

سال پانزدهم، شماره ۱۵۳
آسفتد ۱۳۹۸

بانک سامان
SamanBank

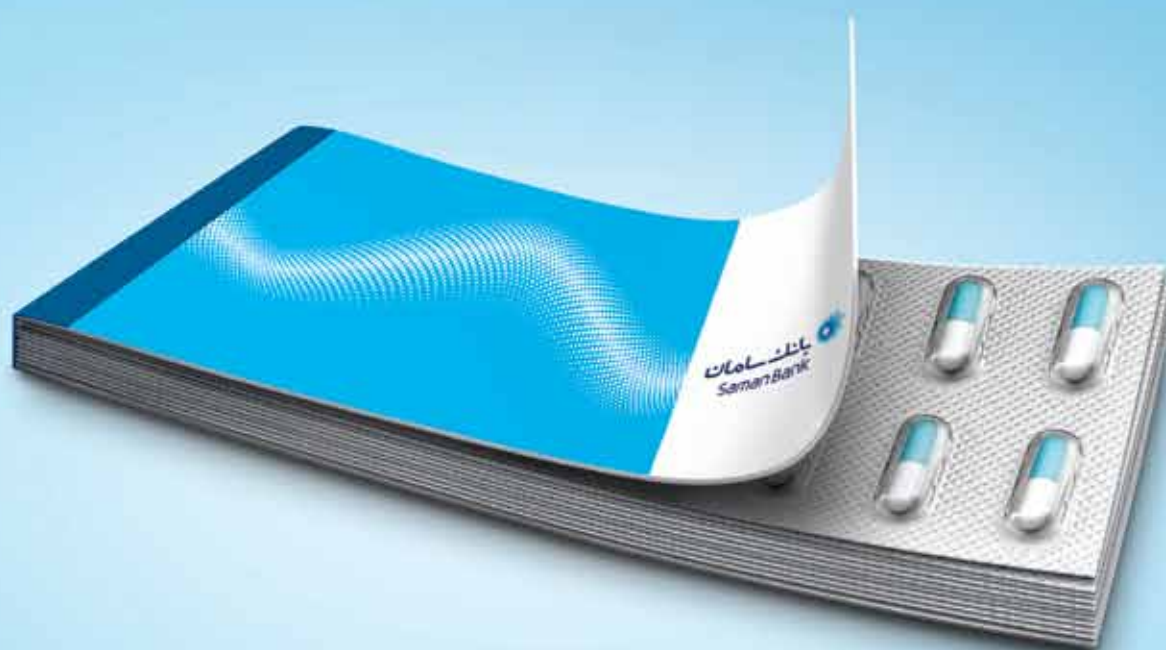


علیرضا معرفت مدیر عامل بانک سامان شد



قهرمانی تیم فوتسال بانک سامان در لیگ برتر کارگری





ویتامین کسب و کار شما

بسته فعالان درمان

- ارائه بسته چک با تعداد برگ‌های مورد نیاز شما
- ارائه خدمات اعتباری و تسهیلات ویژه، برای جبران کمبود نقدینگی شما
- ارائه خدمات متنوع بیمه‌ای، دستگاه کارت‌خوان و بانکداری الکترونیک

باشما هستیم

مرکز سامان ارتباط: ۰۲۱-۶۴۲۲

www.sb24.com



گروه مالی سامان

پرداخت الکترونیک سامان کیش

تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از میدان ونک، انتهای خیابان خدامی، بعد از تقاطع آفتاب، پلاک ۱۰۴
تلفن: ۸۴۳۴۵۰۰۰ مرکز ارتباط با مشتریان: ۸۴۰۸۰ شماره: ۸۸۲۱۹۱۴۰ www.sep.ir



بیمه سامان

تهران، خیابان سیدجمال‌الدین اسدآبادی، پلاک ۴۳۳
تلفن: ۰۲۱-۸۹۴۳-۰۲۱ شماره: ۸۸۷۰۰۲۰۴ www.sif.ir



کارگزاری بانک سامان

تهران، خیابان نلسون ماندلا (آفریقا)، پایین‌تر از چهارراه جهان کودک، نبش کوچه ۲۵، پلاک ۲۹، طبقه همکف
تلفن: ۸۸۷۷۴۶۶۹-۷۱ شماره: ۸۸۷۷۴۶۸۹ www.samanbourse.com



صرافی سامان

شعبه مرکزی: تهران، خیابان خالد اسلامبولی (وزرا)، خیابان هفتم، پلاک ۱۱
تلفن: ۸۸۷۰۵۸۰۳ و ۷۱۹۰۹۲۱۰ شماره: ۸۸۷۰۹۲۱۰ www.samanexchange.com



اعتبارسنجی حافظ سامان ایرانیان

تهران، خیابان دستگردی (ظفر)، پلاک ۱۲۸، کدپستی ۱۹۱۹۹۴۳۷۶۹
تلفن: ۴۱۷۲۶۰۰۰ شماره: ۴۱۷۲۶۰۰۱ www.lcbs.ir



خدماتی آفتاب تجارت سامان

تهران، خیابان خالد اسلامبولی (وزراء)، کوچه ۲۰ (شهید رفیعی)، پلاک ۴، طبقه اول
تلفن: ۸۸۱۰۲۴۰۴ شماره: ۸۸۱۰۹۳۱۲ www.aftabts.com



تأمین سرمایه کاردان

تهران، خیابان نلسون ماندلا (آفریقا)، خیابان کاج آبادی، شماره ۱۱۴، طبقه ۳
تلفن: ۹۶۶۲۱۱۱۱ شماره: ۹۶۶۲۱۱۳۳ سایت: www.kardan.ir



کیش سل پارس

تهران، سعادت‌آباد، ضلع شمال شرقی چهارراه سرو، جنب بانک سامان، پلاک ۷۷
تلفن: ۰۲۱-۸۷۶۴۰۰ شماره: ۰۲۱-۲۶۶۵۴۸۰۹ www.samantel.ir



پردازشگران سامان

تهران - خیابان ولیعصر، خیابان کاج آبادی، پلاک ۱۱۴ طبقه اول
تلفن: ۰۲۱-۲۲۶۶۲۱۱۰ شماره: ۰۲۱-۲۲۶۶۱۱۳۶ www.samanpr.net



تندر نور

تهران، میدان رسالت، خیابان هنگام، بلوار دلاوران، بین چهارراه آزادگان و تکاوران، پلاک ۳۷۷
تلفن: ۰۲۱-۷۷۲۴۱۴۸۱ - ۰۲۱-۷۷۱۸۲۸۴۴ www.thunder-light.com





بانک سامان

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

همیشه منتظر آثار شما هستیم

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

- برای دومین سال متوالی بیمه سامان حامی مسابقات ژئوپارک تریل قشم/۳۹
- تقدیر از همکاران طرح تلاش/۴۰
- حضور بانک و بیمه سامان در سومین نمایشگاه کار ایران/۴۱
- بانک سامان قهرمان لیگ فوتسال کارگری شد/۴۲
- نایب قهرمانی تیم فوتسال بانک سامان در جام سفیر/۴۴
- صنعت نساجی کاشان بیمه می‌شود/۴۶
- چگونه این روزها عملیات بانکی خود را بدون حضور در شعبه انجام دهید؟/۴۸
- برندگان سور سامانی مشخص شدند/۵۷
- بسته‌های نوروزی سامانتل با ۱۳۹۹ دقیقه مکالمه رایگان عرضه شد/۵۹
- شعب بانک سامان/۶۲

- یادداشت سردبیر/۶
- علیرضا معرفت مدیرعامل بانک سامان شد/۸
- همه چیز را مستقیماً مطرح نکنید/۹
- سامان با فکر پیاده‌سازی اکوسیستم نوآوری در صنعت بیمه پیش می‌رود/۱۲
- آمادگی بیمه سامان برای جذب نخبگان حوزه علوم داده/۱۶
- بیمه درمان تکمیلی مشتریان برتر/۱۸
- توسعه توانمندی‌های فردی/۲۰
- نقش داده‌ها در رقابتی‌تر کردن سازمان‌ها/۲۲
- دغدغه تأمین نیاز مردم در بانک سامان/۲۵
- تکنیک برای اینکه راحت انگلیسی حرف بزنیم/۳۰
- صدای نامه‌هایی که به شما می‌رسد/۳۲
- سکندار کشتی خود باشیم/۳۶
- اهدای جایزه ملی مدیریت مالی به گروه توسعه مالی و اقتصادی سامان/۳۸

دفاتر بانکداری شرکتی بانک سامان

نام دفتر	نشانی	تلفن	نمابر	نام رئیس
دفتر بانکداری شرکتی شهر مشهد	مشهد، بلوار سجاد، بین چهارراه بزرگمهر و بهار، نبش خ لاله، ساختمان بانک سامان، طبقه دوم	۰۵۱-۳۷۶۷۹۱۳۹ و ۴۱	۰۵۱-۳۷۶۷۹۱۴۰	نقیسه سلماسی
دفتر بانکداری شرکتی واحد اصفهان	اصفهان، خیابان توحید میانی، نبش کوچه تقی آبادی، ساختمان بانک سامان، طبقه اول	۰۳۱-۳۶۲۷۴۰۷۰	۰۳۱-۳۶۲۸۶۰۲۸	زهرا ایلخانی
دفتر بانکداری شرکتی تهران	تهران، خیابان ولی عصر، چهارراه پارک وی، کوچه ترکش دوز، ساختمان اداری بانک سامان	۰۲۱-۲۳۰۹۵۶۱۱	-----	خانم مهدوی

نشانی اداره مرکزی بانک سامان:
خیابان ولی عصر، نرسیده به چهار راه پارک وی، نبش کوچه ترکش دوز، پلاک ۱۵۴۳
تلفن: ۰۲۱-۲۳۰۹۵۱۰۰

نشانی روابط عمومی بانک سامان:
خیابان ولی عصر، خیابان سلطانی (سایه)، نبش بن بست نادر، پلاک یک
تلفن: ۰۲۱-۲۲۶۵۹۴۱۱ | سایت: www.sb24.com

نشانی دفتر مجله سامان:
خیابان قائم مقام فراهانی، مقابل خیابان فجر، پلاک ۷۴
تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۴۸۷۹ | فاکس: ۰۲۱-۸۸۸۳۷۴۸۳

مدیریت سفر در خیال



ناصر بزرگمهر
nbozorgmehr@yahoo.com

به نام او که هرچه بخواهد همان می‌شود

که به آن سفر می‌کنیم؛ پس، قصد سفر چه حکمتی دارد؟ می‌شود گفت خاصیت اصلی آن پذیرفتن است. ما با فروتنی به مکان‌های جدید نزدیک می‌شویم. هیچ تصور خاصی درباره اینکه چه چیزی جالب است نداریم. با ایستادن در میان خیابان و کوچه‌های باریک، مزاحم افراد محلی می‌شویم و چیزهایی را تحسین می‌کنیم که به نظر آنها جزئیات عجیبی هستند، در حالی که در شهر خودمان، توقعات مان برآورده شده‌اند. مطمئنیم که هر چیز جالب محله‌مان را کشف کرده‌ایم، در درجه اول به دلیل اینکه مدتی طولانی آنجا زیسته‌ایم. قابل قبول نیست در محله‌ای که ۱۰ سال یا بیشتر، ساکن آن بوده‌ایم، چیز جدیدی کشف کنیم. عادت کرده‌ایم و لاجرم کور شده‌ایم.

ظاهراً کمی بعد از خواندن این کتاب است که دوباتن هم هوس چنین سفری به سرش می‌زند و سعی می‌کند اطرافش را طوری ببیند که انگار تاکنون آنجا زندگی نکرده و دست آخر، بعد سفری عجیب و جذاب، به این نتیجه می‌رسد که «تنها سفر کردن برای خودش لطفی دارد. واکنش‌های ما نسبت به جهان، بسته به اینکه با کی همسفریم شکل می‌گیرد، کنجکاویمان را با انتظارات دیگران وفق می‌دهیم. آنها ممکن است نظر خاصی داشته باشند که ما که هستیم و لاجرم، نهانی مانع شوند که ساحت‌های دیگر ما

در بهار ۱۷۹۰، فرانسوی ۲۷ ساله‌ای با نام «گزاویه دو متر»، سفری به گرد اتاق خوابش کرد و عنوان گزارش آنچه را دیده بود، «سفری در اطراف اتاق خوابم» گذاشت. «دو متر» در سال ۱۷۹۸، سرخوش از تجربه‌اش، سفر دیگری را آغاز کرد. این بار، همان سفر را در شب انجام داد و گزارش آن را «گشت‌وگذار شبانه در اطراف اتاق خوابم» نامید.

سفر او به تنها چیزی که نیاز داشت یک پیژامه آبی صورتی نخی بود. او وقتی داشت آماده این عجیب‌ترین (و شاید خلاقانه‌ترین) سفر تاریخ می‌شد، نوشت: «میلیون‌ها آدم که پیش از من هرگز جرأت سفر نکرده‌اند، بسیاری که قادر به سفر نبوده‌اند و کسانی بیشتر که حتی فکر سفر هم به مخیله‌شان خطور نمی‌کرد، اکنون می‌توانند روش مرا دنبال کنند. حالا دیگر دلیلی ندارد که تنبل‌ترین افراد هم، نتوانند لذتی را کشف کنند که برای‌شان نه هزینه‌ای دارد و نه تلاش»

آلن دوباتن در آخرین فصل کتاب «هنر سیر و سفر» ترجمه گلی امامی داستان یکی از عجیب‌ترین سفرهای تاریخ را نوشته است. دوباتن می‌نویسد: «اثر «دو متر» از دیدگاهی عمیق و پرانگیزه سرچشمه گرفته است؛ اینکه لذتی که از سفرهای مان می‌بریم، بیشتر بستگی به قصد ذهنی مان از سفر دارد تا مقصدی

«اثر «دو متر» از دیدگاهی عمیق و پرانگیزه سرچشمه گرفته است؛ اینکه لذتی که از سفرهای مان می‌بریم، بیشتر بستگی به قصد ذهنی مان از سفر دارد تا مقصدی که به آن سفر می‌کنیم

سفر در خیال، تنها یک تصور آرمانی نیست،
فریب خود و دروغ به دیگران نیست؛ می‌تواند
بخشی از حقیقت باشد، واقعیتی که در تضاد
کامل با رویا قرار می‌گیرد. به عبارت دیگر مغز
با پیچیدگی‌های بسیاری که دارد می‌تواند ما را
در حالتی واقعی از رویاهایمان قرار دهد، شاید
خواب دیدن یکی از همین شرایط خاص انسان
باشد

داشته باشیم و بتوانیم خود را قانع کنیم که چنین اتفاقی می‌تواند در راستای بهبود جان و روان آدمی نقش بازی کند و در بهبود یک جامعه روان‌پریش و کمی بیمار تاثیر مثبت بگذارد.

انسان به لطف خداوند دارای قدرت تخیل بی‌نظیری است. می‌تواند رمان بنویسد، قصه خلق کند، شعر بگوید، اختراع کند و باورنکردنی‌های «ژول ورن» را باور کند. سفر به اعماق دریا یا سفر به فضا و بسیار قصه‌های دیگر در ۱۰۰ سال گذشته از همین گونه تخیل‌سازی، سرچشمه گرفته است.

هر انسانی می‌تواند در درون خود، تخیل را بسط داده و جهان زیبایی را تصور کند؛ جهانی که با همه پیچیدگی‌هایش می‌تواند هنوز هم جهان زیبایی برای آرزوهای انسان مظلوم قرن بیست و یکم باشد.

فناوری و اراده مدیریتی و توانایی هر انسان عاشق، می‌تواند حتی بخشی از آرزوها و دنیای آرمانی ذهن ما را به واقعیت نزدیک کند؛ اگر بخواهیم.

بخواهیم که با اراده ما، محیط کاری بهتر، سازمانی توانمندتر، خدماتی مناسب‌تر، ارتباطاتی سالم‌تر، همکاری‌های موفق‌تر، مشتریانی خوشحال‌تر و روزهایی بهتر خلق شود.

بروز کنند... «گزاویه دو متر» با پیژامه‌ای آبی صورتی، در کمال رضایت از بودن در محدوده اتاق خوابش، با ظرافت می‌خواست به ما حالی کند که پیش از آنکه عازم سفری به دور دنیا شویم، به چیزهایی که تاکنون دیده‌ایم بیشتر توجه کنیم».

سفر در خیال، تنها یک تصور آرمانی نیست، فریب خود و دروغ به دیگران نیست؛ می‌تواند بخشی از حقیقت باشد، واقعیتی که در تضاد کامل با رویا قرار می‌گیرد. به عبارت دیگر مغز با پیچیدگی‌های بسیاری که دارد می‌تواند ما را در حالتی واقعی از رویاهایمان قرار دهد، شاید خواب دیدن یکی از همین شرایط خاص انسان باشد. بسیاری از وقت‌ها خواب آنچنان طبیعی است که شما با لبخند یا وحشت بیدار می‌شوید، در خواب می‌توانید به بخشی از رویاهایتان شکل واقعی دهید.

حالا اگر یک فرانسوی می‌تواند در اتاق خوابش بنشیند و سفری را در جهان انجام دهد و پایه‌گذار مکتبی باشد، چرا فکر نکنیم که وقتی هر انسانی می‌تواند ناخودآگاه حتی در خواب هم به بخشی از رویاهایش شکل دهد، در واقعیت و آگاهانه نتواند روی صندلی خود لم دهد و به این‌ور و آن‌ور عالم سفر کند؟ به نظر می‌رسد در فلسفه مدیریت سفر در خیال، باید به منطق تضاد باور



علیرضا معرفت مدیرعامل بانک سامان شد

هیات مدیره بانک سامان، علیرضا معرفت را به عنوان مدیرعامل جدید این بانک معرفی کرد.

به گزارش سامان رسانه، علیرضا معرفت با تایید بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران و با تفهیم هیات مدیره بانک سامان، به عنوان مدیرعامل جدید این بانک معرفی شد. این گزارش حاکی است علیرضا معرفت که به عنوان جانشین سید احمد طاهری بهیمنی مدیرعامل بانک سامان شده است از سال ۱۳۸۱ به بانک سامان پیوسته و تاکنون در سمت‌های مختلفی از جمله مدیر بانکداری شرکتی، معاون اعتباری و قائم مقام مدیرعامل فعالیت داشته است. در حکم ایشان که به امضای احمد مجتهد رئیس هیات مدیره این بانک رسیده، آمده است: امید است با اتکال به عنایات خداوند متعال و بهره‌گیری از حداکثر توان و اهتمام خود که مبذول خواهید فرمود همواره در راستای تحقق اهداف و اعتلای نام بانک سامان موفق و موید باشید.



ابراهیم زارع پور
مدرس دوره‌های بازاریابی بانک سامان

اصول مذاکره تأثیرگذار به سبک کریس ووس^(۴)

همه چیز را مستقیماً مطرح نکنید

اصل ۳: به رضایت کسانی که در مذاکره حضور ندارند، فکر کنید. گاهی اوقات شرایط مذاکره روی کسانی که در مذاکره حضور ندارند تأثیر می‌گذارد یا توسط آن‌ها تعیین می‌شود. این افراد از طریق توافق مذاکره شده روی جریان امور تأثیر می‌گذارند.

اصل ۴: همه چیز را مستقیماً مطرح نکنید. زمانی که مستقیماً درخواست می‌کنید، این انتظار به وجود می‌آید که آماده هستید لطف آن‌ها را جبران کنید. یک تیک ذهنی به وجود می‌آورد.

با پرسیدن سؤالات غیرمستقیم جواب خود را بیابید.

مثال: می‌خواهید بفهمید امروز صبح به شرکت رفته‌اند یا خیر.

"وقتی امروز صبح به شرکت رفتید مغازه بیگل بتی باز بود؟"

اصل ۵: بعد از شناسایی چیزی که طرف مقابل می‌خواهد، وضعیت را خلاصه کنید و یک سؤال "چگونه" بپرسید مثلاً "چگونه باید این کار را انجام بدهم؟"

"چگونه" رویارویی را به حداقل می‌رساند و طرف مقابل را در حالت حل مشکل قرار می‌دهد و از ایجاد حالت دفاعی جلوگیری می‌کند.

اصل ۷ همدلی - اجرا را تضمین کنید.

هدف مذاکره گرفتن یک "بله" نیست بلکه باید ضمانت گرفت که توافق اجرا می‌شود. این کار را با تمرکز بر "چگونه" انجام می‌دهیم.

کریس ووس - بله بدون چگونه معنی ندارد.

اصل ۱: چندین سؤال از جنس "چگونه" بپرسید.

اصل ۶ همدلی - توهم کنترل

هدف اصل همدلی این است که طرف مقابل راه حل شما را به عنوان راه حل خودشان پیشنهاد بدهد.

اصل ۱: از سؤالات درجه‌بندی شده برای کمک به شناسایی خواسته‌های آنها استفاده کنید.

استفاده از سؤالات درجه‌بندی شده باعث می‌شود که کنترل مذاکره، ارزشمند بودن صحبت‌ها و اطلاعات طرف مقابل را در اذهان تداعی کنید.

سؤالات خود را با "چه چیزی" یا "چگونه" آغاز کنید. از پرسیدن سؤالات چرایی اجتناب کنید چون حالت تدافعی را در طرف مقابل تحریک می‌کند.

برای مثال می‌توانید بپرسید:

بزرگ‌ترین چالش پیش رویتان چیست؟

چه چیزی در این قضیه برای شما اهمیت دارد؟

چه کمکی از من برمی‌آید که می‌تواند شرایط را بهتر کند؟

دوست دارید چطور ادامه بدهیم؟

چه چیزی باعث شده که ما در این شرایط قرار بگیریم؟

چگونه می‌توانیم این مشکل را حل کنیم؟

هدف ما چیست؟ قرار است به چه چیزی برسیم؟

من باید چگونه این کار را انجام بدهم؟

اصل ۲: در شرایط پرتنش از مذاکره پرهیز کنید.

مردم وقتی هرج و مرج و آشوب باشد، بسیار به خطرات و تهدیدها حساس می‌شوند. این مسئله سبب می‌شود جلب اطمینان آن‌ها بسیار



به "درست می‌گید" برسید.
اصل ۳: برای دستیابی به شرایط موردنظر سؤالات درجه‌بندی شده
پرسید.

همان‌طور که در بخش قبل در این باره صحبت کردیم، باید گروه
افرادی را که تحت تأثیر مذاکره قرار می‌گیرند در نظر بگیریم. آن‌ها
اغلب می‌توانند در شرایط مذاکره، حتی بعد از رسیدن به توافق، تأثیر
بگذارند.

نسخه‌هایی از سؤالات زیر پرسید:
این مسئله چه تأثیری بر سایر اعضای گروه شما می‌گذارد؟
افرادی که اینجا نیستند با این توافق مخالفتی ندارند یا تا چه حد
موافق هستند؟

همکاران شما فکر می‌کنند چالش اصلی پیش رویشان چیست؟
اصل ۴: مخالفت و اختلافات را به جای زبان بدن با کلمات بیان
کنید.

توجه بیشتری به سرنخ‌های غیرکلامی، در مقایسه با کلمات، نشان
بدهید.

(۷-۳۸-۵۵) قانونی است که توسط پروفیسور روانشناسی به نام
آلبرت محرایان معروف شده است که می‌گوید ارتباطات ۷ درصد
کلامی، ۳۸ درصد با توجه به لحن صدا و ۵۵ درصد بر اساس زبان بدن

سؤالاتی از جنس "چگونه" به شما کمک می‌کند تا مکالمه را
به صورت غیرمستقیم مدیریت کنید. بسیار به لحن صدای خود توجه
داشته باشید، چون سؤالات "چگونه" ممکن است حالت اتهام زدن
به خود بگیرند.

دلیل: توهم کنترل و احترام را ایجاد می‌کند. زمان لازم برای ایجاد
یک رابطه را نیز فراهم نموده و با توجه به خواست آن‌ها اطلاعات
بیشتری فراهم می‌نماید.

توجه: سؤالات "چگونه" روش غیرمستقیم "نه" گفتن هستند. بعد
طرف مقابل را وادار می‌کنند به دنبال یک راه‌حل باشند. (دوباره طرف
مقابل را متقاعد می‌کنید راه‌حل شما را انتخاب نمایند بدون اینکه
آن‌ها را وادار به انتخاب آن کنید).

بهترین نتیجه این است که آن‌ها را متقاعد کنید راه‌حل شما را با
کلمات خودشان بر زبان بیاورند. این باعث می‌شود فکر کنند این
ایده‌آل خودشان بوده است.

اصل ۲: نسخه‌ای از دو سؤال زیر را پرسید:

چگونه بفهمیم که در مسیر درست پیش می‌رویم؟
وقتی متوجه شدیم در مسیر درست پیش نمی‌رویم چگونه مشکلات
را بررسی نماییم؟

زمانی که پاسخ را یافتید، آن‌قدر جواب‌های آن‌ها را خلاصه کنید تا



مشخص می شوند).

زمانی که متوجه عدم توافق و مخالفت می شوید، کلمات طرف مقابل را تکرار کرده و آن‌ها را با سؤال، طبقه‌بندی کنید.
مثال:

من متوجه شدم شما "بله" گفتید، اما به نظر می‌رسید تردید دارید.
اصل ۵: طرف مقابل را در مسیری پیش ببرید که سه بار با شما موافقت نماید.
این کار به شما کمک می‌کند بفهمید "بله" تصنعی گرفته‌اید یا بله واقعی.

سه بار توافق بدین صورت به نظر می‌رسد:

توافق ۱= اولین باری که موافقت خود را اعلام می‌کنند.
توافق ۲= طبقه‌بندی و خلاصه کردن برای رسیدن به "درست می‌گید".

توافق ۳= سؤال درجه‌بندی شده "چه چیزی" یا "چگونه" که آن‌ها را وادار می‌کند نحوه اجرا و پیاده‌سازی را تشریح نمایند.

اصل ۶: به دنبال کلمات اضافی، توضیحات پیچیده و اجتناب از به کار بردن کلمه "من" باشید.

افرادی که دروغ می‌گویند نگران این هستند که باورشان می‌کنند یا خیر، بنابراین اغلب با پرت کردن حواس و اجتناب از پذیرش

مسئولیت با استفاده از کلمه "من" پیش می‌روند.

اصل ۷: به استفاده از ضمائر توجه کنید.

کریس متوجه شد که وقتی کسی راحت از ضمائر "من" یا "برای من" استفاده می‌کند اهمیت کمتری در مذاکرات دارد. وقتی کسی از ضمائر "آن‌ها"، "او"، "وی" استفاده می‌کند در مذاکرات اهمیت بیشتری دارد.

تصمیم‌گیرنده می‌خواهد از شناسایی خود در مذاکرات اجتناب نماید بنابراین حواس شما را به سمت دیگران پرت می‌کند تا از خود محافظت کند.

اصل ۸: هنگام معرفی نام خود را بگویید.

معرفی خود با نام کمک می‌کند نگاه انسانی به شما داشته باشند و به صورت غیرمستقیم همدلی را تحریک می‌کند.

اصل ۹: کاری کنید افراد علیه خودشان شرط ببندند.

با استفاده از عبارات زیر به صورت غیرمستقیم "نه" بگویید:

من چگونه باید این کار را انجام بدهم؟

پیشنهاد شما بسیار سخاوتمندانه است، من متأسفم، ولی برای من مناسب نیست.

متأسفم، ولی فکر نمی‌کنم بتوانم آن کار را انجام بدهم.

"نه" (آخرین پناهگاه).

سامان با تفکر پیاده‌سازی اکوسیستم نوآوری در صنعت بیمه پیش می‌رود

گفت‌وگو: جعفر تکبیری

این روزها هم‌زمان با توسعه جوامع و ماشینی شدن زندگی، خطرات و ریسک‌های ناشی از این نوع زندگی نیز افزایش چشمگیری داشته‌اند. خطراتی که می‌تواند هزینه‌های مالی سنگینی را بر دوش افراد بگذارد؛ اما مدت‌هاست که با تأسیس و راه‌اندازی شرکت‌های بیمه‌گر، مردم در حال کاستن از هزینه‌های توسعه جوامع و ماشینی شدن زندگی هستند؛ با این حال واقعیت آن است که تعداد این شرکت‌های بیمه‌گر به حدی افزایش پیدا کرده که بازاریابی و جذب مشتری برای این شرکت‌ها روزبه‌روز سخت‌تر می‌شود. در این بین اما هستند شرکت‌هایی که با روی آوردن به استفاده از تکنولوژی و ایده‌های نوآورانه به دنبال پشت سر گذاشتن رقبا و جلب اعتماد مشتریان صنعت بیمه هستند. یکی از این شرکت‌ها، مجموعه بیمه سامان است که توانسته از همین مسیر رقابتی قدرتمند خود را پشت سر بگذارد و به مجموعه‌ای موفق در صنعت بیمه کشور تبدیل شود. از این رو نشریه سامان گفت‌وگویی با آقای احمدرضا ضرابیه مدیرعامل شرکت بیمه سامان انجام داد تا به بازتاب آخرین تحولات و اقدامات این شرکت بپردازد.

● آقای ضرابیه، با تشکر از وقتی که در اختیار نشریه سامان قرار دادید، به عنوان سؤال نخست، توضیح دهید که علت تمرکز بیمه سامان بر حوزه پلتفرم‌های جدید و نوآورانه چیست و این اتفاق چه تأثیری بر حرکت این شرکت داشته است؟

من هم به خوانندگان نشریه سلام می‌کنم. در این خصوص باید عنوان کنم که ما در بیمه سامان با حمایت بیمه مرکزی ایران به دنبال آن هستیم که اکوسیستم نوآوری را در صنعت بیمه کشور اجرا و صنعت بیمه را نوسازی کنیم. برای رسیدن به این هدف نیز به دنبال کنار گذاشتن روش سنتی فروش بیمه در کشور هستیم و می‌خواهیم که از مدل کسب‌وکار جدید در این حوزه استفاده



آگاه‌سازی و آموزش مسائل حقوقی و مسائل عمومی مثل دفترداری و حسابداری را نیز از طریق پلتفرم پلنت در اختیار شرکت‌ها قرار می‌گیرد.

● لطفاً در خصوص محصولات جدید شرکت بیمه سامان نیز توضیح دهید.

شرکت بیمه سامان به‌عنوان یکی از اعضای خانواده گروه مالی سامان، پرتفوی محصولات بسیار متفاوتی دارد و در رشته‌های مختلفی خدمات ارائه می‌دهد. ما هم‌اکنون در حوزه بیمه‌های زندگی، بیمه عمر و تشکیل سرمایه، بیمه درمان گروهی برای شرکت‌ها و خانوادگی برای خانواده‌ها، بیمه آتش‌سوزی برای صنایع، شرکت‌ها و منازل مسکونی، بیمه مسئولیت که ما یکی از شرکت‌های شاخص، فعال و نوآور در آن هستیم، بیمه باربری و اتومبیل و انواع بیمه‌های خاص خدمات ارائه می‌دهیم. همچنین در حال حاضر ما به‌صورت تخصصی به موضوع بیمه‌نامه‌های تجهیزات الکترونیکی و مشخصاً بیمه‌نامه گوشی تلفن همراه ورود کرده‌ایم. در کنار این باید بگوییم که بیمه سامان در سال ۱۳۹۶ محصول امراض خاص را به جامعه معرفی کرد. این محصول ۳۳ بیماری خاص را تحت پوشش قرار می‌دهد و به‌عنوان یک پوشش اضافی روی بیمه عمر و تشکیل سرمایه ما عرضه می‌شود. این بیمه تا سقف ۱ میلیارد و ۵۰۰ میلیون تومان، هزینه بیماری‌های خاص را برای مشتریان بانک و بیمه سامان پوشش می‌دهد. سقف پرداختی برای اولین بیماری ۵۰۰ میلیون تومان است و امکان دریافت دو فقره ۵۰۰ میلیون تومان دیگر نیز در بیماری‌های جدید وجود دارد. موضوع بعدی، در خصوص بیمه درمان خانواده است که سال ۱۳۹۷ به جامعه عرضه شد. این بیمه‌نامه در شرایطی عرضه شد که شاهد افزایش هزینه‌های درمان در کشور هستیم و ما به‌عنوان اولین شرکت بیمه، این بیمه‌نامه درمان را در اختیار مردم عزیز قرار دادیم. هدف طراحی این محصول نیز این است که بتوانیم هزینه درمان مردم را تحت پوشش قرار دهیم.

● بیمه سامان، چگونه توانسته رضایت مردم را در حوزه خدمات پس از فروش به‌ویژه در حوزه دریافت خسارت درمان جلب کند؟

در حوزه خسارت، شرکت درمانت یکی از شرکت‌های گروه مالی سامان است که وظیفه پردازش خسارت درمان را بر عهده دارد و تلاش ما این است که در کلیه رشته‌های بیمه از جمله بیمه درمان و بیمه

کنیم. ما در بیمه سامان برای این منظور از روش تحول دیجیتال استفاده می‌کنیم تا از این مسیر و با استفاده از ابزارهای فناورانه، تخصص، تجربه، علاقه و انگیزه نخبگان و کارآفرینان، بیمه سامان را به یک پلتفرم تبدیل کنیم تا افرادی که ایده نوآورانه در حوزه بیمه شامل اقتصاد سلامت، بهداشت و درمان، بیمه‌های زندگی، بیمه‌های اتومبیل و بیمه‌های سفر دارند از این بستر استفاده و کسب‌وکار جدید ایجاد و برای مردم ارزش خلق کنند.

به‌عنوان نمونه هم‌اکنون شرکت‌هایی در خارج از صنعت بیمه هستند که محصولات و خدمات شرکت‌های بیمه را به شکلی نوآورانه به مردم عرضه و برای مردم اختیار انتخاب و تحلیل ایجاد می‌کنند تا آنها بتوانند بهترین بیمه‌گر را در آن حوزه انتخاب کنند. این اتفاق تا پیش از این در صنعت بیمه وجود نداشت. همچنین ما بستری هستیم که نمایندگان شرکت از طریق آن بتوانند مدل کسب‌وکار مناسب خود را پیدا کنند.

برای این منظور ما کارخانه نوآوری پلنت را در اردیبهشت‌ماه افتتاح کردیم که این کارخانه فضا را برای کسانی که ایده یا کسب‌وکاری دارند یا کارآفرینان فراهم می‌کند تا بتوانند از این بستر برای خلق کسب‌وکار جدید استفاده کنند یا کسب‌وکار خود را توسعه دهند.

● لطفاً در خصوص کارخانه نوآوری پلنت و اقداماتی که در این مجموعه صورت می‌گیرد، بیشتر توضیح دهید.

بیمه سامان در پلنت خدمات مختلفی ارائه می‌دهد. به‌عنوان نمونه در این کارخانه ما با کمک شرکت‌های مختلف نرم‌افزاری، توانستیم API های مختلف را دریافت کنیم و در اختیار استارت‌آپ‌ها قرار دهیم تا این شرکت‌ها بتوانند خدمات خود را به بیمه متصل یا بر اساس خدمات بیمه محصول تعریف کنند. به‌عنوان نمونه در کشور ما مدت‌هاست که بیمه‌نامه اتومبیل به‌صورت سالانه فروخته می‌شود اما همین شرکت‌ها با استفاده از ابزارها، روش‌های نوینی را پیشنهاد داده‌اند که با استفاده از اینترنت اشیا، میزان حرکت خودرو را تخمین و بر این اساس حق بیمه را محاسبه می‌کنیم. این ارتباط بین سیستم‌های نرم‌افزاری شرکت بیمه و دستگاه‌های محاسبه قیمت، احتیاج به ردوبدل اطلاعات یا به عبارت بهتر API دارد که همان‌طور که عنوان کردم، شرکت بیمه سامان آن را در اختیار قرار می‌دهد.

همچنین خدمات حوزه توسعه کسب‌وکار، طراحی مدل کسب‌وکار، ارائه خدمات به گروه مالی سامان و شرکت‌های استارت‌آپی، ثبت اختراع، مشاوره حقوقی، مشاوره مدیریت، روش شرکت‌داری، روش

با توجه به مسائلی که در دنیا به وجود آمده و نیاز بیمه‌ای برای پوشش بیماری کرونا، همکاران من در معاونت فنی و مدیریت بازاریابی با بررسی‌هایی که انجام دادند، بیماری کرونا را به‌عنوان یکی از پوشش‌های درمان به بیمه‌های مسافرتی اضافه کردند

اتومبیل
که بیشترین
میزان وقوع خسارت
را دارند، بتوانیم با ارائه
خدمات سریع و به‌موقع و البته
شفاف در خصوص تعهدات بیمه‌گر
و بیمه‌گذار، نظر مشتریان را جلب کنیم تا
نشان دهیم که گروه مالی سامان، یک مجموعه
با دیوارهای شیشه‌ای است و جریان اطلاعات در آن
کاملاً شفاف است.

● گویا اخیراً کرونا را نیز به سبد بیمه مسافرتی خود اضافه کرده‌اید.

بله. درست است. با توجه به مسائلی که در دنیا به وجود آمده و نیاز بیمه‌ای برای پوشش بیماری کرونا، همکاران من در معاونت فنی و مدیریت بازاریابی با بررسی‌هایی که انجام دادند، بیماری کرونا را به‌عنوان یکی از پوشش‌های درمان به بیمه‌های مسافرتی اضافه کردند تا هم‌وطنان بتوانند با آسودگی خاطر سفر کنند.

● سهم بیمه سامان در بازار بیمه‌ای کشور چگونه است؟

ما در رشته بیمه‌های زندگی ۶ درصد از سهم بازار کشور را در اختیار داریم، در رشته بیمه باربری بیش از ۱۰ درصد سهم داریم. در رشته بیمه درمان مسافرتی حدود ۶۰ درصد و به‌صورت کلی از میان ۳۳ شرکت بیمه‌ای در حدود ۲/۳ درصد از کل بازار بیمه کشور را در اختیار داریم.

● چشم‌انداز آینده بیمه سامان چگونه خواهد بود؟

ما این هدف را دنبال می‌کنیم که در سطح ملی و بین‌المللی در افق ۱۴۰۵ خودمان را به یکی از شرکت‌های مطرح در حوزه بیمه و مدیریت ریسک و مدیریت ثروت تبدیل کنیم. به همین دلیل همکاران ما در کمیته راهبردی هم‌اکنون در حال تدوین برنامه راهبردی سال ۱۴۰۱ تا ۱۴۰۵ گروه بیمه سامان هستند. شرکت بیمه سامان به‌عنوان عضوی از گروه مالی سامان این رویکرد ارزشمند را از گروه به ارث برده که همواره با برنامه‌مداری و برنامه‌ریزی در محیط‌ها و دوران اقتصادی متفاوت، نگاه بلندمدت داشته باشد. در این خصوص لازم به ذکر است که نگاه کوتاه‌مدت ما ۲۰ ساله، میان‌مدت ما ۵۰ ساله و بلندمدت ما ۱۰۰ ساله است و هم‌اکنون در حال برنامه‌ریزی هستیم که به‌عنوان یک شرکت بیمه‌گر زندگی بتوانیم به جامعه اطمینان دهیم که قراردادهای بلندمدت بیمه‌ای که هم‌اکنون در حال صدور آن هستیم، در موعد سررسید تمام منافع بیمه را به بیمه‌گذاران یا ذینفعان بیمه پرداخت خواهند کرد و در آن زمان از سطح توانمندی مالی کامل و مطمئن برخوردار خواهیم بود. لازم به ذکر است که شرکت بیمه سامان تحت مقررات توانگری مالی مصوب شورای عالی بیمه، از ابتدای



شرکت بیمه سامان
به عنوان یک عضو از
خانواده مالی سامان همواره
معتقد است که هم افزایی
ارزش خلق خواهد کرد و
همواره این آمادگی را دارد
که با شرکت های گروه مالی
سامان، مکمل سوپرمارکت
خدمات مالی سامان باشد

معرفی این مقررات، همواره سطح یک توانگری مالی را داشته و توانسته این توانگری را همواره ارتقا دهد.

● در حوزه صورت های مالی، پیش بینی شما در خصوص سوددهی شرکت در سال مالی پیش رو چگونه است؟

شرکت بیمه سامان وظیفه دارد که ریسک های تحت پوشش را مدیریت کند و به خوبی به بیمه گران اتکایی انتقال دهد و در کنار آن سرمایه مدیریت ریسک ها را کنترل کند. ما برای مدیریت بهتر ریسک و برای انطباق با مقررات بیمه مرکزی، وظیفه داریم با توجه به اینکه درآمد حق بیمه و سهم شرکت از بازار بیمه کشور در حال افزایش است، به صورت مستمر سرمایه شرکت را افزایش دهیم؛ بنابراین در دی ماه سال جاری، مجمع فوق العاده با موضوع افزایش سرمایه شرکت بیمه سامان برگزار شد و با تصویب اکثریت سهامداران، میزان سرمایه شرکت از ۱۵۰ میلیارد تومان به ۲۵۰ میلیارد تومان افزایش پیدا کرد. با توجه به اینکه هدف داریم شرکت را در افق ۱۴۰۱ تا ۱۴۰۵ به یک شرکت مطرح در سطح بین المللی و ملی تبدیل کنیم، قطعاً در آینده افزایش حق بیمه خواهیم داشت و متناظر با آن باید برنامه دقیقی برای افزایش سرمایه شرکت داشته باشیم که مدیریت بیمه سامان در این خصوص برنامه ریزی دقیقی را انجام داده است.

● لطفاً در خصوص اقدامات بیمه سامان در حوزه مسئولیت های اجتماعی توضیح دهید.

ما در بیمه سامان اعتقاد داریم که علاوه بر آنکه یک بنگاه اقتصادی هستیم، به عنوان یک عضو از جامعه وظایفی بر عهده ماست که ایفای این وظایف از اهمیت زیادی برخوردار است. ورود بیمه سامان به حوزه بیمه های اشخاص، زندگی و درمان خانواده یکی از مصادیق اصلی انجام مسئولیت های اجتماعی توسط ما است. ما اعتقاد داریم وقتی در جامعه و اقشار مختلف نیازی می بینیم که احتیاج به کمک و حمایت دارد، وظیفه ما است که با ابزارهایی که به عنوان بیمه گر در اختیار داریم، به این مقوله ها ورود و این نیازها را مرتفع کنیم؛ بنابراین بیمه سامان بستری ایجاد کرده که اقشار مختلف جامعه به خدمات و سرویس های

درمانی

معتبر ،

اثربخش و مطمئن

دسترسی داشته باشند.

همچنین در حوزه بیمه های

زندگی مجموعه بیمه سامان علاوه

بر آنکه پوشش های بیمه ای ارائه می دهد،

خطراتی مثل امراض خاص را نیز پوشش

می دهد تا حداقل هزینه های خانواده در این حوزه

را کاهش دهیم. ما وظیفه خود می دانیم که به عنوان یک

عضو از جامعه به کاهش آلام و دردهای بیماران کمک کنیم.

● لطفاً در خصوص نحوه همکاری خود با شرکت های گروه مالی سامان نیز توضیح دهید.

شرکت بیمه سامان به عنوان یک عضو از خانواده مالی سامان همواره معتقد است که هم افزایی ارزش خلق خواهد کرد و همواره این آمادگی را دارد که با شرکت های گروه مالی سامان، مکمل سوپرمارکت خدمات مالی سامان باشد. ما از ۱۵ سال گذشته همکاری خوبی با بانک سامان داشتیم و اخیراً همکاری نزدیکی را با مجموعه پرداخت الکترونیک سامان و کارگزاری سامان آغاز کرده ایم خدمات ارزشمندی را تا به مشتریان این دو مجموعه نیز خدمات بیمه ای خود را ارائه کنیم. همچنین تحول دیجیتال اصلی ترین استراتژی و راهبرد بیمه سامان است. در این حوزه با بسترهای ایجاد شده و زیرساخت های موجود در گروه مالی سامان توانسته ایم به عوامل فروش شرکت و کلیه فروشندگان، نخبگان و صاحبان بیمه در سطح صنعت بیمه کشور ارائه کنیم.

شرکت بیمه سامان وظیفه دارد که
ریسک های تحت پوشش را مدیریت کند و
به خوبی به بیمه گران اتکایی انتقال دهد
و در کنار آن سرمایه مدیریت ریسک ها را
کنترل کند

مدیرعامل بیمه سامان:

آمادگی بیمه سامان برای جذب نخبگان حوزه علوم داده

جلب اعتماد بیمه‌گذار تنها با تحلیل داده ممکن است



قرار گرفته که با تعامل با دانشگاه‌ها، همه این روش‌ها برای ما قابل دستیابی است.

وی با بیان این که باید اهمیت دانش و تحلیل داده و نیز کاربرد آن در صنعت بیمه بررسی شود، اظهار کرد: صنعت بیمه در کشور ما بیش از ۸۵ سال قدمت دارد و از سال ۱۳۸۸ هم تعرفه‌ها از بازار بیمه کشور برداشته شده است، درحالی که پیگ دینای «سَنهاب» به عنوان انقلابی در این صنعت از سال ۱۳۹۱ فعال شده است.

مدیرعامل شرکت بیمه سامان دریافت رتبه نخست دولت الکترونیک توسط بیمه مرکزی را حاصل راه‌اندازی سَنهاب دانست و خاطرنشان کرد: امروز

ششمین کنفرانس ملی مهندسی مالی و بیم‌سنجی با حمایت شرکت بیمه سامان ۱۲ بهمن ماه آغاز به کار کرد.

به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، مدیرعامل شرکت بیمه سامان در مراسم افتتاح این رویداد با تقدیر از استقبال قابل توجه حاضران و نیز تبریک فرا رسیدن دهه مبارکه فجر انقلاب اسلامی، تأکید کرد که امروز اهمیت Science Data بر کسی پوشیده نیست و شرکت آماده است نخبگان این حوزه را تقویت کرده و به کار گیرد.

احمدرضا ضرابیه افزود: برای جمع‌آوری Big Data و تحلیل داده‌ها، مدل و روش‌های مختلفی در دنیا توسط شرکت‌های بزرگ مورد استفاده



موضوعات اتفاق نظر دارند و شرکت بیمه سامان نیز با مشارکت در راه اندازی کارخانه نوآوری «پلنت» تلاش کرده نقش خود را در این حیطه ایفا کند. به گفته وی، «پلنت» و مجموعه بیمه سامان توان این را دارند که فکر و ایده نخبگان حوزه بیمه، ریسک و تحلیل داده را تجاری سازی کنند و در این زمینه از همه ظرفیت های موجود استفاده خواهند کرد.

در ادامه این مراسم، معاون فنی بیمه های زندگی شرکت بیمه سامان نیز با اشاره به این که تحلیل داده ها می تواند علاوه بر افزایش کیفیت خدمات رسانی، هزینه های صنعت بیمه را کاهش دهد، گفت: پیاده سازی سیستم تله ماتیک در بیمه های اتومبیل نمونه مشخصی از تأثیر مثبت تحلیل داده ها در کاهش هزینه هاست.

شیمیا آراء با طرح این سؤال که آیا یک اکچوئر می تواند به عنوان یک دانشمند علوم داده کار کند، ادامه داد: در حوزه بیمه نامه های عمر بیمه سامان، نرخ ریزش مورد بررسی قرار گرفت که به طراحی مدل های تازه ای از بیمه های عمر منتج شد.

وی مطالعه موردی بیمه نامه های بدنه اتومبیل و بیمه نامه های عمر را تجربه های موفق تحلیل داده در این شرکت اعلام و خاطرنشان کرد: طبقه بندی مشتریان در حوزه بیمه بدنه اتومبیل بیمه سامان بر اساس متغیرهای «تعداد سال های عدم خسارت پوشش اصلی»، «تعداد سال های عدم خسارت پوشش های فرعی»، «مدل خودرو»، «تعداد سرنشین»، «نوع خودرو» و «نوع خودرو» انجام و بر این اساس، مشتریان به سه دسته کم ریسک، پر ریسک و متوسط ریسک تقسیم شدند که حق بیمه های متفاوتی برای آن ها طراحی شد.

آراء با اشاره به این که تحلیل داده ها اجازه می دهد بیمه گر، خدماتش را مطلوب تر و با کیفیت تر ارائه کند، اظهار کرد: خوشبختانه عملکرد شرکت بیمه سامان در این زمینه بسیار قابل توجه بوده است.

گفتنی است ششمین کنفرانس ملی مهندسی مالی و بیم سنجی تا ۱۵ بهمن ماه در پژوهشگاه دانش های بنیادی ادامه داشت.

احمد رضا ضرابیه مدیرعامل شرکت بیمه سامان، رئیس شورای سیاست گذاری این کنفرانس و شیمیا آراء معاون فنی بیمه های زندگی شرکت بیمه سامان دبیر تخصصی بیم سنجی آن بود.

برخی

می پرسند چرا در صنعت بیمه به تحلیل اطلاعات و داده کاوی نیاز داریم، در حالی که باید تأکید کرد صنعت بیمه، چیزی جز اعتماد نیست.

او ادامه داد: طبیعی است که نرخ دهی، به تحلیل داده نیاز دارد و این انتخاب ریسک و شیوه مدیریت آن نیز همین راهکار را می طلبد، بنابراین جلب اعتماد بیمه گذار تنها با تحلیل داده ممکن است.

مدیرعامل شرکت بیمه سامان با بیان این که تمرکز بر مشتری، نیاز اصلی شرکت بیمه است، خاطرنشان کرد: ما باید روش های درست و دقیق برای ارزیابی ریسک و ارزیابی خسارت پیدا کنیم.

ضرابیه با تأکید بر این که در حوزه بیمه های اتومبیل به عنوان یکی از فراگیرترین رشته های بیمه ای، تسهیل در فرآیند ارزیابی و پرداخت خسارت و نیز شناسایی دقیق الگوهای تقلب الزامی است، ادامه داد: در حوزه بیمه های درمان و بیمه های زندگی نیز باید روش های توسعه صحیح، روش های ارزیابی ریسک و توسعه رشته ها با دقت بیشتر ارزیابی شود. او همچنین ضرورت استفاده از نخبگان و دانشمندان جوان در این حوزه ها را یادآور شد و گفت: بیمه مرکزی و سندیکای بیمه گران ایران نیز بر این



بیمه درمان تکمیلی مشتریان برتر

دیگری نباشند (بیمه‌گر اول نداشته باشند)، بازهم پوشش این بیمه تا سقف تعهدات جدول زیر مشمول آن‌ها خواهد شد.

● حق بیمه‌نامه درمان تکمیلی به صورت ماهیانه محاسبه می‌کند بنابراین مشتری در هر روزی از ماه اقدام به خرید بیمه‌نامه نماید می‌بایست نسبت به پرداخت کل حق بیمه آن ماه اقدام نماید و کل حق بیمه را نقدی همان زمان خرید بپردازد.

● زمانی که مشتریان نیاز به بستری شدن پیدا می‌کنند جهت استفاده از این بیمه‌نامه، بهتر است به مراکز درمانی طرف قرارداد بیمه سامان مراجعه نمایند. مشتریان برای اطلاع از مراکز طرف قرارداد با بیمه سامان می‌توانند به سایت بیمه سامان به آدرس www.si24.ir مراجعه نمایند. در صورت مراجعه به مراکز درمانی که طرف قرارداد با بیمه سامان نباشد، خسارت پرداختی به مشتری معادل تعرفه مراکز درمانی طرف قرارداد با بیمه سامان خواهد بود. مشتریان برای مراجعه به مراکز درمانی طرف قرارداد شرکت بیمه سامان (می‌بایست حداقل ۲ روز کاری قبل از زمان بستری) ضمن همراه داشتن دستور بستری پزشک، درخواست صدور معرفی‌نامه نمایند. مشتریان در صورت داشتن معرفی‌نامه، هنگام تسویه حساب بیمارستان مبلغ کمتری را پرداخت می‌نمایند. در صورتی که بیمه‌شدگان فرصت کافی جهت دریافت معرفی‌نامه نداشته باشند، می‌بایست تمام هزینه‌های مربوطه را شخصاً پرداخت و سپس با ارائه صورتحساب، مبلغ پرداختی را طبق تعرفه‌های مصوب بیمه دریافت کنند.

● مشتریان برای دریافت مبالغی که شخصاً پرداخت نموده‌اند، می‌بایست حداکثر ظرف مدت ۳ ماه (از تاریخ تنظیم صورتحساب) صورت هزینه‌های خود را به بیمه سامان ارائه کنند.

بیمه درمان تکمیلی به منظور جبران بخشی از هزینه‌های درمانی مشتریان برتر مزاد بر تعهدات بیمه‌گر اول می‌باشد. در این طرح شرکت بیمه سامان به عنوان بیمه‌گر هزینه‌های درمانی بیمه‌شدگان را به شرح جدول ارائه شده، مورد پوشش قرار می‌دهد.

برخی نکات قابل توجه در خصوص طرح بیمه درمان تکمیلی به شرح زیر می‌باشد:

● مشتریان برتر همان گروه مشتریان خاص و ویژه هستند که امکان خرید این بیمه‌نامه درمان را دارند. این مشتریان می‌توانند افراد تحت تکفل (پدر، مادر، همسر و فرزندان) خود را نیز مشروط به پرداخت حق بیمه‌نامه به ازای هر نفر، طبق ضوابط و شرایط بیمه سامان بیمه کنند.

● این طرح از تاریخ ۱۳۹۸/۱۰/۰۱ شروع و تا تاریخ ۱۳۹۹/۱۰/۰۱ ادامه خواهد داشت. لذا افراد در صورت خرید بیمه‌نامه از همان شروع، برای مدت یک سال شمسی مشمول بیمه درمان تکمیلی می‌شوند. بدیهی است در صورتی که مشتری در اواسط دوره اقدام به خرید بیمه‌نامه نماید، مدت اعتبار بیمه تکمیلی وی از زمان مشمول شدن تا تاریخ ۱۳۹۹/۱۰/۰۱ خواهد بود. به طور مثال، اگر مشتری در تاریخ ۱۳۹۸/۰۲/۰۱ این بیمه‌نامه را خریداری کند، برای ۸ ماه باقیمانده تا پایان طرح، مشمول پوشش‌های مطرح شده می‌گردد.

● برای استفاده از مزایای این بیمه‌نامه در مورد برخی بیماری‌های خاص، سپری شدن یک دوره زمانی ۳ ماهه از تاریخ بیمه شدن الزامی است. شرح این بیماری‌ها در فرم «شرایط و مقررات بیمه درمان تکمیلی مشتریان برتر» درج شده است.

● چنانچه مشتریان دارای بیمه درمان تکمیلی، تحت پوشش بیمه

ردیف	عنوان پوشش	مبلغ تعهدات سالانه (ریال)
۱	جبران هزینه‌های بستری، جراحی، شیمی‌درمانی، رادیوتراپی، آنژیوگرافی قلب، گامانایف و انواع سنگ‌شکن در بیمارستان و مراکز جراحی محدود و Day Care تبصره: اعمال جراحی Day Care به جراحی‌هایی اطلاق می‌شود که مدت‌زمان موردنیاز برای مراقبت‌های بعد از عمل در مرکز درمانی، کمتر از یک روز باشد. - هزینه همراه افراد زیر ۷ سال و بالاتر از ۷۰ سال (در بیمارستان‌ها) - هزینه آمبولانس مشروط به بستری شدن بیمه‌شده در مراکز درمانی و یا نقل‌وانتقال بیمار به سایر مراکز تشخیصی-درمانی طبق دستور پزشک معالج (داخل شهر و خارج شهر ۵,۰۰۰,۰۰۰ ریال)	۳۷۵,۰۰۰,۰۰۰
۲	جبران هزینه‌های اعمال جراحی مهم مربوط به سرطان، مغز و اعصاب مرکزی و نخاع (به‌استثنای دیسک ستون فقرات)، گامانایف، قلب، پیوند ریه، کبد، کلیه و مغز استخوان	۷۵۰,۰۰۰,۰۰۰
۳	جبران هزینه‌های سونوگرافی، ماموگرافی، انواع اسکن، انواع آندوسکوپی، ام آر آی، اکوکاردیوگرافی، استرس اکو، دانسیتومتری	۲۰,۰۰۰,۰۰۰
۴	جبران هزینه‌های مربوط به تست ورزش، تست آلرژی، تست تنفسی (اسپیرومتری - PFT)، نوار عضله EMG، نوار عصب NCV، نوار مغز EEG، نوار مثانه (سیستومتری یا سیستوگرام)، شنوایی‌سنجی، بینایی‌سنجی، هولتر مانیتورینگ قلب، آنژیوگرافی چشم	۱۰,۰۰۰,۰۰۰
۵	جبران هزینه‌های اعمال مجاز سرپایی مانند شکستگی و دررفتگی، گچ‌گیری، ختنه، بخیه، کرایوتراپی، اکسیژن‌لیپوم، بیوپسی، تخلیه کیست و لیزر درمانی	۲۰,۰۰۰,۰۰۰
۶	جبران هزینه‌های خدمات آزمایشگاهی شامل آزمایش‌های تشخیص پزشکی، پاتولوژی یا آسیب‌شناسی و ژنتیک پزشکی، انواع رادیوگرافی، نوار قلب و فیزیوتراپی	۱۰,۰۰۰,۰۰۰
۷	جبران هزینه‌های جراحی مربوط به رفع عیوب انکساری دو چشم در مواردی که به تشخیص پزشک معتمد بیمه‌گر درجه نزدیک‌بینی، آستیگمات یا جمع قدر مطلق نقص بینایی هر چشم (درجه نزدیک‌بینی یا دوربینی به‌علاوه نصف آستیگمات)، ۳ دیوپتر یا بیشتر باشد	۳۰,۰۰۰,۰۰۰
۸	جبران هزینه‌های ویزیت و دارو (بر اساس فهرست داروهای مجاز کشور، صرفاً مازاد بر سهم بیمه‌گر اول) و خدمات اورژانس (غیر بستری)	۱۰,۰۰۰,۰۰۰
۹	هزینه‌های زایمان	۵۰,۰۰۰,۰۰۰
۱۰	هزینه‌های دندانپزشکی	۱۰,۰۰۰,۰۰۰
۱۱	هزینه‌های درمان نازائی	۵۰,۰۰۰,۰۰۰
۱۲	هزینه‌های سمعک	۱۰,۰۰۰,۰۰۰

Zeigarnik Effect



توسعه توانمندی‌های فردی (اثر زیگارنیک یا پنجره باز)

چند روز بعد، از دو گروه خواسته شد فیلم را تعریف کنند؛ گروهی که فیلم را ناقص دیده بودند، جزئیات بیشتری از آن را به یاد داشتند. نتیجه آزمایش‌های متعدد نشان داد انسان‌ها چیزهای ناتمام را بیشتر به خاطر می‌آورند؛ به عبارت دیگر، مقولات ناتمام ذهن انسان را بیشتر درگیر می‌کنند.

این پدیده در دانش روان‌شناسی «اثر زیگارنیک» نامیده می‌شود. خانم زیگارنیک دریافت که انسان‌ها بیشتر دنبال تمام کردن کارهایی هستند که شروع کرده‌اند و چنانچه کاری را نیمه‌تمام بگذارند، ذهنشان درگیر این کار معوق خواهد ماند. شاید قابل تأمل باشد که در فرهنگ ما نیز ضرب‌المثل معروفی داریم

اثر زیگارنیک چیست؟

گردآوری و تدوین: جمال اسمعیلی-معاون برنامه‌ریزی و توسعه شرکت توسعه و عمران بهنادبنا
خانم «بلوما زیگارنیک» یکی از روان‌شناسان معروف روسی است. او در رستوران متوجه شد که پیشخدمت‌ها، سفارش غذا را بدون این که یادداشت کنند، به یاد می‌آورند ولی بعد از این که صورتحساب پرداخت شد، چیز زیادی از سفارش یادشان نمی‌ماند. او برای فهم این موضوع شروع به آزمایش‌های متعددی نمود از جمله: برای دو گروه فیلم پخش کرد، گروه اول فیلم را تا آخر دیدند و گروه دوم تا اواسط فیلم را تماشا کردند.

می دهد.

با اثر زیگاریک چه کنیم؟



اتفاق خانه، محل کار و هر محیطی را که در آن قرار می گیرید مرتب و منظم کنید. شفاف حرف بزنید و از معاشرت با افرادی که گنگ و بسا کنایه صحبت می کنند بپرهیزید. کارهای نیمه تمامتان را در سریع ترین زمان ممکن تکمیل کنید. کارهای ناقص، انرژی زیادی از ذهن انسان می گیرند و توان آن را مستهلک می کنند. تا حد امکان چند کار را باهم پیش نبرید زیرا توان ذهنی درگیر اثر زیگاریک می شود. اگر قرار است چند کار را محقق کنید، برنامه ریزی زمانی برایشان داشته باشید تا مغز بداند که قبل از فرارسیدن زمان مقرر، نیازی نیست خود را درگیر آن کند. اگر کار ناتمامی دارید یا قرار است چیزی را به ذهن بسپارید، حتماً آن را روی کاغذ بنویسید. یادداشت کتبی، این پیام را به مغز می دهد که نیازی نیست خود را درگیر نگهداشت اطلاعات کند و بدین ترتیب، اثر زیگاریک شکل نمی گیرد.

کاربردهای اثر زیگاریک

اثر زیگاریک کاربردهای مختلفی در حوزه های مختلف سازمانی دارد که به برخی از آنها اشاره می کنیم. در مواردی مثل فروش، بازاریابی، تبلیغات و نظایر آن می توان از اثر زیگاریک استفاده و ذهن مشتری را با محصول خود درگیر کرد. وقتی فروشنده ای به مشتری کارت می دهد که در صورت خرید بعدی، ۱۵ درصد تخفیف به او تعلق خواهد گرفت یا به او امتیاز می دهد و برای امتیاز نیز اثر مالی تعریف می کند، در واقع از اثر زیگاریک استفاده کرده است. این اصل در آموزش های درون سازمانی چه فردی و چه سازمانی تاثیر مثبتی داشته و باعث یادگیری بهتر در حوزه های مختلف آموزشی می گردد؛ به طور مثال اجرای دوره های آموزشی در ساعات و روزهای مختلف. این اصل برای فعالیت های روزمره سازمانی مضر بوده و با درگیر کردن ذهن در موضوعات مختلف و بازنگه داشتن کارهای ناتمام باعث اجرا نشدن فعالیت ها به صورت اثربخش و نرسیدن به اهداف تعریف شده خواهد بود.

به این مضمون که «کار را که کرد، آن که تمام کرد». این مثل ملی ایرانیان نیز می تواند باظرافتی خاص این مورد را گوشزد کند.

حدود نیم قرن بعد نیز دانشمندانی از جمله کنت مک گرا این مطالعات را ادامه داده و تقریباً با نتایج مشابهی مواجه شدند. همین امر سبب شد در علم روان شناسی موضوعی با عنوان «اثر زیگاریک» متولد شود.

تعریف این اثر به زبان ساده این است که انسان ها چیزهایی را که تمام نشده اند بیشتر به خاطر می آورند (شما نیز می توانید امتحان کنید، مثلاً فیلم هایی را که نیمه کاره رها کرده اید بیشتر از فیلم هایی که تمام دیده اید به خاطر می آورید) و این یعنی اینکه رویدادها، خاطرات و چیزهایی که در طول زندگی ناتمام گذاشته اید، ذهن شما را به طور ناخودآگاه درگیر کرده است.



مغز انسان تکالیف ناقص، ناکامل و گنگ را در مقایسه با تکالیف کامل و شفاف، به مدت طولانی تری به خاطر می سپارد، چراکه سعی می کند با فکر کردن به آنها رفع ابهام کند و به یک رضایت درونی برسد. هرچه به هم ریختگی و کارهای ناتمام در اطرافتان بیشتر باشد تمرکز شما کمتر خواهد بود به همین دلیل به داوطلبان کنکور و آزمون ها پیشنهاد می شود از تماشای سریال های تلویزیونی دوری کنند چرا که وقتی ادامه سریال به قسمت آینده موکول می شود مغز تا مدت های طولانی خود را درگیر پیش بینی سرنوشت سریال می کند.

جمله کلیدی: هر کار ناتمام تمرکز و عملکرد ما را به شدت کاهش



| مترجم: محمد جوادی |

| منبع: هاروارد بیزنس ریویو |
| جولیان رایت، آندره هاگ |

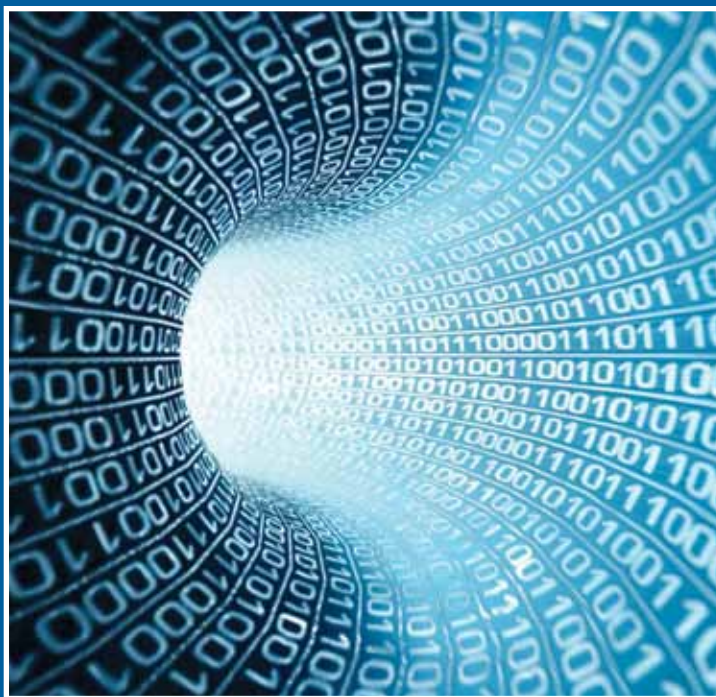
نقش داده‌ها در رقابتی‌تر کردن سازمان‌ها

بیاید؛ یعنی در آنجا یک محصول (مثلاً شبکه اجتماعی) با فزونی یافتن استفاده کاربران از آن ارزشمندتر می‌شود تا اینکه نهایتاً انبوهی از کاربران را در خود جای می‌دهد و رقبا را به کلی از میدان به در می‌کند؛ اما در عمل اثرات شبکه‌ای ماندگاری بیشتری دارند و قدرتمندتر هستند. برای دستیابی به مستحکم‌ترین موقعیت رقابتی به یادگیری مبتنی بر داده هم نیاز است. البته تعداد کمی از شرکت‌ها قادر به ایجاد هر دو مورد هستند. با این حال تحت شرایط مناسب و حتی در صورت عدم وجود اثرات شبکه‌ای، داده‌های به دست آمده از مشتریان می‌توانند در ساخت دیوارهای دفاعی در میدان رقابت به شما کمک کنند.

چه چیزی تغییر کرده است؟

جمع‌آوری اطلاعات از مشتریان از دیرباز راهکاری برای بهبود محصولات

بسیاری از مدیران اجرایی و سرمایه‌گذاران تصور می‌کنند با به‌کارگیری قابلیت‌هایی که از داده‌های مشتریان تهیه شده می‌توانند به مزیت رقابتی شکست‌ناپذیر دست پیدا کنند. هر چه تعداد مشتریان بیشتر باشد حجم داده‌های جمع‌آوری شده نیز بیشتر خواهد بود. این داده‌ها پس از تجزیه و تحلیل به شما اجازه می‌دهند محصول بهتری ارائه کنید و مشتریان بیشتری جذب نمایید. پس از این حتی قادر خواهید بود داده‌های بیشتری جمع‌آوری کنید و نهایتاً همانند کسب‌وکارهایی که دارای اثر شبکه‌ای عظیمی هستند رقبای خود را به حاشیه برانید. حداقل این تصویری است که وجود دارد. اما گاهی اوقات این تصور اشتباه است. سازمان‌ها در اغلب موارد مزایایی که استفاده از داده‌ها برایشان به ارمغان می‌آورد را به طرز فاحشی دست بالا می‌گیرند. چرخه‌های سودمندی که توسط یادگیری مبتنی بر داده‌ها ایجاد می‌شود ممکن است شبیه به چرخه‌های مربوط به اثرات شبکه‌ای معمولی به نظر



و خدمات بوده اما فرآیندی کند بوده، محدودیت داشته و به کارگیری آن در مقیاس بزرگ دشوار بوده است. برای خودروسازان، شرکت‌های تولید کالاهای بسته‌بندی‌شده و بسیاری دیگر از تولیدکنندگان سنتی این کار مستلزم پردازش داده‌های فروش، نظرخواهی از مشتریان و انجام گفت‌وگوهای گروهی متمرکز بود اما داده‌های فروش اغلب به تک‌تک مشتریان مربوط نمی‌شدند و از آنجا که انجام نظرخواهی و برپایی گروه‌های متمرکز پرهزینه و زمان‌بر بود تنها حجم نسبتاً اندکی از داده‌های مشتریان جمع‌آوری می‌شد.

این مسئله با پیدایش فناوری ابری و تکنولوژی‌های جدیدی که به شرکت‌ها اجازه پردازش سریع داده‌ها و درک حجم عظیمی از آن‌ها را می‌داد به‌طور چشمگیری متحول شد. اکنون محصولات و خدمات متصل به اینترنت می‌توانند اطلاعات مشتریان شامل اطلاعات شخصی، جست‌وجوهای قبلی، محتوای مورد علاقه، ارتباطات، پست‌های شبکه‌های اجتماعی، موقعیت دقیق و الگوی استفاده را به‌طور مستقیم جمع‌آوری کنند. پس از اینکه الگوریتم‌های یادگیری ماشینی این «ردپای دیجیتال» را تجزیه و تحلیل کردند خدمت عرضه شده توسط شرکت می‌تواند به‌طور خودکار تنظیم شود تا این یافته‌ها را در خود منعکس کرده و حتی به‌طور شخصی برای هر فرد سفارشی‌سازی شود.

برای تعیین اینکه مزیت رقابتی ایجاد شده توسط یادگیری مبتنی بر داده تا چه حد قابل اعتماد است شرکت‌ها باید به هفت پرسش پاسخ دهند:

۱. در مقایسه با ارزش ذاتی خدمت عرضه شده، داده‌های مشتریان چه میزان ارزش اضافی ایجاد کرده‌اند؟

هر چه ارزش اضافه شده بیشتر باشد احتمال حصول برتری پایدار بیشتر است.

۲. چقدر طول می‌کشد تا ارزش نهایی یادگیری مبتنی بر داده ظاهر شود؟

در پاسخ به این سؤال، ارزش یادگیری از مشتریان باید با تمایل آن‌ها نسبت به پرداخت سنجیده شود نه با معیار برنامه-محور مثل درصد جستارهایی که چت‌بات توانسته به درستی پاسخ بدهد یا تعداد دفعاتی که روی فیلم پیشنهاد شده کلیک شده است.

زمانی که ارزش نهایی یادگیری از مشتریان حتی در صورت بزرگ بودن پایگاه مشتریان بسیار بالا باقی بماند محصولات و خدمات مزیت رقابتی قابل توجهی خواهند داشت.

۳. چقدر طول می‌کشد تا اعتبار داده‌های کاربران منقضی شود؟

اگر داده‌ها به سرعت منسوخ شوند در صورتی که همه شرایط دیگر یکسان فرض شود آنگاه یک رقیب خیلی راحت‌تر می‌تواند وارد بازار شود زیرا نیازی ندارد سال‌ها کسب تجربه رقیب حاکم بر بازار از داده‌های مشتریان را تکرار نماید.

تمام داده‌هایی که شرکت موبایل-آی در طول سال‌ها از خودروسازها جمع‌آوری و انباشته کرده برای نسخه فعلی محصولاتش هم باارزش تلقی می‌شوند. همین‌طور داده‌هایی که گوگل طی دهه‌ها از کاربران موتور جست‌وجویش جمع‌آوری کرده است.

اگرچه با گذشت زمان جست‌وجوی برخی عبارات نادر می‌شود و برخی عبارات بیشتر و بیشتر جست‌وجو می‌شوند اما داشتن تاریخچه‌ای از سال‌ها جست‌وجوی اینترنتی در خدمت‌رسانی به کاربران فعلی ارزش انکارناپذیری دارد. نرخ پایین تنزل بهای داده‌های شرکت‌های موبایل-آی و گوگل چرایی تاب‌آوری بالای آن‌ها را به‌خوبی روشن می‌سازد.

۴. آیا داده‌ها اختصاصی هستند؟ یعنی نمی‌توان آن‌ها را از منابع دیگر خریداری نمود، به راحتی کپی کرد یا مهندسی معکوس نمود؟ داشتن مجموعه‌ای از داده‌های منحصر به فرد از کاربران با تعداد اندکی جایگزین یا بدون قابلیت جایگزینی برای ساخت یک مانع دفاعی ضروری است.

باید در ذهن داشت که پیشرفت تکنولوژیک می‌تواند موقعیتی را که به خاطر داده‌های اختصاصی یا منحصر به فرد به دست آمده به خطر بیندازد. یک مورد از چنین موقعیت‌هایی نرم‌افزارهای تشخیص گفتار هستند. کاربران در گذشته مجبور بودند نرم‌افزار را آموزش دهند تا صدا و الگوهای صحبت کردن آن‌ها را درک کنند و هر چه فرد بیشتر از این نرم‌افزار استفاده می‌کرد عملکرد نرم‌افزار دقیق‌تر می‌شد.

۵. تقلید بهبودهایی که با اتکا بر داده‌های مشتریان در محصول ایجاد شده چقدر مشکل است؟

حتی وقتی داده‌ها منحصر به فرد و اختصاصی هستند و بینش‌های ارزشمندی حاصل می‌کند در صورت قابل تکرار بودن بهبودهای حاصله توسط رقبایی که به داده‌های مشابه دسترسی ندارند ایجاد یک مزیت رقابتی پایدار دشوار است.

دو عامل به شرکت‌ها توانایی می‌دهند تا بر این چالش غلبه کنند. پنهان کردن بهبودها یا جاسازی کردن عمیق آن‌ها در یک فرآیند تولید پیچیده است تا کپی کردن آن‌ها دشوار شود.

۶. داده‌های مربوط به یک کاربر به بهبود محصول برای همان کاربر

کمک می‌کنند با برای سایر کاربران؟

در حالت ایده‌آل پاسخ هر دو مورد است اما اختلاف بین این دو حائز اهمیت است. وقتی داده‌های یک کاربر محصول را برای همان فرد بهبود می‌بخشند شرکت می‌تواند محصول را به‌طور انحصاری برای او شخصی‌سازی کند که این کار به خاطر اعمال تغییرات هزینه‌هایی ایجاد می‌کند. وقتی داده‌های یک کاربر محصول را برای سایر کاربران بهبود می‌بخشد این مسئله می‌تواند اثرات شبکه‌ای داشته باشد (ممکن است چنین اثراتی وجود نداشته باشند). هر دوی این موارد به ایجاد یک مانع حفاظتی در برابر ورود رقبا به بازار کمک می‌کنند اما مورد اول مشتریان فعلی را حفظ درحالی‌که مورد دوم مزیت‌های مهمی در رقابت برای جذب مشتریان جدید ایجاد می‌کند.

۷. بینش‌های حاصل شده از داده‌های کاربران با چه سرعتی در محصولات اعمال می‌شوند؟

چرخه‌های پرسرعت، جبران عقب‌ماندگی را برای رقبا سخت می‌کنند به‌ویژه اگر در مدت یک قرارداد مشتری چندین چرخه بهبود محصول وجود داشته باشد؛ اما درحالی‌که باید سال‌ها یا نسل‌های متعددی از محصولات بگذرند تا بتوان بهبودهایی بر اساس داده‌ها ایجاد نمود رقبا شانس بیشتری دارند که در این حین دست به نوآوری بزنند و خودشان شروع به جمع‌آوری داده‌های کاربران کنند؛ بنابراین وقتی یادگیری از داده‌های مشتریان فعلی به بهبودهای مکرر محصول برای همان مشتریان تبدیل می‌شود در مقایسه با زمانی که این بهبودها تنها برای مشتریان آتی آن خدمت یا محصول اعمال می‌شوند مزیت رقابتی قوی‌تری به دست خواهد آمد.

آیا داده‌ها باعث اثرات شبکه‌ای می‌شوند؟

پاسخ پرسش‌های ۶ و ۷ به شما خواهند گفت که یادگیری مبتنی بر داده منجر به ایجاد اثرات شبکه‌ای حقیقی خواهد شد یا خیر. وقتی یادگیری‌های حاصل از یک مشتری به شکل تجربه‌ای بهتر برای سایر مشتریان تجلی پیدا کند و وقتی این یادگیری آن‌قدر سریع در محصول آورده شود که به مشتریان فعلی نیز منفعت برساند آنگاه مشتریان به تعداد افراد استفاده‌کننده از آن محصول اهمیت خواهند داد. در اینجا سازوکارهای موجود بسیار شبیه به اثرات شبکه‌ای در پلتفرم‌های اینترنتی هستند. تفاوت در اینجا است که کاربران پلتفرم ترجیح می‌دهند به خاطر امکان تعامل با افراد بیشتر به شبکه‌های بزرگ‌تر بپیوندند نه به این خاطر که وجود افراد بیشتر در پلتفرم بینش‌های بیشتری برای بهبود محصولات تولید می‌کند.

اثرات شبکه‌ای مبتنی بر داده درست همانند اثرات شبکه‌ای عادی می‌توانند موانعی در برابر ورود رقبا به بازار ایجاد کنند. هر دو نوع اثر یک چالش عظیم شروع دوباره مرغ-یا-تخم مرغ همراه خود دارند: کسب‌وکارهایی که قصد دارند یک اثر شبکه‌ای عادی ایجاد کنند نیاز دارند تا تعداد حداقلی از کاربران را جذب کنند تا این اثر کم‌کم شکل گیرد و آن‌هایی که قصد دارند اثرات شبکه‌ای مبتنی بر داده داشته باشند نیاز به قدری داده اولیه دارند تا چرخه سودمند یادگیری را آغاز کنند.

اثرات شبکه‌ای عادی و اثرات شبکه‌ای مبتنی بر داده به‌رغم این شباهت‌ها دارای اختلاف‌های اساسی هستند که باعث می‌شوند مزایای اثرات شبکه‌ای عادی برجسته‌تر باشند. نخست اینکه مشکل شروع دوباره برای اثرات شبکه‌ای مبتنی بر داده چندان حاد نیست زیرا خرید داده راحت‌تر

از خرید مشتری است. دوم اینکه شرکت برای داشتن اثرات شبکه‌ای پایدار مبتنی بر داده باید دائماً در جهت یادگیری از داده‌های مشتریان فعالیت کند. در حضور اثرات شبکه‌ای عادی حتی در صورت متوقف شدن روند نوآوری‌های پلتفرم نیز تعاملات بین مشتریان هنوز ایجاد ارزش می‌کنند. حتی اگر یک شبکه اجتماعی جدید ویژگی‌های بهتری نسبت به فیس‌بوک ارائه کند باز هم باید با اثرات شبکه‌ای قدرتمند فیس‌بوک رقابت کند زیرا کاربران ترجیح می‌دهند که در پلتفرم اجتماعی با بیشترین تعداد کاربر حضور داشته باشند. سوم اینکه در بسیاری از موارد تقریباً تمام مزیت‌هایی که از یادگیری از داده‌های کاربران حاصل می‌شود یا تعداد نسبتاً اندکی از مشتریان قابل حصول است. در برخی موارد (مثلاً تشخیص گفتار) پیشرفت‌های عظیم هوش مصنوعی نیاز به داده‌های کاربران را تا حدی کاهش می‌دهد و گاهی نیاز به یادگیری مبتنی بر داده را به کلی محو می‌کند. در آن‌سو اثرات شبکه‌ای عادی گسترده‌تر و مقاوم‌تر هستند. حتی در مواردی که تعداد مشتریان موجود در پلتفرم بسیار زیاد باشد باز هم یک مشتری جدید عموماً می‌تواند ارزش پلتفرم را برای مشتریان موجود (که می‌توانند با او تعامل داشته باشند یا دادوستدی انجام دهند) ارتقا بخشد.

درحالی‌که حتی محصولات مصرفی ساده و معمولی در حال هوشمند شدن و به هم متصل شدن هستند (مثلاً انواع جدیدی از البسه تولید شده که می‌توانند نسبت به شرایط آب و هوایی واکنش نشان دهند و مسافت طی شده و علائم حیاتی فرد را ردگیری کنند) یادگیری مبتنی بر داده می‌تواند برای بهبود و شخصی‌سازی تعداد بیشتر و بیشتری از محصولات و خدمات به‌کارگیری شود. با این حال ارائه‌دهندگان این محصولات نمی‌توانند به موقعیت‌های قوی رقابتی دست پیدا کنند؛ مگر اینکه ارزش افزوده ناشی از داده‌های کاربران زیاد و ماندگار باشد، داده‌ها اختصاصی باشند و به بهبودهایی در محصول منتهی شوند که کپی‌کردنشان دشوار باشد یا اینکه به‌وسیله یادگیری مبتنی بر داده اثرات شبکه‌ای ایجاد کنند. در دهه پیش رو بهبود دادن محصولات با تکیه بر داده‌های کاربران پیش‌نیاز ماندن در میدان رقابت خواهد بود و می‌تواند برای حاکمان بازار به یک نقطه برتری در برابر تازه‌واردها بدل شود؛ اما در اکثر موارد وضعیت همه-چیز-برای-یک-برنده ایجاد نمی‌کند بلکه در عوض ارزشمندترین و قدرتمندترین کسب‌وکارها در آینده قابل پیش‌بینی آن‌هایی خواهند بود که بر پایه اثرات شبکه‌ای عادی ایجاد شده و با یادگیری مبتنی بر داده بهبود یافته باشند؛ مثل مراکز خرید و فروش اینترنتی آمازون و علی‌بابا، اپ استور شرکت اپل و شبکه اجتماعی فیس‌بوک.

۱. تأثیری است که استفاده‌کننده از کالا یا خدمات، بر ارزش آن دارد. وقتی اثر شبکه‌ای وجود داشته باشد، ارزش محصول یا خدمت به تعداد استفاده‌کنندگان آن بستگی دارد.

۲. سرویسی هستند که با یک سری قوانین مشخص و به کمک هوش مصنوعی طراحی می‌شوند و کاربران از طریق یک رابط چت با آن ارتباط برقرار می‌کنند.

3. Facebook

4. Amazon

5. Alibaba

6. AppStore

بانک سامان
Saman Bank



گزارش سامان بلوار کشاورز

دغدغه تأمین نیاز مردم در بانک سامان



توصیه به نوجوان‌ها:

من همیشه به دخترم مسئله‌ای را گوشزد می‌کنم که آن را به همه عزیزان دیگر هم می‌گویم و آن نکته این است که یک هدف را نشانه بگیرید و برای رسیدن به آن تلاش کنید. من اصراری ندارم دخترم حتما در درس به جایی برسد و مدرک صرف بگیرد بلکه باید حرفه و هنری یاد بگیرد که برای جامعه فرد مفیدی باشد.

یک جمله به کسی یا کسانی که دوستشان دارید:

از ابتدای راهی که وارد بانک شدم همسرم همراهی بسیار خوبی با

اگر برای مشتری وقت بگذاریم و به نیاز او توجه ویژه داشته باشیم، به‌طور قطع به آنچه فراتر از موفقیت است، دست می‌یابیم. مشتری‌مداری اصلی است که امروزه در دنیا تاکید ویژه‌ای بر آن دارند و همه می‌دانند بدون مشتری هیچ‌اند. بانک سامان نیز در زمره سازمان‌های بهادنده به مشتری قرار دارد و می‌داند چه رفتاری داشته باشد که مشتری دوباره برگردد. در واقع این بانک با به‌روز بودن و شناسایی نیازهای مشتریان همواره به دنبال ارائه خدماتی است که برای مردم آسان باشد.

بانکی همیشه به‌روز

رضا جلالی ۴۱ ساله و دارای دو دختر به نام‌های لیانا ۱۰ ساله و النا ۴ ساله است. او کارشناسی ارشد مدیریت دارد و کار در سامان را از شعبه پاسداران کار را شروع کرد و فعالیت در شعبه‌های سی‌تیر، میدان قزوین، میدان آرژانتین، بهشتی، ملت اکباتان و مرزداران را در کارنامه خود دارد. او در شعبه میدان قزوین حکم معاونت را گرفت و در شعبه مرزداران به جایگاه ریاست شعبه رسید.

جلالی می‌گوید: همکاران بازنشسته‌ای که در سامان با آنها کار می‌کردیم به ما طوری آموزش داده بودند که به کارمان عشق و علاقه داشته باشیم و زمانی که وارد شعبه می‌شویم بیشتر فکرم بر کار متمرکز باشد تا بتوانیم خدمات مورد نیاز مردم را به بهترین نحو ارائه دهیم و رضایت مشتری را جلب کنیم.

آقای رئیس در پاسخ به این پرسش که بانک سامان چه تمایزهایی با بانک‌های دیگر دارد، گفت: آنچه از آشنایان و دوستان می‌شنویم این است که خدمات سامان این بانک را متمایز کرده است. به‌عنوان نمونه می‌توان به همین طرح ۱۴۰۰ که به‌تازگی اجرا شده، اشاره کرد؛ هرچند من فکر می‌کردم این طرح ریسک بزرگی برای بانک خواهد بود اما طرح خوبی شد.

او ادامه داد: مجموعه سامان همیشه به‌روز و از همه مسائل روز آگاه است. تغییرات بخشنامه‌ها و تنوع محصولات نشان می‌دهد که بانک سامان حواسش به نیاز مشتری و بازار است و هر زمانی که احساس کند مشتری نیازی دارد وارد عمل می‌شود.

من در پایان از آقایان رضازاده و شه‌دل و خانم ربیعی‌فر کمال قدردانی را دارم که بسیار از آنها آموختم.





من داشت و همیشه به عنوان یک مشاور در کنار من بوده است و درک بالایی از مسائل کاری من دارد. قدردان او هستم و از تمام پشتیبانی‌هایش ممنونم.

عرق سازمانی

هدی اسدی متولد ۱۳۵۹ است و از سال ۱۳۸۳ وارد مجموعه سامان شد. کارشناسی اقتصاد نظری دارد. او که در حال حاضر معاون شعبه بلوار کشاورز است، می‌گوید: من علاقه زیادی به کار در بانک نداشتم چرا که محیط بانک‌ها را دوست نداشتم اما دلیل اینکه به سامان آمدم، شبیه نبودن آن به بانک‌های دیگر و خاص بودنش بود. سامان ظاهر جذابی داشت و در واقع تنها بانکی بود که وقتی وارد شعبه می‌شدی حس می‌کردی وارد یک شرکت خصوصی شده‌ای.

وی کار در سامان را با شعبه بلوار فردوس آغاز کرد و فعالیت در شعبه‌های افریقا، ونک، بلوار دریا و سرو را در کارنامه کاری خود دارد. خانم معاون که حکمش را در شعبه ونک گرفت درباره اشل کاری‌اش گفت: زمانی بانک سامان در به وجود آوردن عرق سامانی موفق بود. یعنی بچه‌های دوران ما نسبت به بانک حساس بودند و در واقع ما را به این شکل تربیت کرده بودند. اگر آن زمان دچار ناراحتی و مشکلی هم می‌شدیم باز هم به دلیل علاقه به بانک از آن می‌گذشتیم. این ویژگی در بانک کمتر شده که باید دوباره احیا شود و سطوح مدیریتی به دنبال حل این موضوع باشد.

اسدی می‌گوید: هنوز هم اگر ناراحت می‌شوم، منافع سازمانی بانک را در نظر می‌گیرم. به طور مثال وقتی با مشتری به مشکل می‌خورم بیشتر از اینکه نسبت به خودم حساس و نگران این باشم که از من شکایتی نکند، نگران این هستم که از بانک دلخور شود و ذهنیتش تغییر کند. از گذشته

تا همین حالا همین دیدگاه را دارم.

به گفته او، در تمام این سال‌ها که پستی و بلندی‌های بسیار داشتیم، همیشه سعی کردم برای بانک دلسوز باشم و هر کاری می‌کنم بانک ضرر کمتری ببیند.

خانم معاون در پایان گفت: در تمام سال‌های فعالیت‌م در بانک سامان، در همه زمینه‌ها آقای جلالی (رئیس شعبه) بهترین فردی بوده که با او کار کرده‌ام.

توصیه به نوجوان‌ها:

صداقت و سلامت را در زندگی و محیط کاری خود حفظ کنند که قطعا به موفقیت بیشتری دست می‌یابند.

یک جمله به کسی یا کسانی که دوستان دارید:

هر تلاشی که می‌کنم فقط برای این است که موفقیت، سلامتی و شادی عزیزانم را ببینم که هیچ چیزی برای من خوشحال‌کننده‌تر از این نیست. وی خطاب به همسر و خانواده‌اش گفت: خیلی دوستان دارم و بدانید هر کاری برای شما می‌کنم از اعماق قلبم است.

با علاقه وارد بانک سامان شدم

لیلا عین‌الله‌زاده ۳۸ ساله است و یک دختر به نام ترنم که ۶ ساله است، دارد. مدرک تحصیلی‌اش کارشناسی مدیریت امور بانکی است و به گفته خودش از سال ۱۳۸۶ وارد مجموعه سامان شد. او می‌گوید: از بچگی علاقه زیادی به امور بانکی داشتم و با این علاقه وارد مجموعه بانک سامان شدم.

به گفته عین‌الله‌زاده، بانک سامان مجموعه خوبی است اما باید برای بچه‌های قدیمی‌تر ارزش بیشتری قائل باشند. خوشحالم که همیشه با رئیس شعبه‌های خوبی کار کردم. ابتدا شعبه پاسداران بودم و بعد هم در شعبه پیروزی ۷ سال کار کردم و بعد از مرخصی زایمان به شعبه مرکزی و بعد هم شعبه سی‌تیر رفتم.

یک جمله به کسی یا کسانی که دوستان دارید:

همسرم، خانواده خودم و همسرم کمک بسیاری برای من بودند که از آنها ممنونم و دوستان دارم. ما رابطه خانوادگی قوی داریم و همیشه از هم حمایت کرده‌ایم.

احساس آرامش و صمیمیت

امیر فدایی متولد ۱۳۶۳ و دارای مدرک کارشناسی حسابداری است و پرهام ۸ ساله هم تنها پسر اوست. فدایی از ۱۳۸۶ وارد مجموعه سامان





مردم است چراکه به خواسته‌های مردم توجه ویژه‌ای می‌کند. به اعتقاد ولی‌زاده در گذشته مسیر برای پرسنل هموارتر بود. یک جمله به کسی یا کسانی که دوستشان دارید: خطاب به مادرم، همسرم و تمام عزیزانم می‌گویم: امیدوارم همیشه شاد و سلامت باشیم و در کنار هم از شادی‌های مان لذت ببریم.

آینده‌دار

پیام صباغیان از سال ۹۰ وارد مجموعه سامان شد که از این بابت بسیار هم خوشحال است چراکه به گفته خودش تجربه‌های بسیاری را آموخت که زندگی‌اش را متحول کرد. او ۳۵ ساله و دارای کارشناسی مدیریت بازرگانی است.

وی کار با ارباب رجوع را خیلی دوست دارد و می‌گوید: سامان بانک پیشرویی بوده و است و پیش از اینکه در این مجموعه مشغول به کار شوم با خودم می‌گفتم این بانک، بانک آینده‌داری است. به هر حال تصمیم‌های مدیریتی خوب تاثیر بسیاری در موفقیت بانک سامان داشت.

صباغیان ادامه داد: از آنجایی که ویروس کرونا وارد ایران شده، من و همکاران به مردم توصیه می‌کنیم که امور بانکی را بدون حضور در شعبه‌ها انجام دهید که از این اطلاع‌رسانی خیلی خوشحال می‌شوند و می‌گویند بانک‌های دیگر این موضوع را به نمی‌گویند. از سوی دیگر موبایل سامان یکی از راحت‌ترین نرم‌افزارها در بین بانک‌هاست که مردم خیلی راضی هستند. اگر زیرساخت‌های کلان در این حوزه هم در کشور فراهم شود و مثلاً افتتاح حساب را هم بتوان الکترونیکی انجام

شد و در تعریف ماجرای ورود به بانک می‌گوید: من آن سال‌ها در رشت بودم و دوستی داشتیم که در تهران کار می‌کرد. یک روز اتفاقی او را دیدم و سر صحبت باز شد و چون متوجه شد که دنبال کار هستم به من گفت بانک سامان نیرو می‌خواهد و آدرس داد و من هم اقدام کردم.

فدایی با بیان اینکه سامان خانه دوم ماست، اظهار کرد: نه اینکه من به عنوان پرسنل این موضوع را بگویم؛ مشتریان معتقدند بانک سامان از دیگر بانک‌ها متمایز است. آنها می‌گویند بانک سامان احساس آرامش و صمیمیت به ما می‌دهد و حاضریم ساعت‌ها در انتظار بنشینیم. این تمایز نیز به دلیل طرح‌های نو در راستای سهولت در کار مردم ایجاد شده است. وی افزود: آغاز کارم از شعبه پل رومی و پاسداران بوده و بعد هم به ستاد رفتم و بعد از ۵ سال دوباره وارد شعبه شدم.

یک جمله به کسی یا کسانی که دوستشان دارید:

من همه را دوست دارم؛ از خانواده‌ام گرفته تا همکاران و دوستانم. فدایی خطاب به همسر و پسرش گفت: دوستان دارم. او از همسرش نیز برای تمام همراهی‌هایش قدردانی کرد.

بانک محبوب

بنفشه ولی‌زاده مقدم متولد ۵۷ و دارای کارشناسی ادبیات فارسی است. از سال ۱۳۸۳ وارد مجموعه سامان شد.

او می‌گوید: قبل از اینکه در بانک سامان کار کنم، مشتری سامان بودم. من از ابتدا در ستاد مشغول و در سال ۱۳۹۱ وارد شعبه شدم. من در برخورد با فامیل و دوستان متوجه می‌شوم که سامان بانک محبوبی میان

همکاری داده بود اما بعد از اینکه مدرک کارشناسی ارشد خود را به روز کرد از بانک با او تماس گرفتند و دعوت به همکاری شد.

او می گوید: به بانکداری علاقه داشتم و دوست داشتم در بانک کار کنم. خوشبختانه سامان بانکی است که برای مشتریان فوق العاده است چراکه کارکنان احترام ویژه ای برای مشتریان قائل هستند. این بازخورد را از بسیاری از مشتریان می گیریم. فقط باید کمی بیشتر هوای پرسنل را داشته باشند. علی بیگی به تازگی عقد کرده و ما از همین تریبون برای او و همسرش آرزوی خوشبختی داریم.

یک جمله به کسی یا کسانی که دوستشان دارید:

تمام موفقیت هایی را که تا این مرحله از زندگی به دست آورده ام مدیون پدر و مادر عزیزم هستم که از آنها ممنونم.

من چند هفته پرفشار و استرس داشتم که همسرم به خوبی مرا درک کرد و همراه خوبی برایم بود که قدرانش هستم.

داد می توانیم زنجیره خدمات را در سامان تکمیل کنیم که مطمئن هستم نمونه آن در هیچ جا نخواهد بود.

او با شعبه بازار شروع به کار کرد و بعد هم در شعبه های بزرگراه فتح، شهری و گیشا مشغول کار شد.

یک جمله به کسی یا کسانی که دوستشان دارید:

پدرم که به رحمت خدا رفته است. همسر و مادر خودم و همسر و دوست دارم که نقش مهمی در زندگی ام دارند. پرورش و آموختن مهربانی با مادرم بوده، شکوفایی ام با همسر و به نهایت رسیدنم نیز با مادرخانم که از همین جا از همه شان قدردانی می کنم.

فوق العاده برای مشتریان

فرزانه علی بیگی ۳۰ ساله است و مدرک کارشناسی ارشد حسابداری دارد. از سال ۹۷ وارد مجموعه سامان شد. البته او از سال ۹۳ درخواست



تکنیک برای اینکه راحت انگلیسی حرف بزنیم



احساس راحتی داشتید؟ آیا با کلمه ناآشنایی مواجه شدید؟ فکر کردن درمورد این سؤالات می‌تواند اعتمادبه‌نفس شما را برای گفت‌وگوهای بعدی افزایش دهد (و همچنین مطالب هدفمندی برای یادگیری در اختیاران قرار دهد، مانند لغاتی که با آن‌ها آشنا نبودید).

گوش بدهید و بخوانید

برای آنکه بتوانید صحبت کنید نیاز به کلمات دارید. زمانی که در کلاس هستید بهترین موقع برای یادگیری لغات است؛ اما روش‌های دیگری نیز برای گسترش دایره واژگان وجود دارد: فیلم ببینید و به موسیقی، رادیو و پادکست گوش بدهید؛ کتاب، مجله و وبلاگ بخوانید. وقتی که گوش می‌دهید یا می‌خوانید عبارات جالب، اصطلاحات عامیانه و کلمات مترادف را پیدا و یادداشت کرده و معنی آن‌هایی را که نمی‌دانید پیدا کنید. همه این کارها خوراک بیشتری برای گفت‌وگوهای بعدی در اختیاران قرار می‌دهند.

برگه تقلب تهیه کنید

بخشی از نگرانی افراد برای صحبت کردن این است که نمی‌دانند چه باید بگویند. برای حل این مشکل یک برگه تقلب آماده کنید. آیا به مطب پزشک می‌روید؟ قبل از ملاقات با پزشک، لغات و برخی اصطلاحات رایج مربوط به موقعیت خودتان را که ممکن است به آن‌ها نیاز داشته باشید جست‌وجو کنید. از این روش قبل از پرداخت صورتحساب، غذا خوردن در رستوران، مصاحبه شغلی، طرح شکایت یا هر موقعیت

وقتی از زبان‌آموزان می‌پرسید که هدف آن‌ها از یادگیری زبان چیست تقریباً همه پاسخ می‌دهند که «می‌خواهم مهارت صحبت کردن را تقویت کنم». هنگامی که یک زبان خارجی را می‌آموزید با همه بومی‌زبان‌های آن زبان، مثل معلمان، پیشخدمت‌های رستوران، راننده‌های تاکسی و صاحبخانه‌تان گفت‌وگو خواهید کرد؛ بنابراین لازم است که با زبان موردنظر احساس راحتی داشته باشید. همانند تقویت مهارت نوشتن، مهارت شنیدن و هر مهارت دیگری، تکنیک‌هایی نیز برای تقویت هدفمند مهارت گفت‌وگو به زبان انگلیسی وجود دارد. در ادامه با ۸ تکنیک پیشنهادی ما آشنا می‌شوید:

حرف بزنید، حرف بزنید و حرف بزنید

بگذارید این‌طور شروع کنیم که هیچ قرص جادویی برای تقویت مهارت صحبت کردن وجود ندارد. اگر وجود داشت کار خیلی ساده بود. اساساً بهترین راه برای بهتر صحبت کردن این است که صحبت کنید! زیاد تمرین کنید و با بیشترین تعداد افراد ممکن حرف بزنید. آیا همین‌الان در آن کشور زندگی می‌کنید؟ پس از هزاران بومی‌زبان اطرافتان مثل دوستان، خانواده‌های آن‌ها، همکاران، هم‌کلاسی‌ها، کارکنان کافی‌شاپ‌ها، سوپرمارکت‌ها، اداره پست و سایر مکان‌ها، حداکثر بهره را ببرید.

درمورد گفت‌وگوهایتان تأمل کنید

پس از پایان گفت‌وگو کمی فکر کنید. گفت‌وگو چگونه پیش رفت؟ فکر می‌کنید چقدر از آن را متوجه شدید؟ چقدر درباره موضوع موردبحث

English



سامان جمشیدی
مدرس زبان آکادمی سامان

دیگری که ممکن است شما را نگران کند استفاده نمایی.

نیز پخش کنید و نظرشان را بپرسید.

تلفن را بردارید

بیشتر افراد مشخصاً در گفت‌وگوهای تلفنی مشکل دارند. چرا؟ زیرا در گفت‌وگوی تلفنی نمی‌توانیم دو ابزار مهم و مفید لازم برای برقراری ارتباط یعنی زبان بدن یا حرکت لب‌های فرد مقابل را ببینیم. برای آنکه در گفت‌وگوی تلفنی بیشتر احساس اطمینان کنید، گفت‌وگوهای تلفنی کوتاهی با دوستانتان برقرار کنید و به تدریج گفت‌وگوهای طولانی‌تری مثل گرفتن وقت ملاقات یا پرسیدن سؤال انجام دهید (این موقعیت بسیار خوبی برای استفاده از تکنیک شماره ۴ و آماده کردن فهرستی از سؤالات و کلمات مفیدی است که می‌توانید در طول گفت‌وگوی تلفنی از آن‌ها کمک بگیرید).

به جای کلمه، عبارت یاد بگیرید

نکته دیگری که می‌تواند مهارت صحبت کردن را افزایش دهد، استفاده از انواع عبارات به جای کلمات است (شاید این کار را همیشه با زبان مادری خود انجام می‌دهید). به جای آنکه به صورت ناخودآگاه بگویید «سلام، امروز حالت چگونه؟» جمله‌تان را با عبارات دیگری ترکیب کنید و بگویید «چه خبر مرد؟»، «سلام دوست من» یا «چطوری رفیق؟» (اما دقت کنید که بعضی عبارات بسیار غیررسمی بوده و برای برخی موقعیت‌ها مناسب نیستند).

خوش بگذرانید

بباید با این واقعیت روبه‌رو شویم. وقتی خوش می‌گذرانید راحت‌تر می‌توانید مطالب جدید را بیاموزید. در تمرین‌هایتان کمی شوخی‌های احمقانه کنید مثلاً وقتی تنها هستید با خودتان حرف بزنید، همراه با ترانه‌های محبوب انگلیسی بخوانید، کلمات دشوار را تلفظ کنید (فهرست کلمات دشوار ما را امتحان کنید)، یا درباره موضوعات تصادفی یک سخنرانی بدها انجام دهید (مثل مارها، قهوه، هند یا موضوعاتی مانند اینکه «اگر من حاکم دنیا بودم چه می‌کردم»، «سه واقعیت شگفت‌انگیز درباره من» یا «کدام اول به وجود آمد، مرغ یا تخم‌مرغ؟»). این روش عالی است. تمرین و هم‌زمان تفریح کنید.

صدایتان را ضبط کنید

این را می‌دانیم؛ همه افراد از شنیدن صدای ضبط‌شده خود متنفرند؛ اما این کار یک روش بسیار مؤثر برای تقویت مهارت صحبت کردن است. وقتی به صدای ضبط‌شده خودتان گوش می‌دهید متوجه چیزهایی می‌شوید که قبلاً نمی‌دانستید (شاید وقتی مضطرب هستید سریع‌تر صحبت می‌کنید، حروف S را تلفظ نمی‌کنید یا من و من می‌کنید). از طرف دیگر ممکن است در کمال تعجب متوجه شوید مهارت شما در صحبت کردن بسیار بهتر از آن است که تصور می‌کردید! برای آنکه بیشتر تشویق شوید صدای ضبط‌شده را برای معلمان یا یک دوست بومی زبان



| گفت‌وگو: راضیه غنچی |
| عکس: نیلوفر فیاض |

یک روز با همکاران دایره دبیرخانه و تلفنخانه بانک سامان صدای نامه‌هایی که به شما می‌رسد

وی افزود: ارسال نامه‌ها در ستاد به صورت سیستمی شده و ما دبیرخانه را از طریق اتوماسیون اداری راه‌اندازی و سعی کردیم به سمت وسوی paperless برویم و از کاغذ کمتری استفاده کنیم. ارسال نامه‌ها قبلاً به صورت سنتی انجام می‌شد. وظیفه دبیرخانه در بانک به صورت نیمه‌متمرکز بود و ما در محیط اکسل کار را انجام می‌دادیم، اما از سال ۹۵ کار سیستمی (از طریق سیستم نرم‌افزاری اتوماسیون اداری رایورز) را آغاز کردیم.

وی با اشاره به اینکه کار در این واحد نظم خاصی را می‌طلبد گفت: همیشه تلاش ما این بوده که نظم و انضباط را در اولویت قرار دهیم و سعی کردیم در رقابت میان بانک‌ها بهترین رتبه را کسب کنیم.

خورشیدی در پاسخ به این پرسش که مگر دبیرخانه‌ها ارزیابی می‌شوند گفت: بله و خوشبختانه ما همیشه در جایگاه خوبی قرار داریم. وقتی بانک‌های دیگر درباره دبیرخانه ما اطلاعات کسب می‌کنند از فرآیند کار ما تعریف می‌کنند. ما همواره بر آن بودیم که دبیرخانه سیستمی و منظمی داشته باشیم.

خورشیدی معتقد است کار در دبیرخانه یک کار تیمی است و در این باره می‌گوید: کاری که همکاران من می‌کنند یک کار تیمی است و قدرت هر تیم به توانایی هر فرد بستگی دارد. کار موفق را در هر کسب‌وکاری با یک نفر نمی‌توان انجام داد بلکه کار تیمی افراد است که به کمک آن می‌توانیم به هدفمان برسیم.

رییس دایره دبیرخانه و تلفنخانه می‌گوید: برخلاف تصور همکاران بانک، جالب است بدانید ما ارباب رجوع بسیار داریم و همواره تکریم و احترام به مراجعان را در اولویت قرار داده‌ایم. خیلی از افراد به این واحد مراجعه می‌کنند و ما راهنمایی‌شان می‌کنیم، ما با شعبه فرقی نداریم؛ روزانه تعداد زیادی ارباب رجوع داریم و راهنمایی‌شان می‌کنیم.

از خواب بیدار شدم، قرار بود ساعت ۸ صبح دبیرخانه حذف باشیم. ۲۹ دی ماه ۹۸ و بارش برف شدید زمستانی؛ خیابان‌ها پوشیده از برف بود. گفتم حتماً گفت‌وگوی امروز کنسل می‌شود و ما باید زمان دیگری به این واحد برویم. با نیلوفر فیاض تماس گرفتم، گفتم: اگر قرارمان قطعی شد خبرت می‌کنم. به بانک رسیدم. داخلی خانم خورشیدی را گرفتم و گفتم: سلام، شانس من چه برقی گرفت! بیایم؟ یا روز دیگری مزاحمتان شویم؟ ایشان پاسخ دادند که از پشت تلفن کاملاً حس می‌شد با مهربانی گفتند: حتماً تشریف بیاورید همه همکاران هم آمدند! اتفاقاً چون هوا برقی است کمی دیرتر از واحد دبیرخانه و تلفنخانه برای ارسال نامه‌ها بیرون می‌روند. منتظران هستیم. ما رفتیم و حالا از شما دعوت می‌کنیم لحظاتی کنار ما باشید تا با هم کمی درباره دایره دبیرخانه و تلفنخانه که زیرمجموعه اداره اموال و اسناد مدیریت پشتیبانی است، بخوانیم و از حال و هوایشان مطلع شویم.

ژیلا خورشیدی رییس دایره دبیرخانه و تلفنخانه از سال ۸۱ وارد بانک شده است و سه سال مسئول دفتر حوزه مدیریت بوده و یک سال در سامان ارتباط کار کرده و از سال ۸۶ رییس دایره دبیرخانه و تلفنخانه شده است. او درباره کار در این واحد می‌گوید: کار دبیرخانه و تلفنخانه ارسال مراسلات به ستاد و شعب و پاسخگویی به تلفن‌های مشتریان و مردم و ارتباط با واحدهای بانک است. بخشی از کار به صورت سیستمی انجام می‌شود، بخشی از سوی همکاران تحصیلدار و ارسال بخشی از نامه‌ها هم به صورت پستی انجام می‌شود. ۷ نفر از همکاران تحصیلدار به شعب و واحدهای ستادی مربوطه مراجعه می‌کنند؛ ضمن این که نامه‌هایشان را تحویل می‌دهند، نامه‌ها را از واحدهای مذکور تحویل می‌گیرند.

وی افزود: دایره دبیرخانه و تلفنخانه یک پل ارتباطی بین واحدها و مشتریان است و همه ما سعی می‌کنیم مشتریان را به‌درستی راهنمایی و آن‌ها را به‌جایی که باید متصل شوند، متصل کنیم.

خورشیدی در پاسخ به این پرسش که اگر کسی بخواهد پیامی به مدیرعامل یا مدیران بانک بدهد از چه راهی باید اقدام کند گفت: افراد می‌توانند از طریق نامه سر بسته، خواسته‌شان را مطرح کنند. ما نامه را صحیح و سالم به صاحبان اصلی می‌رسانیم و اینجا هستیم تا حرف مردم را به مدیران بانک برسانیم و اگر پاسخی دریافت کردیم آن‌ها را در اختیار مردم قرار دهیم.

این همکار قدیمی در پاسخ به این سؤال که بیشترین دغدغه شما در دبیرخانه و تلفنخانه چیست گفت: امیدوارم ارزش کاری همکاران دبیرخانه و تلفنخانه به کل بانک شناسانده شود و همکاران شعب و ستاد فعالیت‌ها و ارزش کاری آن‌ها را بشناسند و با آن‌ها همکاری خوبی داشته باشند و بدانند کار همکاران من فقط ارسال نامه و پاسخگویی به تلفن‌ها نیست؛ حیطه کاری ما وسیع‌تر از موارد یادشده است.

وی افزود: همکاران تحصیلدار با خطرهای بسیاری روبه‌رو هستند. آن‌ها در شلوغی و شرایط جوی نامناسب با موتور به نقاط مختلف می‌روند و به‌واقع زحمات بسیاری می‌کشند.

خورشیدی با اشاره به اینکه سامانه سیماد در جهت حذف مکاتبات کاغذی و سرعت بخشیدن به فرآیند پاسخگویی به مکاتبات در دولت راه‌اندازی شده است گفت: در این سامانه هر یک از دستگاه‌های اجرایی کشور دارای فضای اختصاصی هستند که نامه‌های وارده و صادره از دستگاه خود را می‌توانند از طریق آن دریافت کنند. ما نیز از طریق این سامانه با سازمان و ارگان‌ها در ارتباط هستیم.

وی گفت: تا جایی که من اطلاع دارم تمامی دبیرخانه‌ها این قصد را دارند که به سمت مکاتبات با کاغذ کم بروند تا هر چه بیشتر در استفاده کاغذ صرفه‌جویی لازم انجام شود.

وی عادی، محرمانه و خیلی محرمانه را سه دسته نامه‌های ارسال‌شده به دبیرخانه برشمرد و گفت: نامه‌های عادی از طریق سیستم ارسال می‌شود، نامه‌های محرمانه بدون اینکه دست خورده شود در حد ثبت شماره، تحویل واحدها می‌شود. نامه‌های خیلی محرمانه را نیز به‌صورت فوری و در قالب نامه‌های محرمانه به دست صاحبان آن می‌رسانیم.

خورشیدی در پاسخ به این سؤال که چقدر نامه‌ها را بایگانی می‌کنید گفت: نامه‌ها به‌صورت روزانه و جاری به دبیرخانه می‌آیند و همان روز هم به واحدهای مربوطه ارسال می‌شوند، نامه‌ای که نیاز به اسکن

داشته باشد را اسکن و سیستمی ارسال می‌کنیم و اسکن‌ها را بایگانی می‌کنیم. شماره نامه‌های مکتوب را هم ثبت کرده و اصل نامه را تحویل واحدهای مرتبط می‌دهیم.

وی می‌گوید: بیشترین حجم کار ما مدارک درمانی همکاران است. اگر ارسال مدارک درمانی به‌صورت سیستمی انجام می‌شد، بسیاری از حجم کاری دبیرخانه و سرمایه انسانی کاسته می‌شد. همچنین عمده کار دبیرخانه اسکن نامه‌های حقوقی است که به‌صورت سیستمی به مدیریت حقوقی ارسال می‌شود.

رضا علیزاده ورودی سال ۸۸ است. از همان موقع در دبیرخانه مشغول به‌کار شده است. او می‌گوید: همان‌طور که خانم خورشیدی اشاره کرد حجم بالایی از کار ما ارسال مدارک درمانی همکاران است. گاهی پاکت‌های مدارک درمانی بی‌نام‌ونشان است و وقت بسیاری را از ما می‌گیرد که نامه‌ها را باز و اطلاعاتشان را ثبت کنیم و همواره باید مراقب باشیم کم و کاستی پیش نیاید.

احسان احمدی سه سال‌ونیم است در دبیرخانه مشغول به‌کار است و گاهیاً اپراتوری مرکزی بانک (تلفنخانه) را نیز برعهده دارد. او می‌گوید کار دبیرخانه و تلفنخانه یک کار تیمی است و همه همکاران در قالب یک گروه منسجم کار را به سرانجام می‌رسانند.

علی زینل ۱۲ سال است که در دبیرخانه و تلفنخانه کار می‌کند. از همان ابتدا به مدت ۹ سال به‌عنوان تحصیلدار در دبیرخانه فعالیت داشته است. او می‌گوید کار در دبیرخانه در یک روال مشخص و منظم انجام می‌شود؛ به این صورت که با ثبت نامه‌های تحصیلداران آغاز کرده و سپس به امورات دیگر دبیرخانه می‌پردازیم. از جمله پیگیری نامه‌های مشتریان و همکاران بانک که ما را وارد فاز جدیدی از کار می‌کند.

وی گفت: با شروع سرما کار زیاد و پرخطر می‌شود. خطرات احتمالی موتورسواری همیشه با تحصیلداران است. از اردیبهشت تا شهریور همکاران راحتند بعد از آن کار با موتور واقعاً دشوار می‌شود. در ضمن گاهی خرابی وسیله نقلیه و مشکلات آن هم وجود دارد.

علی روح‌زنده می‌گوید: سال ۹۱ به بانک آمدم از اداره نقود و اوراق بهادار شروع به‌کار کردم، از سال ۹۸ اینجا با امید موفقیت بیشتر مشغول به کار شدم. نسبت به آینده امیدوار هستم، چون خود ما آینده را می‌سازیم. علیرضا میرزاآقایی سال ۸۷ وارد بانک شده است. او هم مشکل عمده همکاران تحصیلدار را در زمستان می‌داند و می‌گوید فضای دبیرخانه برای تحصیلداران بسیار کوچک است؛ امیدوارم به‌زودی فضای مناسبی در اختیار دبیرخانه و تلفنخانه قرار دهند.



یک روز با همکاران تلاشگر دبیر خانه







نگاهی به ۴ شبکه اجتماعی پرتعداد

سکاندار کشتی خود باشیم

لیلا نوری - مدیریت روابط عمومی و صدای مشتریان |

بیش از ۱۲ سال پیش صفحه فیس‌بوک شروع به فعالیت کرد. از همان موقع مشخص بود که این جریان خیلی سریع رشد خواهد کرد. همچنان که الگوهای ارتباطی به‌طور روزافزونی از مرزهای ملی فراتر می‌رود، آمار اتصال به اینترنت و کاربران آن به‌طور تصاعدی در حال رشد است. پس از گذشت سال‌ها شبکه‌های اجتماعی بخشی از زندگی روزمره افراد شده است. امروزه نقش رسانه‌ها و میزان نفوذ آن‌ها در ساخت زندگی افراد بر کسی پوشیده نیست. با زیاد شدن این کانال‌ها چگونگی حضور در آن‌ها نیز دارای طبقه‌بندی خاص شده است. هر فرد در شبکه‌های اجتماعی ناخدا و سکاندار کشتی خود در این اقیانوس پرتلاطم اینترنت است. در جدول زیر اطلاعات مربوط به زمان شروع به کار، مزایا و معایب هر کدام به‌طور خلاصه بیان شده است.



فیس بوک - Facebook	توییتر - Twitter	لینکدین - LinkedIn	یوتیوب - YouTube
طی ۱۲ سال موفق به جمع آوری بیش از ۱,۵۹ میلیارد کاربر فعال ماهانه گردیده است. وبسایت فیس بوک سالیانه ۱۸۰ پتابایت (معادل نیم پتابایت در روز) اطلاعات در سرورهای خود ذخیره می کند.	پس از فیس بوک به عنوان دومین شبکه اجتماعی شناخته شده و پرتعداد در جهان است. بیش از ۳۲۰ میلیون کاربر فعال در ماه دارد. بسیار محبوب افراد میان سال است. این شرکت در سان برونو کالیفرنیا است.	مدل کسب و کار (B2B) است. بیش از ۴۰۰ میلیون عضو در ۲۰۰ کشور و ۲۴ زبان زنده دنیا دارد. هر ثانیه دو عضو جدید به لینکدین می پیوندند. یک محیط کاملاً تخصصی است. ارسال رزومه شخصی در لینک اختصاصی مربوط به خودتان.	یوتیوب بیش از ۱ میلیارد بازدیدکننده در ماه از سراسر جهان دارد. میزان زمان تماشای ویدئوها در یوتیوب نیز طی چند سال اخیر رشد سالانه ۰.۵٪ را تجربه کرده است.
مزایای تبلیغات هزینه های تبلیغاتی و قیمت تبلیغات: هر کسب و کار با هر توان و اندازه ای می تواند در آن تبلیغ کند. طبقه بندی مخاطب: بر حسب رده سنی، جنسیت، مکان و علائق. تهیه چندین نمونه تبلیغ: می توانید چندین نمونه تبلیغ تهیه و از حیث عملکرد بررسی کنید.	مزایای تبلیغات تنظیمات اولیه بسیار ساده و گویا نمایش فوری تبلیغات تهیه و عرضه چندین نوع تبلیغ: کمپین های تبلیغاتی هدفمند با انتخاب موضوع، کلیدواژه ها و مشخصات مخاطبان، عبارات، بازدیدکنندگان صفحه تان و فالوورهای یک کاربر خاص. پرداخت هزینه تبلیغات: پرداخت هزینه حسب کلیک (PPC) ارزان تر است.	مزایای تبلیغات ارائه دهنده راهنمایی های قدم به قدم برای تهیه یک تبلیغ طبقه بندی مخاطب: بر حسب رده سنی، جنسیت، مکان و علائق، شغل، کارفرما/شرکت فعلی، مکان فارغ التحصیلی تهیه و عرضه چندین نوع تبلیغ در یک کمپین و بررسی عملکرد آن. پرداخت هزینه: عدم وجود قرارداد بلندمدت برای تبلیغ	مزایای تبلیغات وجود حالات مختلف تبلیغات در یوتیوب از جمله: بنرهای تبلیغاتی، تبلیغات در اول ویدئوها و برجسته کردن ویدئو شما تهیه و عرضه چندین نوع تبلیغ: کمپین های تبلیغاتی هدفمند با انتخاب موضوع، کلیدواژه ها و مشخصات مخاطبان. پرداخت هزینه: تبلیغات تنها در صورت تماشای ویدئو صورت می گیرد.
معایب یا نواقص تبلیغات محدودیت حجم متن تبلیغات: کمپین های تبلیغاتی روزانه نبود توضیحات کافی میزان هزینه: بر اساس مدل هزینه نمایش به کاربر (Cost per impression) یا هزینه هر کلیک (cost per click) خلأ: با توجه به حجم تبلیغات در این وبسایت شما باید بسیار خلاق باشید تا تبلیغ شما متمایز از رقبا باشد.	معایب یا نواقص تبلیغات محدودیت حجم متن: فقط ۱۴۰ کاراکتری اطلاعات می توان انتقال داد. عدم توانایی در انتخاب مخاطب: شما نمی توانید مخاطب خود را آن گونه که در فیس بوک و لینکدین هدف قرار می دهید، انتخاب کرده و پیام خود را برسانید. ضعیف بودن ردگیری و گزارش گیری از پنل تبلیغاتی توییتر مدیریت کمپین تبلیغاتی به صورت دستی.	معایب یا نواقص تبلیغات کوتاه بودن تبلیغات در لینکدین: عنوان تبلیغات می تواند ۲۵ کاراکتر و متن تبلیغ ۷۵ کاراکتر باشد. بالا بودن قیمت تبلیغات: بر اساس مدل هزینه (نمایش به کاربر Cost per impression) یا هزینه هر کلیک (cost per click). حداقل قیمت روزانه وجود دارد و کاربران جدید نیز باید یکبار هزینه فعال سازی را بپردازند.	معایب یا نواقص تبلیغات عدم توانایی تقدم یا تأخر نمایش تبلیغ: شما در انتخاب اینکه چه تبلیغی بعد و قبل از تبلیغ شما نمایش داده شود، نقشی ندارید. در نتیجه این احتمال وجود دارد که ویدئوی رقیب شما دقیقاً بعد یا قبل از ویدئوی شما نمایش داده شود.

فعال چهار گروه (فیس بوک، توییتر، لینکدین و یوتیوب در ردیف های اول تا چهارم) حضور فعال تر در شبکه های اجتماعی دارند. به دلیل گستردگی حوزه تسلط شبکه های اجتماعی مجازی در جوامع امروزی و نیز برخورداری این پدیده از ویژگی سیال بودن و حرکت پویا، مدرانه، لازم است که همگام با رشد و تکامل تکنولوژیکی و محتوایی شبکه های اجتماعی مجازی، در ابعاد مختلف، کارکرد آن ها، به ویژه نقش آن ها در تحولات فردی و اجتماعی مورد توجه قرار گیرد.

برخی از شبکه ها فقط برای برقراری ارتباط معنوی است، برخی برای افرادی است که در جست و جوی شغل هستند و برخی برای یادگیری و افزایش آگاهی علمی است. در واقع شبکه های اجتماعی از گروه هایی عموماً فردی یا سازمانی تشکیل شده که از طریق یک یا چند نوع از وابستگی ها به هم متصلند و در بستر یک جامعه اطلاعاتی پیچیده، کارکرد مؤثر شبکه همگرا را تصویر می کنند و موفقیت و محبوبیت روزافزون آن ها به دلیل داشتن رنگ و بوی اجتماعی است. از میان تمامی شبکه های

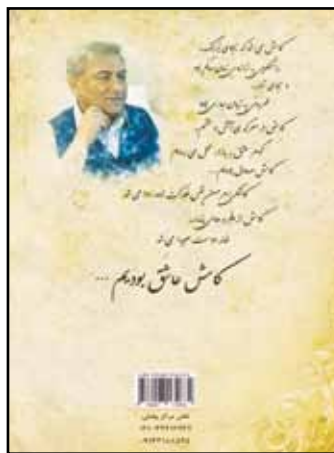
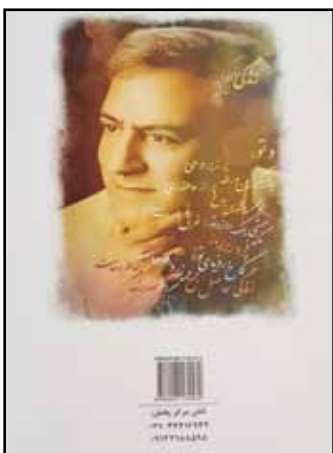
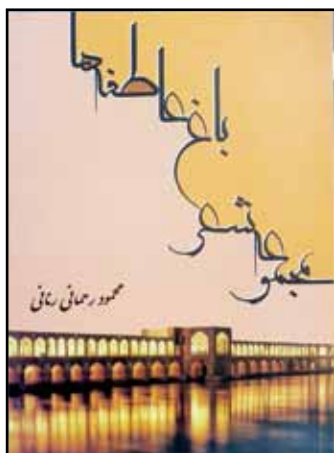
اهدای جایزه ملی مدیریت مالی به گروه توسعه مالی و اقتصادی سامان



تندیس بلورین جایزه ملی مدیریت مالی ایران در دهمین مراسم جایزه ملی مدیریت مالی به گروه توسعه مالی و اقتصادی سامان اهدا شد.

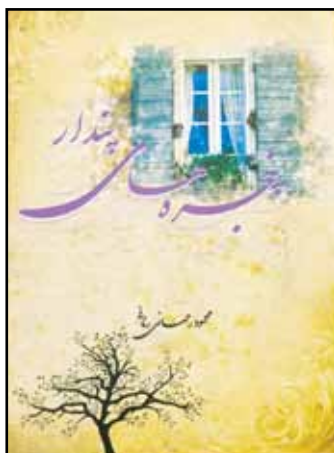
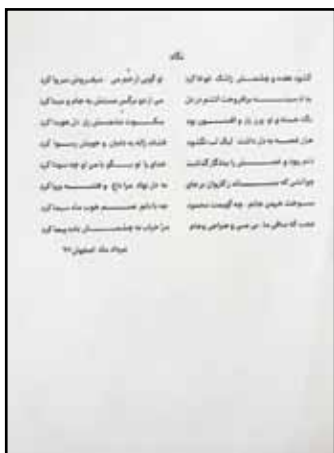
به گزارش سامان رسانه، در جریان این مراسم که روز ۲۶ بهمن با حضور وزیر امور اقتصادی و دارایی در سالن همایش‌های برج میلاد برگزار شد، غلامرضا خلیل ارجمندی مدیرعامل گروه توسعه مالی و اقتصادی سامان به نمایندگی از این مجموعه، تندیس بلورین جایزه ملی مدیریت را دریافت کرد. گفتنی است، طراحی مدل جایزه ملی مدیریت مالی ایران توسط اساتید و متخصصین خبره در مدل‌های مطرح دنیا صورت گرفته است. به گونه‌ای که در این مدل ارزیابی حوزه مالی و اقتصادی سازمان‌ها و شرکت‌ها با استفاده از معیارها و شاخص‌های تخصصی مالی و حسابداری انجام می‌پذیرد. حمایت مدیریت مالی حرفه‌ای در مسیر دستیابی به جایگاه واقعی در شرکت‌ها و سازمان‌ها، تشویق و ترغیب شرکت‌ها برای انجام خودارزیابی و شناخت نقاط قوت و ضعف و زمینه‌های بهبود، ایجاد فضای رقابتی مناسب و حرفه‌ای شرکت‌ها و سازمان‌های ایرانی، تعریف راهبردی از مدیریت مالی و اقتصادی سازمان در جهت دستیابی به اهداف استراتژیک، معرفی و قدردانی از شرکت‌ها و سازمان‌های برتر در مالی و اقتصادی، فراهم کردن امکان تبادل تجربیات موفق مدیران مالی از جمله اهداف برگزاری این جایزه عنوان شده است.





پنجره‌های پندار اثر یک رئیس شعبه

مجموعه اشعار پنجره‌های پندار، دومین اثر آقای محمود رحمانی رنانی رئیس شعبه اصفهان است که در سال جاری توسط انتشارات نشر برترین اندیشه اصفهان در ۱۰۰۰ مجلد مشتمل بر ۵۸ شعر در قالب غزل، مثنوی، دوبیتی، رباعی و... منتشر شد و به صورت رایگان و هدیه در اختیار پویندگان شعر و ادبیات فارسی قرار گرفت. شایان ذکر است اولین اثر شاعر تحت نام باغ عاطفه‌ها پیش از این از طریق ماهنامه سامان معرفی شد.



برای دومین سال متوالی

بیمه سامان حامی مسابقات ژئو پارک تریل قشم

چهارمین دوره مسابقات دوی طبیعت «ژئو پارک تریل» جزیره قشم، با مشارکت ۱۲۰۰ دوند و با حمایت بیمه سامان برگزار شد. به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، همه شرکت کنندگان در این مسابقه هیجان‌انگیز که در مسیر ۳۰ کیلومتری با شعار «یک عمر با کیفیت زندگی کنیم» در روز ۲۴ بهمن‌ماه در محل روستای سلخ برگزار شد، تحت پوشش بیمه حوادث بیمه سامان قرار گرفتند. شرکت بیمه سامان با هدف حمایت از سلامت خانواده و جامعه برای دومین سال متوالی در این رویداد فرهنگی - ورزشی مشارکت داشت.

تقدیر از همکاران طرح تلاش



ردیف	شماره پرسنلی	اسامی همکاران	عنوان کسب شده	محل خدمت	نحوه شرکت در جلسه
۱	۳۹۲۰۱۷	امیر عزیزپور	بانکدار پشتیبان (تعداد)	شعبه اردبیل	-
۲	۳۸۸۰۱۱	سید عیسی حسینی	بانکدار پشتیبان (رشد)	شعبه شهر قدس	حضور
۳	۳۸۵۲۴۵	مریم پیرکندی	بانکدار عملیات (تعداد)	سرداران ارومیه	-
۴	۳۸۴۰۸۶	غزاله پورزاهدی	بانکدار عملیات (رشد)	گلزار رشت	-
۵	۳۸۶۳۱۶	لیلا بردبار	بانکدار فروش (تعداد)	شعبه شیراز	Skype
۶	۳۹۳۱۶۰	محمد افرا	بانکدار فروش (رشد)	شعبه جام جم	حضور
۷	۳۹۳۰۰۳	سعید احمدی جوپاری	بانکدار فروش تخصصی (تعداد)	شعبه کرمان	Skype
۸	۳۸۷۰۴۳	سمانه سورمان شاهی	بانکدار فروش تخصصی (رشد)	شعبه بلوار دریا	حضور



حضور بانک و بیمه سامان در سومین نمایشگاه کار ایران

استخدام نیروهای نخبه برگزار شد. در این نمایشگاه که به همت دانشگاه صنعتی شریف و باهدف رویارویی مستقیم کارجو و کارفرما، تسهیل فرآیند جذب و استخدام نیروی کار، معرفی فرصت‌های شغلی موجود در بازار کار، جذب نیروهای مناسب با انتظارات و مهارت‌های موردنیاز کارفرمایان برگزار شد، بانک و بیمه سامان این فرصت را فراهم کردند که کارجویان با خدمات بانک و بیمه سامان آشنا شوند.

بانک و بیمه سامان در سومین نمایشگاه کار ایران که از ۱۷ تا ۱۹ بهمن‌ماه ۹۸ در مجتمع نمایشگاهی شهرداری تهران (بوستان گفت‌وگو) برگزار شد، حضور پررنگی داشتند.

به گزارش اداره روابط عمومی بانک سامان، این نمایشگاه به‌منظور ایجاد و توسعه ارتباط کارجو و کارفرما و کمک به اشتغال و فراهم کردن فضای مناسب برای





بانک سامان قهرمان لیگ فوتسال کارگری شد

بانک سامان با شکست دادن تیم ایران خودرو دیزل قهرمان مسابقات دسته برتر فوتسال کارگران استان تهران شد.

به گزارش سامان رسانه، بانک سامان با پیروزی دو بر صفر مقابل تیم ایران خودرو دیزل، در فینال لیگ دسته برتر کارگری، به عنوان قهرمان این مسابقات معرفی شد. در این مسابقه که روز دوشنبه در مجموعه ورزشی کارگران تهران و در حضور نمایندگان مجلس، مسئولان فدراسیون ورزش کارگری و مدیران ارشد بانک سامان برگزار شد، تیم بانک سامان با گل‌های محمد منطری و مرتضی قهرمانی توانست از سد تیم قدرتمند ایران خودرو دیزل بگذرد و مقام قهرمانی را از آن خود کند. گفتنی است، تیم بانک سامان برای رسیدن به فینال این مسابقات از سد تیم‌های قدرتمندی همچون ایران خودرو، زامیاد، سایپا پرس گذشته است.





عکس ها: سامان شرف الدین



نایب قهرمانی تیم فوتسال بانک سامان در جام سفیر

تیم فوتسال بانک سامان با پشت سر گذاشتن رقبای سرسخت خود، توانست نایب قهرمان جام سفیر شود.

به گزارش سامان رسانه، در فینال مسابقات جام سفیر که سوم اسفند ماه در مجموعه فرهنگی ورزشی کشتیرانی برگزار شد بانک سامان علی رغم انجام یک بازی شایسته در مقابل بانک دی با دو گل متوقف شد و به مقام نایب قهرمانی این مسابقات دست یافت. بر اساس این گزارش تیم بانک سامان که علاوه بر مسابقات جام سفیر به طور همزمان در مسابقات لیگ برتر کارگري هم حضور داشت، هفته گذشته توانسته بود در جریان مسابقات لیگ برتر کارگري مقام قهرمانی را از آن خود کند و به عنوان نماینده استان تهران به مسابقات کشوری کارگران راه پیدا کند. گفتنی است، بانک سامان در جریان مسابقات جام سفیر رقبای قدرتمندی همچون بانک آینده، مدبر، بانک تجارت، مبین وان پردیس صنعت سیاره سبز را با پیروزی های پر گل بدرقه کرده بود.





عکس ها: سامان شرف الدین



برای نخستین بار در کشور صنعت نساجی کاشان بیمه می شود



تولید بازمی گردد.

رئیس اتاق بازرگانی کاشان یادآور شد: این موضوع سال گذشته در جلسه‌ای مطرح شد. پیشنهاد شد صنعت بیمه تنها به سیل و حریق و حوادث و ساختمان کارخانه‌ها متوقف نشود. به داخل کارخانه‌ها بیاید. فرآیند تولید را مدنظر قرار داده و چرخ صنعت را تحت پوشش قرار دهد.

تولایی افزود: صاحب‌نظران و متولیان بیمه اعتقاد داشتند چنین بیمه‌ای برای برخی صنایع تحت نام CMI (بیمه جامع ماشین‌آلات) پیش‌بینی شده است ولی در خصوص صنعت نساجی مغفول مانده است. تجربه‌ای در سایر صنایع و مواردی از این دست وجود دارد ولی در صنعت نساجی هیچ شرکت بیمه‌ای با این محصول وارد نشده و اقدام نکرده است. از بیمه‌ها درخواست شد تا حوزه ماشین‌آلات نساجی را نیز تحت پوشش قرار دهند. روی این موضوع کار کارشناسی انجام شد. گلوگاه‌های صنعت نساجی استخراج شد. نرخ بیمه مشخص گردید و پس از یک سال کار کارشناسی و جلسات بحث و بررسی به جمع‌بندی نهایی رسید.

رئیس اتاق بازرگانی کاشان تأکید کرد: متولیان این حوزه طی یک سال گذشته تلاش کرده‌اند با ارزیابی دقیق ریسک‌های موجود در فرآیندهای کارخانه‌های نساجی نسبت به معرفی این محصول اقدام نمایند، برای این کار سبد بیمه‌ای در نظر گرفته شد. این موضوع مهم و مبتلا به همه فعالین صنعت است. اتاق بازرگانی از حضور همه بیمه‌ها استقبال می‌کند. پا به میدان بگذارند. شهرک‌ها

رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کاشان در همایش «بیمه جامع ماشین‌آلات نساجی» که در سالن جلسات اتاق بازرگانی و با حضور صاحبان صنایع در دوم بهمن‌ماه برگزار شد، گفت: «بیمه جامع ماشین‌آلات نساجی» یکی از محصولات بیمه‌ای که شامل پوشش جامعی است، برای نخستین بار در کشور صنایع نساجی کاشان را تحت پوشش قرار خواهد داد و ضمانت مناسبی برای استمرار گردش چرخ صنعت و تداوم تولید در منطقه و شهرستان‌های کاشان و آران و بیدگل است.

به گزارش روابط عمومی بیمه سامان، در این همایش که به میزبانی بیمه سامان در محل اتاق بازرگانی کاشان برگزار شد، محمود تولایی ضمن تأکید بر اینکه ماشین‌آلات با قیمت فوق‌العاده سنگین چرخ صنعت را به حرکت درآورده است، افزود: گاهی ماشینی که با قیمت ده، پانزده میلیارد تومان خریداری شده و در حال تولید است با شکستن قطعه‌ای از کارافتاده و متوقف می‌شود. در این صورت نقش بیمه مشخص می‌شود. کارگاه یا کارخانه‌ای که با مشکل مواجه شده است با اتکا به نقش حمایتی بیمه به چرخه



صنعت نساجی و فرش ماشینی بیش از پیش با ریسک‌ها و تهدیدهای حوزه صنعت و فرآورده‌های تولید خود آشنا شده و آگاهی لازم را کسب کنند. آن موقع انتخاب و تصمیم‌گیری با صنعتگر و صاحب صنایع است. آن موقع باید تصمیم بگیرد که چه کاری انجام دهد؛ ریسک را کم کرده، حذف کند یا آن را به شرکت بیمه انتقال دهد. مهندس محمدرضا آقاجانی افزود: پایداری صنعت بیمه در حمایت مناسب از بیمه‌گذار است. صنعت بیمه با تکیه بر تجارب چندین دهه کار و فعالیت به این نتیجه رسیده است که باید آسیب‌ها را کاهش و حمایت‌ها لازم را افزایش دهد.

وی یادآور شد: پیش از این، بیمه‌گذار در زمان حادثه با مشکل مواجه شده و نمی‌توانست از مبلغ و مزایای کامل بیمه بهره‌مند شود. اشکال کار کجاست؟ در بحث مدیریت ریسک، گزینه‌های مختلفی مطرح است؛ بیمه‌گذار یا ریسک را «حفظ می‌کند» یا «کاهش داده» یا «توزیع می‌کند» یا اصلاً نمی‌بیند. بیمه‌گذار چه زمانی با شرکت بیمه وارد مذاکره می‌شود؟ زمانی که می‌خواهد ریسک را منتقل کند؛ یعنی کاری به قبل از آن ندارد که آیا در کسب‌وکار یا مجموعه‌ای که بر آن مدیریت می‌کند «ارزیابی ریسک» انجام شده است یا خیر؟ آیا ریسک‌های مجموعه احصاء شده است یا خیر؟ آیا تهدیدها و آسیب‌های مجموعه را می‌شناسد؟ وقتی به شرکت بیمه مراجعه می‌کند بیمه واحد و از قبل مشخص شده خریداری کرده و می‌رود. این بیمه بدون توجه به «ارزیابی ریسک» ارائه شده است، بنابراین از جامعیت لازم و کافی برخوردار نیست. بیمه‌ای خریداری کرده است که بسیاری از ریسک‌های موجود در کسب‌وکار وی در آن پیش‌بینی نشده است.

مدیر بیمه‌های مهندسی و خاص بیمه سامان تصریح کرد: مدیران و کارشناسان بیمه «سامان» معتقدند قبل از ارائه هرگونه پوشش بیمه‌ای بایستی در جریان کسب‌وکار بیمه‌گذار قرار بگیرند. وضعیت کسب‌وکار وی را بررسی و آنالیز کرده و متناسب با آن راه‌حل ارائه نمایند. این کار برای حوزه‌های مختلف صنعت انجام و مدل‌های مختلفی استخراج شده است، به نحوی که بیمه‌گذار با انتخاب بیمه متناسب با کسب‌وکار خود بتواند در زمان حادثه خسارت کامل دریافت کند.

مهندس آقاجانی در خصوص «بیمه جامع ماشین‌آلات نساجی» اظهار داشت: برای تحقق این محصول تیم‌های کارشناسی مختلفی تشکیل شده است. مدل‌های مختلف ارزیابی خسارت بررسی شده و با توجه به بازدیدهای میدانی و مصاحبه‌های لازم با کارشناسان این صنعت و طبق مستندات و بررسی‌های لازم در ارتباط با مستندات و انتقال اطلاعات استخراج شده به انجام رسیده و با متولیان صنعت، کارشناسان، نخبگان و انجمن نساجی بحث و گفت‌وگو شده است. در نهایت به تکنیک‌های شناسایی و ارزیابی خطرات (HAZID) منتقل گردیده است.

شرکت بیمه سامان نهایتاً به این نتیجه رسیده که در هر مقطع و در هر فرآیند چه ریسک‌هایی وجود دارد و به تبع آن در درجه نخست برای کاهش ریسک و پیشگیری از آسیب راه‌حل‌ها و راهکار ارائه شده و پس از آن برای انتقال ریسک احتمالی تهیه «بیمه جامع ماشین‌آلات نساجی» توصیه می‌شود.

و کارخانه‌ها و کارگاه‌های صنعتی را تحت پوشش قرار داده و چتر حمایتی خود را به کلیه حوزه‌های صنعت کاشان گسترش دهند. باید صنعتگر به این اطمینان برسد که چنانچه با حادثه یا مشکلی مواجه شد بیمه از او حمایت خواهد کرد. تداوم و پایداری تولید در گرو هم‌افزایی همه قسمت‌های این حوزه است. زنجیره‌ای از عوامل در کنار هم قرار گرفته‌اند تا چرخ صنعت می‌چرخد. یکی از این زنجیره‌ها «صنعت بیمه» است.

تولایی افزود: بیمه برای زندگی و کسب‌وکار ضروری و با اهمیت است. همواره اتاق بازرگانی از همه شرکت‌های بیمه حمایت کرده و مشوق آنان است تا خدمات خود را در کلیه زمینه‌ها به خصوص کسب‌وکار گسترش دهند. ایده‌آل ما این است که هر مجموعه‌ای که کار می‌کند زیر چتر حمایتی بیمه فعالیت کند. وقتی به متهمان دستگاه قضایی و زندان‌ها نگاه می‌کنیم حداقل بخشی از این گرفتارها به واسطه عدم پوشش بیمه‌ای فرد متهم یا زندانی در حادثه است. گاهی آن‌چنان مسائل و مشکلات حاد و بزرگ است که هیچ‌کس قادر به رفع آن نیست. حتی کاری از حاکمیت و دولت برنمی‌آید. در این صورت بیمه پا به میدان گذاشته و از طریق سازوکار و مکانیزمی که در اختیار دارد مسائل و مشکلات حادثه‌دیده را مرتفع می‌کند.

مدیر بیمه‌های مهندسی و خاص بیمه «سامان» نیز در این همایش گفت: هدف از حضور بیمه «سامان» در این همایش صرفاً معرفی بیمه یا توصیه به خرید بیمه‌نامه نیست. هدف این است که مجموعه

چگونه این روزها عملیات بانکی خود را
بدون حضور در شعبه انجام دهید؟



خدمات غیر حضوری بانکی در وبسایت



خدمات غیرحضوری بانکی در تِل بانک



خدمات غیرحضوری بانکی در موبایلت



در صورت نیاز به حضور در شعبه، برای انجام امور بانکی
خودکار شخصی به همراه داشته باشید.



امید را در چشم‌های شما می‌بینیم و قدردانتان هستیم.

بانک سامان
Saman Bank



برداشت وجه نقد با کارت سامان از خودپرداز سامان
تا ۵ میلیون ریال در روز افزایش یافت.

بانک سامان
Saman Bank

~~۹۹/۰۱ ۹۸/۱۲~~
↓



تاریخ اعتبار ✓

مشتریانی که تاریخ اعتبار کارت سامانی آن‌ها تا اسفند ۹۸ و فروردین ۹۹ است، هنگام
خریدهای اینترنتی و انجام تراکنش در قسمت تاریخ ماه ۰۳ و سال ۹۹ را وارد کنند.



سقف انتقال وجه کارت به کارت سامانی و شتابی از طریق
درگاه‌های سامان تا ۵۰ میلیون ریال در روز افزایش یافته است.



تعداد دفعات ورود اشتباه رمز دوم کارت که منجر به غیرفعال شدن
کارت می‌شود به ۵ بار افزایش یافته است.



کارت‌های مشتریان سامان که تاریخ اعتبار آن تا اسفند ۹۸ و فروردین ۹۹ است،
منقضی نمی‌شود و تا خردادماه به‌طور خودکار تمدید خواهد شد.

چه کار کنیم تا به ویروس کرونا مبتلا نشویم؟



- در حال حاضر هیچ واکسنی برای جلوگیری از عفونت **۲۰۱۹-nCoV** وجود ندارد.
- بهترین راه پیشگیری از ابتلا به بیماری قرار نگرفتن در معرض **ویروس کرونا** است.



۹ اشیاء و سطوحی که اغلب لمس می‌کنید را ضدعفونی کنید.



۱۰ در مکان‌های شلوغ و حمل و نقل عمومی از لمس وسایل و سطوح عمومی بپرهیزید.



۱۱ از لمس چشم و صورت خود به‌ویژه با دست‌های استریل نشده بپرهیزید.



۱۲ سعی کنید دستکش یکبار مصرف همراه داشته باشید.



۱۳ از تماس نزدیک با افراد مریض خودداری کنید.



۱۴ ظروف و وسایل شخصیتان را تمیز و استریل و از دیگران جدا کنید.



۱۵ همیشه قبل از غذا دست‌هایتان را بشویید.



۱۶ گوشت و تخم مرغ را کاملاً بپزید.



۱۷ هنگام بیماری در خانه بمانید.



۱ دست‌هایتان را مکرر با آب و صابون به مدت ۲۰ ثانیه بشویید.



۲ اگر آب و صابون ندارید، از ضدعفونی کننده‌های حاوی الکل استفاده کنید.



۳ دهان و بینی‌تان را هنگام عطسه یا سرفه دیگران بپوشانید.



۴ از تماس با افرادی که علائمی شبیه آنفولانزا دارند، خودداری کنید.



۵ از تماس محافظت نشده با حیوانات وحشی و اهلی خودداری کنید.



۶ در تجمعات انبوه حتماً از ماسک استفاده کنید و از روبوسی و دست دادن با دیگران بپرهیزید.



۷ حفظ فاصله یک متری با کسانی که علائم بیماری دارند ضروری است.



۸ هنگام سرفه یا عطسه، دستمال جلوی دهان گرفته و بعد آن را درون سطل زباله بیندازید.



در صورت ابتلا به ویروس کرونا چه کار کنیم؟



۸ بعد از سرفه و عطسه دستتان را حداقل ۲۰ ثانیه با آب و صابون بشویید.



۹ با یک ماسک همواره صورتتان را بپوشانید.



۱۰ دستانتان را مرتب ۲۰ ثانیه با صابون و آب بشویید.



۱۱ از دست زدن به چشم، بینی و دهانتان با دست‌های شسته نشده بپرهیزید.



۱۲ از اشتراک وسایل خانگی مانند ظروف، حوله و ملافه خودداری کنید.



۱۳ علائم بیماری به‌ویژه تب‌تان را کنترل کنید.



۱۴ اگر بیماری رو به وخامت است سریع به مراکز درمانی مراجعه کنید.



۱ فعالیت‌های خارج از خانه را محدود کنید.



۲ به جز دریافت مراقبت‌های پزشکی به محل کار، مدرسه یا محل‌های عمومی نروید.



۳ از وسایل حمل و نقل عمومی استفاده نکنید.



۴ خود را از دیگر افراد خانه جدا کنید.



۵ در صورت امکان از یک حمام جداگانه استفاده کنید.



۶ در یک اتاق متفاوت با افراد دیگر در خانه بمانید.



۷ هنگام سرفه و عطسه دستمال جلوی دهانتان بگیرید.



اگر در خانواده، فردی دچار ویروس کرونا شد چه کار کنیم؟

- ۱ فقط افرادی در خانه باشند که حضورشان برای مراقبت از بیمار ضروری است.
- ۲ سایر اعضای خانواده باید در خانه یا محل دیگری بمانند.
- ۳ گر امکان‌پذیر نبود در اتاق دیگری بمانند.
- ۴ بازدیدکنندگان را محدود کنید.
- ۵ افراد سالخورده یا افراد مبتلا به بیماری مزمن قلب، ریه، کلیه و دیابت را از بیمار دور کنید.
- ۶ مطمئن باشید که فضاهای مشترک در خانه از جریان هوای مطلوبی برخوردار است؛ با دستگاه تهویه هوا یا باز گذاشتن پنجره.
- ۷ دستانتان را حداقل ۲۰ ثانیه با صابون و آب بشویید.
- ۸ هنگام تماس با خون، ترشحات بدن مانند عرق، بزاق، خلط، استفراغ، ادرار یا اسهال بیمار، از دستمال و دستکش استفاده کنید.
- ۹ وسایل یکبار مصرف را بعد از استفاده دور بیندازید.
- ۱۰ هر روز سطوحی مانند پیشخوان، میز کار، وسایل حمام، توالت، تلفن، تبلت و ... را تمیز کنید.
- ۱۱ سطوح و لباس‌هایی که ممکن است خون یا ترشحات بدن روی آن ریخته باشد، ضدعفونی کنید.
- ۱۲ لباسشویی را کاملاً شسته و ضدعفونی کنید.
- ۱۳ حین دست زدن به مواد آلوده، دستکش یکبار مصرف بپوشید.
- ۱۴ دستانتان را بلافاصله پس از برداشتن دستکش بشویید.

در صورت برخورد با کسی که ویروس کرونا دارد، چه کار کنیم؟

- بعد از آخرین تماس نزدیک با فرد بیمار ۱۴ روز مراقب این علائم باشید
- برای پیشگیری از انتقال ویروس از ماسک استفاده کنید
- ۱ تب؛ دو بار در روز دمای بدن‌تان را چک کنید.
 - ۲ سرفه
 - ۳ تنگی نفس یا مشکل در تنفس.
 - ۴ سایر علائم اولیه مانند:
 - لرز
 - درد بدن
 - گلو درد
 - سردرد
 - اسهال
 - تهوع
 - استفراغ
 - آبریزش بینی
 - ۵ اگر به تب یا هر یک از این علائم مبتلا بودید، سریع به مراکز درمانی مراجعه کنید.
 - ۶ اگر علائم مذکور را ندارید، می‌توانید فعالیت‌های خود روزانه مانند رفتن به محل کار، مدرسه یا سایر مناطق عمومی را ادامه دهید.

۵ چگونه در سفر از نقاط آلوده به ویروس کرونا در امان بمانیم؟

- ۱ تا آنجا که امکان دارد به سفر نروید.
- ۲ اگر دچار سرماخوردگی هستید یا تب دارید حتماً از مسافرت خودداری کنید.
- ۳ از تماس نزدیک با همسفرانی که تب و سرفه دارند، خودداری کنید.
- ۴ دستهایتان را مرتب با آب و صابون یا ژل ضد عفونی کنید.
- ۵ ترجیحاً دستکش یکبار مصرف بپوشید.
- ۶ مرتب دستکش یکبار مصرف را تعویض کنید.
- ۷ در ملاقاتها از دست دادن پرهیزید.
- ۸ از دست زدن به دهان و چشم و بینی پرهیزید.
- ۹ از ماسک برای پوشش دهان و بینی تان استفاده کنید.
- ۱۰ اگر در حین سفر مریض شدید خدمه سفر را در جریان بگذارید.
- ۱۱ از دست زدن به سطوح داخلی وسیله سفر مانند هواپیما پرهیزید.
- ۱۲ ماسک، دستکش یکبار مصرف و پد الکلی همراه داشته باشید.
- ۱۳ حتی المقدور غذای پخته بخورید.
- ۱۴ از سالم بودن گوشت مصرف شده مطمئن باشید.

۶ از کرونا نترسید؛ مقاومت بدنتان را بالا ببرید-۱

- خط اول پیشگیری: رعایت بهداشت فردی و خصوصاً بهداشت دستهاست
- با افزایش مقاومت بدن آمادگی سیستم ایمنی خود را بالا ببرید

آب میوه‌هایی برای تقویت سیستم ایمنی بدن

- آب کلم**
- سرشار از ویتامین‌های متعدد، مواد معدنی، آنتی اکسیدان‌ها
 - منبع بزرگ ویتامین آ، ث، منیزیم، ویتامین ب ۶، مس و آهن
 - ضرورت مصرف کلم همراه با چغندر که منبع خوبی از فولات و ویتامین‌هاست
- آب کدو تنبل**
- منبع خوبی از ویتامین آ
 - ویتامین ب ۶، ویتامین ای و روی
- ترکیب آب توت فرنگی و کیوی**
- سرشار از ویتامین ث
 - برای تقویت سیستم ایمنی بدن نقش مهمی دارد.
 - همراه نعنای که منبع خوبی از فولات، ویتامین آ، منیزیم و روی است.
- آب پرتقال**
- گریپ فروت و لیمو
 - منبع خوبی از ویتامین ث
- آب هویج**
- منبع بزرگ از بتا کاروتن و ویتامین آ
- آب گوجه فرنگی**
- منبع بسیار خوبی از ویتامین ث و ویتامین آ



ویتامین هایی برای تقویت سیستم ایمنی بدن

B9 K A C B6 E D3

منابع غذایی ویتامین A

- سبب زمینی شیرین، کلم برگ، هویج
- اسفناج، چکر گاو، کاهو، کره، تخم مرغ
- کدو حلواپی، بروکلی، زردآلو، طالبی، انبه
- فلفل قرمز شیرین و ماهی تون

منابع غذایی ویتامین K

- جعفری، گیاه خردل، پیاز، کلم فندقی
- شلغم، اسفناج، مارچوبه، بروکلی، خیار، کلم، توت فرنگی، چکر مرغ، گل کلم

منابع غذایی ویتامین C

- فلفل قرمز، فلفل سبز، کشمش سیاه، کیوی
- پرتقال، توت فرنگی، پاپایا، بروکلی، جعفری
- آناناس، گریپ فروت، گل کلم، انبه و کلم بروکلی

منابع غذایی ویتامین B9

- اسفناج، بروکلی، مارچوبه، لوبیا
- چشتم بلیلی، چکر گاو، کلم، لوبیا
- قرمز، آوکادو، کاهو و پرتقال

منابع غذایی ویتامین E

- فندق، بادام، دانه های آفتابگردان
- انبه، آوکادو بروکلی، اسفناج، کدو
- گردویی، فلفل دلمه ای زیتون، کلم
- برگ، چغندر برگ، گوجه فرنگی، کیوی

منابع غذایی ویتامین B6

- سینه بوقلمون، گوشت گوساله، ماهی
- تون، سینه مرغ، دانه های آفتابگردان
- دانه های کنجد، نخود سبز، لوبیا چیتی

منابع غذایی ویتامین D3

- ماهی هالیبوت، ماهی کپور، ماهی سالمون
- انواع قزل آلاها، ساردین، روغن کبد ماهی
- تن، تخم مرغ، شوبر

چطور از ماسک های یکبار مصرف استفاده کنیم؟

طبق دستورالعمل سازمان جهانی سلامت WHO

تنها راه صحیح پوشیدن ماسک های یکبار مصرف سه لایه به شکل زیر است

لایه سفید رنگ

باید رو به داخل استفاده شود



- ضد آب است.
- در برخی مدل ها جذب کننده است.
- از خروج ترشحات و بزاق دهان جلوگیری می کند.

لایه آبی رنگ

باید رو به بیرون استفاده شود



- ضد آب است.
- مانع رد شدن مایعاتی همچون خون یا سایر مایعات بدن می شود.



این روش استفاده، همگانی است و تفاوتی برای افراد بیمار و سالم ندارد.

منبع: معاونت آموزش، پژوهش و فناوری



چند گام برای استفاده صحیح از ماسک

ماسک را روی بینی و دهان و چانه خود قرار دهید.

۳

ماسک مناسب و استاندارد انتخاب کنید.

۲

قبل از استفاده دست های خود را بشویید.

۱

اگر هوا از اطراف ماسک به بیرون نشت می کند با فیکس کردن کش ها آن را بر طرف کنید.

۶

سیم فلزی نازک لبه فوقانی ماسک را به آرامی روی بینی فشار دهید تا به صورت شما بچسبد.

۵

بعد از فیکس کردن موقعیت ماسک روی صورت، کش بالا را پشت سر و کش پایین را زیر گوش قرار دهید.

۴

درحین دم و بازدم چرخه تنفس را چک کنید.

۷

نکات بهداشتی

- از دست زدن به ماسک استفاده شده بدون دستکش خودداری کنید.
- ماسک استفاده شده را در جیب و کیف خود قرار ندهید.
- ماسک را در نایلون قرار داده در سطل زباله بیندازید.

منبع: معاونت آموزش، پژوهش و فناوری

با دست هایتان به مبارزه با میکروبها و ویروسها بروید

۱

بعد از استفاده از توالت، دست های خود را بشوید

مواقع ضروری برای شستن دست ها

شستن دست ها باید به مدت ۲۰ ثانیه طول بکشد

میکروب ها به دستان مرطوب راحت تر منتقل می شوند

قبل و بعد از لمس چشم، بینی و دهان یا مشکل پوستی؛ آکنه، جوش، اگزما

قبل و بعد از تمرین ورزشی بازی یا کار

قبل و در حین تهیه غذا، غذا خوردن یا نوشیدن

بعد از مسافرت با وسایل نقلیه عمومی یا خرید

قبل و بعد از تماس با دیگران، سطوح یا تجهیزات مشترک مثل ورزش در سالن

قبل و بعد از لمس یک بیمار یا مجروح بستر آنها، هرگونه زخم یا پانسمان

بعد از دست زدن به آشغال خاک و ابزار کار

قبل و بعد از مراجعه به مراکز درمانی و بیمارستان

بعد از لمس حیوانات و زباله های حیوانات

بعد از تمیز کردن حمام، دستشویی لباسشویی ملحفه

منبع: معاونت آموزش، پژوهش و فناوری



برندگان سور سامانی مشخص شدند



چهارمین دوره قرعه‌کشی جشنواره سور سامانی برگزار شد و برندگان این دور از جشنواره مشخص شدند.

به گزارش روابط عمومی بانک سامان، قرعه‌کشی چهارمین دوره از جشنواره سور سامانی ویژه اعضای باشگاه مشتریان بانک سامان، سامانیوم، برگزار و برندگان خوش‌شانس یک جایزه ۲۰ میلیون تومانی و ۳۰ جایزه یک میلیون تومانی مشخص شدند.

بر اساس این گزارش، در این قرعه‌کشی که از طریق صفحه اینستاگرام سامانیوم به صورت زنده پخش شد، آقای سروش آرایش برنده جایزه ۲۰ میلیون تومانی شد.

همچنین آقایان و خانم‌ها، عطا احمدی معروف، معین طلوعی، کاظم حیدری، حسام رضایی، فرهنگ بوستانی، محمدعلی احمدی، هادی میرزائی فر، سید عباس موسوی‌نژاد، آرمان غفوری، هومن نقشی، سید محمدهادی محمدی آذر، سعید ستایشی، عباس به نیا، پوریا نصیری، فرزانه خلیج معصومی، بابک مقدم فرد، محمدرضا نیک‌سار، محمد صمدپور، بهاره شهبازیم، سعید حیاتی، سید منصور محقق پور، حسام جمشیدی، حامد صلاحی، آرشدی، منصور راسخ احمدی، علی قربانی، یوسف مهدی‌نژاد، مسلم جعفری، اکبر هوشمند و مهدی اولیا برنده جایزه یک میلیون تومانی شدند. برندگان این دور از جشنواره برای دریافت هدایای خود به شعبه بانک سامان که در آن افتتاح حساب کرده‌اند، مراجعه کنند.





بسته‌های نوروزی سامانتل با ۱۳۹۹ دقیقه مکالمه رایگان عرضه شد

سامانتل با عرضه جدیدترین بسته‌های یک ماهه رانوکا و بسته‌های دوماهه ناوکا از آغازین روزهای اسفندماه، مشترکین خود را با ۱۳۹۹ دقیقه مکالمه رایگان به استقبال نوروز ۱۳۹۹ برد. سامانتل با درک نیاز ارتباطی مشترکین خود در ایام نوروز، بسته‌های جدیدی با فرصت‌های استفاده یک ماهه و دوماهه

تعریف و از اول اسفندماه برای استفاده مشترکین سامانتل در وب‌سایت خود عرضه نمود. بسته‌های جدید سامانتل با مصرف بهاره از هم اکنون لغایت ۱۵ فروردین ماه ۱۳۹۹ در سایت سامانتل به نشانی samantel.ir قابل خریداری بوده و طبق زمان تعریف شده قابل استفاده می‌باشند.



بسته بهاری رانوکا

این بسته یک ماهه بوده و از ۱۳۹۹ دقیقه مکالمه رایگان درون شبکه سامانتل برخوردار است. سایر مشخصات این بسته به شرح زیر می‌باشد.
دیتا : ۵ گیگابایت

مهلت استفاده از زمان خرید: ۳۰ روز

مهلت خرید : تا ۲۹ اسفند ماه ۱۳۹۸

مبلغ قبل از محاسبه ارزش افزوده: ۲۱۰,۰۰۰ ریال

مبلغ قابل پرداخت (با احتساب مالیات بر ارزش افزوده): ۲۲۸,۹۰۰

بسته های بهاری ناوکا

این بسته ها برای مصرف دوماهه مشترکین سامانتل در نظر گرفته شده و از ۱۳۹۹ دقیقه مکالمه رایگان درون شبکه برخوردار هستند. سایر مشخصات هر یک از بسته‌های ناوکا به شرح زیر می‌باشد.

ناوکا ۳

دیتا : ۱۱ گیگابایت

مهلت استفاده از زمان خرید: ۶۰ روز

مهلت خرید : تا ۲۹ اسفند ماه ۱۳۹۸

مبلغ قبل از محاسبه ارزش افزوده:

۳۳۰,۰۰۰ ریال

مبلغ قابل پرداخت (با احتساب مالیات بر

ارزش افزوده): ۳۵۹,۷۰۰ ریال

ناوکا ۲

دیتا : ۹ گیگابایت

مهلت استفاده از زمان خرید: ۶۰ روز

مهلت خرید : تا ۲۹ اسفند ماه ۱۳۹۸

مبلغ قبل از محاسبه ارزش افزوده:

۳۰۰,۰۰۰ ریال

مبلغ قابل پرداخت (با احتساب مالیات بر

ارزش افزوده): ۳۲۷,۰۰۰ ریال

ناوکا ۱

دیتا : ۷ گیگابایت

مهلت استفاده از زمان خرید: ۶۰ روز

مهلت خرید : تا ۲۹ اسفند ماه ۱۳۹۸

مبلغ قبل از محاسبه ارزش افزوده:

۲۵۰,۰۰۰ ریال

مبلغ قابل پرداخت (با احتساب مالیات بر

ارزش افزوده): ۲۷۲,۵۰۰ ریال



نیکان، حامی خانواده

    nikancharity
www.nikancharity.org
☎ 22176001-4 🖨 22176012

مراحل ثبت ایده:

- ۱- ورود به پرتال
- ۲- ورود به صفحه پلنت
- ۳- انتخاب ارسال ایده
- ۴- انتخاب مورد جدید

ایده خود را از طریق پرتال برای پلنت ارسال کنید.

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه /باجه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمابر	نام مسئول شعب /باجه ها
۱	اریکه ایرانیان	۸۱۶	تهران، بلوار فرحزادی، نبش ارغوان غربی، مجتمع اریکه ایرانیان، پلاک ۱	۲۲۳۵۹۲۷۵-۷۸	۲۲۳۵۳۵۱۶	آقای جلیلزاده
۲	اقدسیه	۸۰۸	تهران، خیابان اقدسیه (موحد دانش)، نبش کوچه نسیم، پلاک ۶۳	۲۲۸۲۳۴۰۲	۲۶۴۵۰۷۴۳	آقای کریمی
۳	الهیّه	۸۳۸	تهران، خیابان ولیعصر، خیابان شهید فیاضی، بعد از خیابان کوهپار، پلاک ۶۹	۲۶۲۰۰۹۶۳	۲۶۲۰۰۹۳۸	خانم قدیمی
۴	امین حضور	۸۵۳	تهران، میدان بهارستان، خیابان مصطفی خمینی، خیابان امیر کبیر شرقی، نبش کوچه جاویدی، پلاک ۱۴۰	۳۳۴۴۳۷۱۱-۳۳۴۴۳۷۰۴	۳۳۱۳۸۳۱۴	آقای پرومند
۵	ایران زمین	۸۱۵	تهران، شهرک غرب، خیابان ایران زمین، مجتمع ایران زمین، پلاک ۱۳ و ۱۴	۸۸۵۷۷۶۰۵-۱۰	۸۸۵۷۱۲۱۵	آقای نودست
۶	آصف	۸۵۸	تهران، زعفرانیه، بلوار بهزادی، نبش غربی خیابان ماکوئی پور، پلاک ۱۹	۲۶۸۰۲۶۳۰-۲۶۸۰۲۳۲۷	۲۶۸۰۲۹۰۱	آقای آهنگری
۷	آفریقا	۸۰۱	تهران، بزرگراه آفریقا، نرسیده به چهارراه جهان کودک، پلاک ۳۱	۸۸۸۷۴۵۵۷-۶۱	۸۸۷۳۷۷۳	آقای نیری
۸	آفریقای شمالی	۸۲۰	تهران، خیابان نلسون ماندلا (آفریقا)، بالاتر از خیابان اسفندیار، نبش شمالی خیابان شهید سعیدی، پلاک ۱۵۸	۲۶۲۱۹۹۰۸-۲۶۲۱۹۶۵۱	۲۶۲۱۹۷۱۳	خانم بابایی
۹	بازار	۸۰۶	تهران، بازار بزرگ، خیابان ۱۵ خرداد غربی، بین چهارراه گلپوندک و خیابان ابوسعید، پلاک ۸۱	۵۵۵۷۵۷۳۸-۹	۵۵۵۷۶۴۹۵	آقای حیدرهای
۱۰	بازار کفاشها	۸۳۷	تهران، بازار بزرگ تهران، سبزه میدان، بازار کفاشها، نبش بازار خیاطها، پلاک ۶۴	۵۵۸۰۸۴۸۲-۵۵۱۵۱۸۰۲	۵۵۶۱۶۰۷۳	آقای سروری
۱۱	باغ فردوس	۸۰۴	تهران، خیابان ولیعصر، نرسیده به میدان تجریش، روبروی کوچه باغ فردوس، پلاک ۲۹۴۴	۲۲۷۴۰۷۷۵	۲۲۷۴۰۷۱۵	خانم حکیمی
۱۲	بزرگراه فتح	۸۷۷	تهران، بزرگراه فتح، جاده قدیم کرج، بعد از شیر باستوریزه، مجتمع تجاری تهران، پلاک ۲۳۸	۶۶۸۱۵۹۲۸-۶۶۸۱۵۹۶۹	۶۶۸۱۶۰۰۸	آقای باغستانی
۱۳	بلوار ۲۴ متری سعادت آباد	۸۷۵	تهران، سعادت آباد، میدان فرهنگ، بلوار ۲۴ متری، نبش کوچه چهارم غربی، پلاک ۱۸	۲۲۳۷۸۸۵۶-۷	۲۲۳۵۷۶۰۵	خانم قندیان
۱۴	بلوار دریا	۸۸۳	تهران، خیابان سعادت آباد، بلوار دریا، نبش خیابان رامشه، پلاک ۵۰	۸۸۳۶۳۸۱۸-۸۸۵۷۸۱۷۱	۸۸۳۶۶۷۶۹	خانم سعیدی
۱۵	بلوار فردوس	۸۴۵	تهران، بزرگراه شهید ستاری، بلوار فردوس شرقی، پلاک ۴۳۴	۴۴۰۰۰۳۸۵-۶	۴۴۰۰۸۲۶	آقای پرند
۱۶	بلوار کشاورز	۸۸۲	تهران، بلوار کشاورز، بین خیابان وصال شیرازی و نادری، پلاک ۱۷۸	۸۸۹۷۶۰۹۰-۸۸۹۸۳۱۵۴-۶	۸۸۹۸۳۱۵۷	آقای جلالی
۱۷	بلوار مرزداران	۸۸۱	تهران، شهرک ژاندارمری، بلوار مرزداران، بین اینار و دانش، پلاک ۱۳۶	۴۴۲۱۱۰۴۰	۴۴۲۱۱۸۴۱	آقای حاجی حیدری
۱۸	پاسداران	۸۰۵	تهران، خیابان پاسداران، مقابل بوستان ششم، جنب برج سفید، پلاک ۲۵۰	۲۲۵۹۵۵۷۲-۸	۲۲۵۹۷۵۴۰	آقای سماک
۱۹	شعبه ظفر	۸۱۹	خیابان ظفر، بعد از خیابان کازرون شمالی، پلاک ۱۲۸	۲۲۹۱۳۶۱۸	۲۶۶۴۵۷۱۵	آقای اسلامی
۲۰	پونک	۸۷۰	تهران، بزرگراه اشرافی اصفهانی، بالاتر از میدان پونک، نبش کوچه ۱۹، پلاک ۱	۴۴۴۶۲۵۱۰	۴۴۴۶۲۸۱۵	آقای عهدی
۲۱	پیروزی	۸۲۲	تهران، خیابان پیروزی، نبش خیابان عادل	۳۳۳۳۳۱۴۰-۴۱	۳۳۳۳۳۱۴۳	آقای رنجبر
۲۲	تالار بورس	-	خیابان حافظ، نبش کوچه هاتق، سازمان بورس اوراق بهادار، پلاک ۱۹۲	۶۶۷۴۰۴۲۴-۵	---	---
۲۳	ترمینال ۲ فرودگاه مهرآباد	۸۵۲	تهران، فرودگاه بین المللی مهرآباد، ترمینال ۲، زیر پارکینگ طبقاتی	۴۴۶۹۰۰۹۰	۴۴۶۹۲۲۵۲	آقای حسینی
۲۴	تهرانسر	۸۵۶	تهران، تهرانسر، بلوار اصلی، نبش خیابان ۱۴	۴۴۵۱۷۵۵۶	۴۴۵۱۷۶۶۲	آقای باقری نیا
۲۵	جام جم	۸۲۱	تهران، خیابان ولیعصر، نرسیده به چهارراه بارک وی، نبش کوچه ترکش دوز، پلاک ۲	۲۶۲۱۰۹۱۲-۱۴	۲۶۲۱۰۹۱۷	خانم طرفی نژاد
۲۶	جنت آباد	۸۱۲	تهران، خیابان جنت آباد جنوبی، پایین تر از میدان چهار باغ، نبش خیابان لاله غربی، ساختمان سرفرد، پلاک ۴۷	۴۴۴۹۵۲۰۱-۹	۴۴۴۹۵۲۲۸	آقای احمدی
۲۷	خیابان آذربایجان	۸۲۴	تهران، خیابان آزادی، نبش خیابان آذربایجان، پلاک ۱۰۴۶	۶۶۰۶۷۸۸۲-۶۶۰۶۷۸۸۴-۶	۶۶۰۶۷۸۸۰	آقای صالحی کیا
۲۸	خیابان آقابزرگی - الهیه	۸۷۶	تهران، خیابان الهیه، خیابان شهید آقابزرگی، نبش خیابان استانبول، پلاک ۳۷	۲۲۶۹۶۴۵۱-۵۲	۲۲۶۹۶۴۵۳	خانم خوش صحبت
۲۹	خیابان جمهوری	۸۶۵	تهران، خیابان جمهوری، بین خیابان ولی عصر و شیخ هادی، پلاک ۸۵۲	۶۶۹۷۶۳۹۴-۶۶۹۷۶۳۹۲	۶۶۹۷۵۹۳۸	آقای امیری
۳۰	خیابان دزاشیب - سه راه عمار	۸۶۳	تهران، میدان قدس، انتهای خیابان شهید کبیری (دزاشیب)، سه راه عمار، پلاک ۱۵۸	۲۲۷۵۳۹۱۴-۱۸	۲۲۷۵۳۹۱۳	آقای میرحسینی نیری
۳۱	خیابان دکتر بهشتی	۸۳۲	تهران، خیابان شهید دکتر بهشتی، بعد از چهارراه سه رودی، پلاک ۱۳۸	۸۸۵۱۲۶۰۳-۸	۸۸۷۴۶۶۹۹	آقای البرزی
۳۲	خیابان دولت	۸۱۳	تهران، خیابان دولت، نرسیده به چهارراه پاسداران، پلاک ۱۸	۲۲۷۶۴۲۸۲-۷	۲۲۷۶۰۳۳۸	آقای باقی
۳۳	خیابان سید جمال الدین اسد آبادی	۸۳۰	تهران، خیابان سید جمال الدین اسدآبادی، نبش شمالی خیابان ۴۹، پلاک ۴۳۳	۸۸۶۱۶۴۸۶ و ۸۸۶۲۹۱۰۱	۸۸۶۲۸۶۳۷	خانم حاجی بابایی
۳۴	خیابان کارگر شمالی	۸۳۳	تهران، خیابان کارگر شمالی، بالاتر از خیابان دکتر فاطمی، پلاک ۱۶۱۵	۸۸۹۹۱۳۴۵-۸	۸۸۹۹۱۳۵۰	آقای جمشیدیان
۳۵	خیابان لواسانی	۸۵۵	تهران، کامرانیه، خیابان لواسانی غربی، نبش دوراهی آریا، پلاک ۳	۲۲۸۱۶۶۹۲-۳، ۵	۲۲۸۱۶۶۸۹	خانم میرزایی
۳۶	خیابان ملت اکباتان	۸۲۷	تهران، خیابان سعدی جنوبی، خیابان اکباتان، پلاک ۹۳	۳۳۹۹۸۰۰۵-۷، ۱۲	۳۳۹۹۸۰۰۹	آقای عینی
۳۷	خیابان ولیعصر - پارک ساعی	۸۳۵	تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از خیابان شهید دکتر بهشتی، نبش کوچه کوزه گر، پلاک ۲۱۳۳	۸۸۵۵۶۹۶۵-۸۸۷۰۹۴۸۱-۲	۸۸۵۵۶۹۶۶	خانم آیت النبی
۳۸	خیابان ولیعصر - زرتشت	۸۶۲	تهران، بالاتر از میدان ولیعصر، نرسیده به کوچه ناصر، پلاک ۱۷۷۷	۸۸۹۰۶۱۷۸-۸۸۸۰۵۷۵۳	۸۸۸۰۷۵۹۲	آقای رضازاده
۳۹	دروس	۸۷۹	تهران، خیابان شریعتی، منطقه دروس، بلوار شهزاد، خیابان شیدایی، کوچه اسپند، پلاک ۲	۲۶۶۴۰۳۲۲-۲۶۶۴۰۳۲۰	۲۶۶۴۰۳۰۸	خانم طرّفه نژاد
۴۰	دکتر فاطمی	۸۱۰	تهران، خیابان دکتر فاطمی غربی، روبروی خیابان هشت بهشت، نبش کوچه شیخار (ششم)، پلاک ۱۴۰	۸۸۹۸۲۱۸۱-۸۵	۸۸۹۸۲۱۹۴	آقای ملامحمدی
۴۱	دلاوران	۸۴۲	تهران، میدان رسالت، خیابان هنگام، بلوار دلاوران، بین چهارراه آزادگان و تکاوران، پلاک ۳۷۵	۷۷۲۱۳۸۴۸-۷۷۱۸۹۳۹۱	۷۷۲۱۳۷۷۷	آقای طاهری

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه /پاچه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمابر	نام مسئول شعب/پاچه ها
۴۲	دهکده المپیک	۸۶۷	تهران، بلوار دهکده المپیک، خیابان شهید مهدی یقوبی، پلاک ۲	۴۴۷۰۱۴۶۷	۴۴۷۱۱۷۸۲	خانم رضایی
۴۳	ستارخان	۸۶۹	تهران، میدان توحید، خیابان ستارخان، نبش کوچه ستایش	۶۶۵۶۲۴۹۹-۶۶۵۶۲۶۱۵	۶۶۵۶۲۸۶۵	آقای سلگی
۴۴	سرو	۸۶۶	تهران، سعادت آباد، بلوار سرو غربی، نبش شمال شرقی میدان سرو، پلاک ۷۷	۲۲۰۹۴۹۲۸-۲۲۰۹۴۶۱۳	۲۲۰۶۴۱۴۶	خانم رضاییان مقدم
۴۵	سعادت آباد	۸۱۱	تهران، خیابان سعادت آباد، میدان کاج، پلاک ۱۳	۲۲۰۸۶۱۹۲-۲۰۰	۲۲۰۸۷۷۰۸	آقای سلمانی
۴۶	سی تیر	۸۴۹	تهران، خیابان جمهوری، خیابان سی تیر، پلاک ۶۵	۶۶۷۵۰۴۱۴-۱۸	۶۶۷۵۰۲۳۶	آقای غفوری
۴۷	شمس آباد - میدان ملت	۸۷۲	تهران، شمس آباد، خیابان استاد حسن بنا، بالاتر از میدان ملت، نبش خیابان شهید شاهرخ عیدی، پلاک ۷۷۱	۲۲۵۳۰۱۵۶-۲۲۳۱۷۹۶۸	۲۲۵۳۰۱۴۶	آقای خیری
۴۸	شهر ری	۸۱۸	شهری، میدان شهری، خیابان ۲۴ متری زکریای رازی(بیات)، پلاک ۲۵۷	۵۵۹۷۰۷۳۹-۵۵۹۷۰۷۴۲-۳	۵۵۹۷۰۷۳۰	آقای دانش بقا
۴۹	شهر قدس	۸۷۸	تهران، شهر قدس، بلوار ۴۵ متری انقلاب، روبروی پارک آزادگان، پلاک ۳۸	۴۶۸۳۲۳۳۸-۴۶۸۳۲۳۳۰	۴۶۸۳۲۴۱	آقای طلایی
۵۰	شهران	۸۴۴	تهران، میدان دوم شهران، ابتدای خیابان یکم پلاک ۴	۴۴۳۲۷۹۷۱-۴۴۳۲۸۱۴۷	۴۴۳۲۸۳۲۹	خانم رحیمی
۵۱	شهرک اکباتان	۸۲۵	شهرک اکباتان - فاز ۱ - خیابان نفیسی، روبروی مخابرات، پلاک ۵۹	۴۰۴۶۸۸۵ و ۴۰۴۶۹۰۳	۴۴۶۵۶۸۹۶	آقای احسنی
۵۲	شهرک راه آهن	۸۴۰	تهران، اتوبان همت غرب، شهرک گلستان، بلوار امیر کبیر، نرسیده به چهارراه گلها، پلاک ۵۳	۴۴۷۳۸۹۶۹-۴۴۷۳۸۹۵۹	۴۴۷۳۷۸۸۸	آقای هادیان
۵۳	شهریار	۹۰۴	شهریار، خیابان ولیعصر، ضلع شرقی میدان امام خمینی (نبش خیابان محسنی)	۶۵۳۶۹۰۲۱،۳-۶۵۳۶۸۹۶۵	۶۵۳۶۸۹۶۲	آقای کریمی
۵۴	صادقیه	۸۰۷	تهران، ضلع جنوب شرقی فلکه اول صادقیه، پلاک ۹۱۸	۴۴۲۵۴۵۱۸-۲۰	۴۴۲۵۴۵۱۷	آقای کاهه
۵۵	فروودگاه امام خمینی	۸۴۶	تهران، کیلومتر ۳۰ اتوبان تهران - قم، فرودگاه بین المللی امام خمینی، سالن ورودی	۵۵۶۷۸۴۰۸-۰۹-۵۵۶۷۸۴۱۱-۱۲	۵۵۶۷۸۴۱۰	آقای حسینی
۵۶	فلکه اول تهرانپارس	۸۳۶	تهران، فلکه اول تهرانپارس، ابتدای خیابان حجر بن عدی، نبش خیابان ۱۴۸ غربی، پلاک ۳۲	۷۷۷۳۲۳۵۰-۵۴	۷۷۷۳۲۳۵۵	آقای بیات
۵۷	فلکه سوم تهرانپارس	۸۳۴	تهران، خیابان حجر بن عدی، بالاتر از فلکه سوم تهرانپارس، نبش خیابان ۲۱۴ شرقی، پلاک ۱۳۰	۷۷۳۷۰۱۸۶-۷۷۳۷۰۳۶۸	۷۷۳۷۰۴۴۱	خانم کسرائی پور
۵۸	قلهک	۸۶۸	تهران، خیابان دکتر شریعتی، بالاتر از دوراهی قلهک، ساختمان سپهر، پلاک ۱۴۲۵	۲۲۶۰۱۲۳۷	۲۲۶۰۱۵۰۹	آقای صفری
۵۹	قیطریه	۸۲۸	تهران، بلوار ۳۵ متری قیطریه، روبروی پارک قیطریه، پلاک ۸۵	۲۲۲۳۴۴۵۸-۲۲۲۳۴۴۲۷-۸	۲۲۲۳۴۲۵۸	خانم خسروی
۶۰	کریم خان زند	۸۷۳	تهران، خیابان کریمخان زند، نرسیده به میدان هفت تیر، پلاک ۴۲	۸۸۸۴۵۹۷۲-۸۸۸۴۵۹۴۲	۸۸۸۴۶۱۹۰	آقای توکلی
۶۱	گیشا	۸۸۴	تهران، کوی نصر (گیشا)، نبش خیابان نوزدهم، پلاک ۲۶۲	۸۸۴۸۵۷۸۴-۵، ۹	۸۸۴۸۵۷۸۷	آقای عبدلی
۶۲	مرکزی	۸۰۲	تهران، خیابان انقلاب، بین چهارراه کالج و چهارراه ولیعصر، پلاک ۸۰۳	۶۶۹۵۹۰۵۰	۶۶۹۶۴۹۹۸	آقای تفرشی
۶۳	مژده	۸۷۱	تهران، خیابان نیاوران، خیابان شهید مقدسی(مژده)، خیابان میری، پلاک ۴	۲۲۷۱۶۵۱۶-۲۲۷۱۶۳۵۱	۲۲۷۱۶۲۹۳	آقای ساعی نیا
۶۴	مقدس اردبیلی	۸۶۱	تهران، خیابان مقدس اردبیلی، نبش خیابان فرخ، پلاک ۱	۲۶۸۰۲۴۵۳-۲۶۸۰۲۴۰۹	۲۶۸۰۲۴۶۱	آقای یوسفی پور
۶۵	ملاصدرا	۸۲۹	تهران، خیابان ملاصدرا، بعد از خیابان شیراز، پلاک ۱۳۳	۸۸۶۲۷۵۱۷-۸۸۶۲۷۴۴۸	۸۸۶۲۶۷۳۱	آقای عامری
۶۶	منیریه	۸۳۹	تهران، خیابان ولیعصر، میدان منیریه، خیابان معیری، نبش بن بست ناظمی، پلاک ۵۳	۶۶۴۹۱۰۷۵، ۸۵، ۸۷	۶۶۴۹۱۰۷۳	آقای قاسمی
۶۷	مولوی	۸۵۴	تهران، خیابان مولوی شرقی، نبش کوچه شهید علی اکبر قاسمی، پلاک ۵۱۸	۵۵۱۵۷۳۷۶-۵۵۱۵۶۱۰۹	۵۵۱۵۴۷۲۹	آقای سیفی
۶۸	میدان آرژانتین	۸۲۶	تهران، میدان آرژانتین، اول خیابان بیهقی، پلاک ۲۱	۸۸۵۱۶۹۰۶-۸۸۵۱۶۹۰۸	۸۸۵۱۷۳۸۱	آقای حمیدیا
۶۹	میدان تجریش	۸۴۷	تهران، میدان تجریش، خیابان شهرداری، پلاک ۸۱	۲۲۷۳۲۳۵۲-۲۲۷۳۲۱۳۹	۲۲۷۳۲۴۴۸	آقای عباسزاده
۷۰	میدان حسین آباد	۸۵۹	تهران، چهارراه پاسداران، میدان حسین آباد، ساختمان مهدی، پلاک ۱۲۰	۲۲۹۵۹۹۷۹-۲۲۹۶۰۰۱۳	۲۲۹۵۹۹۰۹	آقای لاجوردی
۷۱	میدان قزوین	۸۳۱	تهران، خیابان کارگر جنوبی، ضلع شمال شرقی میدان قزوین، پلاک ۱۸	۵۵۴۸۱۱۷۲-۴، ۸	۵۵۴۸۱۱۷۹	آقای میرزاخانی
۷۲	میدان نبوت	۸۴۱	تهران، بزرگراه رسالت، خیابان آیت، ضلع جنوب غربی میدان نبوت، پلاک ۵۶۰	۷۷۹۴۰۴۲۸-۹	۷۷۹۴۰۴۱۸	آقای قنبرزاده
۷۳	میدان ونگ	۸۱۴	تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از میدان ونگ، نبش خیابان برادران شریفی، پلاک ۲۴۷۷	۸۸۲۰۵۴۵۵-۹	۸۸۲۰۵۴۴۸	آقای رشیدی
۷۴	میرداماد	۸۰۹	تهران، خیابان میرداماد، نرسیده به میدان مادر، پلاک ۱۴۸	۲۲۹۲۴۴۵۱-۴	۲۲۹۲۴۴۶۳	آقای نصیری
۷۵	نازی آباد	۸۴۸	تهران، نازی آباد، خیابان مدائن، پلاک ۱۱۶ و ۱۱۸	۵۵۳۳۱۰۰۴-۷	۵۵۳۵۶۰۵۱	آقای لک
۷۶	نیاوران	۸۷۴	تهران، نیاوران، خیابان شهید باهنر، روبروی پارک باهنر، پلاک ۱۴۸	۲۶۱۱۷۲۰۱-۲۶۱۱۷۱۹۲-۴	۲۶۱۱۷۱۹۵	آقای رسائی فر
۷۷	هایر استار	۸۵۷	تهران، بزرگراه شهید باکری جنوب، مرکز خریدهایر استار	۴۴۱۶۷۱۸۵-۸۶-۴۴۱۶۷۱۸۲-۸۳	۴۴۱۶۷۱۹۹	خانم قاسمی
۷۸	ولنجک	۸۲۳	تهران، خیابان ولنجک، خیابان چهاردهم، پلاک ۷	۲۲۴۲۱۲۲۷-۳۱	۲۲۱۷۲۵۹۰	آقای رسولی
۷۹	یافت آباد	۸۱۷	تهران، بزرگراه آیت اله سعیدی، یافت آباد شرقی، بازار میل ایران، پلاک ۲۰۲ و ۲۰۵	۶۶۲۱۰۱۴-۶۶۲۱۱۰۱۴-۱۷	۶۶۲۳۷۱۱۰	آقای فرج زاده

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه /پاچه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمابر	نام مسئول شعب/پاچه ها
۸۰	اراک	۹۵۶۱	اراک، خیابان شهید رجایی، پلاک ۸۸۳۷	۰۸۶-۳۲۲۱۴۴۰۴-۵	۰۸۶-۳۲۲۵۹۵۷	آقای کریمی
۸۱	اردبیل	۹۶۴۱	اردبیل، خیابان شیخ صفی، پلاک ۱۶۰	۰۴۵-۳۳۲۵۳۶۰۱-۸	۰۴۵-۳۳۲۵۳۵۰۱	آقای ستاری
۸۲	ارومیه	۹۶۲۱	ارومیه، خیابان کاشانی، روپرویی مرکز بهداشت، پلاک ۱۵۶	۰۴۴-۳۲۲۴۴۳۱۱	۰۴۴-۳۲۲۴۰۳۹۲	خانم امامی
۸۳	خیابان سرداران ارومیه	۹۶۲۲	ارومیه، خیابان سرداران، جنب کوچه شهید صفوی (کوچه تلفخانه سابق)، پلاک ۱۶۹	۰۴۴-۳۲۲۵۰۵۲۲-۲۴	۰۴۴-۳۲۲۷۸۴۶	آقای نامی فر
۸۴	اصفهان	۸۰۳	اصفهان، خیابان فردوسی، نیش خیابان منوچهری، ساختمان امیر، پلاک ۱۳	۰۳۱-۳۲۲۳۰۴۲۴-۷	۰۳۱-۳۲۲۳۰۴۲۸	آقای رحمانی
۸۵	چهارباغ بالا	۹۵۲۲	اصفهان، میدان آزادی، خیابان چهارباغ بالا، نیش کوچه بهار آزادی، پلاک ۱۶۹	۰۳۱-۳۶۲۰۶۰۷۴	۰۳۱-۳۶۲۰۶۰۷۹	آقای غیور
۸۶	خانه اصفهان	۹۵۲۴	اصفهان، شهرک خانه اصفهان، خیابان گلستانه، پلاک ۶۰	۰۳۱-۳۴۴۱۲۲۷۲-۵	۰۳۱-۳۴۴۱۳۶۸۸	آقای باقری
۸۷	خیابان حافظ اصفهان	۹۵۲۳	اصفهان، میدان امام (نقش جهان)، ابتدای خیابان حافظ، پلاک ۳۳	۰۳۱-۳۲۲۰۹۴۷۶-۹	۰۳۱-۳۲۲۷۴۲۶	آقای سبزه زار
۸۸	زاینده رود	۹۵۲۱	اصفهان، خیابان توحید میانی، نیش کوچه شهید تقی آبادی، پلاک ۵	۰۳۱-۳۶۲۸۲۵۷۴	۰۳۱-۳۶۲۶۹۴۰۹	آقای سیف الدینی
۸۹	سیتی ستر اصفهان	۹۵۲۵	اصفهان، بزرگراه شهید وحید دستجردی، مقابل ورودی جنوبی سپاهان شهر، مجتمع سینما ستر اصفهان، طبقه همکف	۰۳۱-۳۶۵۱۶۸۴۱-۲	۰۳۱-۳۶۵۱۶۸۴۳	آقای مستاجران
۹۰	اهواز	۹۷۰۱	اهواز، خیابان شهید چمران (کیانپارس)، حد فاصل خیابانهای ۳ و ۴ شرقی، پلاک ۲۰۵	۰۶۱-۳۳۹۲۰۵۲۴-۶	۳۳۹۲۰۷۴۵۰۶۱	خانم حیاتی
۹۱	ایلام	۹۲۶۱	ایلام، خیابان طالقانی، روپرویی فرمانداری، پلاک ۳۵۱	۰۸۴-۳۳۳۳۳۱۷۳	۰۸۴-۳۳۳۳۳۱۵۲	آقای کلهر
۹۲	اروند	۹۸۵۱	آبادان، بلوار شهید منتظری (شاپور سابق)، نیش خیابان امیرکبیر (امیری)	۰۶۱-۵۳۲۲۶۷۲۴-۵	۰۶۱-۵۳۲۲۶۷۳۱	آقای چنگیزیان
۹۳	آمل	۹۴۳۱	آمل، خیابان امام خمینی (ره)، حد فاصل آفتاب ۱۸ و ۲۰	۰۱۱-۴۴۲۹۶۴۲۱-۲۷	۰۱۱-۴۴۲۹۶۴۳۵	آقای حیدری
۹۴	بابل	۹۴۲۱	بابل، میدان ولایت، ابتدای خیابان مدرس، روپرویی شهرداری	۰۱۱-۳۲۱۹۷۱۴۰-۴۱	۰۱۱-۳۲۱۹۷۱۴۸	آقای اساسه
۹۵	بجنورد	۹۳۲۱	بجنورد، تقاطع بلوار امام خمینی (ره) و میرزا رضا کرمانی	۰۵۸-۳۲۲۴۴۳۲۰	۰۵۸-۳۲۲۴۷۳۴۸	آقای رمضانعلی پرور
۹۶	بندرعباس	۹۱۲۱	بندرعباس، بلوار امام خمینی، سراه دلتشا، برج نیلوفر، طبقه همکف	۰۷۶-۳۲۲۳۵۳۰۲-۸	۰۷۶-۳۲۲۳۵۳۳۰	آقای ساردونی
۹۷	بوشهر	۹۱۴۱	بوشهر، میدان امام خمینی، ابتدای خیابان فرودگاه، پلاک ۳۷	۰۷۷-۳۳۵۲۳۱۹-۲۴	۰۷۷-۳۳۵۲۳۲۵	آقای فرشیدفر
۹۸	۱۷شهریور تبریز	۹۶۰۳	تبریز، ابتدای خیابان ۱۷ شهریور جدید، جنب ساختمان آبان، پلاک ۱۴	۰۴۱-۳۵۵۷۳۶۷۰-۲	۰۴۱-۳۵۵۷۳۶۷۳	آقای رضایی اقدم
۹۹	استاد شهریار تبریز	۹۶۰۴	تبریز، ابتدای جاده ائل گلی، نیش کوی الهی پرست، پلاک ۳	۰۴۱-۳۳۲۹۳۲۶۲	۰۴۱-۳۳۲۹۳۲۶۰	آقای ظهیری
۱۰۰	بازار تبریز	۹۶۰۵	تبریز، خیابان جمهوری اسلامی، ابتدای خیابان دارایی (شهید مدنی)، پلاک ۱۴۲۷	۰۴۱-۳۵۲۴۴۰۴۹	۰۴۱-۳۵۲۴۶۲۶۳	آقای میرزایی
۱۰۱	تبریز	۹۶۰۱	تبریز، خیابان امام، بالاتر از چهارراه شهید بهشتی، نیش کوی فرهنگ، پلاک ۵۲۱	۰۴۱-۳۳۳۷۳۸۰۰-۲۰	۰۴۱-۳۳۳۷۵۱۰	آقای نیک عهد
۱۰۲	ولیعصر تبریز	۹۶۰۲	تبریز، خیابان ولیعصر (عج)، حدفاصل فلکه بازار و ایرداک، پلاک ۱۶	۰۴۱-۳۳۳۱۰۸۰۰	۰۴۱-۳۳۳۱۱۵۵	آقای محمودی
۱۰۳	خرم آباد	۹۲۸۱	خرم آباد، خیابان علوی، نرسیده به میدان امام، پلاک ۴۲۲	۰۶۶-۳۳۳۳۵۵۹۰	۰۶۶-۳۳۳۳۵۵۹۱	آقای راهنمایی
۱۰۴	گلزار رشت	۹۴۰۱	رشت، ابتدای بلوار گلزار، ضلع شرقی میدان باستانی شعار	۰۱۳-۳۲۱۱۴۷۱۰-۱۲	۰۱۳-۳۲۱۱۴۷۱۳	آقای بابک دولتی
۱۰۵	رفسنجان	۹۵۱۱	رفسنجان، ابتدای خیابان مطهری، بعد از پل فجر، ساختمان محمد عسگری	۰۳۴-۳۴۲۲۱۰۳-۵	۰۳۴-۳۴۲۲۱۰۲	آقای ابوطالبی
۱۰۶	زاهدان	۹۱۳۱	خیابان امیرالمومنین، بین خیابان امیرالمومنین ۲۷ و ۲۸	۰۵۴-۳۳۲۸۲۸۵	۰۵۴-۳۳۲۶۳۲۸۲	آقای شهیدی
۱۰۷	زنجان	۹۶۸۱	زنجان، میدان آزادی، ابتدای خیابان امام، ساختمان ممتاز	۰۲۴-۳۳۳۲۰۶۵۴-۶۰	۰۲۴-۳۳۳۲۷۷۳۳	آقای ففغوری
۱۰۸	ساری	۹۴۰۲	ساری، خیابان فرهنگ، بعد از سراه قارن، به طرف میدان شهدا	۰۱۱-۳۳۲۵۹۷۶۲-۵	۰۱۱-۳۳۲۵۹۷۶۱	آقای طاهری
۱۰۹	سمنان	۹۴۵۱	سمنان، میدان مشاهیر، ابتدای بلوار قدس	۰۲۳۳-۳۳۶۶۱۸۱۹-۲۲	۰۲۳۳-۳۳۶۶۳۲۹۵	آقای مصدق
۱۱۰	سنندج	۹۲۷۱	سنندج، چهارراه فلسطین، بلوار سید قطب، پلاک ۳	۰۸۷-۳۳۴۴۵۴۳۲-۳	۰۸۷-۳۳۴۴۵۴۲۶	آقای عبدیان
۱۱۱	پاسداران شیراز	۹۱۰۵	شیراز، بلوار پاسداران، حد فاصل خیابان مبعث و تقاطع شهید مطهری، ساختمان سامان	۰۷۱-۳۸۳۳۸۱۱۰-۱۲	۰۷۱-۳۸۳۳۸۱۴	آقای ملاشعیری
۱۱۲	شیراز	۹۱۰۱	شیراز، خیابان زند، حدفاصل خیابان های فلسطین و هفت تیر (۲۰متری سینما سعدی)، ساختمان پاسارگاد، پلاک ۳۶۱	۰۷۱-۳۳۲۱۹۵۲۲-۲۷	۰۷۱-۳۳۲۱۹۵۱۳	آقای صیادی
۱۱۳	قصردشت	۹۱۰۳	شیراز، خیابان قصردشت، سراه خلد برین، پلاک ۷۵	۰۷۱-۳۶۲۷۹۲۲۶	۰۷۱-۳۶۲۷۹۲۱۶	آقای نظری
۱۱۴	معالی آباد شیراز	۹۱۰۴	شیراز، معالی آباد، بلوار شریعتی، نیش کوچه ۲۷	۰۷۱-۳۶۳۴۱۴۹۹	۰۷۱-۳۶۳۴۱۴۰۶	آقای یاری
۱۱۵	قزوین	۹۲۰۱	قزوین، خیابان خیام شمالی، پلاک ۵۶۰	۰۲۸-۳۳۳۵۳۰۵-۸	۰۲۸-۳۳۳۵۸۰۹۵	آقای فرضی
۱۱۶	قشم	۹۸۲۱	قشم، بلوار ولیعصر (امام قلی خان)، روپرویی مجتمع تجاری خلیج فارس، ساختمان گلبدین	۰۷۶-۳۵۲۴۲۶۴۴-۴۶	۰۷۶-۳۵۲۴۲۶۵۰	آقای اطهری
۱۱۷	فلکه جهاد- قم	۹۰۰۲	قم، فلکه جهاد، خیابان ۱۹ دی، پلاک ۵۵۵ و ۵۵۷	۰۲۵-۳۷۷۰۸۸۴۰-۲	۰۲۵-۷۷۰۵۹۴۹	آقای مردانی
۱۱۸	قم	۹۰۰۱	قم، بلوار امین، نیش کوچه ۴۱	۰۲۵-۳۲۹۴۰۶۰۲-۳	۰۲۵-۳۲۹۱۶۶۱۶	آقای مجاهدی
۱۱۹	جهان شهر کرج	۹۰۱	کرج، میدان سپاه، اول بلوار جمهوری، نیش نیلوفر، پلاک ۱	۰۲۶-۳۴۴۶۶۱۱۵۰-۲۰	۰۲۶-۳۴۴۸۱۴۴۵	خانم اقبالزاده
۱۲۰	مهرشهر کرج	۹۰۵	کرج، مهرشهر، بلوار شهرداری، فاز دو، نیش خیابان ۲۰۸، پلاک ۵۴۳	۰۲۶-۳۳۴۱۵۷۳۵	۰۲۶-۳۳۴۱۷۹۰۸	آقای علی بخشی
۱۲۱	میدان توحید کرج	۹۰۲	کرج، خیابان شاه عباسی، بین میدان توحید و میدان قدس، برج سامان، طبقه همکف	۰۲۶-۳۲۲۰۶۴۷۱-۹	۰۲۶-۳۲۲۵۴۸۲۲	آقای رضایی

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه/باجه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمایر	نام مسئول شعب/باجه‌ها
۱۲۲	کرمان	۹۵۰۱	کرمان، خیابان سپهبد قرنی، نرسیده به میدان سپهبد قرنی، نبش کوچه قرنی ۸	۰۳۴-۳۲۲۳۳۸۶-۷	۰۳۴-۳۲۲۶۷۹۶۰	آقای مالک قادری
۱۲۳	میدان کوثر (کرمان)	۹۵۰۲	کرمان، میدان کوثر، ابتدای بلوار آزادگان	۰۳۴-۳۲۴۷۶۷۱	۰۳۴-۳۲۴۷۶۶۲	آقای شیعی
۱۲۴	کرمانشاه	۹۲۴۱	کرمانشاه، میدان فردوسی، جنب بیمارستان معتضدی، پلاک ۱۲	۰۸۳-۳۷۲۵۹۹۵۹-۶۴	۰۸۳-۳۷۲۵۹۹۷۱	آقای مرادی
۱۲۵	کیش	۹۸۰۱	کیش، خیابان فردوسی، مرکز تجاری کیش، طبقه همکف	۰۷۶-۴۴۴۵۲۴۹۰-۹۵	۰۷۶-۴۴۴۵۲۲۵۹	آقای خیاطی
۱۲۶	گرگان	۹۴۴۱	گرگان، خیابان ولیعصر (عج)، بین عدالت ۸ و ۱۰	۰۱۷-۳۲۳۶۹۰۰۲-۸	۰۱۷-۳۲۳۶۹۰۱۶	آقای بافندگان
۱۲۷	بلوار فرامرز عباسی مشهد	۹۳۰۴	مشهد، بلوار فرامرز عباسی، حد فاصل فرامرز عباسی ۱ و ۳، پلاک ۱۶۸	۰۵۱-۳۶۰۹۷۸۹۲،۴	۰۵۱-۳۶۰۹۷۸۹۵	آقای مقانی
۱۲۸	بلوار هاشمیه مشهد	۹۳۰۵	مشهد، بلوار هاشمیه، بین هاشمیه ۱۶ و ۱۸، پلاک ۱۴۶	۰۵۱-۳۸۸۰۰۲۳۸	۰۵۱-۳۸۸۰۰۲۳۱	خانم سازگار
۱۲۹	سجاد مشهد	۹۳۰۳	مشهد، بلوار سجاد، نبش سجاد ۸ (خیابان لاله جنوبی)	۰۵۱-۳۷۶۴۸۲۰۸-۹	۰۵۱-۳۷۶۴۸۰۴۶	آقای طوسی
۱۳۰	مدرس مشهد	۹۳۰۲	مشهد، بلوار مدرس، نبش مدرس ۵، پلاک ۳۷	۰۵۱-۳۲۲۸۳۸۰۰-۷	۰۵۱-۳۲۲۴۱۰۴۶	آقای مختاری
۱۳۱	مشهد	۹۳۰۱	مشهد، بلوار احمد آباد، ۳۰ متری اول احمد آباد (خیابان رضا)، نبش کوچه رضای دوم	۰۵۱-۳۸۴۴۴۶۰-۱	۰۵۱-۳۸۴۴۳۹۱۴	آقای تونزنده جانی
۱۳۲	نیشابور	۹۳۱۶	نیشابور، خیابان امام خمینی (ره)، بین امام خمینی ۲۲ و ۲۴، پلاک ۱۳۸۸	۰۵۱-۴۳۳۴۹۴۱۳-۵	۰۵۱-۴۳۳۴۹۴۱۶	آقای علی ابراهیمیان
۱۳۳	همدان	۹۲۲۱	همدان، خیابان جهان نما، روبروی خیابان آزاد، برج شهباز، طبقه همکف، پلاک ۱۵۳	۰۸۱-۳۸۲۱۳۲۹۰-۲	۰۸۱-۳۸۲۱۳۲۸۹	آقای سعیدی
۱۳۴	بلوار جمهوری اسلامی یزد	۹۵۴۲	یزد، بلوار جمهوری اسلامی، نبش کوچه محمود آباد روبروی برج آسمان	۰۳۵-۳۵۳۰۲۱۴۰-۴۵	۰۳۵-۳۵۳۰۲۱۴۶	آقای دهقان
۱۳۵	یزد	۹۵۴۱	یزد، خیابان امام خمینی (ره)، نبش کوچه شهید صدوقی، پلاک ۲۷۴	۰۳۵-۳۶۲۲۱۶۹۱-۲	۰۳۵-۳۶۲۲۱۶۵۲۵	آقای زارع

شعب بانک سامان پاسخگوی همیشگی شما

ساعت کاری شعب		
شعب	شنبه تا چهارشنبه	پنج شنبه
شعب استان‌های تهران و البرز	۷/۴۵ تا ۱۵/۴۵	۱۲/۴۵ تا ۱۷/۴۵
شعبه‌های پر استار تهران	۱۸ تا ۱۸	۱۳ تا ۱۸
شعب استان‌های اصفهان، فارس، قم، آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی، خراسان رضوی، اردبیل و اهواز	۱۵/۳۰ تا ۱۷/۳۰	۱۲/۳۰ تا ۱۷/۳۰
شعبه فرودگاه امام خمینی (ره) و واحد CIP	۲۴ ساعته	
شعبه سیتی سنتر اصفهان	۱۷/۳۰ تا ۱۸/۳۰	۱۴ تا ۱۸/۳۰
شعب سایر شهرستان‌ها	۱۴/۱۵ تا ۱۷/۳۰	۱۳/۱۵ تا ۱۷/۳۰
شعبه کیش	۱۵/۳۰ تا ۱۷/۳۰	۱۲/۳۰ تا ۱۷/۳۰
شعبه قشم	۱۶ تا ۱۸	۱۳/۳۰ تا ۱۸

سرپرستی‌ها

نام	سمت	نشانی
آقای رضا حاجی‌پور	سرپرست منطقه ۱	بزرگراه رسالت، خیابان آیت، ضلع جنوب غربی میدان نیوت، پلاک ۵۶۰، طبقه فوقانی شعبه میدان نیوت تلفن: ۰۳-۷۷۹۱۷۰۰۹-۷۷۹۱۵۰۰۹-۷۷۹۱۷۱۳۱-۷۷۹۱۰۱۱۹-۷۷۹۱۲۱۵۴-۷۷۹۱۰۰۳ نمابر: ۷۷۹۱۵۰۰۳
آقای مصطفی محمدی	سرپرست منطقه ۲	خیابان سید جمال الدین اسدآبادی، نبش کوچه چهل و نهم، پلاک ۴۳۳- تلفن: ۰۲-۸۸۲۹۰۶۷۰۸۸۲۱۷۹۰۲ نمابر: ۸۸۲۱۷۹۰۲
آقای عباس فریدزاده	سرپرست منطقه ۳	بزرگراه همت غرب، شهرک گلستان، بلوار امیر کبیر، نرسیده به چهارراه گلها، پلاک ۵۳، طبقه فوقانی شعبه شهرک راه آهن تلفن: ۰۹۶-۹۳-۹۱-۴۹-۴۴۷۶۸۷۴۷-۴۴۷۶۸۷۴۷-۴۴۷۶۸۷۴۷-۴۴۷۶۸۷۴۷ نمابر: ۴۴۷۶۸۷۴۷
آقای حسین شکوه‌نیا	سرپرست استان‌های مرکز	اصفهان، خیابان توحید میانی، نبش کوچه شهید تقی آبادی، پلاک ۵، طبقه اول - تلفن: ۰۳۱-۳۶۲۸۴۱۱۲-۳۶۲۸۴۰۹۰ نمابر: ۰۳۱-۳۶۲۸۴۰۹۰
آقای احمد شریعتمداری	سرپرست استان‌های جنوب شرق	کرمان، خیابان سپهبد قرنی، نرسیده به میدان سپهبد قرنی (ژاندارمری سابق)، جنب تیمچه، پلاک ۲۱۶ شماره‌های ساترنال: ۰۸-۳۴۳۲۲۳۸۷۹۴-۴۹-۹۱-۹۳-۴۴۷۶۸۷۴۷-۴۴۷۶۸۷۴۷-۴۴۷۶۸۷۴۷ تلفن: ۰۳۱-۳۶۲۸۲۱۱۰-۳۶۲۸۲۱۱۰ نمابر: ۰۳۱-۳۶۲۸۲۱۱۰
آقای محقق طوسی	سرپرست استان‌های شرق و شمال شرق	مشهد، بلوار سجاد، نبش سجاد ۸، (خیابان لاله جنوبی)، ساختمان بانک سامان طبقه یک، تلفن: ۰۵۱-۳۷۶۷۹۱۴۳-۴۴ تلفن: ۰۵۱-۳۷۶۷۹۱۴۳-۴۴
آقای احمد اسدی	سرپرست استان‌های شمال غرب	تبریز، خیابان امام خمینی، بالاتر از میدان شهید بهشتی، جنب کوی فرهنگ، پلاک ۵۲۱، طبقه چهار ساختمان شعبه تبریز تلفن: ۰۴۱-۳۳۳۳۸۲۰-۴۱-۳۳۳۳۸۲۰ نمابر: ۰۴۱-۳۳۳۳۸۲۰
آقای علیرضا پاک‌نژاد	سرپرست استان‌های جنوب و جنوب غرب	شیراز، بلوار پاسداران (زهری)، حدفاصل خیابان مبعث و تقاطع مطهری، ساختمان سامان، طبقه اول، تلفن: ۰۷۱-۳۸۴۴۴۶۷۰ تلفن: ۰۷۱-۳۸۴۴۴۶۷۰
آقای طاه‌ا احمدزاده	سرپرست استان‌های شمال	ساری، خیابان فرهنگ، بعد از سدره قارن، طبقه فوقانی شعبه ساری، تلفن: ۰۱۱-۳۳۳۵۹۷۸۴-۳۳۳۵۹۷۸۴ تلفن: ۰۱۱-۳۳۳۵۹۷۸۴-۳۳۳۵۹۷۸۴
آقای معالی	سرپرست استان‌های غرب	زنجان، میدان آزادی، ابتدای خیابان امام - تلفن: ۰۲۴-۳۳۳۶۵۸۶۰-۳۳۳۶۵۸۶۰ نمابر: ۰۲۴-۳۳۳۶۵۸۶۰-۳۳۳۶۵۸۶۰



با انجام هر معامله، کارت بانکی ات را شارژ کن

خدمتی جدید در باشگاه مشتریان کارگزاری بانک سامان

در کارگزاری بانک سامان با انجام هر نوع معامله (آنلاین، آفلاین، حضوری) در باشگاه مشتریان امتیاز بگیرید !!!

۰۲۱-۴۳۰۲۴۰۰۰



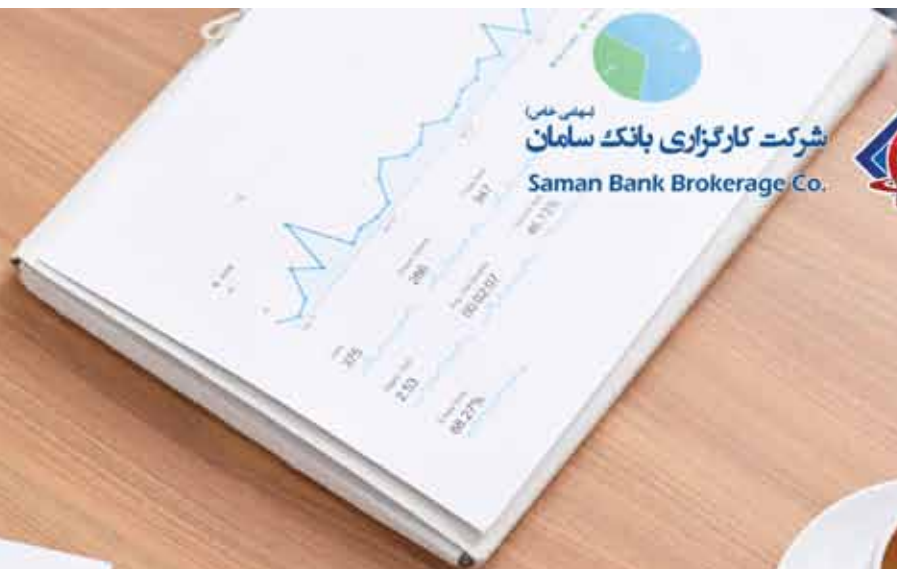
www.samanbourse.com

شرکت کارگزاری بانک سامان
Saman Bank Brokerage Co.



سه شنبه

شركة کارگزاری بانک سامان
Saman Bank Brokerage Co.



مشاوره اختصاصی (تحلیل سهام) ویژه مشتریان
کارگزاری بانک سامان
آخرین سه شنبه ی هر ماه
واقع در تالار معاملات کارگزاری



samantahlil



samanbankbrokerage

www.samanbourse.com

۰۲۱-۴۳۰۲۴۰۰۰

