ۲ میلیون و ۴۳۳ هزار تومان در آغاز سال ۱۴۰۱ به ۶ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان در پایان سال رسید.

چنان‌که می‌دانید عمده تغییرات بازار طلا در ایران ناشی از تغییرات نرخ ارز بوده و این دو متغیر معمولاً در یک جهت حرکت می‌کنند. همان‌طور که پیش‌تر گفته شد، نرخ ارز در سال گذشته رشد ۸۰ درصدی را تجربه کرد. از طرف دیگر، علاوه بر نرخ برابری دلار و ریال، تحولات بازار خارجی طلا نیز بر قیمت طلای داخلی اثرگذار است؛ قیمت هر اونس طلا در ابتدای سال ۱۴۰۱ در بازار جهانی حدود ۱۷۲۷ دلار بود که در پایان سال به حدود ۱۹۵۰ دلار رسید که به معنای افزایش حدود ۱۳ درصدی قیمت جهانی طلا بود. این عوامل در کنار نقش طلا به عنوان پناهگاه امن، فعالان اقتصادی را به سمت بازار طلا سوق داد تا به منظور جلوگیری از کاهش ارزش پول خود و فرار از ریسک تورم‌های بالا طلا خریداری و دارایی‌های خود را در این قالب نگهداری کنند.

■ بازار پول

بر اساس آخرین آمار منتشر شده از وضعیت ارقام عمده پولی مربوط به دی‌ماه ۱۴۰۱، نسبت پول به نقدینگی به ۲۵ درصد رسیده در حالی که این نسبت در پایان سال ۱۴۰۰ برابر ۲۰ درصد بوده که این امر به معنای افزایش چشمگیر سپرده‌های دیداری است؛ موضوعی که نشان می‌دهد درجه داغ بودن پول در اقتصاد کشور افزایش یافته و سپرده‌گذاران تمایل دارند سرمایه خود را دست‌به‌دست کرده و به بازارهای دیگر منتقل کنند. مهم‌ترین ریشه این موضوع افزایش نااطمینانی و نبود چشم‌انداز مناسب از اقتصاد ایران در سال‌های آینده است. به‌طور خلاصه، سال ۱۴۰۱ برای سرمایه‌گذاران بازار

■ ارز

می‌توان مدعی شد مهم‌ترین و حساس‌ترین تغییر در قیمت دارایی‌ها در سال گذشته، با توجه به قدرت تأثیرگذاری بر سایر بازارها، مربوط به نرخ ارز بوده است به‌طوری‌که افزایش شدید نرخ ارز، افزایش نرخ طلا، ملک و خودرو را نیز در پی داشته است.

داده‌ها نشان می‌دهد تحرک بازار ارز در سال ۱۴۰۱ به حدی بوده که جاماندگی قیمت‌ها در سال ۱۴۰۰ را نیز به نوعی جبران کرده است. در حالی که نرخ دلار در معاملات بازار آزاد در سال ۱۴۰۰ تنها حدود ۶ درصد رشد را تجربه کرده بود، طی معاملات سال اخیر از ۲۶ هزار و ۲۳۰ تومان به ۴۷ هزار و ۲۱۰ تومان افزایش یافت تا بازدهی معادل ۸۰ درصد را به ثبت برساند. روند نرخ دلار در سال ۱۴۰۱ را می‌توان به دو بخش نیمه اول و نیمه دوم سال تقسیم کرد. در نیمه نخست سال، نرخ دلار با شیبی ملایم به سطح ۳۰ هزار تومان در بازار آزاد رسید. اما در نیمه دوم سال ۱۴۰۱ شرایط به کلی تغییر کرد و قیمت دلار حتی در اوایل اسفندماه، وارد کانال ۶۰ هزار تومان نیز شد. از مهم‌ترین دلایل این امر می‌توان به کمتر شدن احتمال برگشت ایران و غرب بر سر توافق هسته‌ای، افزایش تحریم‌های آمریکا و کشورهای اروپایی با هدف سخت‌تر کردن دوزدن تحریم‌ها، تراز تجاری منفی در پاییز و منفی شدن خالص سرمایه‌گذاری در کشور یاد کرد.

■ طلا

در سال ۱۴۰۱ در حالی که همه انواع طلای خام (اعم از ۲۴ عیار، ۱۸ عیار و آب‌شده) نرخ بازده ۱۱۵ درصد را برای خود ثبت نمودند، نرخ بازده قطعات مختلف سکه طلا بسیار بزرگ‌تر از طلای خام بود؛ بازده سالانه سکه طلا طرح جدید (امامی)، نیم‌سکه و ربع‌سکه در سال ۱۴۰۱ به ترتیب ۱۵۳، ۱۴۰ و ۱۷۱ درصد ثبت شد.

است. بر همین اساس، منطقی می‌نماید در سالی مانند سال ۱۴۰۱ بانوسانات و جهش‌های شدید قیمتی در بازارهای ارز و طلا، بازار ملک و مسکن نیز تغییرات عمده‌ای را از سر گذرانده باشد. از همین رو، در این بخش سعی شد بازده بخش مسکن در سال ۱۴۰۱ محاسبه شود. مطابق اطلاعات موجود در گزارش تحولات بازار معاملات مسکن تهران تهیه شده توسط بانک مرکزی، متوسط قیمت خرید و فروش یک متر مربع زیربنای واحد مسکونی در شهر تهران در آغاز سال ۱۴۰۱ برابر با ۳۴ میلیون و ۲۷۰ هزار تومان بوده و بر اساس آخرین گزارش مربوط به آذرماه، نرخ این شاخص به ۴۸ میلیون و ۷۰ هزار تومان رسیده که حاکی از رشد ۴۰ درصدی قیمت مسکن در ۹ ماهه سال ۱۴۰۱ است. از آنجا که گزارش تحولات بازار معاملات مسکن تهران مربوط به سه ماهه پایانی سال ۱۴۰۱ توسط بانک مرکزی منتشر نشد، محاسبه دقیق نرخ بازده قیمت مسکن امکان‌پذیر نیست لیکن مشاهدات میدانی از قیمت‌های مسکن در آخرین فصل سال ۱۴۰۱ حاکی از جهش‌های چشمگیر قیمت ملک در سراسر کشور است تا جایی که برخی از برآوردها از نرخ بازده بالای ۱۰۰ درصدی قیمت مسکن در سال اخیر حکایت دارد.

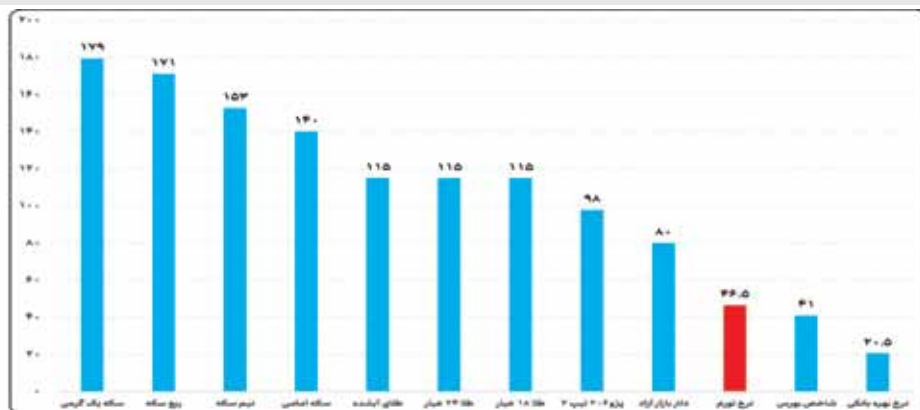
■ خودرو

باتوجه به غیرهمگن بودن کالایی مثل خودرو، محاسبه نرخ بازده برای تمام کالاهای موجود در زیرمجموعه این بازار غیرممکن است. از همین رو و در راستای ساده‌سازی مسئله، تغییرات قیمت یک خودروی خاص تولید داخل مثل پژو ۲۰۶ تیپ ۲ طی سال ۱۴۰۱ را بررسی کردیم. قیمت این خودرو در آغاز سال گذشته، ۲۷۸ میلیون تومان بود که در پایان سال به ۵۵۵ میلیون تومان رسید و نرخ بازده سالانه ۹۸ درصد را به ثبت رساند. این در حالی است که مشاهدات میدانی از بازار خودروهای خارجی نشان از نرخ‌های حتی بالاتر از ۱۰۰ درصد این دارایی‌ها دارد.

■ جمع‌بندی

چنان‌که در نمودار زیر به وضوح قابل مشاهده است نرخ بازده غالب دارایی‌ها در سال ۱۴۰۱ از نرخ تورم بیشتر بوده است و تنها در دو بازار پول و سهام، نرخ بازده کمتر از نرخ تورم را شاهد بوده‌ایم؛ به زبان ساده، تنها در این دو بازار بوده که سرمایه‌گذاران نه تنها سودی کسب نکردند، بلکه حتی ارزش اصل سرمایه آن‌ها نیز حفظ نشد. باتوجه به اینکه، مهم‌ترین عامل جهش‌های قیمتی در بازار دارایی‌های سهل‌البیع، وجود نااطمینانی‌های گسترده در فضای سیاسی و اقتصادی کشور است، امید است با رفع یا حداقل کاهش نااطمینانی‌ها در سطح اقتصاد کلان کشور، سال جدید، سال ثبات و ورود سرمایه‌ها به بخش‌های واقعی اقتصاد و بهبود رشد اقتصادی کشور باشد.

نمودار ۱- مقایسه نرخ بازده انواع دارایی با نرخ تورم (درصد)



منابع:

بانک مرکزی ج.ا.ا.
مرکز آمار ایران
بورس اوراق بهادار تهران
شبکه اطلاع‌رسانی طلا، سکه و ارز

پول یعنی همان سپرده‌گذاران، سال پرباری نبود؛ هر چند نرخ سود سپرده پس از سال‌ها افزایش یافت؛ اما این نرخ جدید نیز، نه توان مبارزه با نرخ تورم حاکم بر اقتصاد کشور را داشت و نه قدرت رقابت با سایر بازارها را. در حالی که بازارهایی مثل طلا و سکه و ارز و خودرو بازده‌های بالای ۱۰۰ درصد به سرمایه‌گذاران خود می‌دادند، بانک مرکزی طی بخشنامه‌ای در روز دهم بهمن‌ماه، مجوز افزایش نرخ سود علی‌الحساب سپرده‌های یک‌ساله را تا سقف ۵,۲۰ درصد اعطا نمود. گرچه این اقدام می‌تواند گام مؤثری برای خروج سپرده‌ها به مقصد سایر بازارها باشد؛ اما به دلیل شکاف زیاد تا نرخ بازده سایر دارایی‌ها، عملاً جذابیتی برای سپرده‌گذاران ایجاد نمی‌کند و در نتیجه موجب کاهش سهم سپرده‌های بلندمدت (سپرده‌های ماندگار و کم نوسان) در شبکه بانکی خواهد شد.

■ بورس

در سالی که گذشت، نماگر اصلی بازار سهام کار خود را در کانال یک میلیون و ۳۰۰ هزار آغاز کرد و در پایان سال و با رشد ۴۱ درصدی، کار خود را در کانال یک میلیون و ۹۰۰ هزار خاتمه داد و تا مرز جدید ۲ میلیون پیش رفت. البته این پیشرفت شاخص در سراسر سال با شیب تقریباً ملایمی همراه بود، غیر از ماه پایانی سال؛ شاهد این مدعا، جایگاه شاخص کل در پایان بهمن‌ماه است. در حالی که شاخص کل بورس اوراق بهادار تهران در کل سال ۱۴۰۱ بارشده‌ای تقریباً برابر ۵۷۰ هزار واحد مواجه بود، اما تقریباً ۱۴۲ هزار واحد از این رشد مربوط به ۱۱ ماهه فروردین تا بهمن بوده و تنها در اسفندماه به اندازه ۴۲۷ هزار واحد جهش نمود. آخرین ماه سال، اوج حکمرانی و خودنمایی دلار در فضای اقتصاد کلان کشور بود. دلار در این ماه تا نزدیکی کانال ۶۰ هزار تومان پیشروی کرد. بازار سهام نیز با وام گرفتن از این رشد دلار در مسیر صعودی گام برداشت و توانست در آخرین روزهای سال کمی از عقب‌ماندگی خود از سایر بازارها را جبران نماید و نرخ بازده ۴۱ درصد در سال ۱۴۰۱ را برای سرمایه‌گذاران بورسی به ارمغان آورد. این در حالی است که نرخ تورم سال اخیر مطابق اعلام بانک مرکزی، معادل ۱۳۹ درصد بوده است؛ بنابراین سرمایه‌گذاران بورسی جدا از اینکه سودی از این بازار کسب نکردند حتی موفق به حفظ ارزش دارایی خود نیز نشدند. شایان ذکر است که بازده بازار سهام در سال‌های ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰ به ترتیب معادل ۱۵۵ درصد و ۵ درصد بوده است.

■ مسکن

در مواقع بروز شوک‌های قیمتی و ارزی، یکی از بازارهایی که به صورت سنتی در ایران، سرمایه‌های نقدی را به سمت خود جذب می‌کند بازار مسکن



برای تعویض کارت بانکی (در صورت مخدوش شدن یا شکستن)

رو موبایلت حساب کن!



فصل چهارم:

پیوند دیجیتال با کانال‌های دیگر

برای مشتریان، افزایش در آگهی‌های بازرگانی به سطوح دسترسی ناپایداری رسیده است. حدود ۵۵ درصد بینندگان از وقفه‌های مکرر برای پخش آگهی‌ها که تعداد دفعات آن‌ها بیش از حد و طولانی است، گله‌مندند. در صورتی که ۳۳ درصد بعدی تصور می‌کنند پخش آگهی‌های بازرگانی باید افزایش یابد (Ofcom: pp ۲۰۱۷b, ۶۰-۶۳). «به هم ریختگی» بیشتری که مصرف‌کنندگان ادراک می‌کنند، برای اهداف کسب و کارها و برندها پیامدهایی دارد - که نیازمند رویکرد سنجیده‌تر نسبت به انتخاب کانال‌ها و رویکردها به ارتباطات است. به طوری که اطمینان حاصل شود مخاطبان از راه آمیخته‌ای از کانال‌ها مانند دیجیتال، پیام درست را دریافت می‌کنند. مطالعات نشان می‌دهد کارزارهای چندکاناله اثربخشی بهتری ارائه می‌کنند (۷۸ درصد با ۳ کانال) در مقایسه با ارتباطاتی که با یک کانال انجام می‌شود. (۶۷ درصد)

۲. ویژگی‌های رسانه دیجیتال

برای درک این مطلب که چگونه رسانه دیجیتال می‌تواند برای دسترسی و مشارکت بهینه با کانال‌های دیگر ادغام شود، ضروری است که ویژگی‌های تعریف شده آن شناسایی شوند (Ivanov: ۲۰۱۲, pp. ۵۳۶-۵۴۲) تا بتوان آن را از یک رسانه سنتی متمایز ساخت:

۱. پیشگفتار: آثار مصرف رسانه‌ها برای راهبرد ارتباطات

"نقش رسانه‌ها در روش‌های ارتباطاتی بازاریابی از اجرای راهبردهای پیام به گسترش و رشد درک از مشتری بدل گشته است" (Mulhern: ۲۰۰۹). از لحاظ تاریخی، رسانه تلویزیون با ۹۷ درصد نفوذ میان خانوارهای انگلستان و ۹۳ درصد بیندگی در هفته، گسترده‌ترین دسترسی را فراهم کرده است (Ofcom: ۲۰۱۷a). کمتر از ۱۵ سال پیش، کافی بود در تعداد اندکی کانال تبلیغ کرد تا جمعیت زیادی را زیر پوشش قرار داد. امروزه، چندپارگی قابل توجه کانال وجود دارد - برای مثال، مجموع ۳۲۰ کانال تلویزیونی وجود دارد، ۱۰ کانال نخست در حال حاضر دسترسی مؤثر ۵۴ درصد بیننده را در اختیار دارند که احتمالاً متمرکزند. با وجود این، زمانی که کانال‌های بی‌بی‌سی حذف شوند (زیرا هیچ تبلیغ یا حمایتی در این کانال‌ها مجاز نیست)، این آمار فقط ۲۸ درصد است (BARB: ۲۰۱۷).

واکنش تبلیغ‌کنندگان غافلگیرکننده نیست! مصرف بیشتر در (آ) کانال بیشتر برای حفظ دسترسی قبلی؛ و (ب) افزایش فرکانس برای میان‌بر زدن که این اقدام به ۷ درصد افزایش درآمد خالص تبلیغات برای پخش‌کنندگان بین سال‌های ۲۰۱۵ و ۲۰۱۴ انجامید (Ofcom: ۲۰۱۶).

آ) همیشه روشن است: مشتریان می‌توانند در هر زمان و مکان دلخواه خود، محتوا را مشاهده کنند.

ب) تعاملی است: اگر رسانه‌های دیجیتال مورد پرسش قرار گیرند، پویا و پاسخگو هستند، به مشتریان اجازه می‌دهند تا انتخاب کنند چه کاری می‌خواهند انجام دهند، چه چیزی را جست‌وجو کنند و اگر ارزشش را داشت، آن را به اشتراک گذارند.

پ) آنی است: به پیام‌ها و ایده‌ها این امکان را می‌دهد تا ظرف چند ثانیه به سطح جهان انتقال یابند.

ت) غوطه‌ور است: رسانه دیجیتال همه‌کاره است با توانایی جست‌وجو برای محتوا از راه تصویر و صدا و محتوا را با ویدئو، مجازی و واقعیت افزوده ارائه می‌کند.

ث) قابل اندازه‌گیری است: مشاهده و ثبت تعاملات و رفتارها در شکل دانه‌دانه امکان‌پذیر است.

ج) صمیمیت مقیاس‌پذیر ارائه می‌کند: گفت‌وگوهای شخصی و فردی بالایی را امکان‌پذیر می‌سازد که می‌تواند همه گفت‌وگوها را به راحتی و به گونه مؤثری مورد سنجش قرار دهد.

با وجود این، با منافع یاد شده، بازاریابان دیجیتال باید موارد زیر را در نظر بگیرند:

۱- کاهش کنترل در پیام‌رسانی: همانند هر گفت‌وگوی، کاربران می‌توانند به مکالمات پاسخ و به آن‌ها واکنش نشان دهند و آن‌ها را از مسیر منحرف سازند و می‌توانند با دیگر افراد صحبت کنند، با دسترسی به رسانه‌ای برابر با میزانی که برندها و کسب‌وکارها از آن برخوردارند.

۲- بر مشارکت مشتری متکی است: با یک وسیله ارتباطی دائماً روشن و تعاملی، مشتریان می‌توانند با محتوایی که به آن علاقه‌مند نیستند، به همان میزان از مشارکت سر باز زنند.

۳- ریسک بازخورد منفی: مصرف‌کنندگان و مشتریان می‌توانند به میل خود، عدم رضایت‌شان را بیان کنند. به نحوی که می‌تواند سال‌ها کسب‌وکارها را با ظهور مکرررش آزار دهد، پس از اینکه مشکل، شناسایی و حتی بر طرف شده باشد.

۴- سرقت پیام و محتوا: این امکان برای مالکیت معنوی یا محتوای ارزشمند وجود دارد که در صورتی که به صورت برخط امن نشده باشد، بدون اجازه، به راحتی تکثیر یا تغییر کاربری داده شود.

۳. منافع یکپارچه‌سازی نقشه‌های بازاریابی و نقش دیجیتال:

دیوید شافی و فیونا الیس چادویک (David Chaffey and Fiona Ellis Chadwick) چهار منفعت خاص برای شمولیت در یک نقشه آمیخته بازاریابی مشخص می‌کنند:

انسجام: ارتباط منطقی پیام‌ها

یکدستی و یکنواختی: استفاده از پیام‌هایی که یک اقدام یا رفتار مطلوب را حمایت یا تقویت می‌کند.

تداوم: زمینه را برای ارتباطاتی فراهم می‌سازد که یکدست و یکنواخت هستند و برای مدتی برقرار می‌مانند.

مکمل: هم‌افزا، منافعی ارائه می‌کند که بیشتر از مجموع قسمت‌هاست. در این چهارچوب، کانال‌های دیجیتال از راه‌های زیر به ارتباطات یکپارچه می‌افزایند:

۱- پیام‌رسانی پویا: افزایش انسجام با خدمت‌رسانی پیام درست مبتنی بر قواعد و محرکه‌های خاص. برای مثال، اگر شخصی به صفحه‌ای برای برنامه‌ریزی خانواده سر می‌زند، خدمتی ارائه کنید که برای خانواده‌های

جدید شخصی‌سازی شده باشد. مانند اطلاعاتی در زمینه حساب‌های کودکان و ...

۲- گسترش دسترسی: ارائه تداوم به مصرف‌کنندگانی که زمان زیادی به صورت برخط و برون‌خط صرف می‌کنند و ایجاد زمینه برای تقویت مناسبت در نقاط تماس خاص. برای مثال، اگر مشتری به نمایشگاه‌های خودرو سر می‌زند که بر اساس هوای پاک هدفمند شده‌اند، پس یک پیام متنی برایش ارسال کنید که محصولات و خدمات مربوط به وام و بیمه خودرو در آن ذکر شده باشد.

۳- تعدد دفعات را بهینه‌سازی کنید: زمینه‌سازی برای تداوم بیشتر در ارائه پیامی که قابل اندازه‌گیری است و عملکرد یا رفتار، علت ارسال آن بوده است.

۴- دوسویگی (تعاملی بودن) و نسخه‌های نمایشی محصول: ارائه راه‌های مکمل که با آن‌ها کاربران می‌توانند با برند و محتوای کارزاری درگیر شوند که دوسویه (تعاملی) هستند یا زمینه را برای نمایش غوطه‌ورانه محصولی مهیا می‌کنند که ممکن است در کانال‌های دیگر ارائه نشوند. برای مثال، ماشین حساب محاسبه اقساط تسهیلات مسکن برخط. علاوه بر این، نقشه‌ای بیشتر شامل استفاده از رسانه‌های اجتماعی به عنوان وسیله‌ای برای ایجاد مشارکت به روش‌هایی که گفتمان‌ها را با جوامع در فضاهایی تسهیل می‌کند که همانند رسانه‌های سنتی، لزوماً برای آن‌ها وجهی پرداخت نشده است (Sissors and Baron: ۲۰۰۲).

۴. سطوح یکپارچگی:

دستیابی به یکپارچگی، یک تصمیم دودویی (باینری) نیست. می‌تواند به تدریج مبتنی بر مرحله فعلی یکپارچگی در یک بانک خرده‌فروش و وجود زیرساخت‌ها و منابع لازم برای پیاده‌سازی یکپارچگی و تأمین اهداف شکل گیرد. مجریان نهادی در تبلیغات (Institutional Practitioners in Advertising- IPA) گزارشی را تهیه کردند که متجاوز از ۲۵۰ مورد مطالعاتی تحسین شده توسط IPA برای یکپارچگی را تجزیه و تحلیل کرد تا به ابعاد مشترک یکپارچگی پی ببرد، اگر در گستره صنایع وجود داشته باشد. گزارش آن‌ها چهار گزینه را برای یکپارچگی (IPA: ۲۰۱۱) تعریف کرد:

۱- فقدان یکپارچگی: استفاده از یک یا چند کانال با اندکی یا بدون یکپارچگی بین آن‌ها و با تمرکز بر یک کانال. نتایج نوعی از کارزارهای اثربخش که این رویکرد را اتخاذ می‌کنند شامل کاهش در حساسیت قیمت با تأثیر اندک بر سهم بازار.

۲- یکپارچگی تبلیغ‌محور: کانال‌ها در حول محور یک ایده خلاق متحد می‌شوند (همچنین معروف به رویکرد جورسازی چمدان‌ها). به نظر می‌رسد مؤثرتر از «نبود یکپارچگی» در سهم بازار روبه‌رشد و جذب مشتری باشد.

۳- تنظیم برندمحور: اتحاد در پیام‌رسانی و رویکرد کانال مبتنی بر ارزش‌های اصلی برند که در بلندمدت به درک بهتر و نگهداشت پیام‌های کلیدی برند می‌انجامد. این‌ها نشان داده است که در نگهداشت، دفاع از سهم بازار و درآمد حاصل از سود بسیار مؤثر بوده است.

۴- تنظیم مشارکت‌محور: اقداماتی برای ایجاد یک گفتمان یا گفت‌وگوی سه‌جانبه مشترک با استفاده از قدرت ایده بزرگ برند برای مشارکت و حتی خلق مشترک یک محصول که لزوماً ممکن است به عنوان ایده اولیه، به نظر یا احساس یکسان نباشد، اما می‌تواند در تحریک مشارکت، وفاداری و تأثیر بر سود ویژه قوی عمل کند. نمونه‌ای از این

مورد آمریکن اکسپرس (American Express) است با کارزار: شنبه کسبوکار کوچک (Small Business Saturday).

مطالعه موردی: آمریکن اکسپرس و شنبه کسبوکار کوچک

در سال ۲۰۰۲، آمریکن اکسپرس، شنبه کسبوکار کوچک را خلق کرد. یک روز خریدگردی جدید پس از جمعه سیاه (Black Friday) برای اینکه به مشتریان کسبوکارهای کوچک کمک کند. آنچه آن‌ها بیشتر از هر چیزی به آن نیاز داشتند، مشتریان بیشتر بود.

اما برای سال ۲۰۱۱، هدف روشن بود: تبدیل شنبه کسبوکار کوچک به چیزی بیش از یک رویداد، یکباره آن را به عنوان یک روز خریدگردی در خلال فصل تعطیلات تثبیت کرد. آمریکن اکسپرس نمی‌توانست آن کار را به تنهایی انجام دهد؛ بنابراین، مشتریان، کسبوکارها و مسئولان دولتی را بر آن داشت تا با دادن جعبه‌ابزاری که مردم می‌توانستند از آن استفاده کنند، متحد شوند. مانند پوسترهای تبلیغاتی برون‌خط، بترها و ابزارهای بازاریابی اجتماعی یک سازنده فیلم برای ساختن آگهی‌های بازرگانی، یک سازنده صفحه فیس‌بوک و روشی برای راه‌اندازی معاملات در فوراسکوئر (Foursquare). متجاوز از ۵۰۰,۰۰۰ صاحب کسبوکار از این اتفاق بهره بردند.

سپس، آمریکن اکسپرس به سمت مسئولان دولتی دست دراز کرد برای اینکه آن‌ها را با این اقدام جمعی همراه کند. مجامع مختلف اعلام حمایت کردند. حتی مجلس سنا با قطعنامه‌ای، شنبه کسبوکار کوچک را یک روز رسمی اعلام کرد.

سرانجام، آمریکن اکسپرس از مصرف‌کنندگان درخواست کرد تا نسبت به حمایت از کسبوکارهای کوچک متعهد شوند و این امر کمک کرد فروش بسیاری از کسبوکارهای کوچک افزایش یابد. نتایج اعلام شده حاکی از ۲/۵ میلیون «لایک» بود، احساس به شدت مثبت از سوی مصرف‌کنندگان و یک ارتباط ناگسستنی با یک روز دائمی در تقویم خریدگردی (American Express: ۲۰۱۲).

آموزه‌های کلیدی چه هستند؟

راه‌اندازی کارزارها و رویدادهای بازاریابی در سرتاسر چند کانال نیازمند درجه‌ای از هماهنگی میان ذی‌نفعان متعدد است. داشتن یک رویکرد چندوجهی که دسترسی و اثربخشی به حداکثر برسد، از اهمیت زیادی برخوردار است. همچنین این نمونه به این موضوع مرتبط است که چگونه قسمت‌های یک اداره بازاریابی باید بسیار هماهنگ باشند تا یک پیام یکدست به کل کانال‌ها به دست آید.

۵. رسانه‌های پولی، شخصی و اکتسابی:

با اینکه دسترسی مؤثر و هزینه در فرایند انتخاب کانال مهم است، بازاریابان دیجیتال همچنین باید نقش نقطه تماس در حین سفر مشتری و راهبرد محتوای مناسب برای فعال‌سازی نقطه تماس را نیز در نظر بگیرند که شامل جوهر محتوا، برندسازی، بارگذاری آگهی‌های تبلیغاتی، درجه اعتبار و سازوکار ارائه می‌شود. در اینجا در نظر گرفتن سه نوع کانال رسانه در اختیار بازاریابان دیجیتال امروز مفید است (Banksocial: ۲۰۱۷):

۱- **رسانه‌های پولی:** رسانه‌هایی هستند که بانک شما بابت تبلیغ در آن‌ها به طرف ثالث پول پرداخت می‌کند. شامل آگهی‌های بازرگانی در تلویزیون، تابلوهای تبلیغاتی و تبلیغات روزنامه.

- منافع: دسترسی تضمینی، کنترل روی زمان/ مکان برای تبلیغ، دسترسی به افراد جدید.

- چالش‌ها: نیازمند سطح درستی از دسترسی + تعدد دفعات برای اثربخشی است و برای ادامه هزینه دارد.

۲- **رسانه‌های شخصی:** فضاهایی که متعلق به بانک شماست و می‌توانید با هزینه ناچیزی تبلیغ کنید. شامل شعب، خودپردازها، وبسایت، اپ موبایل، کارکنان مرکز تماس، بلاگ‌ها.

- منافع: کنترل بر پیام‌رسانی، صرفه‌جویی در زمان راه‌اندازی، دسترسی به افرادی که دارای نقاط تماس هستند.

- چالش‌ها: فضاهای رسانه متعلق به برند، بر خط. که شامل وبسایت‌های



متعلق به شرکت است.

۳- رسانه‌های اکتسابی: جایی که مشتریان، محتوای شما را با رغبت به اشتراک می‌گذارند. شامل اظهارنظرها، ارجاعات، اشتراک‌گذاری اجتماعی، دهان‌به‌دهان.

- منافع: معتبرترین، «مهر تأیید»، دسترسی به مخاطبانی که دور از دسترس هستند.

- چالش‌ها: حداقل کنترل بر محتوا، غیرقابل خرید، ممکن است منفی باشد، اندازه‌گیری آن دشوار است.

در مفهوم بانکداری خرد، تعداد نقاط تماس موجود قابل ملاحظه است. (به مطالب زیر نگاه کنید) بنابراین، باتوجه به بودجه‌های محدود، نقاط تماس / کانال و نوع کانال درست، یعنی «متوازن‌سازی نیازهای مشتریان»، استفاده آن‌ها از رسانه‌ها و پیام‌رسانی در ترغیب و تشویقشان به اتخاذ

یک راهکار عملی خاص ضروری است.

۵- ۱- کانال‌های دیجیتال در چارچوب رسانه‌های پولی، شخصی و اکتسابی:

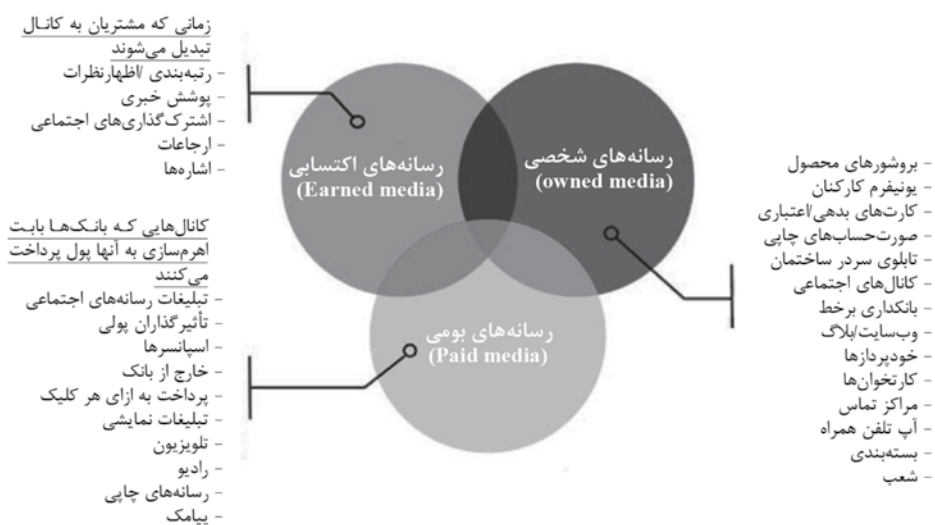
یک رویکرد ترکیبی از سه نوع کانال برای موفقیت بسیار مهم است. همچنین در نظر گرفتن موارد زیر برای:

۱- سرمایه‌گذاری و تمرکز پایدار برای ساخت و نگهداری رسانه‌های شخصی برای مشارکت لازم است.

۲- رفتار برند، رسانه‌های اکتسابی را توانمند می‌سازد و نیازمند خشنودسازی زیاد مشتریان در نقاط تماس است.

۳- رسانه پولی در حال تحول چشمگیری است و در عین حال از تلاش‌های بازاریابی در نقاط تماس (در جایی که یک حضور به‌اندازه کافی قوی نیست یا اینکه رسانه اکتسابی یک‌دست نیست)، پشتیبانی می‌کند.

شکل ۵- ۱. رسانه‌های پولی، شخصی و اکتسابی (Machin: ۲۰۱۷)، تطبیق‌یافته برای بانکداری خرد



یابید.

به طور خلاصه، برای بانک‌ها مهم است که راهبرد برخط و برون‌خط (آفلاین) خود را یکپارچه کنند تا به مشتری انتخاب و راحتی بیشتری ارائه دهند. از این رو، دو مفهوم بسیار مهم را باید در نظر داشت. نخست اینکه، چگونه تماس برخط و برون‌خط با یکدیگر برقرار شود تا هنگامی که یک مشتری از دنیای برخط به برون‌خط (و برعکس) می‌رود، به یک تجربه بی‌واسطه دست یابد. دوم اینکه، چگونه برخط با برون‌خط یکپارچه شود. یعنی درحالی‌که فردی دارد ارتباط برون‌خط را با بانک تجربه می‌کند، چگونه به نحو اثربخشی ابزارهای برخط مورد استفاده قرار می‌گیرد. برای مثال، از ابزارهای برخط در شعب چگونه استفاده می‌شود؟ این‌ها مفاهیم اصلی هستند که در مرکز یکپارچگی کانال قرار دارند و آن هم در تجربه‌ای که مشتری هنگام تعامل با بانک دارد، تأثیر شگرفی بر جای خواهد گذاشت.

منبع:

بانکداری خرد (۲) (بازاریابی دیجیتالی، تامین مالی SME ها، CRM و مدیریت منابع انسانی، ریسک، ثروت و مالی)، به سفارش بانک سامان، آکادمی سامان، فصل چهارم

۵- ۲- مراحل موردنظر برای یکپارچگی موفق:

۱- تعیین هدف: مطمئن شوید پیوند بین هدف ارتباط و ارزشی که قرار است خلق شود، روشن است.

۲- درک مشتری: نیازها، نقاط تماس و تأثیرگذاران بر مسیر تا فعل خرید را درک کنید.

۳- انتخاب کانال: مسیر(ها) و نقاط تماس را که بر تصمیم‌گیری تأثیر می‌گذارند شناسایی کنید.

۴- برنامه‌ریزی نقاط تماس: برای حداکثر کردن نسبت جذب به هزینه، رویکرد پولی، شخصی و اکتسابی را در نظر بگیرید.

۵- تدوین محتوا: محتوا را بر مبنای مخاطب، کانال و هدف نقطه تماس تدوین کنید.

۶- برنامه زمان‌بندی محتوا: برنامه زمان‌بندی محتوا را بر مبنای درصد تبدیل که برای دستیابی به اهداف ضروری است، تدوین کنید.

۷- خرید رسانه: با سازمان‌ها از نزدیک کار کنید تا مطمئن شوید، پیوندها میان نقاط تماس برقرار است.

۸- بهینه‌سازی: در جایی که ممکن است، بر مبنای عملکرد بهینه‌سازی کنید تا به شاخص‌های کلیدی عملکرد (KPI) در زمان واقعی دست



رکود تورمی چگونه اندازه گیری می شود؟

رکود تورمی با بررسی جهت انواع شاخص ها در یک دوره زمانی طولانی اندازه گیری می شود. افزایش قیمت ها و افزایش بیکاری دو مورد از این داده ها هستند. جهت هر یک از این شاخص ها لزوماً نشان دهنده پتانسیل یا وجود رکود تورمی نیست، بلکه پدیده ها در مجموع در نظر گرفته می شوند.

۱- افزایش بهای تمام شده کالاها و خدمات

افزایش در هزینه غذا، انرژی یا سایر اقلام فردی به طور کلی به عنوان نشانه رکود تورمی تلقی نمی شود. با این حال، افزایش گسترده قیمت تمام شده کالاها و خدمات می تواند یک شاخص باشد. سرمایه گذارانی که می خواهند این افزایش ها را پیش بینی کنند، می توانند روندهای شاخص قیمت تولیدکننده (PPI) و شاخص قیمت مصرف کننده (CPI) را بررسی کنند.

PPI میانگین تغییر قیمت های فروش دریافتی توسط تولیدکنندگان داخلی کالا و خدمات را در طول زمان اندازه گیری می کند. از دیدگاه تحلیلگران سرمایه گذاری، این شاخص برای تجزیه و تحلیل روند قیمت فروش و درآمد بالقوه در صنایع مختلف بسیار مفید است. از نظر تحلیل اقتصادی، حرکات PPI نشان می دهد هزینه تولید کالا در حال افزایش یا کاهش است.

CPI میانگین موزون قیمت های سبدهی از کالاها و خدمات مصرفی را

رکود تورمی، پدیده ای اقتصادی است که با تورم بالای مداوم، بیکاری بالا و تقاضای راکد در اقتصاد یک کشور مشخص می شود. رکود تورمی (Stagflation) ترکیبی برگرفته از دو واژه رکود و تورم (stagnation and inflation) است.

این اصطلاح، اقتصادی را توصیف می کند که در حال کارکرد نادرست است و در آن قیمت ها همچنان افزایش می یابد، در حالی که رشد اقتصادی (نرخ افزایش تولید کالاها و خدمات)، کاهش می یابد و عدم رشد اقتصادی در طول زمان، می تواند منجر به افزایش بیکاری شود.

در شرایط رکود تورمی، خانوارها و کسب و کارها نگران از ادامه افزایش تورم در طولانی مدت هستند و این موضوع به یک پیشگویی خودتحقق بخش تبدیل می شود، به این معنا که باعث می شود خانوارها رفتار اقتصادی خود را به گونه ای تنظیم کنند که تداوم تورم را تضمین کند. اصطلاح Stagflation برای اولین بار در دهه ۱۹۷۰ مورد استفاده قرار گرفت، زمانی که اقتصاددانان و بانک های مرکزی به دلیل یک دوره غیرمعمول تورم بالا و رشد اقتصادی ضعیف ناشی از شوک های نفتی، دچار استرس شدند.

دیوید ویل کاکس، اقتصاددان ارشد مؤسسه اقتصاد بین الملل پترسون و اقتصاد بلومبرگ، می گوید: «رکود تورمی به طور کلی اقتصادی کلان را تعریف می کند که خیلی خوب کار نمی کند.»

برعکس، بانک‌های مرکزی می‌توانند از طریق کاهش نرخ بهره و ایجاد انگیزه برای کارفرمایان برای سرمایه‌گذاری، بیکاری را کاهش دهند، اما زمانی که کارفرمایان نیروی کار استخدام می‌کنند، دستمزدها افزایش می‌یابد و هنگامی که دستمزدها افزایش می‌یابد، قیمت مصرف‌کننده افزایش می‌یابد (تورم)؛ بنابراین، تنظیم‌کننده‌ها عمدتاً در مورد رکود تورمی گیر کرده‌اند.

خرد متعارف در حل رکود تورمی، مقابله با تورم از طریق افزایش نرخ‌ها و قربانی کردن رشد اقتصادی و افزایش بیکاری است. منطق این است که بازار می‌تواند از مشکل بیکاری سریع‌تر از قیمت‌های بالای مصرف‌کننده بهبود پیدا کند.

ویل کاکس در مورد رکود تورمی می‌گوید: «تنها راه‌حل شناخته شده برای رکود تورمی، خود رکود است. فدرال رزرو باید باعث افزایش بیکاری شود. باید باعث رکود شود تا مردم را متقاعد کند که در مورد هدف ۲ درصدی تورم جدی است و آنها باید انتظارات، مطالبات دستمزدی و رفتار قیمت‌گذاری خود را به گونه‌ای تغییر دهند تا با این ۲ درصد مطابقت داشته باشد»

تفاوت رکود تورمی با رکود

رکود تورمی از چند نظر با رکود متفاوت است؛ در شرایط رکود، تولید اقتصادی کاهش می‌یابد، درحالی‌که در رکود تورمی، رشد تولید اقتصادی کاملاً راکد یا بسیار کم است. تفاوت دیگر، به طور معمول رکود منجر به تورم پایین یا حتی کاهش قیمت کالاها و خدمات می‌شود، درحالی‌که رکود تورمی با تورم بالا همراه است.

ویل کاکس می‌گوید: «خلاصی اقتصاد از رکود تورمی ممکن است به بانک‌های مرکزی نیاز داشته باشد تا اقتصاد را به سمت رکود سوق دهند و در نهایت هزینه‌ها را محدود کرده و تورم را تحت کنترل درآورند.»

اگر رکود تورمی برای سال‌ها در اقتصادهای توسعه‌یافته وجود داشته باشد، یعنی چیزی به طرز وحشتناکی اشتباه پیش رفته است. روش اصلی مقابله با رکود تورمی، حذف تورم و اجازه‌دادن به بازار برای دفع طبیعی بیکاری است. به عبارت دیگر، هدف تبدیل یک بازار دارای رکود تورمی به یک بازار رکودی است و رکود معمولاً در کمتر از یک سال برطرف می‌شود.

اندازه‌گیری می‌کند. وقتی CPI در طول زمان ردیابی می‌شود، بینش‌هایی را در مورد جهتی که قیمت‌های مصرف‌کننده هدایت می‌شوند، ارائه می‌کند. یک افزایش طبیعی در CPI کمتر از ۲ درصد در سال است. وقتی این عدد فراتر از آن افزایش می‌یابد، ترس سرمایه‌گذاران از تورم شروع می‌شود.

افزایش قیمت تنها شاخص افزایشی نیست که احتمال رکود تورمی را نشان می‌دهد. افزایش نرخ بیکاری شاخص دیگری در این زمینه است.

۲- کاهش بهره‌وری

کاهش تولید ناخالص داخلی (GDP) و بهره‌وری هر دو شاخص یک اقتصاد بیمار هستند. تولید ناخالص داخلی ارزش پولی و بهای تمام شده همه کالاها و خدمات تولید شده در مرزهای یک کشور را در یک دوره زمانی خاص دنبال می‌کند. در یک اقتصاد سالم، این مقدار به‌طور کلی در حال افزایش است. بهره‌وری یک معیار اقتصادی از بازده در واحد ورودی است. ورودی‌ها شامل نیروی کار و سرمایه است، درحالی‌که خروجی معمولاً بر اساس درآمد و سایر اجزای تولید ناخالص داخلی، از جمله موجودی‌های تجاری اندازه‌گیری می‌شود.

معیارهای بهره‌وری ممکن است به طور جمعی در کل اقتصاد مورد بررسی قرار گیرند یا ممکن است به صورت جداگانه توسط صنعت برای بررسی روند رشد نیروی کار، سطح دستمزد و بهبود فناوری مشاهده شوند. کاهش بهره‌وری عموماً نشانه یک اقتصاد بیمار است.

مردم به‌طور کلی زمانی که اقتصاد در حال رونق و قیمت‌ها پایین است خوش‌حال‌تر هستند. برایان کولتون می‌گوید: «اگر دو چیز متفاوت را دریافت می‌کنید، یعنی اگر همه چیز همیشه گران می‌شود اما نمی‌توانید بیشتر مصرف کنید و ممکن است شغل خود را نیز از دست بدهید، نشانه بدی است.»

رفع رکود تورمی نیز سخت است. این کار عمدتاً عهده بانک‌های مرکزی مانند فدرال رزرو است که برای تضمین یک اقتصاد باثبات به وجود آمده‌اند. به‌طور کلی، فدرال رزرو قصد دارد تورم را در حدود ۲ درصد نگه دارد. معمولاً وقتی تورم از آن سطح فراتر رود، فدرال رزرو و سایر بانک‌های مرکزی نرخ بهره را افزایش می‌دهند. این کار باعث می‌شود وام‌گیری برای خانوارها و کسب‌وکارها گران‌تر شود که این امر نیز باعث کاهش هزینه‌ها و کاهش افزایش قیمت‌ها می‌شود.

ویل کاکس معتقد است وقتی مردم متقاعد شوند که تورم باقی می‌ماند، همه چیز سخت‌تر می‌شود؛ بنابراین بانک‌های مرکزی مجبور می‌شوند نرخ‌های بهره را با شدت بیشتری افزایش دهند تا تورم را تحت کنترل درآورند که خود می‌تواند رشد اقتصادی را به طرز چشمگیری کاهش دهد.

پیچیدگی راه‌حل رکود تورمی

اجتناب از رکود تورمی دشوار است، زیرا تنظیم‌کننده‌های مالی باید دو مورد از منافع متضاد را متعادل کنند: تورم و بیکاری. مقابله با تورم معمولاً مستلزم افزایش نرخ بهره است که وام‌گرفتن پول را گران‌تر می‌کند. این امر تقاضای مصرف‌کننده را کاهش می‌دهد و اداره یک تجارت را گران‌تر می‌کند. کارفرمایان اغلب با کم کردن نیروی کار خود به این موضوع پاسخ می‌دهند که باعث می‌شود بیکاری افزایش یابد.





قصد هدف را دریابیم هدف دست یافتنی است

| علیرضا کوشکی چهرمی |

(ساختن مدرسه) خیلی ضعیف می‌شود و حتی ممکن است ادامه پیدا نکند. مثلاً اگر در مورد ازدواج، معشوقه سازنده مدرسه ازدواج کند، آن مدرسه حتی اگر اسکلتش هم ساخته شده باشد، هیچ وقت تکمیل نمی‌شود و در حد همان اسکلت باقی خواهد ماند و جالب اینجاست که حتی اگر مدرسه هم ساخته شود، حال خوب و خشنودی واقعی ایجاد نمی‌کند.

حالا یک نفر دیگر هم ممکن است پیدا بشود و بگوید من فقط به خاطر کودکان نیازمند می‌خواهم مدرسه بسازم. در این حالت که «قصد هدف و هدف» یکی است. این یکی بودن و همسویی می‌دانید یعنی چه؟ یعنی تا زمانی که کودکان نیازمند هستند، انگیزه برای ساختن مدرسه هم پابرجاست. وقتی هم مدرسه ساخته بشود خشنودی واقعی به محض ساخته شدن و بعد از استفاده برای خیرین واقعی و سازندگان پابرجا می‌ماند.

قصد هدف اگر اهمیتش بیشتر از هدف نباشد، هیچ وقت کمتر نیست و یکی از مهم ترین دلایلی که به هدف هایمان می‌رسیم و هنوز حال دلمان خوب نیست، شاید باید برگردیم و مشکل رو در قصد هدف بررسی کنیم.

با این استدلال می‌شود تا حدودی دلیل اینکه یک پزشک متخصص با سالها تلاش و درس خواندن، سازفروش می‌شود را فهمید؛ شاید دلیل اینکه در کشور ما ۷۰ درصد فارغ التحصیل های مقاطع دانشگاهی مشغول کار غیر مرتبط با رشته ای که در آن فارغ التحصیل می‌شوند رو بشود درک کرد. یا سهام داران و مالکان بزرگ بخش خصوصی که تمایل دارند وارد سیستم های دولتی و سیاسی بشوند و دغدغه هایشان می‌شود موضوعاتی غیر از خدمتگزاری رو بتوانیم حدس بزنیم.

در انتها به نظرم فکر کردن به این سؤال می‌تواند به ما خیلی کمک کند: در زندگی کجاها بوده که همسویی «هدف و قصد هدف» شما رو با انگیزه کرده و پرنرژگی نگه داشته و از طرف دیگر عدم همسویی بین این دو مقوله مهم، وسط راه اشتیاق را از شما گرفته؟! منبع: گاهنامه مدیر

مثل همیشه نبود. آخه مگه میشه آخرین روز کاری توی سال باشه و موقع خدا حافظی حالت گرفته باشه؟

صداش کردم، گفتم مشکلی پیش اومده؟

گفت: خودمم نمی‌دونم. همه چی سر جاشه. همه کارها روی غلتکه ولی ...

گفتم: با خودت عهد کرده بودی که توی سالی که گذشت کاری بکنی؟ به چیزی برسی و نتونسته باشی؟

گفت: چند تا هدف بزرگ داشتم که خدا رو شکر علی رغم همه سختی ها به همشون رسیدم.

بهش گفتم: اینکه خیلی عالی، پیشاپیش سال نو هم مبارک باشه؛ رفت. پیش خودم فکر می‌کردم چی میشه که انسان ها همه برنامه هاشون رو عملیاتی می‌کنن و اهدافشون رو با تلاش زیاد به دستاورد و نتیجه می‌رسون ولی باز انگار یه چیزی کم دارن؟! شاید یکی از مهم ترین دلایل این است که ما معمولاً همیشه تمرکزمان روی هدف ها است تا بتونیم اهداف رو به مرحله شیرین «دستاورد» برسانیم و عامل مهمی به اسم «قصد هدف» رو غالب اوقات فراموش می‌کنیم. قصد هدفی که به مراتب مهم تر از خود هدفه.

بگذارید با یک مثال ساده اهمیت «قصد هدف» رو بررسی کنیم. یک هدف خوب و خدا پسندانه ای وجود دارد به اسم ساختن مدرسه توسط خیرین مدرسه ساز. از هر جهت نگاه کنیم این هدف خیر به شدت مورد تأیید و مورد نیاز است. خوب تا اینجا هدف شد کار خیر و ساختن مدرسه. اما بریم سراغ قصد هدف از این اقدام خدا پسندانه؛

یک نفر ممکنه قصدش از ساختن مدرسه شهرت باشه. یک نفر دیگه ممکنه بخواد جایگاه اجتماعی کسب کنه برای انتخابات شورای شهر.

یک نفر دیگه ممکنه بخواد از این طریق پول شویی کنه. یکی دیگه ممکنه بخواد اسمش روی تابلوی مدرسه بیاد و توی خواستگاری راحت تر جواب مثبت بگیره.

هر کدام از این قصد هدف ها اگر مخدوش بشوند احتمال پیگیری هدف



گفت و گو با همکاران شعبه ۱۷ شهر یور تبریز

شعبه‌ای راحت، سریع و قابل اعتماد

گفت و گو: هاشم راعی

شعبه شامل یک نفر بانکدار فروش تخصصی، دو نفر بانکدار عملیات و پشتیبان و سه نفر بانکدار فروش است که یکی از آنها در مرکز خدمات مستقر است.

رئیس شعبه ۱۷ شهرپور تبریز همچنین گفت: ترکیب اکثریت مشتریان شعبه حقیقی بوده و اولویت تیم شعبه ۱۷ شهرپور تبریز بازاریابی مشتریان ویژه، اصناف، مشتریان بالقوه و پرتانسیل در جهت کسب سهم حداکثری از بازار نسبت به رقبا و افزایش منابع و مصارف است.

میرزایی در خصوص نحوه برنامه‌ریزی برای پیشبرد اهداف شعبه، اظهار کرد: در خصوص نیل به اهداف تعیین شده، با همکاران جلسات گروهی و موردی برگزار و ضمن اطلاع‌رسانی و تشریح اهداف موردنظر در شاخص‌های مختلف نسبت به تبادل نظر در خصوص نقاط قوت و ضعف شعبه و راهکارهای مختلف در جهت عملکرد مطلوب اهداف پیش‌بینی شده در تمامی شاخص‌ها با همکاری تیمی اقدام می‌گردد.

میرزایی در بخش دیگری از گفت‌وگوی خود در رابطه با تنظیم روابط با همکاران عنوان کرد: در خصوص ارتباط اینجانب با همکاران شعبه، همواره کوشیده‌ام در جهت ارتقای توان بهره‌وری و ایجاد فضای روحی و روانی زنده و شاداب در محیط کار، جوی دوستانه و عاری از هرگونه تنش را فراهم سازیم تا نتایج مطلوب‌تری در زمینه اهداف تعیین شده کسب نمایم.

وی سپس ادامه داد: در تنظیم روابط با مشتریان باید عرض کنم، مشتری‌مداری و تکریم ارباب‌رجوع از اولویت‌های بانک سامان است. اینجانب و همکاران در راستای این سیاست و نگرش بانک در جذب و وفادارسازی مشتریان، رفتار محترمانه و تأثیرگذار با مشتریان بانک و حتی مشتریان گذری داشته و نسبت به شناسایی نیازها و مشاوره و راهنمایی در جهت رفع نیازهای آنها با ایجاد حس راحتی، سرعت در ارائه خدمات و جلب اعتماد مشتریان اقدام می‌کنیم. به نظر اینجانب هر برخورد و عملکرد رفتاری از طرف اینجانب یا همکاران در نظر مشتری به‌نام بانک تعبیر می‌گردد؛ از این رو می‌بایست در جهت اعتلای جایگاه بانک در سطح جامعه سعی و تلاش کنیم در نقش نماینده بانک به نحو احسن، سنجیده و مثبت عمل کنیم.

رئیس شعبه ۱۷ شهرپور تبریز همچنین در خصوص استقبال مشتریان از ابزارهای الکترونیک خاطرنشان کرد: با نظر به تغییر و تحولات نوین در صنعت بانکداری الکترونیک، همواره بانک سامان در این عرصه نیز نسبت به رقبا پیش‌تاز بوده و استراتژی بانک بر مبنای بازاریابی محصولات جدید و خلق ابزارهای نوین و همچنین توسعه آنها با لحاظ سه رکن تجاری‌سازی، بهینه‌سازی فرایندها و رشد با به‌کارگیری متخصصین مجرب و برنامه‌ریزی مدون و منسجم بوده است؛ از این رو یکی از اولویت‌های شعبه ترغیب مشتریان جهت استفاده از خدمات غیرحضوری است. در ارائه ابزارهای الکترونیک مانند نت‌بانک و موبایل اکثريت مشتریان استقبال نموده که مستلزم اطلاع‌رسانی، وقت‌گذاری و راهنمایی کامل مشتریان است.

وی سپس ادامه داد: شعبه ۱۷ شهرپور تبریز در سال ۱۴۰۱ با همکاری تیمی و تلاش همکاران در اهداف تعیین شده در کلیه شاخص‌های منابع، مصارف، مطالبات و... پوشش صد و بالای صددرصدی داشته و توانست در انتهای سال ۱۴۰۱ عملکرد مطلوب ۱۲۶ درصد را کسب نماید.

میرزایی گفت‌وگوی خود را این گونه پایان داد: در خاتمه، خاطره‌ای از



اروج میرزائی / رئیس شعبه

در این شماره از نشریه سامان با همکاران شعبه ۱۷ شهرپور تبریز به گفت‌وگو نشستیم. آنچه در ادامه می‌خوانید، ماحصل این گفتگو با همکاران شعبه ۱۷ شهرپور تبریز است.

رئیس شعبه ۱۷ شهرپور تبریز، آقای اروج میرزائی، ۴۸ ساله فارغ‌التحصیل سال ۱۳۷۸ رشته حسابداری مقطع کارشناسی است که پس از ۲ سال و نیم کار در امور مالی شرکت داداش برادر (آیدین)، از اول اردیبهشت‌ماه سال ۱۳۸۲ به بانک سامان پیوسته است. وی از سال ۱۳۸۲ الی ۱۳۸۷ به‌عنوان متصدی بانکی، از سال ۱۳۸۷ الی ۱۳۸۹ در سمت رئیس دایره سپرده و انتقالات در شعبه تبریز، از سال ۱۳۸۹ الی اواخر ۱۳۹۰ در سمت رئیس دایره صندوق شعبه ولیعصر تبریز، از اواخر سال ۱۳۹۰ الی ۱۳۹۱ در سمت معاونت شعبه ۱۷ شهرپور تبریز، از نیمه دوم سال ۱۳۹۲ الی ۱۳۹۳/۷/۷ در سمت معاونت ریالی شعبه تبریز، از ۱۳۹۳/۷/۸ الی ۱۴۰۰/۱۱/۲۹ در سمت مسئول شعبه بازار تبریز و از ۱۴۰۰/۱۱/۳۰ در سمت مسئول شعبه ۱۷ شهرپور تبریز مشغول کار بوده است.

اروج میرزایی، اظهار کرد: از سال ۱۳۸۳ الی ۱۳۸۷ هرسال به طور متوالی به‌عنوان کارمند نمونه انتخاب شده و همچنین در ۷ سال و نیم تصدی مسئولیت شعبه بازار تبریز این افتخار را داشته‌ام که با همکاری تیمی، شعبه بازار تبریز در سال‌های ۱۳۹۷ و ۱۳۹۹ به‌عنوان یکی از ۱۰ شعب برتر سال نزد بانک مرکزی ثبت گردد.

وی ادامه داد: موقعیت منطقه‌ای شعبه ۱۷ شهرپور تبریز نزدیک مرکز شهر بوده و بیشتر صنوف پیرامون شعبه داروخانه‌ها، آزمایشگاه‌ها و تجهیزات پزشکی هستند. این شعبه دارای یک مرکز خدمات در مجتمع تجاری ایپک پالاس واقع در شهرک اندیشه است و ترکیب نیروی انسانی



علی شهین‌فر/ معاون شعبه

در بانک سامان فعالیت داشته باشم و تمام تلاش خود را جهت ارتقای عملکرد شخصی انجام داده و خواهم داد و همچنان به آینده ایمان و امید دارم که در سایه همدلی و همراهی همکاران در بانک سامان به تمامی هدف‌های پیش رو خواهیم رسید.

نامی در خصوص چالش‌ها و جذابیت‌های امور روزانه خود در شعبه اظهار نمود: باتوجه به منطقه‌ای که شعبه در آن قرار گرفته و عملکرد و ترکیب مشتریان و تقسیم‌بندی وظایف شغلی، سعی در جذب مشتریان هدف به منظور جذب منابع ارزان‌قیمت و پرداخت تسهیلات مناسب برای مشتریان در حوزه فعالیت شعبه مانند داروخانه‌ها، مطب پزشکان، تجهیزات پزشکی و آزمایشگاه دارم و این عقیده در من وجود دارد که پتانسیل و جایگاه این شعبه به مراتب بالاتر از جایگاه فعلی است.

وی در خصوص روش تحقق برنامه سامان ۱۴۰۴ هم اظهار کرد: این امر مستلزم دو چیز است؛ نخست، تعامل با مشتریان هدف به جهت جذب منابع ارزان‌قیمت و پرداخت تسهیلات صنفی برای پزشکان و داروخانه‌ها و شرکت‌های تولیدی بازرگانی و خدماتی و بالابردن ترکیب تسهیلات صنفی برای این گروه از مشتریان به‌طوری که ترکیب تسهیلات صنفی بالای ۷۰ درصد جمع تسهیلات شده و سودآوری شعبه تأمین گردد و دوم ترغیب مشتریان به استفاده از خدمات غیرحضور.

وی در پایان از نحوه تعامل خود با مشتریان گفت: اعتماد مشتریان به بانک و همکاران و افزایش سرعت در خدمات ارائه شده به مشتری و راحتی و آسان و قابل فهم بودن نوع خدمت ارائه شده برای مشتریان اهمیت بالایی دارد که سعی دارم این موارد را همیشه رعایت و همچنین مشتریان شعبه را تشویق و ترغیب به استفاده از خدمات غیرحضور که

بخشی از اجرای یک برنامه رادیویی، مصاحبه با نخبگان و اندیشمندان بنام ایرانی که رأس ساعت ۱۵ روزهای پنجشنبه در دهه ۷۰ از رادیوی سراسری پخش می‌شد نقل کنم که قبل از شروع مصاحبه با دانشمندان منتخب ایران‌زمین، به همراه ریتم موسیقی یک جمله کوتاه از شادروان پرفسور دکتر حسابی پخش می‌شد با این مضمون: «قلب هر ایرانی که برای ایران نپد، بهتر است نپد» باگذشت سال‌ها این جمله یکی از جمله‌هایی است که در ذهن اینجانب حک شده و با اقتباس از این جمله، این چنین باید گفت: «قلب هر سامانی، باید برای سربلندی و پیشرفت روزافزون و شکوفائی سامان نپد» و با آرزوی بهترین‌ها و عاقبت‌به‌خیری برای سامان و سامانیان.

۲۱ سال حس خوب

علی شهین‌فر، معاون شعبه ۱۷ شهرپور تبریز، ۴۵ ساله و کارشناس مدیریت بازرگانی است و ۲۱ سال پیش به بانک سامان پیوسته است. وی در گفت‌وگو با نشریه سامان عنوان کرد: در روزهای نخست که در سال ۱۳۸۱ به بانک سامان آمدم استرس داشتم که با مشتریان چطور برخورد کنیم و با کامپیوتر چطور کار مشتریان را انجام دهیم و استرس‌هایی که طبیعتاً در محیط کار پیش می‌آمد؛ ولی الان باگذشت ۲۱ سال از آن زمان و باتوجه به بالا رفتن سن و کسب تجربه، در حال حاضر احساس خوبی دارم که توانسته‌ام در طول این سال‌ها برای مشتریان، بانک سامان و خودم مفید واقع شوم.

شهین‌فر سپس گفت: چالش و جذابیت روزانه کار در شعبه این است که از اول صبح تا آخر وقت اداری که در شعبه هستیم طبق برنامه‌هایی که برای کار داریم با انجام دادن کارهای مختلف و تنوع در کار و مشتریان مختلفی که به شعبه مراجعه می‌کنند با برخورد با آنها و انجام کارهای مشتری و رضایت‌مندی مشتری روز کاری خود را با خوشی طی می‌کنیم. معاون شعبه ۱۷ شهرپور تبریز در خصوص برنامه سامان ۱۴۰۴ هم اظهار کرد: برنامه سامان ۱۴۰۴ دارای سه رکن اصلی تجاری‌سازی، بهینه‌سازی فرایندها و رشد است؛ هدف این است که سعی کنیم معرفی عملیات بانکی غیر شعبه‌ای و جلب نظر مشتریان در خصوص استفاده از موبایل برای انجام این امور، باعث بهبود آمار مهاجرت از ابزارهای سنتی به مدرن گردد تا وقت نیروهای شعبه برای امور فروش، باز گردد. وی در پایان گفت: نحوه تعامل با مشتریان بسیار خوب و صمیمی است و انجام کارهای مشتریان و برخورد صمیمی اینجانب با مشتریان موجب دریافت بازخوردهای خوب شده است که این امر برای من، بسیار خوشایند است.

جایگاهی بالاتر از جایگاه کنونی

هادی نامی، کارشناس فروش تخصصی ۳۶ ساله شعبه ۱۷ شهرپور است که با مدرک کارشناسی ارشد حسابداری از سال ۱۳۹۱ به بانک سامان پیوسته است. وی قبل از ۲۶ مهرماه ۱۴۰۱ که در این شعبه مشغول فعالیت شود در شعب استاد شهریار تبریز و شعبه تبریز فعالیت داشته و قبل از استخدام در بانک سامان در حوزه حسابداری و مالی مشغول بوده و همچنین تدریس در دانشگاه و تألیف دو مقاله داخلی و یک مقاله بین‌المللی را در سوابق خود دارد.

وی در خصوص روزهای نخست حضور در بانک سامان گفت: باتوجه به علاقه شخصی به فعالیت در بانک، این توفیق حاصل شد تا از سال ۹۱



هادی نامی



میرعلیرضا موسوی

همسو با استراتژی ۱۴۰۴ است، کنم.

تعامل، تعامل و باز هم تعامل

میرعلیرضا موسوی، ۴۶ ساله، دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، از سال ۱۳۸۳ در بانک سامان مشغول خدمت بوده و دارای دو سال سابقه کار نیز در هتل پارس تبریز است. موسوی، در حال حاضر مسئول باجه مجتمع تجاری ایپک پالاس تبریز است.

موسوی در خصوص عملکرد خود در بانک سامان گفت: به سبب ماهیت کار در مرکز خدمات، همواره با مشتریان جدیدی آشنا شده و به تبع آن با چالش‌های جدیدی نیز مواجه می‌شویم که هریک به جذابیت و تنوع کار در این مرکز می‌افزایند.

وی ادامه داد: همواره با ریاست محترم و بسیار کارآمد و متعهد شعبه

در ارتباط نزدیک بوده و از تجربیات ارزشمند و رهنمودهای کاربردی ایشان کمال بهره را می‌برم و در صورت لزوم با سایر همکاران شعبه مادر نیز تعاملات خوبی دارم.

او همچنین گفت: در خصوص اهداف و برنامه‌ریزی در راستای استراتژی سامان ۱۴۰۴، اینجانب همواره در تلاش برای جذب حداکثری اصناف و کسبه منطقه و ارائه خدمات مالی به ایشان بوده و جذب شرکت‌های فعال منطقه و هدایت ایشان به شعبه مادر نیز در برنامه‌های این مرکز قرار دارد. باتوجه به اینکه مشتریان این مرکز از اهالی و ساکنین منطقه غرب تبریز، شهر جدید سهند و شهرستان‌های مسیر استان آذربایجان غربی هستند، تعاملات بسیار خوبی نیز با ایشان برقرار نموده‌ام.

در پایان ضمن تشکر از مساعدت‌های رئیس شعبه در خصوص امور مرکز خدمات، برای همه سامانیان آرزوی بهروزی دارم.



برای صدور مجدد کارت بانکی (پیش از منقضی شدن)

رو موبایلت حساب کن!



موبایل بانک سامان
www.mobillet.ir

موبایلت

روابط عمومی؛ هنر هشتم

به منظور آشناتر شدن خوانندگان نشریه با مدیریت‌ها و ادارات مختلف بانک، از این ماه در هر شماره با مسئول یکی از واحدهای سازمانی گفت‌وگو خواهیم کرد. در این شماره، به مناسبت روز ۲۷ اردیبهشت، روز روابط عمومی و ارتباطات، با جناب آقای حسنی، مدیر محترم روابط عمومی و صدای مشتریان به گفت‌وگو نشستیم. آنچه در ادامه می‌خوانید حاصل این گفت‌وگو است.

• لطفاً خودتان را معرفی نمایید.

فرنود حسنی هستم، فوق‌لیسانس مهندسی فناوری اطلاعات و دانش‌آموخته دکتری مدیریت رسانه از دانشگاه علوم و تحقیقات تهران. علاقه‌مندی‌های جدی من مطالعات اجتماعی و رسانه و دویدن هستند.

• مسیر شغلی خود را تا رسیدن به جایگاه فعلی، تشریح نمایید.

فعالیت‌های کاری خود را از دوران دانشجویی شروع کردم؛ اما به صورت جدی و رسمی کارم را با فعالیت در یکی از شرکت‌های تابعه وزارت کشاورزی در حوزه اطلاع‌رسانی و تبلیغات آغاز کردم و سپس به عنوان مسئول روابط عمومی و بازاریابی به مرکز ملی فناوری اطلاعات رفتم و زیر نظر دکتر انواری مشغول به کار شدم. از آنجا به شرکت خدمات انفورماتیک رفتم و با گروهی از دوستان، آن زمان روابط عمومی شرکت را راه‌اندازی و فعال کردیم و پس از آن در آبان ۱۳۸۶ به بانک سامان پیوستم و از ابتدا در

سطوح مختلف در روابط عمومی بانک خدمت کردم.

• لطفاً نمایی کلی از مدیریت روابط عمومی و صدای مشتریان به خوانندگان ارائه دهید.

تیم مدیریت روابط عمومی بانک سامان باتکیه بر تجارب و تلاش‌های همکاران قبلی و موجود خود همیشه در بین رقبا حرف‌های زیادی برای گفتن داشته است و اکنون با سه اداره «رسیدگی به صدای مشتریان» در حوزه پاسخگویی به پرسش‌ها و پیگیری شکایت‌ها و انتقادات مشتریان، اداره «روابط عمومی» با مأموریت تولید و انتشار محتوای خبری، گزارشی و تصویری و اداره «تبلیغات» با نقش تولید خلاقه‌های تبلیغاتی و طرح‌های گرافیکی در حوزه‌های مختلف محصولات و خدمات بانک تلاش دارد در راستای استراتژی سامان ۱۴۰۴ از اهداف کسب‌وکاری بانک حمایت کند.



مدیریت و انتشار ویدئوهای بانکی در شعب



اطلاع‌رسانی در خصوص محصولات و خدمات بانک در رسانه‌های عمومی



به‌روزرسانی اطلاعات سایت بانک (محتوای مختلف مربوط به شعب، محصولات بانکی و...)



تهیه محتوا برای رسانه‌های مختلف بانک (سایت، نشریه، بروشور، پمفلت، بنرهای تبلیغاتی و...)



برگزاری همایش‌های بانکی و انجام تشریفات مربوط به آن



پاسخگویی به مشتریان و ثبت نظرات، انتقادات و شکایات آن‌ها



تهیه هدایای مناسبی



طراحی و تولید تندیس برای موضوعات مختلف

بانک سامان

Saman Bank

• **وظایف اصلی هر یک از ادارات و دواير را بيان بفرمایید.**

اداره رسیدگی به صدای مشتریان ما مسئولیت ارائه راهنمایی، مشاوره، هدایت و پیگیری انواع درخواستهای مشتریان را دارد که به هر دلیلی در بخشهای مختلف بانک به پاسخ کامل یا مطلوب نرسیده است. همکاران عزیزم در این اداره تلاش می کنند با دریافت پیامهای تلفنی، ایمیلی و کتبی مشتریان پاسخ لازم را از کانال مربوطه در بانک تهیه کنند و در اختیار مشتری قرار دهند.

• **مهم ترین مصرف کننده خدمات مدیریت شما چه کسانی هستند؟**

روابط عمومی بانک با همه ذی نفعان به صورت مستقیم یا غیرمستقیم مراوده کاری و اجرایی دارد؛ اما در رویکرد عملیاتی سامان ۱۴۰۴ تمرکز اصلی ما برای پوشش و پشتیبانی واحدهای کسب و کار بانک است.

• **در پروژه سامان ۱۴۰۴، چه اهدافی برای مدیریت شما در نظر گرفته شده است؟**

تبیین و تبلیغ همه مبانی تعریف شده در برنامه راهبردی سامان ۱۴۰۴ جزو وظایف این مدیریت محسوب می شود و ما بر اساس درخواستها و برنامه هایی که واحدهای کسب و کار در اهداف کاری خود پیش می برند وارد می شویم و نیازهای اطلاع رسانی و تبلیغاتی را پوشش می دهیم.

اداره روابط عمومی ما نقش تولید انواع محتوای خبری، گزارشی و تصویری برای پوشش دستاوردها و رویدادهای بانک را بر عهده دارد. همچنین هدایت محتوایی و ارتباطات رسانه ای داخلی و بیرونی بانک با تلاش این همکاران صورت می گیرد.

اداره تبلیغات ما دو وظیفه عمده دارد؛ در گام نخست تولید انواع



ارسال پیامک های بانکی



مدیریت شبکه های اجتماعی بانک از جمله: Aparat, Instagram, LinkedIn



عکاسی و تهیه فیلم و کلیپ از مراسم، مسئولیت های اجتماعی، برندگان وین و...



UI و UX سایت بانک، مدیریت ترافیک سایت و سئو



حضور در نمایشگاه ها و انجام امور اسپانسرشی رویدادها



طراحی گرافیکی و صفحه آرایشی بروشور و تراکت و گزارش های سالانه مدیریت، بانک سامان



تبلیغات، برندینگ و مشارکت در برند کارفرمایان



انتشار نشریه سامان با هدف انعکاس اخبار و رویدادهای بانک سامان

همکاران مدیریت روابط عمومی و صدای مشتریان







تقدیر از نفرات برتر آزمون‌های سال ۱۴۰۱

تداوم یادگیری و به‌روز نگه‌داشتن اطلاعات تخصصی بانکی در بازار رقابتی امروز از جمله ویژگی‌ها و وجوه تمایز کارکنان بانک سامان در میان رقبا است که برای دستیابی به اهداف کلان مشخص شده در برنامه سامان ۱۴۰۴، این مهم جز با برنامه‌ریزی منظم و کار تیمی و تعهد به یادگیری امکان‌پذیر نخواهد بود. در سال‌های اخیر با برگزاری آزمون‌های ادواری بخشنامه‌ها در حوزه‌های ریال، الکترونیک، اعتبار و ارز و همچنین آزمون جامع بانکی شاهد تلاش همکاران برای بالابردن سطح دانش شغلی خود بوده‌ایم و قطعاً نتایج این تلاش در آینده به‌صورت عملیاتی قابل مشاهده خواهد بود. به همین منظور و در جهت تشویق همکاران به مشارکت بیشتر در آزمون‌های سازمانی، از نفرات برتر آزمون‌های سال ۱۴۰۱ تقدیر و تشکر می‌نمایم و امیدوارم در سال‌های آتی با تلاش مستمر، همکاران بیشتری را در رتبه‌های برتر آزمون‌ها معرفی کنیم و شاهد اعتلای نام سامان و نیروی انسانی توانمند آن در شبکه بانکی باشیم.

با تشکر
داود سوری

اسامی و رتبه نفرات برتر

نام	نام خانوادگی	نام شعبه	نوع شعبه	پست	رتبه
محمد	مکبریان	آفریقای شمالی	منتخب ارزی	بانکدار عملیات	۱
فرزانه	تقی زاده	کرمان	منتخب ارزی	بانکدار عملیات	۲
الهام	قطب الدینی	کرمان	منتخب ارزی	بانکدار عملیات	۳
پیمان	حیدری	سیتی سنتر اصفهان	منتخب ارزی	بانکدار عملیات	۴
علی اصغر	جلمبادانی	آفریقا	منتخب ارزی	بانکدار عملیات	۵
علی	زاهدی فر	بابل	غیر منتخب ارزی	بانکدار عملیات	۱
مسعود	احمدزاده	استاد شهریار	غیر منتخب ارزی	بانکدار عملیات	۲
حامد	عربشاهی فر	زاهدان	غیر منتخب ارزی	بانکدار عملیات	۳
سمیعه	زرعی	زاهدان	غیر منتخب ارزی	بانکدار عملیات	۴
علیرضا	جعفری ندوشن	یزد	غیر منتخب ارزی	بانکدار عملیات	۵
سمیرا	محمدی برنجستانی	ساری	منتخب ارزی	بانکدار فروش	۱
جمال	خلیلی دلپگانی	سیتی سنتر اصفهان	منتخب ارزی	بانکدار فروش	۲
وحید	محمدی	گلزار رشت	منتخب ارزی	بانکدار فروش	۳
عسکر	قربانیور	گلزار رشت	منتخب ارزی	بانکدار مسئول مرکز خدمات	۴
رضا	رضانی دولت آبادی	سیتی سنتر اصفهان	منتخب ارزی	بانکدار فروش	۵
کبری	فتحی شوب	بابل	غیر منتخب ارزی	بانکدار فروش	۱
سیدسجاد	شفیعی	بابل	غیر منتخب ارزی	بانکدار مسئول مرکز خدمات	۲
محمدعارف	خسروی	سندج	غیر منتخب ارزی	بانکدار فروش	۳

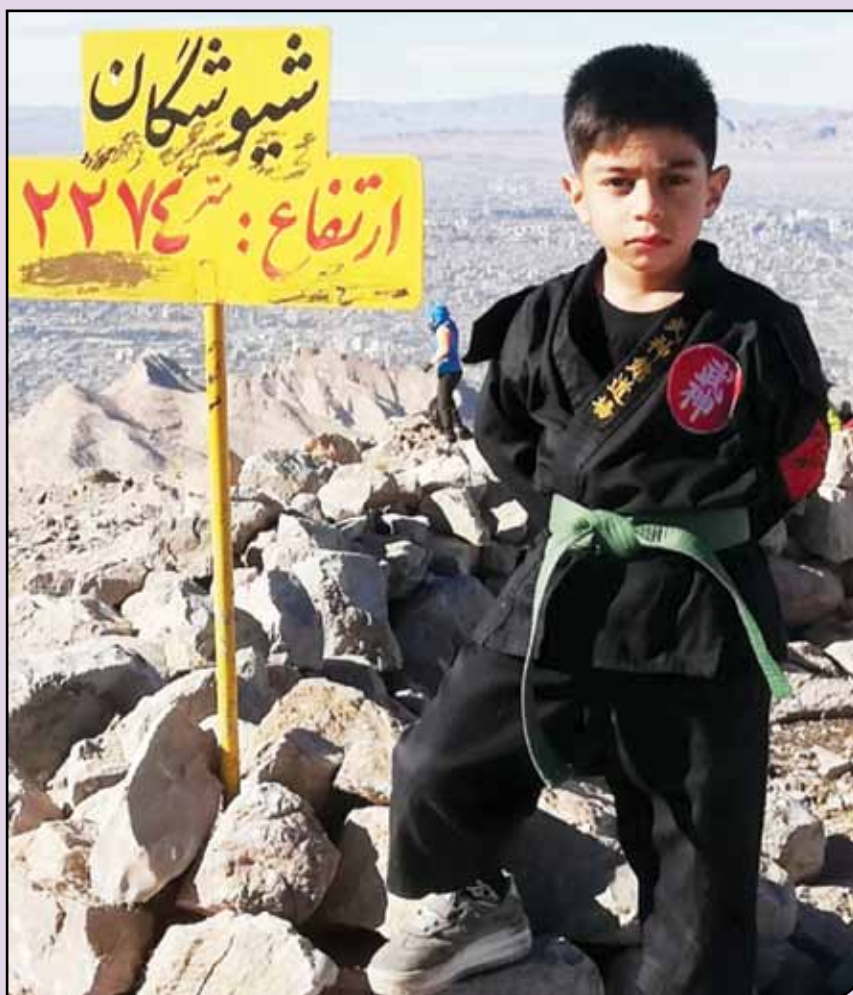
۴	بانکدار فروش	غیر منتخب ارزی	بجنورد	دانشمند	سید حمید
۵	بانکدار فروش	غیر منتخب ارزی	سنندج	رحمن پناه	ایوب
۱	بانکدار فروش تخصصی	منتخب ارزی	جهانشهر کرج	حیدری	مریم
۲	بانکدار فروش تخصصی	منتخب ارزی	ساری	ملاکریمی	سپیده
۳	بانکدار ویژه	منتخب ارزی	بلوار جمهوری یزد	دشتکی	جلال
۴	بانکدار فروش تخصصی	منتخب ارزی	میدان آرژانتین	معینی	فاطمه
۵	بانکدار فروش تخصصی	منتخب ارزی	دکتر فاطمی	توکلی	امیر حسین
۱	بانکدار فروش تخصصی	غیر منتخب ارزی	میدان حسین آباد	حسینی	آمنه سادات
۲	بانکدار فروش تخصصی	غیر منتخب ارزی	استاد شهریار	احمدی شیران	اصغر
۳	بانکدار فروش تخصصی	غیر منتخب ارزی	یزد	مزیدی	سید کمال الدین
۴	بانکدار فروش تخصصی	غیر منتخب ارزی	میدان کوثر کرمان	خلیلی زاده ماهانی	زرین
۵	بانکدار فروش تخصصی	غیر منتخب ارزی	سنندج	ارغوانی	آوات
۱	معاون	منتخب ارزی	ساری	پاچناری	سیده فاطمه
۲	معاون	منتخب ارزی	ساری	ارمشی	مینا
۳	معاون	منتخب ارزی	جهانشهر کرج	تک دهقان	مهدی
۴	معاون	منتخب ارزی	کرمان	سیاری	اعظم
۵	معاون	منتخب ارزی	گلزار رشت	حجازی فر	عاطفه
۱	معاون	غیر منتخب ارزی	اریکه ایرانیان	قانع	فرشته
۲	معاون	غیر منتخب ارزی	یزد	آخوندی باجگانی	محمد حسین
۳	معاون	غیر منتخب ارزی	سنندج	فاروقی	ساکو
۴	معاون	غیر منتخب ارزی	پیروزی	بیدی	مریم
۵	معاون	غیر منتخب ارزی	زنجان	جباری	محمد مسعود
۱	رئیس	منتخب ارزی	میدان ونک	اقبال زاده	متین
۲	رئیس	منتخب ارزی	مشهد	مختاری فارمد	ناصر
۳	رئیس	منتخب ارزی	خانه اصفهان	جمشیدیان	احسان
۴	رئیس	منتخب ارزی	سعادت آباد	علیاری	بهاره
۵	رئیس	منتخب ارزی	قم	مجاهدی	مهدی
۱	رئیس	غیر منتخب ارزی	سنندج	عبدیان	حسین
۲	رئیس	غیر منتخب ارزی	بلوار فردوس	گلدوست مرندي	سارا
۳	رئیس	غیر منتخب ارزی	زنجان	فغفوری	حمید رضا
۴	رئیس	غیر منتخب ارزی	بابل	اساسه	ابوذر
۵	رئیس	غیر منتخب ارزی	زاهدان	شه بخش	حمیده
۱	کارشناس عملیات بانکداری شرکتی		بانکداری شرکتی	اصغر زاده	محسن
۲	کارشناس عملیات بانکداری شرکتی		بانکداری شرکتی	سروش	امیر
۱	بانکدار ارشد شرکتی		بانکداری شرکتی	تفتیان	حمزه
۲	بانکدار ارشد شرکتی		بانکداری شرکتی	گلی	امیر حسین

آقای حافظه



جمال بختیاری، جوان ۱۸ ساله اهل مزارشریف است که از دو سال پیش که برای مداوای خونریزی بینی خود به ایران آمد، به امید کار و زندگی بهتر، در ایران ماند و الآن از اتباع خارجی قانونی ساکن ایران. به گفته خودش تا کلاس دهم در افغانستان، درس خوانده و در دوران مدرسه هم تمام آموزش‌ها و حرف‌های معلم‌ها را فقط با یکبار شنیدن به حافظه می‌سپرد. باین وجود خودش معتقد که حافظه‌اش چندان قوی نیست!

اگر تا حالا به برج سامان (ساختمان مرکزی بانک سامان) اومده باشید حتماً از آسانسورهای برج استفاده کردید و پسرک جوانی که کنار آسانسورها ایستاده رو دیدید. شاید پرسید خب کجای این موضوع جالبه؟ نکته جالبش رو فقط کسانی درک می‌کنند که برای بار دوم بخواهند از آسانسورها استفاده کنند. پسرک مسئول آسانسور بدون اینکه از شما پرسه که به کدام طبقه می‌روید طبقه مقصد شما رو در پتل آسانسور وارد می‌کنه و شما مبهور خواهید شد که او از کجا می‌داند که شما به کدام طبقه می‌روید. برای پسرک کافی است که یکبار شما را دیده باشه تا در خاطرش بماند که شما به کدام طبقه می‌روید. او طبقه‌ای که تمام پرسنل برج در آن ساکن هستند را فقط با یکبار پرسیدن به خاطر می‌سپره و بعد از اون، همیشه بدون هیچ اشتباهی، مقصد شما را تعیین می‌کنه؛ عجیب‌تر اینکه اگر محل خدمت یکی از پرسنل تغییر کنه، او هم طبقه قبلی و هم طبقه جدید را در خاطرش ذخیره داره! با به حساب سرانگشتی می‌شه حدس زد که او حدوداً ۸۰۰ عدد رو حفظه!



قهرمان سامانی

کسب مقام اول مسابقات نینجوتسو در رشته فایت (مبارزه آزاد) توسط هیراد نجفی‌زاده، فرزند جناب آقای علی‌اکبر نجفی‌زاده، کارشناس سرپرستی جنوب شرق



گرامیداشت روز معلم

به رسم هر سال، از مدرسین سامانی که با همراهی در برگزاری دوره‌ها و انتقال دانش خود به همکاران، نقش بسزایی در پیشبرد اهداف بانک داشتند به مناسبت روز معلم تقدیر گردید.



برگزاری مسابقات شطرنج کارکنان بانک سامان



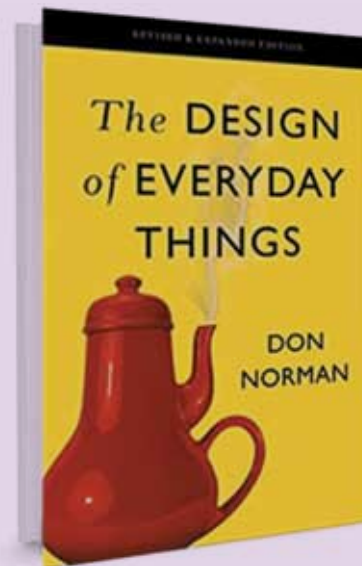
مسابقات شطرنج کارکنان بانک سامان با حضور ۳۰ نفر از همکاران در محل فدراسیون شطرنج برگزار شد. در پایان این مسابقات که روز جمعه ۱۵ اردیبهشت ماه و به روش سوئیسی برگزار شد، سرکار خانم معصومه اقبالی، لیلا زمردیان و پریسا حسنعلی زاده در بخش بانوان و جناب آقای محمد ربیع زاده، بهنام سلمانی و دانیال کریمی راد در بخش آقایان به مقام اول تا سوم این مسابقات دست یافتند. گفتنی است از نفرتا برتر با اعطای جوایز ارزنده و لوح سپاس تقدیر به عمل آمد.



کتاب طراحی اشیاء روزمره

The Design of Everyday Things
BY DON NORMAN

اثر دونالد نورمن
مترجم: مهدی مقیمی، احسان میرزایی



می‌کنند، به‌طوری‌که برای روشن شدن نحوه عملکرد آنها به علائم خاصی نیاز است. به‌عنوان مثال وقتی نوع دستگیره در به درستی طراحی نشده است نیاز به برجسب فشار دهید یا بکشید است. آدرس وب‌سایت نویسنده: jnd.org

چکیده‌ای از کتاب

نیازی نیست طراحی پیچیده باشد. این راهنمای طراحی انسان‌محور نشان می‌دهد قابلیت استفاده به‌اندازه زیبایی‌شناسی مهم است. حتی باهوش‌ترین افراد در میان ما نیز می‌توانند احساس ناتوانی کنند، زیرا نمی‌توانند بفهمند کدام کلید چراغ یا مشعل اجاق را روشن کنند یا در را فشار دهند، بکشند یا هل دهند. این کتاب مبتکرانه - حتی رهایی‌بخش - استدلال می‌کند که تقصیر از ما نیست، بلکه در طراحی محصولی است که نیازهای کاربران و اصول روان‌شناسی شناختی را نادیده می‌گیرد. این مشکلات از کنترل‌های مبهم و پنهان گرفته تا روابط بین کنترل‌ها و عملکردها را شامل می‌شود که با عدم دریافت بازخورد یا عدم کمک گرفتن از دیگران و درخواست‌های غیرمنطقی همراه شده و سبب می‌شود محصولی با طراحی نامناسب روانه بازار شود. طراحی چیزهای روزمره نشان می‌دهد طراحی خوب و قابل استفاده امکان‌پذیر است.

قوانین ساده هستند: چیزها را قابل مشاهده کنید، از روابط طبیعی که عملکرد و کنترل آنها را جفت می‌کنند، بهره‌برداری کنید و از محدودیت‌های هوشمندانه استفاده کنید.

هدف: کاربر را بدون هیچ زحمتی به سمت اقدام صحیح روی کنترل مناسب در زمان مناسب هدایت کنید. طراحی اشیای روزمره یک آغازگر قدرتمند در مورد این است که چگونه - و چرا - برخی از محصولات مشتریان را راضی می‌کنند، درحالی‌که برخی دیگر فقط آنها را ناامید می‌کنند.

درباره کتاب

این کتاب که ۲۵ سال از نسخه اولیه آن می‌گذرد بارها ویرایش شده و در نسخه آخر دو فصل جدید به آن اضافه شده است. سرفصل‌های این کتاب عبارت‌اند از:

- آسیب‌شناسی روانی چیزهای روزمره
- روان‌شناسی اعمال روزمره
- دانش در سر و در جهان
- دانستن اینکه چه کاری باید انجام دهید: محدودیت‌ها، قابلیت کشف و بازخورد
- خطای انسانی؟ نه، طراحی بد
- تفکر طراحی
- طراحی در دنیای تجارت

این کتاب مناسب چه افرادی است؟

- افرادی که به دنبال پیشرفت در درک تجربه کاربری هستند.
- افرادی که به دنبال منبعی برای تقویت پایه‌های طراحی و دیزاین هستند.

درباره نویسنده

دونالد نورمن که اغلب او را به‌عنوان پدر UX می‌شناسند، پژوهشگر و استاد دانشگاه‌های نورت وسترن، هاروارد، کالیفرنیا و سن دیگو در رشته علوم شناختی (Experimental science) بوده است. همچنین در شرکت‌های Apple، HP و Nielsen فعالیت داشته است.

تئوری درب‌های نورمن

درب نورمن که بر اساس نام طراحی فوق‌العاده دان نورمن نام‌گذاری شده است، هر دری است که استفاده از آن گیج‌کننده باشد. عناصر طراحی آنها به‌صورت بصری سیگنال‌های قابل استفاده اشتباهی را ارسال

بهترین فروشنده

گفت و گو بانفرا ت برتر برنامه فروش سپرده جاری

| گفت و گو: هاشم راعی |



از شعبه بازار، جناب آقای مرتضی صفائی از شعبه باغ فردوس و جناب آقای احسان ناصرمنش از شعبه ایلام، به منظور قدردانی از این همکاران و بهره‌گیری از تجارب ایشان مصاحبه‌ای با ایشان ترتیب داده‌ایم که می‌توانید در زیر بخوانید.

پس از برگزاری برنامه فروش سپرده جاری در سال گذشته، مدیریت جذب و فروش، موفق‌ترین همکاران شرکت‌کننده در این برنامه را بدین قرار اعلام نمود:

سرکار خانم مریم علی‌نیا از شعبه پیروزی، جناب آقای سامان اسلامی



● لطفا خودتان را معرفی نمایید.

ضمن عرض سلام و ادب، مریم علی‌نیا هستم، متولد تیرماه ۱۳۶۲ و دارای کارشناسی ارشد مدیریت مالی. پس از ۶ سال سابقه کار مالی در نهادهای کارگزاری بورس اوراق بهادار و کالا، از سال ۱۳۹۲ تاکنون با افتخار در شعب مختلف بانک سامان مشغول فعالیت بوده‌ام و در حال

حاضر نیز بانکدار فروش شعبه پیروزی هستیم.

بعد از افتخار بزرگ پیوستن به مجموعه سامان، همواره تلاش کردم علی‌رغم وجود فضای پرریسک و شلوغ کار در بانک، دقت، تمرکز و شکیبایی در تمام مراحل کار همراه باشد و از این جهت افتخار دریافت لوح سپاس "دقت عمل بالا در احراز هویت مشتری" در سال ۱۳۹۴ را داشته‌ام.

● فروش در بانک یعنی چه؟

به‌طور کلی فروش، برقراری ارتباط مؤثر و دنبال کردن سرنخی است که به احتمال زیاد به بازار هدف منتهی شود و در واقع افراد یا مشتریان آن خدمت یا محصول را خریداری نمایند.

فروش موفق در بانک با شناسایی نیاز مشتری علی‌الخصوص مشتریان بالقوه و معرفی و ارائه محصول مناسب با آن نیاز و حتی فروش مقاطع محصولات مختلف به‌طوری‌که مشتریان بالقوه را به مشتریان واقعی و دائمی تبدیل نماید صورت می‌گیرد.

● به‌طور مختصر، بگوید برنامه فروش حساب جاری چه بود؟

برنامه فروش حساب جاری در واقع بررسی مشتریان و پیدا کردن سرنخ‌هایی از مشتریان بالقوه (پذیرندگان فعال دستگاه کارت‌خوان) جهت بازاریابی و افتتاح غیرحضوری حساب جاری برای آنها بود. به این صورت که پس از بررسی مستندات و مدارک حرفه‌ای موجود نزد بانک، طی تماسی تلفنی با مشتریان، حساب جاری افتتاح و پس از آن تلاش برای اتصال حساب جاری به دستگاه کارت‌خوان صورت پذیرفت. به‌طور کلی افتتاح حساب جاری برای مشتریان بالقوه گزینش شده، تمرکز منابع مشتری روی سپرده ارزان‌قیمت جاری و به تبع آن ماندگاری و وفاداری مشتری برای بانک را در پی داشت.

● چرا این برنامه اجرا شد؟

اجرای این طرح علاوه بر جذب منابع ارزان‌قیمت، اتصال کارت‌خوان به سپرده جاری، فروش مقاطع چند محصول هم‌زمان، افزایش عملکرد کارت‌خوان‌ها و به‌طور کلی افزایش تمرکز مشتری از چند سپرده به یک حساب خاص (جاری) را در پی داشت که باعث از بین رفتن فاصله بین مشتریان (پذیرندگان دستگاه کارت‌خوان) و بانک و تبدیل آنها به مشتریان وفادار و همیشگی بانک شد.

● قبل و بعد از اجرای این برنامه، وضعیت حساب جاری شعبه چه تغییری کرد؟

طی ۶ ماه تلاش بی‌وقفه اجرای این طرح در شعبه پیروزی، حدود ۶۰۰ حساب جاری افتتاح شد که بیش از نیمی از آنها به دستگاه کارت‌خوان متصل شد و طبیعتاً مانده حساب‌های جاری شعبه نیز افزایش چشمگیری داشت. علاوه بر افزایش منابع ارزان‌قیمت، شاخص عملکرد دستگاه کارت‌خوان شعبه نیز افزایش قابل توجهی داشت و باتوجه به اینکه با مراجعه مشتریان جهت دریافت دسته‌چک از صفر تا صد خدمات الکترونیکی (نصب موبایل، آموزش استفاده از آن، چگونگی ثبت چک در موبایل، فعال‌سازی پیامک رمز پویا و ...) برای مشتری فعال و توضیح داده می‌شد، امید است مشتریان این طرح به‌عنوان مشتریان وفادار، رضایتمند و همیشگی با سامان باقی بمانند.

● برنامه فروش حساب جاری در شعبه شما به چه صورتی اجرا شد؟ همان‌طور که می‌دانید شعبه پیروزی یکی از شلوغ‌ترین شعب بانک

است و تداخل شلوغی شعبه با مراجعه مشتریان حساب جاری نیاز به مدیریت قوی و همکاری تیمی همه‌جانبه همکاران داشت؛ لذا با درایت مسئولین شعبه در ابتدای طرح، جلسه معرفی و اطلاع‌رسانی به همکاران درباره این طرح در شعبه برگزار شد و باتوجه به اینکه مسئولیت اصلی انجام و پیگیری این طرح به من واگذار شد و من وظیفه اخلاقی و سازمانی خود می‌دانستم که به این اعتماد جواب مثبت دهم و تمام تلاش و انرژی و وقت خود را جهت رسیدن به عالی‌ترین نتیجه بگذارم، سعی کردم علی‌رغم شلوغی شعبه با تمرکز عمیق روی طرح و اهداف آن و تحلیل و مقایسه روزانه نتایج طرح، زمان‌بندی درست، مذاکره صادقانه با مشتریان جهت انتقال منابع به حساب جاری، ارتباط قوی با شرکت پرداخت الکترونیک سامان جهت اتصال دستگاه کارت‌خوان به حساب جاری قدم بردارم.

● بازخورد مشتریان پس از شنیدن جزئیات طرح و دعوت به افتتاح حساب جاری چگونه بود؟

باتوجه به اینکه مشتریان هدف این طرح (پذیرندگان دستگاه کارت‌خوان)، مشتریانی از اصناف متفاوت و با روحیات و طرز تفکر متفاوت بودند، من با بازخوردهای متفاوتی از مشتریان روبرو شدم. عده‌ای استقبال گرم و رضایتمندانه از این طرح داشتند و عده‌ای عدم نیاز به حساب جاری را مطرح کردند و عده‌ای نیز علی‌رغم عدم تمایل، طی مذاکره صادقانه و عنوان مزایای طرح برای آنها متقاعد شده و تمایل خود را اعلام کردند و البته جالب است بگویم تعدادی از مشتریانی که عدم تمایل خود را جهت افتتاح حساب جاری اعلام کرده بودند بعد از پایان طرح با پشیمانی مراجعه کردند و درخواست دریافت دسته‌چک داشتند.

● چه عواملی باعث شد شما به‌عنوان نفر برتر در برنامه فروش حساب جاری برگزیده شوید؟

در درجه اول لطف خداوند شامل حال بنده شد و در درجه دوم باید تشکر کنم از اعتمادی که مسئول شعبه به من داشتند و من را به‌عنوان نماینده شعبه جهت اجرای این طرح مهم انتخاب نمودند و در مرحله بعد باید بگویم که من همیشه علاقه‌مند به فراگیری تجربه‌های جدید و انجام کارهای متفاوت، علی‌الخصوص رقابتی بودم و حس کمال‌گرایی در من باعث می‌شود که تا آخرین لحظه برای رسیدن به برترین نتیجه ممکن تلاش کنم، لذا سعی کردم با تمرکز روی هدف، زمان‌بندی درست، صرف زمان زیاد، تماس و مذاکره مکرر با مشتریان، حوصله و شکیبایی و پیگیری بی‌وقفه گزارش عملکرد، تمام توان و وقت خود را برای رسیدن به این نتیجه مطلوب بگذارم. اعتراف می‌کنم که این طرح برای من از جذابیت بسیار بالایی برخوردار بود و روزبه‌روز حس رقابت و انگیزه در من بیشتر می‌شد.

● اگر صحبت دیگری دارید، بفرمایید.

خداوند را شاکر به‌خاطر تمام الطاف و توجهاتی که به من داشته است و تشکر ویژه دارم از مسئولین و همکاران محترم شعبه پیروزی به‌خاطر اعتمادی که به من داشتند و در راه رسیدن به این موفقیت مرا یاری کردند: همسر عزیزم و یک‌دانه دختر نازنینم "ثنا" که خستگی مرا در خانه درک کرده و برای تحقق اهداف کاری‌ام همیشه همراه بودند. امیدوارم در آینده نیز بتوانم در جهت پیشبرد اهداف بانک عزیزمان سامان تلاش کرده و تجربیاتم را به سایر همکاران منتقل نمایم.



● لطفاً خودتان را معرفی نمایید.

در ابتدای گفتگو، سلام عرض می‌کنم خدمت تمامی همکاران و مشتریان گرامی مجموعه سامان. امیدوارم بتوانیم در کنار سایر همکاران، در سال جدید، فرصت‌های جدیدی برای توسعه خدمات بانک، خلق کنیم. سامان اسلامی هستیم، ۳۱ ساله، کارشناس ارشد مدیریت اجرایی (EMBA).

قبل از ورود به بانک، ۳ سال سرپرست فروش نرم‌افزارهای حسابداری بودم که در محل فعالیت، سابقه عقد قرارداد با اتحادیه‌های صنفی درودگران و مبل‌سازان، اغذیه‌فروشان، اتحادیه فروشندگان مواد شیمیایی و همکاری با نشریه اتاق اصناف تهران را دارم. فقط در سه‌ماهه ابتدایی سال ۹۵، ۱۰۰۰ نسخه نرم‌افزار تنها به اتحادیه مبل‌سازان ارائه شد و مشتریان آن صنف از خدمات پس از فروش شرکت ما بهره می‌بردند و فرصت فروش مجدد بسیاری برای ما فراهم شده بود. در ضمن، یک تجربه تلخ هم داشتم که راه‌اندازی یک آژانس مسافرتی کوچک بود که به دلیل شیوع کرونا دوام نیاورد و راهی خدمت سربازی شدم.

● فروش در بانک یعنی چه؟

از آنجایی‌که ما در بانک، بیشتر به ارائه خدمات می‌پردازیم و فرایند بازاریابی و فروش کالا و خدمات تفاوت‌هایی دارد، خیلی مختصر به تفاوت‌ها اشاره می‌کنم. فروش در بانک (خدمت)، فرایند متقاعد کردن افراد برای خرید (پذیرش) خدمت است که به‌وسیله تحلیل نیاز و ایجاد علاقه در مشتری شکل می‌گیرد.

هدف از این فرایند، جایگاه‌سازی در ذهن مشتریان و همچنین ارائه خدمات باکیفیت مطلوب و درآمدزایی برای بانک است. مبنای ارائه خدمت در بانک، رضایت مشتریان است که با تقسیم کار بین شعب و ستاد، تحقق پیدا می‌کند. از عوامل تأثیرگذار بر معرفی برند سامان، می‌توانیم به فعالیت‌های رسانه محور بانک سامان اشاره کنیم؛ مثل معرفی بانک سامان به‌عنوان بانک محبوب من، آن هم برای ۴ سال. اینجاست که زاویه دید مشتری از بانک سامان شکل می‌گیرد و برند سامان با وجود رقبای سخت، خودنمایی می‌کند.

● به طور مختصر، بگویید برنامه فروش حساب‌جاری چه بود؟

این برنامه با ایجاد یک جرعه در ذهن مشتریان سامان که در تالاطمات کارهای روزمره و شغلی سرگرم بودند، یک پیوند تازه ایجاد کرد. به چه معنا؟ این طرح از اساس برای مشتریانی اجرا شد که دستگاه کارت‌خوان متصل به حساب سامان داشتند، ولی نزد بانک سامان، حساب‌جاری (دسته‌چک) نداشتند و عمده گردش مشتریان که کار اعتباری داشتند نزد

بانک دیگر بود.

● چرا این برنامه اجرا شد؟

با مذاکره اصولی با مشتریان، مزایایی که بانک برایشان در نظر گرفته، مطرح شد، اهداف ۱۴۰۴ سامان، نظیر خدمات منحصربه‌فرد موبایل در زمینه کارت‌خوان، جذب مشتریان صنفی و غربالگری مشتریان مستعد، با ترغیب برای ورود به دروازه گروه مشتریان ممتاز و ویژه پیاده‌سازی شد. در این مقطع پیوندی که از آن یاد شد، با معرفی تسهیلات صنفی به مشتریان تکمیل شد.

● قبل و بعد از اجرای این برنامه، وضعیت حساب‌جاری شعبه چه تغییری کرد؟

بعد از اتمام این طرح، به طور خالص ۱۵۸ حساب‌جاری افتتاح کردیم که از این تعداد حساب متصل به دستگاه کارت‌خوان ۶۹ سپرده، به جاری تغییر پیدا کرد که نتیجه این فرایند، افزایش چشمگیر سپرده ارزان‌قیمت و صفر قیمت در شعبه بود که این به معنای افزایش درگیری ذهنی مشتریان اقشار و اصناف مختلف با برند بانک سامان است صدا البته هنر ما حفظ و نگهداری مشتریان و خلق تجربه شیرین و ماندگار برای مشتریان ما است. هدف نهایی، مدیریت تجربه مشتری است.

● برنامه فروش حساب‌جاری در شعبه شما به چه صورتی اجرا شد؟

با وجود شلوغی و دغدغه‌ها و وظایف رنگارنگ در شعبه بازار، همکاران گرامی بنده در شعبه، از مهر تا بهمن ۱۴۰۱ برخی از وظایف من را به عهده گرفتند که صمیمانه از ایشان تشکر می‌کنم. همین‌طور از آقای صالحی‌کیا رئیس وقت شعبه، آقای اکبری معاونت جدید و آقای خلج معاونت سابق شعبه بازار که من را در میدان رقابت تنها نگذاشتند سپاسگزارم.

● بازخورد مشتریان پس از شنیدن جزئیات طرح و دعوت به افتتاح حساب جاری چگونه بود؟

شاید مایل به شنیدن این موضوع باشید که تعداد زیادی از مشتریان در همان مراحل اولیه، با چهره‌ای گشاده از طرح ما استقبال کردند، اما حقیقت چیز دیگری است. باتوجه به حضور بانک‌های مختلف در بازار تهران که قلب تپنده امور صنفی کشورمان است، ما در مراحل اولیه نیازسنجی و بازاریابی که طبق مزیت‌های رقابتی قابل‌ارائه خودمان بود، نیازهای مشتریان را شناسایی و مهندسی کردیم و با تمام توان، در رفع آن نیازها تلاش کردیم و خدا را شکر این نتیجه حاصل شد.

● چه عواملی باعث شد شما به‌عنوان نفر برتر در برنامه فروش حساب جاری برگزیده شوید؟

خاطرمد هست که شهریور ۱۴۰۱ با رئیس و معاون شعبه جلسه داشتیم که در آن جلسه، رئیس و معاون حس رقابت را در من ایجاد کردند و یادآور شدند که از ابتدا کار را جدی شروع کنیم.

● اگر صحبت دیگری دارید، بفرمایید.

در نهایت از تمامی مدیران گرامی که من را به‌عنوان عامل اجرایی این طرح، در شعبه بازار بانک سامان انتخاب کردند سپاسگزارم. به امید کامیابی و موفقیت سامان و سامانی.



● لطفاً خودتان را معرفی نمایید.

با سلام، بنده مرتضی صفائی هستم. ۳۴ سال سن دارم و دارای مدرک کارشناسی مدیریت صنعتی و از مهرماه سال ۹۲ در خدمت بانک سامان هستم.

● فروش در بانک یعنی چه؟

مجموعه فعالیت‌هایی که ما به‌عنوان مشاوران بانک باید انجام دهیم تا به مشتری در انتخاب خدمت یا محصول موردنظر کمک کنیم. از جمله معرفی محصول، ویژگی‌ها و امتیازات محصول، مذاکره دقیق، منظم و پیگیری تا رسیدن به اهداف تعیین شده.

● به طور مختصر، بگویید برنامه فروش حساب جاری چه بود؟

برنامه‌ای با هدف ترغیب دارندگان کارت‌خوان فعال و پرتراکنش به افتتاح حساب جاری و تمرکز گردش کارت‌خوان روی حساب جاری.

● چرا این برنامه اجرا شد؟

با هدف جذب منابع صفر قیمت

● قبل و بعد از اجرای این برنامه، وضعیت حساب جاری شعبه چه تغییری کرد؟

میانگین نسبتاً مناسبی در شاخص مانده حساب جاری و صفر قیمت شعبه افزوده شد که این رقم تا حال حاضر استمرار داشته است.

● برنامه فروش حساب جاری در شعبه شما به چه صورتی اجرا شد؟

با صلاح‌دید مسئولین شعبه، بنده مفرداً این طرح را در شعبه برنامه‌ریزی، مدیریت و اجرا کردم.

● بازخورد مشتریان پس از شنیدن جزئیات طرح و دعوت به افتتاح حساب جاری چگونه بود؟

به جز مواردی که یا افتتاح حساب جاری برای ایشان مقدور نبوده یا به دلایل مختلف تمایلی از خود نشان ندادند، مابقی مشتریان طی مذاکره موفق با ایشان از این طرح استقبال کرده و ابراز خشنودی نمودند.

● چه عواملی باعث شد شما به‌عنوان نفر برتر در برنامه فروش حساب جاری برگزیده شوید؟

به نظر بنده اجرای هر طرحی نیازمند اشراف کامل بر طرح و مشخص بودن هدف از اجرای طرح مربوطه است، در این صورت می‌توان با تدوین برنامه منظم به این هدف رسید.

● اگر صحبت دیگری دارید، بفرمایید.

خدا را شاکرم که زحمات چندماهه به بار نشست و توانستم برای شعبه خود و بانک سامان مثمر‌تر باشم و به‌عنوان عضو کوچکی از سامان در این طرح گام مثبتی بردارم.



● لطفا خودتان را معرفی کنید.

احسان ناصرمنش، ۳۵ ساله، اهل و ساکن استان ایلام، کارشناس ارشد رشته حسابداری، دانشجوی ممتاز دانشگاه ایلام به مدت ۴ سال، به مدت ۷ سال به عنوان فروشنده و حسابدار در شرکت های مختلف مشغول فعالیت بودم و از تاریخ ۱۳۹۹/۰۸/۰۷ افتخار همکاری با مجموعه بزرگ و محبوب سامان را دارم.

● فروش در بانک یعنی چه؟

ارائه محصولات متنوع و ویژه بانک به منظور جذب مشتریان جدید و افزایش اعتماد و وفادار نمودن مشتریان بانک.

● به طور مختصر بگویید برنامه فروش حساب جاری چه بود؟

هدف از اجرای این برنامه، ارائه و ترغیب مشتریان دارای دستگاه کارتخوان فعال با گردش حساب مطلوب بانک، به دریافت محصول سپرده جاری و جمعیت حساب هایشان در سپرده جاری و اتصال به دستگاه کارتخوان بود که این امر در دو فاز به صورت فاز اول افتتاح حساب جاری و فاز دوم متصل کردن حساب جاری به دستگاه کارتخوان و ایجاد مانده حساب اجرا شد.

● چرا این برنامه اجرا شد؟

در راستای چشم انداز بانک در سال ۱۴۰۴ که انتخاب بانک سامان به عنوان انتخاب مشتریان هدف و افزایش اعتماد و وفادار نمودن آنها است، این برنامه به صورت تسهیل در دریافت محصول سپرده جاری به منظور جذب منابع صفر قیمت بیشتر و افزایش فروش سایر محصولات بانک انجام گرفت.

● قبل و بعد از اجرای برنامه، وضعیت حساب جاری شعبه چه تغییری کرد؟

اجرای طرح باعث افزایش تعداد سپرده جاری و هم چنین افزایش منابع صفر قیمت و رضایتمندی مشتریان و آشنایی با سایر محصولات بانک گردید.

● برنامه فروش حساب جاری در شعبه شما به چه صورتی اجرا شد؟

به صورت کارگروهی و جمعی با هم فکری و همدلی و تلاش فراوان همه همکاران شعبه در هر سطح و مسئولیتی اجرا شد.

● بازخورد مشتریان پس از شنیدن جزئیات طرح و دعوت به افتتاح حساب جاری چگونه بود؟

تسهیل فرایند دریافت دسته چک و عدم رفت و آمدهای زیاد به شعبه موجب افزایش رضایتمندی و حس اعتماد بیشتر مشتریان شد.

● چه عواملی باعث شد شما به عنوان نفر برتر در برنامه فروش حساب جاری برگزیده شوید؟

انجام کارگروهی و تیمی شعبه، همکاری و همدلی همه همکاران عزیزم، شناخت دقیق طرح و اهداف آن، پیگیری ها و تماس های مکرر و ارائه توضیحات و جزئیات لازم و کافی در خصوص محصول سپرده جاری به مشتریان هدف.

● اگر صحبت دیگری دارید، بفرمایید.

تشکر و قدردانی می کنم از مجموعه بزرگ و محبوب سامان، علی الخصوص همکاران عزیزم در شعبه ایلام و به امید اقتدار و سربلندی هر چه بیشتر بانک سامان.

یک پیشنهاد نیز داشتم، همان طور که مستحضر هستید جذب مشتریان مهم است اما حفظ و وفادارسازی مشتریان حتی از جذب آنها مهم تر است؛ لذا در صورت امکان و صلاح دید بانک ارائه تسهیلات برای گروه مشتریان هدف طرح حساب جاری می تواند به عنوان یک راهکار جهت افزایش اعتماد و افزایش رضایتمندی آنها مورد بررسی قرار گیرد.

بانک سامان
Saman Bank





برای تعویض کارت بانکی (در صورت مفقود شدن)

رو موبایلت حساب کن!



عکس ها: نیلوفر فیاض

مشارکت فعال بانک سامان در سی‌امین
نمایشگاه بین‌المللی ایران بیوتی و کلین

نقش آفرینی بانک سامان در رفع دغدغه واردکنندگان مواد بهداشتی و آرایشی

بانک سامان به‌عنوان بانکی شناخته شده در عرصه حمایت از صنایع بهداشتی که نقش مستقیمی در تضمین سلامت جامعه دارند، در سی‌امین نمایشگاه بین‌المللی مواد شوینده، بهداشتی، آرایشی، سلولزی و ماشین‌آلات وابسته (ایران بیوتی و کلین) حاضر بود. مشارکت مستمر بانک سامان در این نمایشگاه تخصصی بین‌المللی، زمینه همکاری مشترک میان بانک و صنایع فعال در عرصه مواد شوینده و بهداشتی را فراهم کرده است. از این‌رو فعالان این بازار به بانک سامان به‌عنوان پشتیبان و همراه نگاه می‌کنند. امسال نیز در سی‌امین نمایشگاه مواد شوینده، بهداشتی، آرایشی، سلولزی و ماشین‌آلات وابسته، غرفه بانک سامان در سالن شماره ۵ نمایشگاه، با حضور کارشناسان و مدیران خبره بانکی میزبان شرکت‌کنندگان و بازدیدکنندگان از نمایشگاه ایران بیوتی بود.

محمد صادق عابدینی

بانک سامان پیشرو در بازاریابی خارج از شعبه

رضا جلیل‌زاده، رئیس شعبه دزاشیب بانک سامان که با حضور در غرفه بانک در سی‌امین نمایشگاه بین‌المللی مواد شوینده، بهداشتی، آرایشی، سلولزی و ماشین‌آلات وابسته، ارتباط مستقیمی با شرکت‌های حاضر در نمایشگاه داشت، در خصوص حضور این بانک در نمایشگاه‌های صنایع تخصصی می‌گوید: در موضوع حضور بانک سامان در نمایشگاه‌های تخصصی، دو هدف اصلی وجود دارد که هدف نخست، معرفی برند بانک سامان به شرکت‌های حاضر در این نمایشگاه‌ها است. وی دومین هدف گروه مالی سامان برای حضور در نمایشگاه‌های تخصصی را بازاریابی عنوان می‌کند و می‌افزاید: «به نظر من نمایشگاه‌های بین‌المللی بهترین فرصت برای بازاریابی است، زیرا همه شرکت‌های معتبر و فعال در آن حوزه خاص در نمایشگاه حضور پیدا می‌کنند و در فرصت چندروزه نمایشگاه، امکان مذاکره و ارتباط‌گیری با تمامی آن‌ها فراهم می‌شود». جلیل‌زاده با اشاره به اینکه امروزه بانکداری جهانی به سمت بازاریابی خارج از شعبه رفته است، ادامه می‌دهد: «بانک سامان یکی از پیشگامان بازاریابی خارج از شعبه است و همان‌طور که در اغلب نمایشگاه‌ها مشاهده می‌شود، تعداد بانک‌هایی که این متد را پیاده‌سازی کرده‌اند، کم است. از این جهت اهمیت کار بانک سامان بیشتر دیده می‌شود».

رئیس شعبه دزاشیب، با تأکید بر استقبال شرکت‌های حاضر در نمایشگاه‌های بین‌المللی از حضور بانک سامان در آن نمایشگاه‌ها، می‌گوید: «اینکه مدیران ارشد شعب بانک سامان برای مذاکره و بازاریابی به غرفه شرکت‌های حاضر در نمایشگاه می‌روند، حس احترام و اطمینان

را در میان شرکت‌ها ایجاد می‌کند و این امر باعث می‌شود مذاکرات برای همکاری زودتر به نتیجه برسد». جلیل‌زاده، حضور بانک سامان در نمایشگاه صنایع بهداشتی را یکی از سیاست‌های اصولی این بانک عنوان و اظهار می‌کند: «فعالیت بانک سامان در برخی از صنایع مانند صنایع دارویی یا صنایع بهداشتی بیشتر از دیگر صنایع است و این نشانه اهمیتی است که این بانک برای حوزه بهداشت و سلامت جامعه قائل است. همچنین از نظر صنایع فعال در این حوزه نیز در مقایسه با برخی دیگر از شاخه‌های صنعت شاهد پویایی بیشتری هستیم و سودآوری فعالیت بانک در چنین صنایعی تضمین شده است».

کمک بزرگ سامان به واردکنندگان و تولیدکنندگان

موسی احمدزاده، عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی ایران و نایب‌رئیس انجمن واردکنندگان فرآورده‌های بهداشتی، آرایشی و عطریات ایران، می‌گوید: «بانک سامان یکی از بهترین بانک‌های ایرانی است که با آخرین متدهای بانکداری بین‌المللی فعالیت می‌کند. این بانک با نظام مالی و پولی جهان آشنا است». احمدزاده با بیان اینکه دغدغه اعضای انجمن واردکنندگان فرآورده‌های بهداشتی، آرایشی و عطریات ایران، بحث ترانسفر پول به کشورهایی است که از آنها مواد اولیه وارد می‌کنیم، ادامه می‌دهد: «متأسفانه به دلیل تحریم‌های ناجوانمردانه، نه تنها ما بلکه کلیه فعالان اقتصادی با مشکلاتی برای جابه‌جایی ارز به وجود آمده است. خوشبختانه بانک سامان یکی از بانک‌هایی بوده که در این زمینه بسیار کمک‌حال بوده است».

وی با ابراز علاقه جهت برگزاری نشست‌های مشترک میان هیات‌رئیس



بانک در نمایشگاه‌ها بازخوردهای خوبی میان شرکت‌کنندگان داشته است و باعث شده نیازهای این صنایع به طور مستقیم با بانک مطرح و زمینه همکاری مشترک و ارائه خدمات بانکی بهینه از سوی بانک سامان به فعالان صنایع هدف مهیا شود». صالحی کیا با اشاره به تجربه چندساله‌اش از حضور در نمایشگاه‌های تخصصی، می‌گوید: «نتیجه این حضور، جذب مشتریان خوبی بوده است که ارتباط خوبی با بانک سامان دارند و از خدمات مختلف بانکی برخوردار شده‌اند. ارتباط رودرو با مدیران شرکت‌های حاضر در نمایشگاه این امکان را فراهم کرده تا شرکت‌ها بتوانند خدمات موردنیازشان را به طور مستقیم با مدیران بانک در میان بگذارند و سریع‌تر به نتیجه مطلوب برسند».

رئیس شعبه منیره، نیاز بانکی شرکت‌های فعال در صنایع مرتبط با مواد شوینده، بهداشتی، آرایشی، سلولزی و ماشین‌آلات وابسته را غالباً تأمین سرمایه در گردش می‌داند و می‌افزاید: «یکی دیگر از نیازهای بانکی شرکت‌های فعال در این صنایع، در حوزه ارزی است و به دلیل توانایی بالای بانک سامان در عرصه فعالیت‌های ارزی، توانسته‌ایم کمک بزرگی به رفع این نیاز داشته باشیم و حضور بانک سامان به‌عنوان پشتیبان این صنایع را اثبات کنیم».

لازم به یادآوری است سی‌امین نمایشگاه بین‌المللی مواد شوینده، بهداشتی، آرایشی، سلولزی و ماشین‌آلات وابسته از ۷ لغایت ۱۰ اردیبهشت در محل نمایشگاه بین‌المللی تهران برگزار شد و غرفه بانک سامان مشاوره‌های فنی لازم در زمینه خدمات مالی و بانکی را به شرکت‌های حاضر و بازدیدکنندگان نمایشگاه ارائه داد.

انجمن واردکنندگان فرآورده‌های بهداشتی، آرایشی و عطریات ایران، با بانک سامان برای تقویت همکاری‌ها، می‌افزاید: «بانک سامان می‌تواند در روند تأمین مالی و اعتباری بیش از ۳۰۰ عضو انجمن که همگی از اعضای اتاق بازرگانی هستند، نقش داشته باشد. انجمن این آمادگی را دارد که سرویس‌های بانکی بانک سامان را در اختیار اعضای خود قرار دهد و میز سوئیچ این خدمات را در انجمن ایجاد کند».

وی تأمین اعتبارات بانکی را یکی از نیازهای اعضای این انجمن می‌داند و می‌گوید: «دریافت تسهیلات ارزان‌قیمت باعث می‌شود تولیدکنندگان و واردکنندگان بتوانند در فضای تورمی به فعالیت خود ادامه دهند و امیدواریم با همکاری میان انجمن واردکنندگان فرآورده‌های بهداشتی، آرایشی و عطریات ایران با بانک سامان، امکان برخورداری اعضا از تسهیلات فراهم شود». احمدزاده با اشاره به حضور بانک سامان در سی‌امین نمایشگاه بین‌المللی مواد شوینده، بهداشتی، آرایشی، سلولزی و ماشین‌آلات وابسته، می‌گوید: «این حضور به دلیل ارتباطی که بانک با صنعت برقرار می‌کند بسیار اهمیت دارد و باعث تعامل بانک با تولیدکننده، واردکننده و تمامی فعالان صنعت می‌شود و زمینه همکاری مشترک را فراهم می‌کند».

بیان مستقیم نیازهای بانکی به مدیران بانک سامان

حسن صالحی‌کیا، رئیس شعبه منیره بانک سامان که در طول برگزاری سی‌امین نمایشگاه بین‌المللی مواد شوینده، بهداشتی، آرایشی، سلولزی و ماشین‌آلات وابسته، در نمایشگاه حضور داشت، با اشاره به حضور مستمر بانک سامان در نمایشگاه‌های بین‌المللی می‌گوید: «مشارکت مؤثر

قهرمانی نمایندگان روسیه در تور جهانی تنیس

تور جهانی تنیس که با حمایت بانک سامان برگزار شد، با قهرمانی نماینده روسیه پایان یافت. به گزارش سامان رسانه، رقابت‌های تور جهانی تنیس که با حمایت بانک سامان در جزیره کیش برگزار شد، با قهرمانی تنیسور روس پایان یافت. براین اساس در بخش انفرادی دنیس کلوک از روسیه در دیدار نهایی از سد هاضم نواز سوویه عبور کرد و با کسب این نتیجه، عنوان قهرمانی و جایزه ۱۵ هزاردلاری را از آن خود کرد.

در بخش دونفره نیز تیم ایگور آگافونوف و ولادیسلاو ایوانوف از روسیه با نتیجه (۶-۷ و ۱-۶) زوج لئوناردو کاتانی و مارکو میچیلی از ایتالیا را شکست دادند و عنوان قهرمانی را از آن خود کردند. گفتنی است در جدول اصلی تور جهانی تنیس، ۳۲ تنیسور از کشورهای ایران، چین، فرانسه، رومانی، ایتالیا، هند، پاکستان، ترکیه، الجزایر، روسیه، برزیل، سوریه و چک حضور داشتند. باید خاطرنشان ساخت این مسابقات پس از وقفه‌ای ۸ ساله به میزبانی کشورمان و با حمایت بانک سامان برگزار شد.





تندیس طلایی رضایتمندی مشتریان در استان بانک سامان

سومین اجلاس سراسری یک‌صد واحد مشتری‌مدار با حضور جمعی از مسئولان و شرکت‌های برتر در زمینه فروش و مشتری‌مداری در مرکز همایش‌های صداوسیما تهران برگزار شد که در این همایش بانک سامان موفق به دریافت تندیس سه ستاره مشتری‌مداری شد. به گزارش سامان رسانه، بانک سامان به‌عنوان یکی از شرکت‌های برتر در حوزه رضایتمندی مشتریان توانست تندیس طلایی سه ستاره رضایتمندی مشتریان را در سومین اجلاس سراسری یک‌صد واحد مشتری‌مدار از آن خود کند. در این اجلاس از بانک سامان به‌عنوان یکی از فعالان اقتصادی کشور که در زمینه‌های گوناگون رضایتمندی و مشتری‌مداری توانسته حدنصاب بالایی را کسب کند با تندیس طلایی ۳ ستاره قدردانی شد. این تندیس براساس ارزیابی شاخص‌های سیستم مدیریت کیفیت، ارتقای شاخص‌های کارایی و اثربخشی، ایجاد درگاه‌های ارتباطی مناسب برای مشتریان، کارآمدی فرایند رسیدگی به صدای مشتریان به بانک سامان اعطا شد.

تثیت رتبه اعتباری بانک سامان



مؤسسه رتبه‌سنجی کپیتال اینتلیجنس (Capital intelligence) رتبه اعتباری بانک سامان را ارزیابی و رتبه اعتباری B بانک سامان را تثبیت کرد. به گزارش سامان رسانه، مؤسسه رتبه‌بندی بین‌المللی Capital Intelligence رتبه‌های اعتباری بانک سامان را مورد ارزیابی قرار داد که بر اساس این بررسی، رتبه ارز خارجی درازمدت را B-، ارز خارجی کوتاه‌مدت را B و رتبه استقلال بانکی را b- اعلام کرد. این مؤسسه همچنین چشم‌انداز فعالیت بانک سامان در سال‌های آینده را مثبت پیش‌بینی کرده است.

مؤسسه Capital Intelligence در فرایند ارزیابی خود عواملی نظیر کیفیت دارایی، نسبت کفایت سرمایه، مطالبات معوقه، استراتژی و محیط عملیاتی کسب‌وکار را مورد توجه قرار داده است.

گفتنی است، مؤسسه رتبه‌سنجی Capital Intelligence یکی از نهادهای شناخته‌شده در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا است و رتبه‌های اعلام‌شده آن، از ارزش منطقه‌ای و بین‌المللی برخوردار است.



برای تعویض کارت بانکی (در صورت منقضی شدن)

رو موبایلت حساب کن!

موبایل بانک سامان
www.mobillet.ir

موبایلت

ناهماهنگی با اقتصاد دنیا

| آیت تجلی |
| کارشناس مسائل بانکی |



مجلس ارائه شده که براساس آن قرار است روز پنجشنبه در سراسر کشور تعطیل رسمی باشد.

هدف از این اقدام برنامه‌ریزی مدون خانوارها و گذران ساعات بیشتری در روزهای آخر هفته برای انسجام خانواده بیان شده است.

در لایحه تعطیلی پنجشنبه‌ها بانک‌ها مستثنا شده‌اند و در کنار اماکنی مانند بیمارستان‌ها و مراکز نظامی که ۲۴ ساعته مشغول کارند، قرار گرفته‌اند که این موضوع منطقی به نظر نمی‌رسد. همچنین باتوجه به فراگیری بانکداری الکترونیک و انجام اغلب امور مالی به وسیله اینترنت تعطیلی بانک‌ها در پنجشنبه‌ها در کنار سایر ارگان‌ها خللی در زندگی مردم ایجاد نمی‌کند. در کنار این موضوع، استرس و فشار کاری شدید کارمندان بانک و نیاز آنها به استراحت و مسافرت و همچنین شلوغی و ازدحام در شعب بانکی در روز پنجشنبه در صورت تعطیلی سایر ارگان‌ها، ضرورت تعطیلی بانک‌ها مانند سایر ادارات را بیشتر نمایان می‌کند؛ بنابراین از نمایندگان مجلس شورای اسلامی انتظار می‌رود در بررسی لایحه دولت نسبت به اصلاح این موضوع اقدام کنند. اما نکته حائز اهمیت این است که بانک‌ها عمده کارکردشان در مرادوات بین‌المللی است؛ بر همین اساس دولت باید تلاش کند تا میزان مغایرت تعطیلات آخر هفته در ایران با جهان را به حداقل برساند، زیرا هرچه بازه زمانی برای مرادوات تجاری و مالی با کشورهای دنیا گسترده‌تر باشد، ایران کمتر از قافله تجارت جهانی عقب خواهد ماند. پیشنهاد بنده این است که به جای تعطیلی سراسری در روز پنجشنبه نمایندگان مردم در خانه ملت، تعطیلی روزهای شنبه را به رای بگذارند و برای همسو شدن تجارت ایران با جهان روز شنبه را به عنوان تعطیلی رسمی آخر هفته اعلام کنند. در این صورت مردم روز جمعه را که روز انجام فرایض دینی است از دست نخواهند داد. همچنین با تعطیلی روز شنبه اختلاف ایران در تعطیلات برنامه‌ریزی شده با جهان به حداقل می‌رسد.

در تمامی کشورهای جهان، جز برخی کشورهای مسلمان تعطیلات آخر هفته، ۲ روز پیاپی است. بر این اساس مردم می‌توانند برای آخر هفته خود برنامه‌ریزی مدونی داشته باشند. در این کشورها همه مراکز از جمله بانک‌ها، مراکز آموزشی و بخش خصوصی تعطیل هستند. در کشور ما ایران تعطیلات غیربرنامه‌ریزی شده بسیار زیاد است، اما مردم از جهت برنامه‌ریزی برای تعطیلات آخر هفته در مضيقه هستند، زیرا روز پنجشنبه ادارات و مراکز مالی و تجاری تا نیمه‌روز مشغول کار هستند. در روی دیگر سکه این ناهماهنگی تعطیلات آخر هفته در ایران با سایر کشورهای جهان با گسترش شبکه‌های مرادوات بین‌المللی در سطح جهان، برای یک دوره چهارروزه ارتباط مالی و تجاری ایران را با سایر کشورها قطع می‌کند. این قطع ارتباط ۳ روزه نیمه شبکه بانکی با جهان به طور قطع آثار سوئی بر شبکه بانکی در بخش بین‌الملل گذاشته است. این ناهماهنگی باعث شده تلاش‌های صورت گرفته برای سازگاری بازارهای مالی و سرمایه‌ای ایران با روند جهانی بی‌نتیجه بماند. تعطیلات غیربرنامه‌ریزی شده در کشور ما بسیار زیاد است؛ به‌ویژه اگر این تعطیلات به تعطیلات آخر هفته نزدیک باشد. در نتیجه چنین موضوعی گاهی پیش آمده که کشور ۳ روز یا حتی یک هفته تعطیل بوده است. در نهایت این تعطیلات جز آسیب رساندن به سیستم مالی و اقتصادی کشور نفع دیگری نخواهد داشت.

تعطیلات نامتناوب برای کشورهایی که وضعیت اقتصادی بهتری دارند و کشورهای صنعتی محسوب می‌شوند، بسیار بیشتر نمود پیدا می‌کند، زیرا کارخانه‌ای که روزانه یک خروجی ثابت داشته حالا با اضافه شدن این تعطیلات، یعنی رسماً تولید آن کمتر یا حتی متوقف خواهد شد. لازم به ذکر است که بازار بورس و طلا به دلیل اینکه تابعی از شرایط بین‌المللی هستند و خرید و فروش جهانی دارند، بیشترین آسیب را در عدم تطابق تعطیلات آخر هفته ایران با جهان می‌بینند. در حال حاضر لایحه‌ای به



بار سنگین وام‌های تکلیفی بردوش بانک‌ها

| بهالالدین حسینی هاشمی |
| کارشناس امور بانکی |

امسال دولت تا توانسته بار تسهیلات تکلیفی را بر دوش شبکه بانکی سنگین‌تر کرده، اما نگفته بانک‌ها با کدام منابع باید این تسهیلات را بپردازند.

از سوی دیگر با درخواست بانکداران مبنی بر افزایش نرخ سود بانکی متناسب با نرخ تورم موافقت نشد. این تکالیف تحمیلی ازسوی دولت به بانک‌ها و افزایش سقف تسهیلات تکلیفی باعث شده بانک‌ها توان پرداخت وام به متقاضیان واقعی یا حتی تولید را از دست بدهند.

همچنین نرخ بهره تسهیلات برای تولیدکنندگان بسیار پایین‌تر از بهره حقیقی در نظر گرفته شده و همین موضوع دلیل تمایل نداشتن بانک‌ها برای پرداخت تسهیلات به تولیدکنندگان است. تولیدکنندگان می‌خواهند نظام بانکی، وام و تسهیلات ارزان‌قیمت در اختیارشان قرار دهد، اما باتوجه به تورم بالای ۵۰ درصد، پرداخت تسهیلات ارزان از توان بانک‌ها خارج است.

در سال جاری که هدف دولت باید بر رشد تولید و مهار تورم متمرکز باشد، یکی از اهداف نظام بانکی کنترل نقدینگی در راستای مهار تورم تعریف شده است؛ بنابراین اگر دولت بخواهد به تعهد خود در رفع نیازهای ریالی تولیدکنندگان عمل کند، اقتصاد کشور دوباره با حجم بالای نقدینگی مواجه خواهد شد که همین موضوع می‌تواند زمینه‌ساز افزایش تورم در سال جاری باشد.

در روی دیگر سکه تولیدکنندگان عموماً متقاضی دریافت ارز با پایین‌ترین نرخ یعنی همان ۲۸ هزار و ۵۰۰ تومان هستند. این رقم با نرخ دلار در بازار آزاد تفاوت چشمگیری دارد؛ بنابراین دولت با سرکوب نرخ ارز سعی در کنترل قیمت‌ها در این بازار کرده، اما آنچه مسلم است در شرایط فعلی حتی با سرکوب نرخ واقعی ارز، دولت نمی‌تواند همه نیاز تولیدکنندگان به ارز را اجابت کند؛ پس به‌ناچار فشار ناتوانی در تامین ارز موردنیاز را به بانک‌ها وارد می‌کند تا تسهیلات ارزان به تولید بدهند؛

تسهیلاتی که در وصول آنها ابهام وجود دارد و بخش عمده‌ای از آن براساس تجربه به مطالبات معوق تبدیل می‌شود.

دولت باید برای رشد تولید، فضای کسب‌وکار را بهبود بخشد؛ بنابراین لازم است برای تسهیل فضای کسب‌وکار دولت ضمن برداشتن موانع دریافت مجوزها و کاهش مالیات بخش تولید، سایر موانع پیش‌روی تولیدکنندگان را هم بردارد؛ نه اینکه بانک‌ها را مجبور به پرداخت تسهیلات تکلیفی کند.

همچنین دولت باید بپذیرد با سرکوب نرخ بهره نمی‌تواند به تولیدکنندگان کمک کند و اگر نرخ بهره واقعی شود، بانک‌ها منابع موجود را با خیال آسوده در اختیار تولیدکننده قرار می‌دهند و این گردش مالی به رونق اقتصادی منجر می‌شود.

برای تحقق رشد تولید، لازم است بانک مرکزی اجرای سیاست‌های پولی و مالی را تسریع کند، زیرا نوسانات در بخش ریالی و ارزی موجب شده تولیدکنندگان امکان برنامه‌ریزی قابل‌قبولی نداشته باشند و دچار ضرر و زیان شوند؛ بنابراین بازارساز باید به‌طور دقیق وارد عمل شود و برای جلوگیری از زیان تولیدکننده با کاهش تورم نوسانات هیجانی بازار را کنترل کند. دولت باید بداند پرداخت این حجم تسهیلات تکلیفی، امکان‌پذیر نیست. دولت می‌خواهد به تولیدکننده وام بدهد و دم‌دستی‌ترین محل برای تامین منابع این کار بانک است، اما توجهی ندارد که این منابع براساس چه حساب و کتابی ذخیره شده و از اساس آن بانک توان انجام این تکالیف را دارد یا خیر.

همچنین اصلاً به این موضوع توجه نمی‌شود که هر بانکی ترازنامه‌ای دارد که باید نسبت به وضعیت آن پاسخگو باشد؛ در نتیجه پرداخت تسهیلات به تولید با نرخ بهره غیرواقعی از سوی بانک امکان‌پذیر نیست. لازم به تاکید است که پرداخت تسهیلات به تولید در همه جای دنیا امری مرسوم است، اما در این کشورها دولت از بانک‌ها حمایت می‌کند، همچنین نرخ بهره در این کشورها واقعی است؛ بنابراین بانک‌ها در پرداخت تسهیلات ضرر نمی‌کنند.



علی سعدوندی - اقتصاددان

پایان سلطه دلار!

کالاهای غیرنفتی، در فاصله دور از دلار هستند.

ایران نیز به دلیل اعمال تحریم‌های ظالمانه از قافله کشورهای در حال دلارزدایی عقب نمانده و باتوجه به مشکلات به وجود آمده برای صادرات نفت در اثر اعمال تحریم‌ها، ارز حاصل از صادرات غیرنفتی به طور محسوس و چشمگیر در اقتصاد خود را نشان می‌دهد؛ لازم به ذکر است همچنان این مقدار ارزآوری غیرنفتی برای کشوری به وسعت ایران رقمی بسیار ناچیز است.

با اعمال بیشتر تحریم‌ها و عضو نبودن ایران در Fatf، ارز حاصل از صادرات نفتی و غیرنفتی نیز جوابگوی نیازهای مبادلات تجاری کشور نبود؛ بنابراین ایران نظیر سایر کشورهای جهان در دوران بحران مالی سال ۲۰۰۷ باید به پیمان پولی دوجانبه با کشورهای همسو می‌پیوست. یکی از نقاط اصلی آسیب‌پذیری کشور بعد از اعمال تحریم‌های آمریکا، سیستم تعاملات بانکی بین‌المللی است، زیرا اکثر تبادلات مالی خارجی کشور برپایه دلار و یورو انجام می‌شد. سرانجام ایران نیز برای دلارزدایی از مبادلات خود به انعقاد پیمان‌های پولی با کشورهای دوست روی آورد و در همین راستا با روسیه پیمان ارزی امضا کرد و نمادی به این نام در بازار متشکل ارزی گشایش یافت که همین خبر بلافاصله بر نرخ دلار در بازار اثر گذاشت و تا حدودی روند کاهشی به نرخ دلار بخشید.

اما متأسفانه این روند ادامه‌دار نبود، چون کشور روسیه نیز تحت تاثیر تحریم‌های بسیار شدید اتحادیه اروپا قرار دارد.

همین موضوع سلطه دلار بر بازارهای تجاری جهان را بیشتر نشان می‌دهد و طبیعی است که قدرت‌های اقتصادی جهان بخواهند به سلطه دلار بر بازارهای تجاری پایان بدهند. با وجود این تحولات، بسیاری معتقدند پایان برتری جهانی دلار به این زودی‌ها فرا نخواهد رسید. در حال حاضر، بانک‌های مرکزی هنوز حدود ۶۰ درصد ذخایر ارزی خود را به دلار نگهداری می‌کنند.

نرخ دلار در بازارهای جهانی دوباره اوج گرفته و همین امر موجب نگرانی بسیاری از اقتصادهای بزرگ دنیا از جمله چین شده است. سال‌هاست دولت چین با پایین نگه‌داشتن تعدی ارزش یوان سعی در ورود این ارز به بازارهای تجارت جهانی دارد. پول امریکایی در بازارهای جهان آنچنان قدرتمند است که به سیستم مالی جهانی ورود کرده و توانسته به عنوان سلاحی علیه اقتصاد کشورها، عمل کند. بر همین اساس دولت‌های مختلف از جمله چین، روسیه و حتی اتحادیه اروپا به آزمایش گزینه‌های جایگزین دلار در مراودات مالی خود روی آوردند. نگرانی بسیاری از کشورها از تسلط دلار آمریکا بر نظام مالی جهانی و توانایی آمریکا در تبدیل دلار به سلاحی به نفع خود، این کشورها را مجبور به آزمایش جایگزین‌های دیگری برای محدود کردن سلطه دلار کرده است. یکی از کشورهایی که قصد دلارزدایی از مبادلات تجاری خود را دارد، ایران است، اما جدی‌ترین دلارزدایی از معاملات در واکنش به جنگ روسیه با اوکراین رخ داد، زیرا ایالات متحده و سایر کشورهای غربی در واکنش به این جنگ، تحریم‌های اقتصادی را علیه روسیه اعمال کردند، اما در روی دیگر سکه روس‌ها هم بیکار ننشستند و با دولت چین برای کاهش وابستگی به دلار و ایجاد همکاری بین سیستم‌های مالی خود همکاری کردند. دلارزدایی در حال حاضر به هدفی فراگیر بین کشورهای مختلف جهان تبدیل شده؛ به طوری که حتی پاکستان نیز جزو پیشگامان این امر با عقد پیمان‌های پولی اقدام به دلارزدایی از مبادلات خود کرد. همچنین در ماه‌های اخیر، برزیل و آرژانتین درباره ایجاد یک ارز مشترک برای دو اقتصاد بزرگ آمریکای جنوبی گفت‌وگو کرده‌اند. برخی کشورهای آسیای جنوب شرقی از جمله سنگاپور هم تلاش‌هایی برای دلارزدایی از مبادلات تجاری خود انجام دادند. هند نیز که به تازگی به جمع اقتصادهای برتر جهان پیوسته، تمایل دارد مبادلاتش را با روپیه انجام دهد؛ از همین رو امارات متحده عربی و هند در حال مذاکره برای استفاده از روپیه برای تجارت



برای دریافت رمز اول کارت رو موبایلت حساب کن!

موبایل بانک سامان
www.mobillet.ir

موبایلت

اسامی برندگان قرعه کشی زمستان ۱۴۰۱

وین کارت

۴ برنده جایزه ۱,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریالی

ردیف	نام شعبه	نام و نام خانوادگی
۱	فلکه سوم تهرانپارس	صالح کمالی نمین
۲	مقدس اردبیلی	فاطمه خسروآبادی
۳	تهرانسر	ناهیده اسلامی مامالو
۴	میدان هفت تیر	افشین گشانی

۴۰ برنده جایزه ۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریالی

ردیف	نام شعبه	نام و نام خانوادگی	ردیف	نام شعبه	نام و نام خانوادگی
۱	اراک	تینا زندیه وکیلی	۲۱	کیش	ابوالفضل خیاطی
۲	چهارباغ بالا	صدر یوسفی	۲۲	شهر قدس	زهرا همتی کلور
۳	صادقیه	آرزو اکبری	۲۳	تهرانسر	محبوبه اژده فر
۴	ترمینال ۲ فرودگاه مهر آباد	جواد تقی زاده	۲۴	ارومیه	میرمحمد موسوی واعظی
۵	بابل	نسبیه مرادی نجار	۲۵	مدرس مشهد	سیدعلی بیضائی
۶	اهواز	میعاد نیسی	۲۶	خیابان سید جمال الدین اسدآبادی	علی سروش
۷	مولوی	مرتضی صادقی ملک آبادی	۲۷	ملاصدرا	فاطمه شمشادی ملاسرانی
۸	شهریار	محمد نیل قاز	۲۸	شهریار	صادق هدایتی فر
۹	شهریار	محمد زند	۲۹	مشهد	علی توفیقی کامه علیا
۱۰	بلوار کشاورز	ابوالفضل زارعی	۳۰	کیش	آمنه تاج فیروز
۱۱	خیابان ملت اکباتان	رضا بختیاری	۳۱	نیاوران	پارسا خسروی
۱۲	ستارخان	شکیبا سلمان پورسهی	۳۲	همدان	سارا نیازی
۱۳	قم	عباس طالبی	۳۳	ولیعصر تبریز	نگین الماس لو
۱۴	اهواز	حافظ طعیمه پور	۳۴	همدان	احمد قاسمی وقار
۱۵	خیابان سید جمال الدین اسدآبادی	علیرضا مختاری	۳۵	شهرک راه آهن	فریده قنوانی
۱۶	نازی آباد	سالار داودزاده	۳۶	لاله زار	هانیه کمانگر رحمانی
۱۷	شهریار	مجید فتحی آزاد	۳۷	لاله زار	حسن کریمی
۱۸	یافت آباد	دریا عزیزی	۳۸	بازار	مهدی آب روشن
۱۹	آفریقا	سیدحمید هدائی	۳۹	آفریقای شمالی	شقایق سلیمانی دهج
۲۰	امین حضور	علی حاتمی	۴۰	بلوار مرزداران	علی نعمتی

۴۰۰ برنده جایزه ۱۰,۰۰۰,۰۰۰ ریالی

ردیف	نام شعبه	نام و نام خانوادگی	ردیف	نام شعبه	نام و نام خانوادگی
۱	شهریار	حسن تیموری	۵۱	شهران	فاطمه بهمن نژاد
۲	شهر قدس	امیر ملکی	۵۲	میدان ونک	حافظ یداله نیا
۳	شهران	حبیب معبودی	۵۳	مرکزی	مهتاب عزیزی
۴	ولیعصر تبریز	زهرا ابراهیم پور	۵۴	خیابان سرداران ارومیه	آرش بابائی
۵	زنجان	هاشم رجبی	۵۵	میدان توحید کرج	کیانوش بیگدلی مجرد
۶	جهانشهر کرج	حسن جعفرزاده	۵۶	سجاد مشهد	رسول قهرمانی اسکونی
۷	رفسنجان	حسن مژنگ دهنوی	۵۷	مهرشهر کرج	راحله زیاد بخش
۸	خیابان سرداران ارومیه	میر حسین حسینی	۵۸	باغ فردوس	فهیمة روستائی مقدم
۹	گرگان	ارسلان میرفندرسکی	۵۹	خیابان سرداران ارومیه	شیرین حسینی نازلو
۱۰	فلکه سوم تهرانپارس	شاهین محمدی خاتقاه	۶۰	شهر قدس	رقیه سلمانی
۱۱	یزد	محمدصدرا پندریادی	۶۱	صادقیه	محمد افهمی
۱۲	میدان ونک	مجید فلاحي	۶۲	خیابان آذربایجان	شادی غیاثوندبابائی
۱۳	متبریه	ملودی طاهری	۶۳	قشم	الهه دستگردی
۱۴	اقدسیه	تاج فلاح	۶۴	خانه اصفهان	زهراالسادات جوهربخش
۱۵	خیابان جمهوری	ابراهیم قسوری	۶۵	آفریقا	کنعان مجرب
۱۶	سعادت آباد	وحید قبری	۶۶	نازی آباد	فاطمه سادات حسینی تبریزی
۱۷	شهر قدس	غلامرضا فرهادی	۶۷	گرگان	مریم ملکی
۱۸	خیابان دولت	میلاذ رستمی نژاد	۶۸	بزرگراه فتح	ایمان عیش آبادی
۱۹	جهانشهر کرج	بهزاد نجفی	۶۹	مولوی	الهام غفوریان عیدگاهی
۲۰	بازار کفاشها	امیرحسین کریمی	۷۰	ارومیه	بهزاد فریدنقره شتلاقی
۲۱	گیسا	سپهر قاسمی خفلفو	۷۱	جنت آباد	نرگس نادری
۲۲	سجاد مشهد	مه کل گل محمدی	۷۲	تبریز	سعیده موسی پورسواره
۲۳	میدان قزوین	حسین دیوسالار	۷۳	دفتر بانکداری اختصاصی زعفرانیه	حسین عادل زاده
۲۴	شهریار	راضیه اسمعیلی پورلوکلايه	۷۴	شهر قدس	داود صادقی مقدم
۲۵	بلوار مرزداران	منصوره ذکرعلی	۷۵	همدان	امیرمحمد کولیوند
۲۶	پاسداران	هانیه نقی زاده مادیه	۷۶	صادقیه	آزاده ضیائی ندامانی
۲۷	قرنی مشهد	وحید خادم	۷۷	خانه اصفهان	علیرضا حاتمی آذرخوارانی
۲۸	مشهد	محمدجواد کلاته	۷۸	یافت آباد	زهرا برزگر
۲۹	اصفهان	مهدی ابوالفضل	۷۹	آمل	علی تورنگ
۳۰	بلوارهاشمیه -مشهد	مهدی ظریف ذبیحیان حسینی نصب	۸۰	امین حضور	سارا صفری
۳۱	خیابان سرداران ارومیه	پویا نعیمی نژاد	۸۱	خیابان جمهوری	امیر حسن زاده
۳۲	مشهد	آرمین قرشی الحسینی	۸۲	کرمان	حسن شفیعیان
۳۳	شیراز	احمدرضا رضوان پور	۸۳	خانه اصفهان	مسلم شیخی
۳۴	نیشابور	حسن خوشدل	۸۴	شهرک اکباتان	زین العابدین حقیقت
۳۵	کرمان	محمدرضا رستمی شرف آبادی	۸۵	میدان توحید کرج	نرگس لطیفی
۳۶	خیابان دکتر بهشتی	امیر محمدزادریزنده	۸۶	کرمانشاه	سعید چراغی
۳۷	گلزار رشت	سجاد صفری قلعه جوق	۸۷	مولوی	سیدرضا موسوی اقدام علیشاه
۳۸	میرداماد	محمدحسین رضائی	۸۸	قم	مسعود ندی
۳۹	پونک	مرتضی مولاویردی	۸۹	رفسنجان	مریم حیدرزاده
۴۰	شیراز	آرش رفیعی	۹۰	خیابان سرداران ارومیه	مهران محوزاده اصلاتیگ
۴۱	فلکه اول تهرانپارس	محمد اسداللهی	۹۱	ملاصدرا	کوروش بحرینی
۴۲	ایلام	شکیبا شادفر	۹۲	بزرگراه فتح	گل مرجان بهرامی
۴۳	قزوین	پیمان یونسی	۹۳	استادشهریار تبریز	ناصر نبی محمدحسن
۴۴	نازی آباد	محمد زارعی	۹۴	آمل	سیدمسعود رضائی
۴۵	یجنورد	علی رستگار	۹۵	خیابان سید جمال الدین اسدآبادی	زبیده حکم آبادی
۴۶	خیابان آذربایجان	ایمان احمدی	۹۶	سیتی سنتر اصفهان	بیژن جمالی
۴۷	یافت آباد	مجید عیسوی	۹۷	ترمینال ۲ فرودگاه مهر آباد	محمدرضا طاووسی
۴۸	شهرک راه آهن	امیر خالقی	۹۸	یافت آباد	حمید اعتمادی صومعه علیانی
۴۹	اقدسیه	امیرعلی دلفان	۹۹	خیابان حافظ اصفهان	ماتده محمدخدائی
۵۰	کرمانشاه	محسن حیدریان	۱۰۰	اصفهان	امیرحسین عظیمی بروجنی

ردیف	نام شعبه	نام و نام خانوادگی	ردیف	نام شعبه	نام و نام خانوادگی
۱۰۱	میدان کوثر کرمان	سودابه میرزایی	۱۵۱	آفریقای شمالی	عرفان رجب پور
۱۰۲	نیشابور	محمود حصاری	۱۵۲	اصفهان	پریا عرب زاده
۱۰۳	پونک	حمید رضا تاجدینی	۱۵۳	دهکده المپیک	علی صفری
۱۰۴	کیش	سروش ساریخانی	۱۵۴	خیابان سرداران ارومیه	سعید تمیمی تواندشتی
۱۰۵	امین حضور	محمدعلی کاشفی فرد	۱۵۵	اریکه ایرانیان	رامین قارونی
۱۰۶	میدان نیوت	سید هادی موسوی شیرازی	۱۵۶	بازار	مهساسادات میرقادی
۱۰۷	همدان	مهشید خالقیان	۱۵۷	مهرشهر کرج	بهنام رستمی
۱۰۸	خرم آباد	امید حسوند	۱۵۸	مهرشهر کرج	سپینود آذرشاهی
۱۰۹	خیابان دکتر بهشتی	محمدحسین طالبی زاده سردری	۱۵۹	هایپر استار	محمد نوری
۱۱۰	ملاصدرا	سمیه عمید	۱۶۰	نیشابور	بهار سیاه
۱۱۱	الهی	سیمین برزگر	۱۶۱	مرکزی	مهدی محمدخانلو
۱۱۲	پیروزی	قاسم علی مردانی	۱۶۲	جهانشهر کرج	علیرضا خدنگان میاندوآب
۱۱۳	میدان تجریش	فرید جباری	۱۶۳	بهشتی-قائم مقام	افشین ربیعی
۱۱۴	جهانشهر کرج	دنیا عطاری	۱۶۴	قم	سید مهدی تقوی دهقان
۱۱۵	شهری	محمدرضا ملک محمدی	۱۶۵	قرنی مشهد	حامد پیشوا
۱۱۶	مدرس مشهد	هادی بیگی	۱۶۶	خیابان سرداران ارومیه	محمد نجفی
۱۱۷	اقدسیه	محدثه مقدم فر	۱۶۷	مقدس اردبیلی	ارسلان مراددوست
۱۱۸	شهریار	سیده پرینا رسولی تولون	۱۶۸	یاقت آباد	فاطمه شرافتی
۱۱۹	تهرانسر	بهزاد یساری	۱۶۹	ترمینال ۲ فرودگاه مهر آباد	علی رجبی
۱۲۰	فلکه اول تهرانپارس	علیرضا برزگر ماسوله	۱۷۰	خیابان دکتر بهشتی	شهاب لقانی
۱۲۱	ارومیه	فرهاد حصاری	۱۷۱	اقدسیه	فاطمه عبادی
۱۲۲	جهانشهر کرج	بهروز صادقی صومعه	۱۷۲	ایران زمین	سیدمحمد موسوی
۱۲۳	ملاصدرا	سجاد کولیوندی	۱۷۳	قینطریه	هایده ناصری منفرد
۱۲۴	دلاوران	محمدعلی دلدار	۱۷۴	مشهد	نجمه علیخانی محمدآباد
۱۲۵	امین حضور	حسن جاویدان نوجه ده	۱۷۵	زنجان	روح اله صادقی
۱۲۶	ترمینال ۲ فرودگاه مهر آباد	خبیرعلی مرادی	۱۷۶	ارومیه	مرتضی ورزش دوست
۱۲۷	قم	مهرین سعیدی	۱۷۷	تبریز	ابراهیم نعمتی
۱۲۸	آمل	زهرا صفیرضوی زاده	۱۷۸	بازار کفاشها	احمد بوزجولو
۱۲۹	قزوین	مریم ملنجی	۱۷۹	آفریقای شمالی	سعید ابراهیمی بردر
۱۳۰	شهریار	محمدحسین رمضانی	۱۸۰	ترمینال ۲ فرودگاه مهر آباد	محمد احسانی
۱۳۱	رفسنجان	حمید غیائی یزدی	۱۸۱	جنت آباد	رعنا غلامی
۱۳۲	میدان آرژانتین	مهدی ملکشاهی	۱۸۲	الهی	امیر سیف اله زاده
۱۳۳	اقدسیه	کاظم ریشوطبرانی	۱۸۳	بلوار فردوس	احمد منافی
۱۳۴	اروند	امید بحرانی	۱۸۴	ولیعصر تبریز	لیلا زینالی فرید
۱۳۵	خانه اصفهان	فهیمة شیرانی نسب	۱۸۵	ملاصدرا	نصراله پیشرو
۱۳۶	مشهد	امیرحسین عدیلی پور	۱۸۶	قشم	محمد یحیانی
۱۳۷	میدان تجریش	داریوش کریمی	۱۸۷	خیابان دکتر بهشتی	ناهد نوروزی
۱۳۸	شهریار	میلاذ خردمندقوجه بیگلر	۱۸۸	جهانشهر کرج	رضا خاکی
۱۳۹	ترمینال ۲ فرودگاه مهر آباد	محمدمتین ولی پوری گودرزی	۱۸۹	خیابان ملت اکباتان	سیدسعید حسینیان
۱۴۰	شهران	مهدی کارساز	۱۹۰	استادشهریار تبریز	جواد وکیلی
۱۴۱	تبریز	مسعود سالک سلطانی	۱۹۱	میدان تجریش	هادی عطائی
۱۴۲	آفریقای شمالی	پوریا رشیدی خسروبیگی	۱۹۲	پیروزی	علی محمد عطائی روزبهانی
۱۴۳	خیابان کارگر شمالی	پنا سایی	۱۹۳	اریکه ایرانیان	فهیمة قاسمی رهورد
۱۴۴	تهرانسر	بهروز جودی	۱۹۴	گلزار رشت	حسین افروخته گان امشی
۱۴۵	شهر قدس	هاجر علیزاده	۱۹۵	الهی	مبین نژادکی علیزاده
۱۴۶	مولوی	فاطمه عبدالله زاده شقایق	۱۹۶	اصفهان	محمدرضا قاسمی
۱۴۷	قرنی مشهد	میشم قره داغی مقدم	۱۹۷	اصفهان	مجتبی وحیدی دستجردی
۱۴۸	میدان هفت تیر	آئین قائمیان	۱۹۸	خیابان آقابزرگی - الهی	زهرا اسدی جوزانی
۱۴۹	شهر قدس	ولی مقدم	۱۹۹	نیشابور	فاطمه بتوی
۱۵۰	مرکزی	سیدحسین حسینی	۲۰۰	اهواز	منا قنبری عدیوی

ردیف	نام شعبه	نام و نام خانوادگی	ردیف	نام شعبه	نام و نام خانوادگی
۲۰۱	میدان ونک	سعید زارعی	۲۵۱	قم	محمد فرحناک
۲۰۲	یافت آباد	محمدباقر سلیمانی	۲۵۲	میدان توحید کرج	سیده زهرا میرباقری فیروزآبادی
۲۰۳	بلوار دریا	مصطفی سهرابی	۲۵۳	صادقیه	مینا یاری
۲۰۴	ستارخان	پیام زمانی	۲۵۴	بزرگراه فتح	علی قاسمی
۲۰۵	امین حضور	نقیسه طهرانی کیا	۲۵۵	نازی آباد	زهرا فارابی
۲۰۶	فلکه اول تهرانپارس	جواد روحی رازلیق	۲۵۶	دلاوران	زینب چمنی
۲۰۷	پونک	مرتضی عباس زاده	۲۵۷	سعادت آباد	امیر حسینی مظهری
۲۰۸	آمل	آدرینا اسمعیل پور	۲۵۸	شهران	فاطمه شیرعلی
۲۰۹	مولوی	محمد عظیم اله پورآقباغ	۲۵۹	میدان قزوین	هوشیار عبداللهی میرزائق
۲۱۰	اهواز	شاهین تقی پور	۲۶۰	خیابان سرداران ارومیه	ویدا جدی
۲۱۱	خانه اصفهان	محمد ابراهیمی افشاری	۲۶۱	آفریقای شمالی	پرینا اقبال
۲۱۲	شهریار	سمانه نقر	۲۶۲	دروس	عبداله امیری حسینی
۲۱۳	میدان آرژانتین	اسماعیل کاظمی	۲۶۳	خیابان آذربایجان	صمد فضل اله پورآقاملکی
۲۱۴	مهرشهر کرج	افشین جواهری	۲۶۴	خیابان سرداران ارومیه	سیدعلی حصاری
۲۱۵	سمنان	سوزان حدادی	۲۶۵	شهریار	مریم مقدم
۲۱۶	دلاوران	میلاد داداللهی ساراب	۲۶۶	سمنان	نجمه رحمتیان مطلق
۲۱۷	جهانشهر کرج	الهام بیگلری	۲۶۷	مشهد	حوریه نوروزی
۲۱۸	دلاوران	آزاده خاتعلی	۲۶۸	گلزار رشت	فاطمه یحیی زاده لاله دشتی
۲۱۹	پاسداران شیراز	زهرا همتی	۲۶۹	خیابان ملت اکباتان	صمد نعمت اللهی
۲۲۰	صادقیه	یحیی حاجی ابراهیمی	۲۷۰	شهریار	سرور ابوالقاسم
۲۲۱	بزرگراه فتح	میلاد کاظمیان سیسان	۲۷۱	مدرس مشهد	حسن امجدی پور
۲۲۲	بلوار دریا	شادی سادات بنی الحسینی	۲۷۲	مشهد	محمدجواد استاد
۲۲۳	شیراز	ابوالفضل حسینی تودشکی	۲۷۳	گلزار رشت	محمدجواد رفیعی مقدم
۲۲۴	ارومیه	سیده هلیگورد گیلانی زاده دیزج	۲۷۴	خیابان کارگر شمالی	داود زینال زاده اصل
۲۲۵	بوشهر	احسان ایردبخش	۲۷۵	قرنی مشهد	محمدرضا زنگی آبادی
۲۲۶	نازی آباد	شهناز صادقی	۲۷۶	میرداماد	محترم اسدی
۲۲۷	خیابان سرداران ارومیه	مناف جهانگیری فیروزیان	۲۷۷	چهارباغ بالا	آرمین آزادیان طلاغون
۲۲۸	جهانشهر کرج	محمود نعیمانی خیرتی	۲۷۸	میدان قزوین	رضوان لسانی گویا
۲۲۹	پاسداران شیراز	سالار توپ	۲۷۹	سیتی ستر اصفهان	احسان آقاپور
۲۳۰	مرکزی	حمیدرضا امیری	۲۸۰	بلوار فردوس	محمد زادی
۲۳۱	مرکزی	آرمین دادگر	۲۸۱	نازی آباد	حسن حضرتی آبی بیگلر
۲۳۲	مدرس مشهد	سیدحسن شاداب سیاسک	۲۸۲	یزد	عرفان افخمی اردکانی
۲۳۳	میدان قزوین	محرم هوشیار	۲۸۳	همدان	مصطفی ملکی
۲۳۴	خیابان ولیعصر پارک ساعی	محمد خیدرزاده	۲۸۴	میدان ونک	محمد موسوی
۲۳۵	جهانشهر کرج	سمیه نصیر	۲۸۵	خرم آباد	حسن بهرامی
۲۳۶	خیابان دولت	مصیب شیرزاد	۲۸۶	جنت آباد	مجید آرمند
۲۳۷	آفریقا	علی رنجیرآقابابا	۲۸۷	اقدسیه	مریم طاهری نیلاق
۲۳۸	بندر عباس	علی رئیس	۲۸۸	بوشهر	سحر جهانفر
۲۳۹	صادقیه	مهدی دین محمدی	۲۸۹	یافت آباد	برائعلی آوج
۲۴۰	گرگان	یداله دونلو	۲۹۰	میدان حسین آباد	عماد حقیری
۲۴۱	شهرک راه آهن	میثم زارعی	۲۹۱	خیابان سید جمال الدین اسدآبادی	ابوالفضل پورجهان
۲۴۲	اردبیل	عباس صفری	۲۹۲	آفریقا	المیرا نجفی
۲۴۳	سعادت آباد	رضا اسدی	۲۹۳	شهر قدس	سپهر صیفی
۲۴۴	بهشتی - قائم مقام	ابوالفضل عربی	۲۹۴	خیابان جمهوری	حنانه حاتم زاده
۲۴۵	سعادت آباد	علی پاکدل	۲۹۵	مهرشهر کرج	محمد مهدی شریفی
۲۴۶	میدان قزوین	شهاب دخالوی	۲۹۶	ساری	سامان عاشوری
۲۴۷	اهواز	مسعود چاهی حصارکار	۲۹۷	ارومیه	افشین میرزائی قورمک
۲۴۸	اهواز	علیرضا قربانی دهکردی	۲۹۸	همدان	سید حسین موسویان همدانی
۲۴۹	میدان نبوت	بهادر تقی زاده	۲۹۹	بندر عباس	فاطمه نوری
۲۵۰	امین حضور	علیرضا افتاده	۳۰۰	اقدسیه	محراب باباپور

ردیف	نام شعبه	نام و نام خانوادگی	ردیف	نام شعبه	نام و نام خانوادگی
۳۰۱	قشم	محمد موسی پور	۳۵۱	تبریز	محمدعلی حجت دوست
۳۰۲	مهرشهر کرج	حمیدرضا تبریزی فرد	۳۵۲	شهران	علیرضا رادفر
۳۰۳	بلوار کشاورز	محمد یامی	۳۵۳	شهری	محمد رضا مه آبادی
۳۰۴	بازار کفاشها	افتخار دانش پور	۳۵۴	نیشابور	ابوالفضل شمس آبادی
۳۰۵	کیش	مهدی محمودی	۳۵۵	بلوارهاشمیه - مشهد	محسن اکبری
۳۰۶	چهارباغ بالا	عباس رزازان	۳۵۶	خانه اصفهان	باقر عاشوری نهریوسفی
۳۰۷	خیابان دزاشیب - سه راه عمار	حسن قندی	۳۵۷	خانه اصفهان	بیژن شیخ بهائی
۳۰۸	بزرگراه فتح	اسماعیل آجورلو	۳۵۸	متنبریه	صدف سروری
۳۰۹	میدان حسین آباد	منوچهر عباسی تنبانی	۳۵۹	میدان توحید کرج	مهدی وحیدی فر
۳۱۰	خیابان آقابزرگی - الهیه	سیدمجتبی رئیس اسکونی	۳۶۰	پیروزی	رشید صیادشوانلو
۳۱۱	پیروزی	حسین قربانی	۳۶۱	شهریار	بهنام نصرتی
۳۱۲	نازی آباد	عباس میرزانی	۳۶۲	بلوارهاشمیه - مشهد	سجاد پوربقمچ
۳۱۳	میدان ونک	سیدصادق خضری جواد	۳۶۳	جهانشهر کرج	محمد خانی رزی
۳۱۴	شهریار	میترا قانونی	۳۶۴	اقدسیه	قاسم ارجمند
۳۱۵	بازار کفاشها	مصطفی مهرآیینیان	۳۶۵	میدان نبوت	میرحجت موسوی
۳۱۶	بلوار مرزداران	آرین صمدی صوفی	۳۶۶	میدان تجریش	دانیال نایج
۳۱۷	قم	سیدعلی محسنی	۳۶۷	متنبریه	ابوالفضل محمدی
۳۱۸	شهر قدس	روح اله بهلولوند	۳۶۸	پیروزی	پیمان کباری
۳۱۹	خیابان ولیعصر پارک ساعی	شهاب افشارکهن	۳۶۹	میدان آرژانتین	محبوبه پزشکی نژاد
۳۲۰	یافت آباد	مرتضی دولت آبادی فراهانی	۳۷۰	خیابان حافظ اصفهان	قدیرعلی سهرابی بجگردی
۳۲۱	قم	روح اله جهانی نیا	۳۷۱	بلوارهاشمیه - مشهد	احمد سلطانی کرهینانی
۳۲۲	بازار کفاشها	عبدالعلی پیرمرادی	۳۷۲	مشهد	حمید مشتاقی رشیدی
۳۲۳	ترمینال ۲ فرودگاه مهر آباد	سجاد صابری نصرآبادی	۳۷۳	بلوار مرزداران	علی اکبر کارگر
۳۲۴	شهریار	نادر زارعی طورانی	۳۷۴	بابل	محمد مهدی نژادگودرزی
۳۲۵	کرمان	سیدجواد اوحدی لاهیجانی	۳۷۵	خیابان حافظ اصفهان	علیرضا کاظمی عسگرانی
۳۲۶	کرمانشاه	رسول همتی	۳۷۶	میدان نبوت	بهرام بابازاده
۳۲۷	آفریقا	محمد صابری	۳۷۷	جهانشهر کرج	سمیه سادات موسوی
۳۲۸	اقدسیه	مینا سعیدی	۳۷۸	شهریار	حسن رضایی منش
۳۲۹	گلزار رشت	سیده الهه هاشمی	۳۷۹	تبریز	متین شمس
۳۳۰	شهریار	فرامرز اقتداری سلیمی	۳۸۰	ولنجک	ایمان گل چین
۳۳۱	صادقیه	محسن مهدی زاده	۳۸۱	بزرگراه فتح	ایوب رجب زاده
۳۳۲	شیراز	غلامحسین اسدی فرد	۳۸۲	اهواز	مسلم سعیدی
۳۳۳	قیطریه	حسین دولت یار	۳۸۳	جنت آباد	آرش امیریان
۳۳۴	متنبریه	افضل کریمی	۳۸۴	گلزار رشت	عباس محمدپور
۳۳۵	جنت آباد	پروین مدرس دزفولی	۳۸۵	میدان توحید کرج	محمدنبی موسیوند
۳۳۶	میدان توحید کرج	محمد فلاح پوراسدآبادی	۳۸۶	دکتر فاطمی	حسین شعار
۳۳۷	خیابان ملت اکباتان	مرتضی شکری ویرتی	۳۸۷	امین حضور	نسرین اغتصامی فرد
۳۳۸	جهانشهر کرج	صفر کرم زاده	۳۸۸	بلوار ۲۴ متری سعادت آباد	کیما ونکی
۳۳۹	سمنان	گلشنید هنرور	۳۸۹	سعادت آباد	حسن گهری برحقی
۳۴۰	ایلام	حمیدرضا بهامی	۳۹۰	جهانشهر کرج	مهری صالحی
۳۴۱	خیابان ملت اکباتان	پیام گلزارنیا	۳۹۱	مشهد	محمود احراری
۳۴۲	ترمینال ۲ فرودگاه مهر آباد	مرتضی کربلانی باقرسینکی	۳۹۲	نیشابور	امین کامیاب مهر
۳۴۳	خیابان ولیعصر پارک ساعی	امین صداقت پور	۳۹۳	ایران زمین	علی شعبی
۳۴۴	جام جم	محمد امین خداوردی	۳۹۴	شهران	مریم امین
۳۴۵	جهانشهر کرج	آرش قربانی	۳۹۵	ساری	نجمه عباسی
۳۴۶	شهریار	ماهرخ مختاری پور	۳۹۶	پاسداران شیراز	مهدی مظفری
۳۴۷	مشهد	زهرا خاوریان	۳۹۷	میدان قزوین	مصطفی شمسعلی
۳۴۸	خیابان ولیعصر - زرتشت	مریم زاهدی	۳۹۸	بزرگراه فتح	هیمن محمدی
۳۴۹	جهانشهر کرج	معصومه کولیوند	۳۹۹	میدان توحید کرج	اصغر محمدعلیخانی
۳۵۰	بندر عباس	سوسن سالاری	۴۰۰	یافت آباد	مرضیه شاه آبادی

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه / بانه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمابر	نام مسئول شعب / بانه ها
۱	آفریقا	۸۰۱	تهران، بزرگراه آفریقا، نرسیده به چهارراه جهان کودک، پلاک ۳۱	۸۸۷۴۴۵۷-۶۱	۸۸۷۳۷۷۳	شاهرخ نیری
۲	مرکزی	۸۰۲	تهران، خیابان انقلاب، بین چهارراه کالج و چهارراه ولیعصر، پلاک ۸۰۳	۶۶۹۵۸۹۳۳-۶۶۹۵۹۰۵۰	۶۶۹۷۱۰۶۱	فاطمه حکیمی
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، روپروی باغ فردوس، پلاک ۲۹۴۴	۲۲۷۴۰۷۷۵	۲۲۷۴۰۷۱۵	نیما گیلانی
۵	پاسداران	۸۰۵	تهران، خیابان پاسداران، مقابل بوستان ششم، جنب برج سفید، پلاک ۲۵۰	۲۲۵۹۵۶۵۸	۲۲۵۹۷۵۴۰	مهرداد کریمی
۶	بازار	۸۰۶	تهران، بازار بزرگ، خیابان ۱۵ خرداد غربی، بین چهارراه گلوندک و خیابان ابوسعید، پلاک ۶۸۱	۵۵۵۷۵۷۳۸-۹	۵۵۵۷۶۴۹۵	حسین یوسفی پور
۷	صادقیه	۸۰۷	تهران، ضلع جنوب شرقی فلکه اول صادقیه، پلاک ۹۱۸	۴۴۲۵۵۵۱۸-۲۰	۴۴۲۵۵۵۱۷	مهدی احمدی
۸	اقدسیه	۸۰۸	تهران، خیابان اقدسیه (موجوده داتش)، نبش کوچه نسیم، پلاک ۶۳	۲۲۸۳۳۰۵۶-۲۲۸۳۳۲۴۹	۲۲۸۳۳۲۴۵	نسرین خوش صحبت
۹	میرداماد	۸۰۹	تهران، خیابان میرداماد، نرسیده به میدان مادر، پلاک ۱۴۸	۲۲۹۳۴۵۱-۴	۲۲۹۲۴۴۶۳	اله میرزائی
۱۰	دکتر فاطمی	۸۱۰	تهران، خیابان دکتر فاطمی غربی، روپروی خیابان هشت بهشت، نبش کوچه شیخلر (ششم)، پلاک ۱۴۰	۸۸۹۸۲۱۸۱-۸۴	۸۸۹۸۲۱۹۴	مجتبی تیرزاده
۱۱	سعادت آباد	۸۱۱	تهران، خیابان سعادت آباد، میدان کاج، پلاک ۱۳	۲۲۰۸۶۱۹۵-۲۰۰	۲۲۰۸۷۷۰۸	بهاره علیاری
۱۲	جنت آباد	۸۱۲	تهران، خیابان جنت آباد جنوبی، پایین تر از میدان چهار باغ، نبش خیابان لاله غربی، ساختمان سمرقند، پلاک ۴۷	۴۴۴۹۵۲۰۱-۱۲	۴۴۴۹۵۲۸	مهدی طلایی
۱۳	خیابان دولت	۸۱۳	تهران، خیابان دولت، نرسیده به چهارراه پاسداران، پلاک ۱۸	۲۲۷۶۴۲۸۲-۷	۲۲۷۸۱۰۶۹	سمانه دانشمند
۱۴	میدان ونگ	۸۱۴	تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از میدان ونگ، نبش خیابان برادران شرقی، پلاک ۲۴۷۷	۸۸۲۰۵۵۵۵-۹	۸۸۲۰۵۴۴۸	متین اقبال زاده
۱۵	ایران زمین	۸۱۵	تهران، شهرک غرب، خیابان ایران زمین، مجتمع ایران زمین، پلاک ۱۳ و ۱۴	۸۸۵۷۶۲۰۵-۱۰	۸۸۵۷۱۲۱۵	یهوش قاسمی
۱۶	ارنک ایرانیان	۸۱۶	تهران، بلوار فرحزادی، نبش اردوگان غربی، مجتمع ارنک ایرانیان، پلاک ۱	۲۲۳۵۹۲۷۵-۷۸	۲۲۳۵۳۵۱۶	امیر فولادی
۱۷	یافت آباد	۸۱۷	تهران، بزرگراه آیت اله سعیدی، یافت آباد شرقی، بازار میل ایران، پلاک ۲۰۲ و ۲۰۵	۶۶۲۱۱۰۱۴-۱۷	۶۶۲۳۷۱۱۰	امین کاهه
۱۸	شهری	۸۱۸	شهری، میدان شهری، خیابان ۲۴ متری زکریای رازی (بیات)، پلاک ۲۵۷	۵۵۹۷۰۷۳۲-۵۵۹۷۰۷۳۸	۵۵۹۷۰۷۳۰	افشین فرج زاده
۱۹	ظفر	۸۱۹	خیابان ظفر، بعد از خیابان کازرون شمالی، پلاک ۱۲۸	۲۶۶۴۵۹۱۶-۲۶۶۴۵۷۱۵	---	صمد رضازاده
۲۰	آفریقای شمالی	۸۲۰	تهران، خیابان نفوس ماندلا (آفریقا)، بالاتر از خیابان اسفندیار، نبش شمالی خیابان شهید سعیدی، پلاک ۱۵۸	۲۶۲۱۹۶۵۸-۲۶۲۱۹۹۰۸	۲۶۲۱۹۷۱۳	حیدررسانی فر
۲۱	جام جم	۸۲۱	تهران، خیابان ولیعصر، نرسیده به چهارراه پارک وی، نبش کوچه ترکش دوز، پلاک ۲	۲۶۲۱۰۹۱۲-۱۴	۲۶۲۱۰۹۱۷	فرهاد عطائی فر
۲۲	پیروزی	۸۲۲	تهران، خیابان پیروزی، نبش خیابان عادل	۳۳۳۲۳۱۴۰-۲	۳۳۳۲۳۱۴۳	عباس دانش بقا
۲۳	ولنجک	۸۲۳	تهران، خیابان ولنجک، خیابان چهاردهم، پلاک ۷	۲۲۴۴۱۳۲۷-۳۱	۲۲۱۷۲۵۹۰	روح اله صفری
۲۴	خیابان آذربایجان	۸۲۴	تهران، خیابان آزادی، نبش خیابان آذربایجان، پلاک ۱۰۴۶	۶۶۰۶۷۸۸۲-۶۶۰۶۷۸۸۴-۶	۶۶۰۶۷۸۸۰	فرخ فرجی
۲۵	شهرک اکباتان	۸۲۵	شهرک اکباتان، فاز یک، خیابان نفیسی، روپروی مخاریات، پلاک ۵۹	۴۰۴۴۶۹۳۰-۴۰۴۴۶۹۲۵	۴۴۶۹۵۴۳	حسام حاجی حیدری
۲۶	میدان آرژانتین	۸۲۶	تهران، میدان آرژانتین، اول خیابان بهمن، پلاک ۲۱	۸۸۵۱۶۶۴۰-۸۸۵۱۷۴۱۸	۸۸۵۱۷۳۸۱	علی حمیدیا
۲۷	خیابان ملت اکباتان	۸۲۷	تهران، خیابان سعدی جنوبی، خیابان اکباتان، پلاک ۹۳	۳۳۹۹۸۰۰۵-۷ و ۱۲	۳۳۹۹۸۰۰۹	مهدی عبدلی وشته
۲۸	قیطریه	۸۲۸	تهران، بلوار ۳۵ متری قیطریه، روپروی پارک قیطریه، پلاک ۸۵	۲۲۲۳۴۴۳۷-۸	۲۲۲۳۴۴۵۸	نازنین رحیمی
۲۹	ملاصدرا	۸۲۹	تهران، خیابان ملاصدرا، بعد از خیابان شیراز، پلاک ۱۳۲	۸۸۶۲۵۵۱۷-۸۸۶۲۴۴۸	۸۸۶۲۶۳۱	مهدی باقی
۳۰	خیابان سید جمال الدین اسد آبادی	۸۳۰	تهران، خیابان سید جمال الدین اسد آبادی، نبش شمالی خیابان ۴۹، پلاک ۴۳۳	۸۸۶۱۷۹۳۵-۸۸۶۱۰۲۹۶	۸۸۶۲۸۳۷	سید جعفر لاجوردی
۳۱	میدان قزوین	۸۳۱	تهران، خیابان کارگر جنوبی، ضلع شمال شرقی میدان قزوین، پلاک ۱۸	۵۵۴۸۱۱۷۲-۴-۸	۵۵۴۸۱۱۷۹	داریوش خداحاد
۳۲	خیابان دکتر بهشتی	۸۳۲	تهران، خیابان شهید دکتر بهشتی، بعد از چهارراه سهوردی، پلاک ۱۳۸	۸۸۵۱۲۶۰۳-۸	۸۸۷۴۶۶۹۹	احمد حیدرهانی
۳۳	خیابان کارگر شمالی	۸۳۳	تهران، خیابان کارگر شمالی، بالاتر از خیابان دکتر فاطمی، پلاک ۱۶۱۵	۸۸۹۹۱۳۴۵-۸	۸۸۹۹۱۳۵۰	افشین فرج زاده
۳۴	فلکه سوم تهرانپارس	۸۳۴	تهران، خیابان حجربن عدی، بالاتر از فلکه سوم تهرانپارس، نبش خیابان ۲۱۴ شرقی، پلاک ۱۳۰	۷۷۳۷۰۳۶۸-۷۷۳۷۰۱۸۶	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 حجربن عدی، نبش خیابان ۱۴۸ غربی، پلاک ۳۲	۷۷۷۲۳۲۵۰-۵۴	۷۷۷۲۳۲۵۵	سلیمان بیات
۳۷	بازار کفاشها	۸۳۷	تهران، بازار بزرگ تهران، سیزه میدان، بازار کفاشها، نبش بازار خاها، پلاک ۶۴	۵۵۱۵۱۸۰۲-۴-۵	۵۵۱۶۱۰۷۳	سید محمد میرحسینی نیری
۳۸	الهیه	۸۳۸	تهران، خیابان ولیعصر، خیابان شهید فیاضی، بعد از خیابان کوهیار، پلاک ۶۹	۲۶۲۰۰۹۶۲-۶۳	---	مژگان طرفه نژاد
۳۹	متبریه	۸۳۹	تهران، خیابان ولیعصر، میدان متبریه، خیابان میری، نبش نبش نظامی، پلاک ۵۳	۸۷-۸۵-۸۰-۷۵	۶۶۴۹۱۰۷۳	حسن صالحی کیا
۴۰	شهرک راه آهن	۸۴۰	تهران، اتوبان همت غرب، شهرک گلستان، بلوار امیرکبیر، 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	۷۷۹۴۰۴۲۸-۹	۷۷۹۴۰۴۱۸	حمیدرضا خیری
۴۲	دلاوردان	۸۴۲	تهران، میدان رسالت، خیابان هنگام، بلوار دلاوردان، بین چهارراه آزادگان و تکاوران، پلاک ۳۷۵	۷۷۲۱۳۴۸۸-۷۷۲۱۸۹۳۹۱	۷۷۲۱۳۷۷۷	زهرا کسرائی پور
۴۳	شهران	۸۴۴	تهران، میدان دوم شهران، ابتدای خیابان یکم پلاک ۴	۴۴۳۲۷۹۷۱-۴۴۳۲۸۱۴۷	۴۴۳۲۸۳۲۹	منصوره رضاییان مقدم

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه/پاچه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمابر	نام مسئول شعبه/پاچه ها
۴۴	بلوار فردوس	۸۴۵	تهران، بزرگراه شهید ستاری، بلوار فردوس شرقی، پلاک ۴۳۴	۴۴۰۰۳۸۵-۶	۴۴۰۰۶۸۳۶	سارا گلدوست موندی
۴۵	فرودگاه امام خمینی	۸۴۶	تهران، کیلومتر ۳۰ اتوبان تهران - قم، فرودگاه بین المللی امام خمینی، سائن ورودی	۵۵۷۸۴۰۸-۹	۵۵۷۸۴۱۰	مصطفی کریمی
۴۶	میدان تجریش	۸۴۷	تهران، میدان تجریش، خیابان شهرداری، پلاک ۸۱	۳۶۸۵۸۷۰۶-۳۶۸۵۸۷۰۳	۳۶۸۵۸۳۱۶	فاطمه حیاتی
۴۷	نازی آباد	۸۴۸	تهران، نازی آباد، خیابان مدائن، پلاک ۱۱۶ و ۱۱۸	۵۵۳۳۱۰۰۴-۷	۵۵۳۵۶۰۵۱	علی اکبر عینی
۴۸	سرو	۸۴۹	تهران، سعادت آباد، بلوار سرو غربی، نبش شمال شرقی میدان سرو، پلاک ۷۷	۲۲۰۹۴۳۵۶	---	احسان ملامحمدی
۴۹	ترمینال ۲ فرودگاه مهرآباد	۸۵۲	تهران، فرودگاه بین المللی مهرآباد، ترمینال ۲، زیر پارکینگ طبقاتی	۴۴۶۹۰۰۹-۴۴۶۳۱۳۹۷	۴۴۶۹۲۲۵۲	مصطفی کریمی
۵۰	امین حضور	۸۵۳	تهران، میدان بهارستان، خیابان مصطفی خمینی، خیابان امیرکبیر شرقی، نبش کوچه جاویدی، پلاک ۱۴۰	۳۳۴۴۳۷۱۱-۳۳۴۴۳۷۰۴	۳۳۱۳۳۸۱۴	امیر گیلائی فر
۵۱	مولوی	۸۵۴	تهران، خیابان مولوی شرقی، نبش کوچه شهید علی اکبر قاسمی، پلاک ۵۱۸	۵۵۱۵۳۷۳۶-۵۵۱۵۶۱۰۹	۵۵۱۵۴۷۲۹	تیمور طاهری
۵۲	خیابان لواسانی	۸۵۵	تهران، کابرتابه، خیابان لواسانی غربی، نبش دوراهی آریا، پلاک ۳	۲۲۸۱۶۶۹۲-۳-۵	۲۲۸۱۶۶۸۹	حمید زرهونه
۵۳	تهرانسر	۸۵۶	تهران، تهرانسر، بلوار اصلی، نبش خیابان ۱۴	۴۴۵۸۷۵۹۶-۴۴۵۸۷۵۸۶	۴۴۵۱۷۶۶۲	روح اله سیاوشی
۵۴	هایپر استار	۸۵۷	تهران، بزرگراه شهید باکری جنوب، مرکز خرید هایپر استار	۴۴۱۶۷۱۸۵-۶	۴۴۱۶۷۱۹۹	رضا محمدقاسمی
۵۵	آصف	۸۵۸	تهران، زعفرانیه، بلوار یزدانی، نبش غربی خیابان ماکولنی پور، پلاک ۱۹	۳۶۸۰۳۲۳۷-۳۶۸۰۳۶۳۰	۳۶۸۰۲۹۰۱	محمد سلگی
۵۶	میدان حسین آباد	۸۵۹	تهران، چهارراه پاسداران، میدان حسین آباد، ساختمان مهدی، پلاک ۱۲۰	۲۲۹۶۰۰۱۳-۲۲۹۵۹۹۷۹	۲۲۹۵۹۹۰۹	محمود احسنی
۵۷	مقدس اردبیلی	۸۶۱	تهران، خیابان مقدس اردبیلی، نبش خیابان فرخ، پلاک ۱	۳۶۸۰۲۴۵۳-۳۶۸۰۲۴۰۹	۳۶۸۰۲۴۶۱	وحید میرزاخانی
۵۸	خیابان ولیعصر - زرتشت	۸۶۲	تهران، بالاتر از میدان ولیعصر، نبش به خیابان زرتشت، نبش کوچه ناصر، پلاک ۱۷۷۷	۸۸۸۰۵۷۵۳-۸۸۹۰۶۱۷۸	۸۸۸۰۷۵۹۲	فاطمه حاجی بابائی
۵۹	خیابان دزاشیب - سه راه عمار	۸۶۳	تهران، میدان قدس، انتهای خیابان شهید کبیری (دزاشیب)، سه راه عمار، پلاک ۱۵۸	۲۲۷۵۳۹۱۴-۱۸	۲۲۷۵۳۹۱۳	رضا جلیل زاده
۶۰	خیابان جمهوری	۸۶۵	تهران، خیابان جمهوری، بین خیابان ولی عصر و شیخ هادی، پلاک ۸۵۲	۶۶۹۷۶۳۹۴-۶۶۹۷۶۳۹۲	۶۶۹۷۶۳۸	حسن رنجبر قلیچی
۶۱	یهی- قائم مقام	۸۶۶	خیابان شهید بهشتی، بعد از بزرگراه مدرس، پلاک ۲۷۵	۸۸۵۳۶۸۹۶-۸۶۱۲۳۱۶۰	---	محمدرضا البرزی
۶۲	دهکده المپیک	۸۶۷	تهران، بلوار دهکده المپیک، خیابان شهید مهدی یعقوبی، پلاک ۲	۴۴۷۰۱۴۶۷	۴۴۷۱۱۷۸۲	مونا رضایی
۶۳	قلهک	۸۶۸	خیابان دکتر شریعتی، بالاتر از دوراهی قلهک، پلاک ۱۴۲۵	۲۲۶۰۱۵۳۷-۲۲۶۰۳۶۱۳	۲۲۶۰۹۷۰۳	هومن رسولی
۶۴	ستارخان	۸۶۹	تهران، میدان توحید، خیابان ستارخان، نبش کوچه ستایش	۶۶۵۳۶۱۵۰-۶۶۵۳۶۱۵۹	۶۶۵۳۶۸۵	حمید نودست
۶۵	پوتک	۸۷۰	تهران، بزرگراه اشرفی اصفهانی، بالاتر از میدان پوتک، نبش کوچه ۱۹، پلاک ۱	۴۴۴۶۲۵۱۰	۴۴۴۶۲۸۱۵	احمد عهدی
۶۶	مژده	۸۷۱	تهران، خیابان نیاوران، خیابان شهید مقدسی (مژده)، خیابان میری، پلاک ۴	۲۲۷۱۶۵۱۶-۲۲۷۱۶۳۵۱	۲۲۷۱۶۲۹۳	نغمه خسروی
۶۷	لاله زار	۸۷۲	خیابان لاله زارنو، نرسیده به خیابان منوچهری پلاک ۴۷۱	۳۶۸۷۰۴۵۸-۳۶۸۷۰۳۱۷	۲۲۵۳۰۱۴۶	امین ییگلری
۶۸	میدان هفت تیر	۸۷۳	میدان هفت تیر، بالاتر از مسجد الجواد، پلاک ۲۷۵	۸۸۸۱۵۳۶۰-۸۸۸۱۵۸۹۰	۸۸۸۴۶۱۹۰	امیر ضیاء
۶۹	نیاوران	۸۷۴	تهران، نیاوران، خیابان شهید باهنر، رویروی پارک باهنر، پلاک ۱۴۸	۳۶۱۱۷۱۹۲-۹۳	۳۶۱۱۷۱۹۵	احسان مهدی پور
۷۰	بلوار ۲۴ متری سعادت آباد	۸۷۵	تهران، سعادت آباد، میدان فرهنگ، بلوار ۲۴ متری، نبش کوچه چهارم غربی، پلاک ۱۸	۲۲۳۷۸۸۵۶-۷	۲۲۳۵۷۶۰۵	واله سعیدی
۷۱	خیابان آقازریگی - الهیه	۸۷۶	تهران، خیابان الهیه، خیابان شهید آقازریگی، نبش خیابان استانبول، پلاک ۳۷	۲۲۶۹۶۴۵۱-۲	۲۲۶۹۶۴۵۳	بناترین باستانی
۷۲	بزرگراه فتح	۸۷۷	تهران، بزرگراه فتح، جاده قدیم کرج، بعد از شیر پاسدویزه، مجتمع تجاری تهران، پلاک ۲۳۸	۶۶۸۱۵۶۶۹-۶۶۸۱۵۷۹۸	۶۶۸۱۶۰۰۸	محمود لک
۷۳	شهر قدس	۸۷۸	شهر قدس، بلوار ۴۵ متری انقلاب، رویروی پارک آزادگان، پلاک ۳۸	۴۶۸۳۲۲۳۰-۴۶۸۳۲۲۳۸	۴۶۸۳۲۲۴۱	مرتضی باغستانی
۷۴	دروس	۸۷۹	تهران، خیابان شریعتی، منطقه دروس، بلوار شهرزاد، خیابان شیدایی، کوچه اسپند، پلاک ۲	۲۶۶۴۰۳۲۰-۲۶۶۴۰۳۲۴	۲۶۶۴۰۳۰۸	کزال آیت النبی
۷۵	بلوار مرزداران	۸۸۱	تهران، شهرک ژاندارمری، بلوار مرزداران، بین ایشار و دانش، پلاک ۱۳۶	۴۴۲۱۱۰۴۰-۴۴۲۱۱۳۶۹	۴۴۲۱۱۸۴۱	عباس آهنگری کیوی
۷۶	بلوار کشاورز	۸۸۲	تهران، بلوار کشاورز، بین خیابان وصال شیرازی و نادری، پلاک ۱۷۸	۸۸۹۸۳۱۵۴-۶	۸۸۹۸۳۱۵۷	شادمان غفوری
۷۷	بلوار دریا	۸۸۳	تهران، خیابان سعادت آباد، بلوار دریا، نبش خیابان رامشه، پلاک ۵۰	۸۸۵۹۷۱۷۱-۸۸۰۷۱۲۰۲	۸۸۳۶۶۷۹	فاطمه دولت آبادی فراهانی
۷۸	گیشا	۸۸۴	تهران، کوی نصر (گیشا)، نبش خیابان نوزدهم، پلاک ۲۶۲	۸۸۴۵۷۸۴-۵	۸۸۴۵۷۸۷	ابوالقاسم نصیری
۷۹	جهان شهر کرج	۹۰۱	کرج، میدان سپاه، اول بلوار جمهوری، نبش لیلوفر، پلاک ۱	۰۲۶-۳۴۴۶۱۱۵-۱۷،۲۰	۳۴۴۸۱۴۴۵-۰۲۶	رضا حاجی پور
۸۰	میدان توحید کرج	۹۰۲	کرج، خیابان شاه عباسی، بین میدان توحید و میدان قدس، برج سامان، طبقه همکف	۰۲۶-۳۴۲۰۶۴۷۱-۴	۰۲۶-۳۴۲۵۸۶۲	جبار رضائی دره نیجه
۸۱	شهریار	۹۰۴	شهریار، خیابان ولیعصر، ضلع شرقی میدان امام خمینی (نبش خیابان محسنی)	۶۵۲۶۹۰۲۱-۲۳-۳۶	۶۵۳۸۹۶۲	جواد علی بخشی
۸۲	مهرشهر کرج	۹۰۵	کرج، مهرشهر، بلوار شهرداری، فاز دو، نبش خیابان ۲۰۸، پلاک ۵۴۳	۰۲۶-۳۳۴۱۷۹۰۷	۰۲۶-۳۳۴۱۷۹۰۸	غلامعلی کریمی ایبازی
۸۳	قم	۹۰۰۱	قم، بلوار امین، نبش کوچه ۴۱	۰۲۵-۳۲۴۴۰۶۰۲	۰۲۵-۳۲۹۱۶۶۱۶	مهدی مجاهدی
۸۴	فلکه جهاد - قم	۹۰۰۲	قم، فلکه جهاد، خیابان ۱۹ دی، پلاک ۵۵۵ و ۵۵۷	۰۲۵-۳۷۷۰۸۸۴۰-۲	۰۲۵-۳۷۷۰۵۹۴۹	اکبر مردانی
۸۵	شیواز	۹۱۰۱	شیراز، خیابان زند، حذفاصل خیابان های فلسطین و هفت تیر (۲۰ متری سینما سیدی)، ساختمان پاسارگاد، پلاک ۲۹۶	۰۷۱-۳۳۳۱۹۵۲۲-۵-۶-۷	۰۷۱-۳۳۳۱۹۵۱۳	محمد صیادی هنروز

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه/پایه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمایر	نام مسئول شعب/پایه‌ها
۸۶	قصر دشت	۹۱۰۳	شیراز، خیابان قصر دشت، سواره خلد برین، پلاک ۷۵	۰۷۱-۳۶۳۷۹۱۸۰	۰۷۱-۳۶۳۷۹۱۲۱۶	مهرزاد نظری
۸۷	معالی آباد شیراز	۹۱۰۴	شیراز، معالی آباد، بلوار شریعتی، نبش کوچه ۲۷	۰۷۱-۳۶۳۴۱۳۹۷	۰۷۱-۳۶۳۴۱۴۰۶	روح الله پورملاکه
۸۸	پاسداران شیراز	۹۱۰۵	شیراز، بلوار پاسداران، حد فاصل خیابان مبعث و تقاطع شهید مطهری، ساختمان سامان	۰۷۱-۳۸۳۳۸۱۱-۳	۰۷۱-۳۸۳۳۷۰۸۰	مهدی ملاشعیر
۸۹	بندربعاب	۹۱۲۱	بندربعاب، بلوار امام خمینی، سواره دکنش، برج نیلوفر، طبقه همکف	۰۷۶-۳۲۲۳۵۳۰-۳	۰۷۶-۳۲۲۳۵۳۳۰	علیرضا ساردونی
۹۰	زاهدان	۹۱۳۱	زاهدان-خیابان امیرالمومنین مابین امیرالمومنین ۲۷ و ۲۹	۰۵۴-۳۳۲۳۸۲۷۹	---	حمیده شه بخش
۹۱	بوشهر	۹۱۴۱	بوشهر، میدان امام خمینی، ابتدای خیابان فروگاه، پلاک ۳۷	۰۷۷-۳۳۵۹۶۳۱۹-۲۴	۰۷۷-۳۳۵۹۶۳۲۵	غلامرضا فرشیدفر
۹۲	قزوین	۹۲۰۱	قزوین، خیابان خیام شمالی، پلاک ۵۶۰	۰۲۸-۳۳۵۷۳۰-۶	۰۲۸-۳۳۵۷۳۰۹۵	محمد جهانگیری پاشاکی
۹۳	همدان	۹۲۲۱	همدان، خیابان جهان نما، روپروی خیابان آزاد، برج شهباز، طبقه همکف، پلاک ۱۵۳	۰۸۱-۳۸۲۱۳۲۹۰-۲	۰۸۱-۳۸۲۱۳۲۸۹	محسن سعیدی
۹۴	کرمانشاه	۹۲۴۱	کرمانشاه، میدان فردوسی، جنب بیمارستان معتضدی، پلاک ۱۲	۰۸۳-۳۷۲۵۹۹۵۹-۶۱	۰۸۳-۳۷۲۵۹۹۷۱	مهرداد مرادی
۹۵	ایلام	۹۲۶۱	ایلام، خیابان طالقانی، روپروی فرمانداری، پلاک ۳۵۱	۰۸۴-۳۳۳۳۱۷۳	۰۸۴-۳۳۳۳۳۱۵۲	سجاد کلهر کاظمی
۹۶	سنندج	۹۲۷۱	سنندج، چهارراه فلسطین، بلوار سید قلب، پلاک ۳	۰۸۷-۳۳۴۵۵۴۳۲-۳	۰۸۷-۳۳۴۵۵۴۲۶	حسین عبدیان
۹۷	خرم آباد	۹۲۸۱	خرم آباد، خیابان علوی، نرسیده به میدان امام، پلاک ۴۲۲	۰۶۶-۳۳۳۳۵۵۹۰-۲	۰۶۶-۳۳۳۳۵۵۹۱	بیژن ابراهیمیان
۹۸	مشهد	۹۳۰۱	مشهد، بلوار احمد آباد، ۳۰ متری اول احمد آباد (خیابان رضا)، نبش کوچه رضای دوم	۰۵۱-۳۸۴۴۳۲۰۳	۰۵۱-۳۸۴۴۳۹۱۴	ناصر مختاری فارمد
۹۹	مدرس مشهد	۹۳۰۲	مشهد، بلوار مدرس، نبش مدرس ۵، پلاک ۳۷	۰۵۱-۳۲۲۸۳۸۰۰-۵	۰۵۱-۳۲۲۴۱۰۴۶	سارا زارعی
۱۰۰	سجاد مشهد	۹۳۰۳	مشهد، بلوار سجاد، نبش سجاد ۸ (خیابان لاله جنوبی)	۰۵۱-۳۷۶۴۸۳۰۸-۹	۰۵۱-۳۷۶۷۴۰۴۶	الله سازگار
۱۰۱	قرنی (مشهد)	۹۳۰۴	مشهد، بلوار قرنی، مابین چهارراه ابوطالب و قرنی، پلاک ۲۸	۰۵۱-۳۷۱۲۵۸۰۲-۸	۰۵۱-۳۷۱۲۵۸۰۹	مجید امیری دلونی
۱۰۲	بلوار هاشمیه (مشهد)	۹۳۰۵	مشهد، بلوار هاشمیه، بین هاشمیه ۱۶ و ۱۸، پلاک ۱۱	۰۵۱-۳۸۸۰۰۳۳۲	۰۵۱-۳۸۸۴۱۵۲۹	محمد ممقانی
۱۰۳	نیشابور	۹۳۱۶	نیشابور، خیابان امام خمینی(ره)، بین امام خمینی ۲۲ و ۲۴، پلاک ۱۳۸۸	۰۵۱-۴۳۴۴۹۱۳-۱۵	۰۵۱-۴۳۴۴۹۱۶	علی ابراهیمیان
۱۰۴	بجنورد	۹۳۲۱	بجنورد، تقاطع بلوار امام خمینی(ره) و میرزا رضا کرمانی	۰۵۸-۳۲۲۴۴۳۲۰	۰۵۸-۳۲۲۴۷۳۴۸	یاسر محمودخانی
۱۰۵	گلزار رشت	۹۴۰۱	رشت، ابتدای بلوار گلزار، ضلع شرقی میدان باستانی شاعر	۰۱۲-۳۳۱۱۴۷۱۰-۱۲	۰۱۲-۳۳۱۱۴۷۱۳	سید بابک دولتی میله سرا
۱۰۶	ساری	۹۴۰۲	ساری، خیابان فرهنگ، بعد از سواره قارن، به طرف میدان شهدا	۰۱۱-۳۳۲۵۹۷۲۳-۵	۰۱۱-۳۳۲۵۹۷۲۱	سید عبدالحمید طاهری
۱۰۷	بابل	۹۴۲۱	بابل، میدان ولایت، ابتدای خیابان مدرس، روپروی شهرداری	۰۱۱-۳۲۱۹۷۱۴۰-۴۱	۰۱۱-۳۲۱۹۷۱۴۸	ابودر اساسه
۱۰۸	آمل	۹۴۳۱	آمل، خیابان امام خمینی(ره)، حد فاصل آفتاب ۱۸ و ۲۰	۰۱۱-۴۴۲۹۶۴۲۱-۲۷	۰۱۱-۴۴۲۹۶۴۳۵	اسفندیار حیدری
۱۰۹	گرگان	۹۴۴۱	گرگان، خیابان ولیعصر (عج)، بین عدالت ۸ و ۱۰	۰۱۷-۳۳۳۶۹۰۰۲-۵	۰۱۷-۳۳۳۶۹۰۱۶	سمیه نظریان
۱۱۰	سمنان	۹۴۵۱	سمنان، میدان مشاهیر، ابتدای بلوار قدس جنب بانک صادرات	۰۲۳-۳۳۳۶۳۶۱۸-۱۹-۲۲	---	محمدرضا مصدق
۱۱۱	کرمان	۹۵۰۱	کرمان، خیابان سپهبد قرنی، نرسیده به میدان سپهبد قرنی، نبش کوچه قرنی ۸	۰۳۴-۳۲۲۳۳۸۶-۷	۰۳۴-۳۲۲۶۷۹۶۰	مالک قادری
۱۱۲	میدان کوثر (کرمان)	۹۵۰۲	کرمان، میدان کوثر، ابتدای بلوار آزادگان	۰۳۴-۳۴۴۷۶۷۱۱	۰۳۴-۳۴۴۷۶۶۴۲	---
۱۱۳	رفسنجان	۹۵۱۱	رفسنجان، ابتدای خیابان مطهری، بعد از پل فجر، ساختمان محمد عسکری	۰۳۴-۴۳۳۲۱۰۳-۵	۰۳۴-۴۳۳۲۱۰۲	علی اکبر ابوطالبی باقرآباد
۱۱۴	زاینده رود	۹۵۲۱	اصفهان، خیابان توحید میانی، نبش کوچه شهید تقی آبادی، پلاک ۵	۰۳۱-۳۶۲۸۲۵۷۴	۰۳۱-۳۶۲۶۹۰۰۹	عباس سبزه زار
۱۱۵	چهارباغ بالا	۹۵۲۲	اصفهان، میدان آزادی، خیابان چهارباغ بالا، نبش کوچه بهار آزادی، پلاک ۱۶۹	۰۳۱-۳۱۳۳۷۴۴۲-۳	۰۳۱-۳۶۲۰۶۰۷۹	علیرضا مستاجران
۱۱۶	خیابان حافظ اصفهان	۹۵۲۳	اصفهان، میدان امام (نقش جهان)، ابتدای خیابان حافظ، پلاک ۳۳	۰۳۱-۳۲۲۰۹۴۷۷-۹	۰۳۱-۳۲۲۳۷۴۲۶	مجید سیف الدینی
۱۱۷	خانه اصفهان	۹۵۲۴	اصفهان، شهرک خانه اصفهان، خیابان گلستانه، پلاک ۶۰	۰۳۱-۳۴۳۷۲۲۷۱	۰۳۱-۳۴۴۱۳۶۸۸	احسان جمشیدیان
۱۱۸	سیتی ستر اصفهان	۹۵۲۵	اصفهان، بزرگراه شهید وحید دستجردی، مقابل ورودی جنوبی سیاهان شهر، مجتمع سیتی ستر اصفهان، طبقه همکف	۰۳۱-۳۶۵۱۶۸۴۱-۲	۰۳۱-۳۶۵۱۶۸۴۳	سمیرا سبزه زار
۱۱۹	یزد	۹۵۴۱	یزد، خیابان امام خمینی(ره)، نبش کوچه شهید صدوقی، پلاک ۲۷۴	۰۳۵-۳۶۲۲۱۶۹۱-۲	۰۳۵-۳۶۲۲۱۶۵۵	محمدحسین مداحزاده
۱۲۰	بلوار جمهوری اسلامی یزد	۹۵۴۲	یزد، بلوار جمهوری اسلامی نبش کوچه محمود آباد، رو به روی برج آسمان	۰۳۵۳۳۰۲۱۴۰-۴۹	---	محمدرضا زارع
۱۲۱	اراک	۹۵۶۱	اراک، خیابان شهید رجایی، پلاک ۸۸۲۷	۰۸۶-۳۲۲۱۴۴۰۴-۵	۰۸۶-۳۲۲۵۹۵۵۷	طاہر کریمی
۱۲۲	تبریز	۹۶۰۱	تبریز، خیابان امام، بالاتر از چهارراه شهید بهشتی، نبش کوی فرهنگ، پلاک ۵۲۱	۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۰۰-۲۰	۰۴۱-۳۳۳۶۵۱۶۰	محمدرضا مریخی آذری
۱۲۳	ولیعصر تبریز	۹۶۰۲	تبریز، خیابان ولیعصر(عج)، حدفاصل فلکه بازار و ایرادک، پلاک ۱۶	۰۴۱-۳۳۳۲۴۰۹	۰۴۱-۳۳۳۰۱۱۵۵	علیرضا محمودی
۱۲۴	۱۷شهریور تبریز	۹۶۰۳	تبریز، ابتدای خیابان ۱۷ شهریور جدید، جنب ساختمان آبان، پلاک ۱۴	۰۴۱-۳۵۵۷۳۶۷۰-۲	۰۴۱-۳۵۵۷۳۶۷۳	اروج میرزایی
۱۲۵	استاد شهریار تبریز	۹۶۰۴	تبریز، ابتدای جاده اتل گلی، نبش کوی الهی پرست، پلاک ۳	۰۴۱-۳۳۲۹۳۶۲	۰۴۱-۳۳۲۹۳۶۱۰	محمدعلی رضائی اقدم
۱۲۶	بازار تبریز	۹۶۰۵	تبریز، خیابان جمهوری اسلامی، ابتدای خیابان دارائی (شهید مدنی)، پلاک ۱۴۲۷	۰۴۱-۳۵۲۴۴۰۴۹	۰۴۱-۳۵۲۴۶۶۲۳	---
۱۲۷	ارومیه	۹۶۲۱	ارومیه، خیابان کاشانی، روپروی مرکز بهداشت، پلاک ۱۵۶	۰۴۴-۳۲۲۴۴۳۱۱	۰۴۴-۳۲۲۴۰۳۹۲	شها امامی
۱۲۸	خیابان سرداران ارومیه	۹۶۲۲	ارومیه، خیابان سرداران، جنب کوچه شهید صفوی (کوچه تلفنخانه سابق)، پلاک ۱۶۹	۰۴۴-۳۲۲۵۰۵۲۳-۲۴	۰۴۴-۳۲۲۷۸۴۶	مسعود نامی فر
۱۲۹	اردبیل	۹۶۴۱	اردبیل، خیابان شیخ صفی، پلاک ۱۶۰	۰۴۵-۳۳۲۵۳۶۰۱-۵	۰۴۵-۳۳۲۵۳۵۰۱	ناصر هوشیاری
۱۳۰	زنجان	۹۶۸۱	زنجان، میدان آزادی، ابتدای خیابان امام، ساختمان ممتاز	۰۲۴-۳۳۳۲۰۶۵۴،۵	۰۲۴-۳۳۳۲۷۷۳۳	حمید رضا ففوری
۱۳۱	اهواز	۹۷۰۱	اهواز، خیابان شهید چمران (کیانپارس)، حد فاصل خیابانهای ۳ و ۴ شرقی، پلاک ۲۰۵	۰۶۱-۳۳۲۰۵۲۴،۶	۰۶۱-۳۳۲۰۷۴۵	حسنت سیندار
۱۳۲	کیش	۹۸۰۱	کیش، خیابان فردوسی، مرکز تجاری کیش، طبقه همکف	۰۷۶-۴۴۴۵۲۴۹۰-۹۵	۰۷۶-۴۴۴۵۲۴۵۹	پیمان خیاظمی
۱۳۳	قشم	۹۸۲۱	قشم، بلوار ولیعصر (امام قلی خان)، روپروی مجتمع تجاری خلیج فارس، ساختمان گلدریس	۰۷۶-۳۵۴۲۶۴۰۰-۴۱	۰۷۶-۳۵۴۲۶۴۰	عباس امهری
۱۳۴	اروند	۹۸۵۱	آبادان، بلوار شهید منتظری (شاپور سابق)، نبش خیابان امیر کبیر (امیری)	۰۶۱-۵۳۲۲۷۲۴-۵	۰۶۱-۵۳۲۲۷۲۳۱	حمید چنگیزیان

شعب بانک سامان پاسنگوی همیشگی شما

ساعت کاری شعب		
شعب	شنبه تا چهارشنبه	پنج شنبه
شعب استان‌های تهران و البرز	۸ تا ۱۴/۴۵	۸ تا ۱۲/۳۰
شعبه‌های استار تهران	۸ تا ۱۴/۴۵	۸ تا ۱۲/۳۰
شعب استان‌های اصفهان، فارس، قم، آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی، خراسان رضوی، اردبیل و اهواز	۸ تا ۱۴/۴۵	۸ تا ۱۲/۳۰
شعبهٔ فرودگاه امام خمینی (ره) و واحد CIP	۲۴ ساعته	
شعبه سیتی سنتر اصفهان	۸ تا ۱۴/۴۵	۸ تا ۱۲/۳۰
شعب سایر شهرستان‌ها	۸ تا ۱۴/۴۵	۸ تا ۱۲/۳۰
شعبه کیش	۸ تا ۱۴/۳۰	۸ تا ۱۲/۳۰
شعبه قشم	۸ تا ۱۴	۸ تا ۱۲/۳۰

سرپرستی‌ها

ردیف	عنوان سرپرستی	نام سرپرست	نشانی	شماره تلفن
۱	سرپرستی منطقه ۱	مریم طرفی‌نژاد	تهران، میدان تجریش، خیابان شهرداری، پلاک ۸۱، طبقه سوم	۲۶۸۵۹۲۰۶-۲۶۸۵۹۱۱۵-۲۶۸۵۹۱۱۸
۲	سرپرستی منطقه ۲	بایک برومند	بزرگراه رسالت، خیابان آیت، ضلع جنوب غربی میدان نبوت، پلاک ۵۶۰، طبقه فوقانی شعبه میدان نبوت	۷۷۹۱۷۰۳-۷۷۹۱۵۰۹-۷۷۹۱۰۱۱۹
۳	سرپرستی منطقه ۳	مهدی عامری	خیابان سید جمال‌الدین اسدآبادی، نبش کوچه چهل و نهم، پلاک ۴۳۳، نیم طبقه شعبه سیدجمال‌الدین اسدآبادی	۸۸۶۲۹۰۶۷-۸۸۲۱۷۹۰۲-۸۸۶۱۶۴۸۵
۴	سرپرستی منطقه ۴	الیاس عباس‌زاده	بزرگراه همت غرب، شهرک گلستان، بلوار امیرکبیر، نرسیده به چهارراه گلها، پلاک ۵۳، طبقه فوقانی شعبه شهرک راه آهن	۴۴۷۳۷۹۸۰-۴۴۷۳۹۱۱۱
۵	سرپرستی شعب استان‌های شمال	محمود ملکی	ساری خیابان فرهنگ بعد از سه راه قارن به طرف میدان شهدا	۰۱۱-۳۳۲۵۹۷۸۱-۳۳۲۵۹۷۸۶-۳۳۲۵۹۷۸۴
۶	سرپرستی شعب استان‌های شمال غرب	غلامرضا نیکمهد	تبریز خیابان امام بالاتر از چهارراه شهید بهشتی نبش کوی فرهنگ پلاک ۵۲۱	۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۴۰-۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۳۸
۷	سرپرستی شعب استان‌های شرق و شمال شرق	مهدی توژنده جانی	مشهد، بلوار سجاد، نبش سجاد ۸، ط اول	۱۱۲-۱۱۴-داخلی ۰۵۱-۳۷۶۷۹۱۴۴۰۵
۸	سرپرستی شعب استانهای مرکز	حسین شکوینا	اصفهان خیابان توحید میانی نبش کوچه شهید تقی آبادی پلاک ۵	۰۳۱۳-۶۲۸۲۱۱۲-۰۳۱۳-۶۲۸۲۱۱۰
۹	سرپرستی شعب استانهای غرب	محسن سعیدی	زنجان میدان آزادی ابتدای خیابان امام ساختمان ممتاز	۰۲۴-۳۳۳۶۵۸۶۲-۳۳۳۶۵۸۶۳
۱۰	سرپرستی شعب استان‌های جنوب و جنوب غرب	علیرضا پاک‌نژاد	شیراز، بلوار پاسداران (زهری)، حدفاصل خیابان بعثت و تقاطع مطهری، ساختمان سامان، طبقه اول	۰۷۱-۳۸۴۶۴۶۷۰
۱۱	سرپرستی شعب استان‌های جنوب شرق	احمد شریعتمداری	کرمان، خیابان سپهبدقزنی، نرسیده به میدان سپهبدقزنی، نبش کوچه قرنی ۸	۰۳۴۴-۲۲۳۸۷۹۴

دفاتر بانکداری اختصاصی

نام دفتر	نام مسئول دفتر	کد دفتر	نشانی	شماره تماس
سرپرستی دفاتر بانکداری اختصاصی	محمد حسین افضلی	-	تهران-زعفرانیه-خیابان یکتا-ابتدای خیابان طاهری-پلاک ۳- طبقه اول	۰۲۱-۲۶۸۵۰۰۹۸ داخلی (۱۲۷-۱۲۲-۱۲۱)
دفتر بانکداری اختصاصی زعفرانیه	زهره انوار	۸۶۴	تهران-زعفرانیه-خیابان یکتا-ابتدای خیابان طاهری-پلاک ۳	۰۲۱-۲۲۷۱۵۳۸
دفتر بانکداری اختصاصی تبریز	نادر جهانگیرزاده سوره	۸۶۴۱	تبریز-خیابان ولیعصر-فلکه ایردک-اول خیابان سعدی-برج مبین-طبقه ۸	۰۴۱-۳۳۳۱۶۲۲۰
دفتر بانکداری اختصاصی مشهد	حمید طوسی	۸۶۴۲	مشهد-بلوار سجاد-نبش سجاد هشتم-ساختمان بانک سامان-طبقه هفتم	۰۵۱-۳۷۶۸۱۷۱۶
دفتر بانکداری اختصاصی قم	سیدمحمدامین قافله باشی	۸۶۴۳	قم-بلوار امین-نبش کوچه ۴۱ ساختمان بانک سامان-طبقه دوم	۰۲۵-۳۲۴۰۰۴۴۱
دفتر بانکداری اختصاصی اصفهان	صابر ملیوس باف	۸۶۴۴	اصفهان-خ توحید جنوبی-بعد از چهار راه پلیس-ساختمان ژوبار-طبقه پنج-واحد ۵۰۱	۰۳۱-۳۱۳۲۲۴۴۷

دفاتر بانکداری شرکتی بانک سامان

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

شرکت تندر نور

+98(21) - 77444464

www.thunder-light.com



انتخاب اول شرکت های:

◀ پرداخت الکترونیک سامان

◀ پرداخت الکترونیک سداد

◀ پرداخت الکترونیک سپهر

◀ آسان پرداخت پرشین

◀ کارت اعتباری ایران کیش

PCI PTS 6.x



Memory
256MB RAM , 256MB Flash



CPU
Cortex-A7, 1.2GHz



4G /3G /2G ,WIFI

رتبه نخست تولید و فروش

در سال ۱۴۰۱



اسامی ۴۴۴ برنده قرعه کشی زمستان وین کارت

برندگان ۴ جایزه ۱۰۰ میلیونی:

صالح کمالی نمین | فاطمه خسروآبادی
ناهیده اسلامی مامالو | افشین گشانی

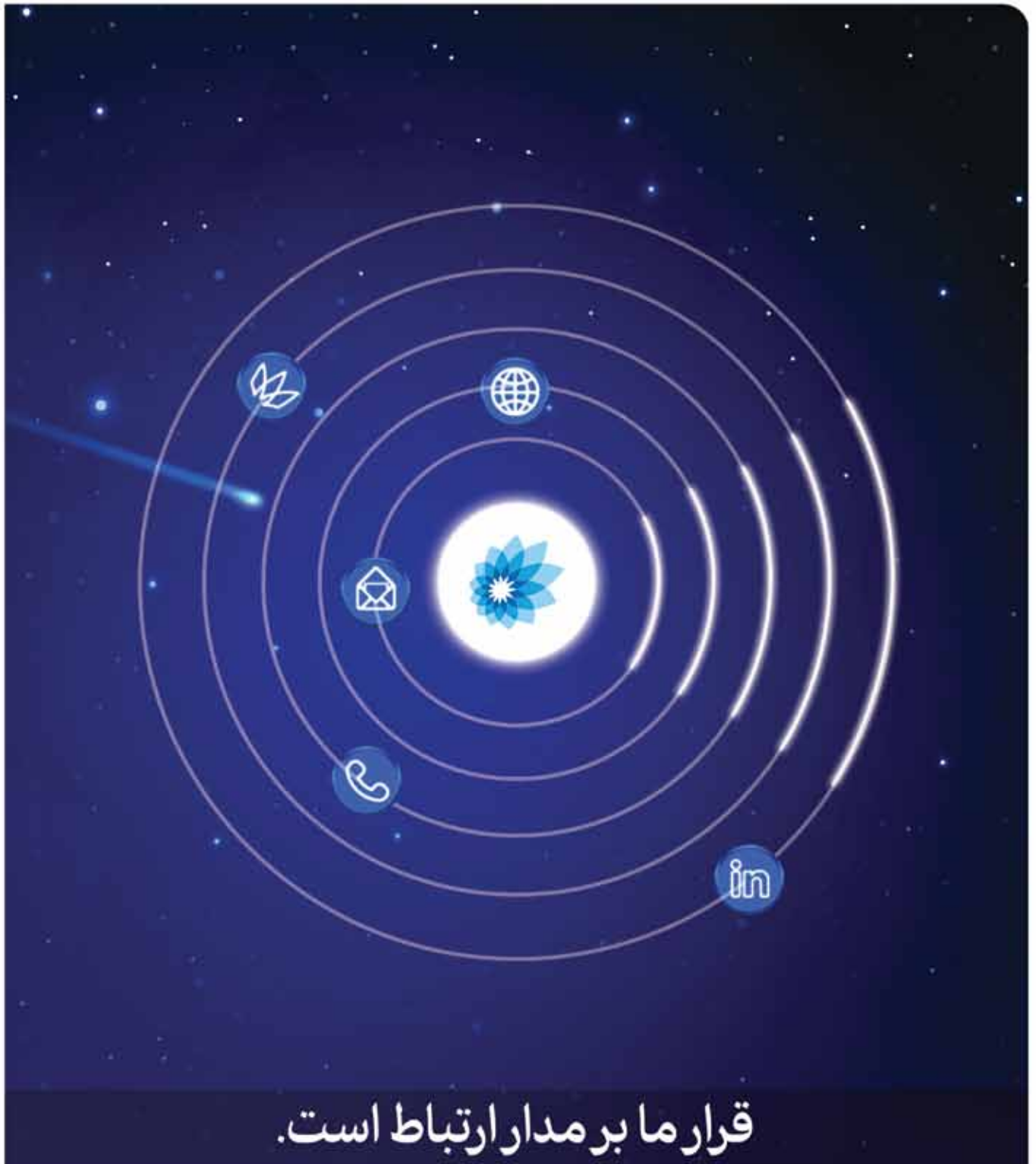
باشماه تیم

مرکز سامان ارتباط: ۰۲۱-۶۴۲۲

www.sb24.ir

اعلام اسامی ۴۴۴ برنده قرعه کشی زمستان وین کارت

- ۴ جایزه ۱۰۰ میلیون تومانی، ۴۰ جایزه ۱۰ میلیون تومانی، ۴۰۰ جایزه ۱ میلیون تومانی
- قرعه کشی ۱,۲۰۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان در هر فصل



قرار ما بر مدار ارتباط است.