



سال پانزدهم، شماره ۱۵۲
پهمن ۱۳۹۸



کسب رتبه ۲۲ بانک سامان در میان ۱۰۰ شرکت برتر ایران





مطمئن بسپارید.

باشماه‌تیم

تلفن: ۹۹ و ۵۵۶۷۸۱۷۸ - ۰۲۱

www.sb24.com

صندوق امانات با شرایط ویژه سامانیان

● آرامش خاطر در سفر با صندوق امانات باجه CIP فرودگاه امام خمینی (ره)



گروه مالی سامان

پروخت الكترونيك سامان كيش

تهران، خيابان وليعصر، بالاتر از ميدان ونك، انتهاي خيابان خدامي، بعد از تقاطع آفتاب، پلاك ۱۰۴
تلفن: ۸۴۳۴۵۰۰۰ مرکز ارتباط با مشتريان: ۸۴۰۸۰ شماره: ۸۸۲۱۹۱۴۰ www.sep.ir



بیمه سامان

تهران، خيابان سيدجمال الدين اسدآبادي، پلاك ۴۳۳
تلفن: ۸۹۴۳-۰۲۱ شماره: ۸۸۷۰۰۲۰۴ www.sif.ir



كارگزاری بانک سامان

تهران، خيابان نلسون ماندلا (آفريقا)، پايين تر از چهارراه جهان كودك، نبش كوچه ۲۵، پلاك ۲۹، طبقه همكف
تلفن: ۸۸۷۷۴۶۶۹-۷۱ شماره: ۸۸۷۷۴۶۸۹ www.samanbourse.com



صرافي سامان

شعبه مركزي: تهران، خيابان خالد اسلامبولي (وزرا)، خيابان هفتم، پلاك ۱۱
تلفن: ۸۸۷۰۵۸۰۳ و ۷۱۹ و ۸۸۷۰۹۲۱۰ شماره: ۸۸۷۰۹۲۱۰ www.samanexchange.com



اعتبارسنجي حافظ سامان ايرانيان

تهران، خيابان دستگردي (ظفر)، پلاك ۱۲۸، كدپستي ۱۹۱۹۹۴۳۷۶۹
تلفن: ۴۱۷۲۶۰۰۰ شماره: ۴۱۷۲۶۰۰۱ www.lcbs.ir



خدماتي آفتاب تجارت سامان

تهران، خيابان خالد اسلامبولي (وزراء)، كوچه ۲۰ (شهيد رفيعي)، پلاك ۴، طبقه اول
تلفن: ۸۸۱۰۲۴۰۴ شماره: ۸۸۱۰۹۳۱۲ www.aftabts.com



تأمين سرمايه كاردان

تهران، خيابان نلسون ماندلا (آفريقا)، خيابان كاج آبادي، شماره ۱۱۴، طبقه ۳
تلفن: ۹۶۶۲۱۱۱۱ شماره: ۹۶۶۲۱۱۳۳ سايت: www.kardan.ir



كيش سل پارس

تهران، سعادت آباد، ضلع شمال شرقي چهارراه سرو، جنب بانک سامان، پلاك ۷۷
تلفن: ۸۷۶۴۰-۰۲۱ شماره: ۲۶۶۵۴۸۰۹-۰۲۱ www.samantel.ir



پردازشگران سامان

تهران - خيابان وليعصر، خيابان كاج آبادي، پلاك ۱۱۴ طبقه اول
تلفن: ۲۲۶۶۲۱۱۰-۰۲۱ شماره: ۲۲۶۶۱۱۳۶-۰۲۱ www.samanpr.net



تندر نور

تهران، ميدان رسالت، خيابان هنگام، بلوار دلاوران، بين چهارراه آزادگان و تكاوران، پلاك ۳۷۷
تلفن: ۷۷۲۴۱۴۸۱-۰۲۱ - ۷۷۱۸۲۸۴۴-۰۲۱ www.thunder-light.com





سلمان

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

همیشه منتظر آثار شما هستیم

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

- پازل بازاریابی رسانه اجتماعی بانکی (BSMMP)/۴۶
- NPS چیست؟/۵۰
- یک حس خوشایند از مشترکین سامانتل/۵۲
- تقدیر بانک مرکزی از ۱۰ رئیس شعبه بانک سامان/۵۴
- نسخه جدید موبایلت در دسترس قرار گرفت/۵۶
- تغییر سرشماره ارسال پیامک‌های بانک سامان/۵۶
- رمز دوم ایستا غیرفعال می‌شود/۵۶
- بازگشت کارمزدهای بانکی به حساب اعضای سامانیوم/۵۶
- اعطای ۵۰ میلیون تومان جایزه نقدی در جشنواره سورسامانی/۵۷
- موبایلت جایگزین سامانک می‌شود/۵۷
- بانک سامان بیست و دومین شرکت برتر ایران شد/۵۷
- صرافی سامان هیچ شعبه خارجی ندارد/۵۷
- مردم قطعیت را بیشتر از احتمالات دوست دارند/۵۸
- شعب بانک سامان/۶۲

- یادداشت سردبیر/۶
- تحولی چابک در مدیریت فناوری اطلاعات/۸
- هدف مهم ما تولید کارت‌خوان ایرانی است/۱۲
- علت همه ماندن‌ها و رفتن‌های کارکنان در سازمان‌ها چیست؟/۱۵
- نکاتی ساده درباره امنیت wi-fi های خانگی/۲۴
- مشتری مداری یعنی مشتری برگردد/۲۵
- گفت و گوی ۵ ساعته با تیم برترین‌های طرح تلاش/۳۰
- محصولات جذاب بانکی در سامانیوم/۳۶
- تقدیر از برگزیدگان طرح تلاش/۳۸
- آینده‌نگری سازمانی یا آینده‌نگری استراتژیک، حوزه‌ای نو ظهور با قدمتی دیرینه/۴۰
- سامانیوم آماده همکاری با شرکت‌های معتبر/۴۲
- ۴ دلیل برای اهمیت یادگیری زبان انگلیسی/۴۳
- حمایت بانک سامان از ۷ کودک تحت پوشش مؤسسه خیریه سپهر/۴۴
- پاسداران دونفر/۴۵

دفاتر بانکداری شرکتی بانک سامان

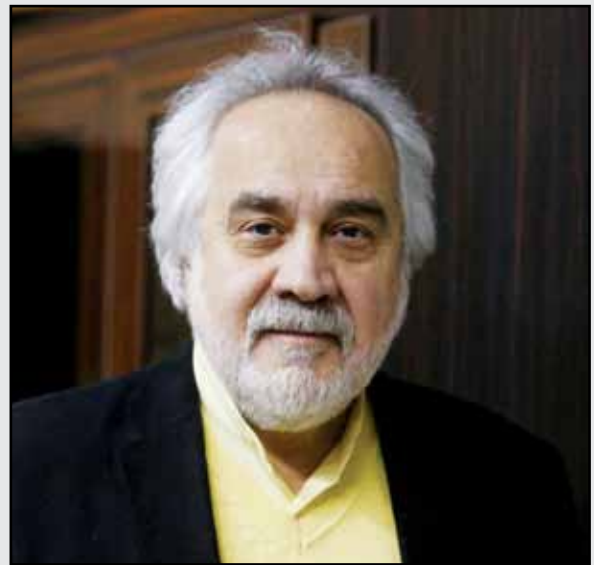
نام دفتر	نشانی	تلفن	نمابر	نام رئیس
دفتر بانکداری شرکتی شهر مشهد	مشهد، بلوار سجاد، بین چهارراه بزرگمهر و بهار، نبش خ لاله، ساختمان بانک سامان، طبقه دوم	۰۵۱-۳۷۶۷۹۱۳۹ و ۴۱	۰۵۱-۳۷۶۷۹۱۴۰	نقیسه سلماسی
دفتر بانکداری شرکتی واحد اصفهان	اصفهان، خیابان توحید میانی، نبش کوچه تقی آبادی، ساختمان بانک سامان، طبقه اول	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 لقمه حلال و دل پاک و نیت درست



ناصر بزرگمهر
nbozorgmehr@yahoo.com

به نام او که هر چه بخواهد همان می شود

به قدر می گویم و بی حساب نمی گویم و به قدر فهم مستمعان می گویم و خلق را به خدا و رسول دعوت می کنم و چندان سخن نمی گویم که مردم از من ملول شوند و دقایق علوم ظاهر و باطن را رعایت می کنم و هر چه تعلق به آداب کلام داشت بیان کرد. بهلول گفت گذشته از طعام خوردن، سخن گفتن را هم نمی دانی. پس برخاست و رفت.

مردان گفتند یا شیخ دیدی این مرد دیوانه است؟ تو از دیوانه چه توقع داری؟ جنید گفت مرا با او کار است، شما نمی دانید.

باز به دنبال او رفت تا به او رسید. بهلول گفت از من چه می خواهی؟ تو که آداب طعام خوردن و سخن گفتن خود را نمی دانی، آیا آداب خوابیدن خود را می دانی؟ عرض کرد آری، چون از نماز عشا فارغ شدم داخل جامه خواب می شوم، پس آنچه آداب خوابیدن که از حضرت رسول (ص) رسیده بود بیان کرد.

بهلول گفت فهمیدم که آداب خوابیدن را هم نمی دانی. خواست برخیزد که جنید دامانش را بگرفت و گفت ای بهلول من هیچ نمی دانم، تو قریبه‌الی الله مرا بیاموز.

بهلول گفت چون به نادانی خود معترف شدی تو را بیاموزم. بدان که این‌ها که تو گفتی همه فرع است و اصل در خوردن طعام آن است که لقمه حلال باید و اگر حرام را صد از این گونه آداب به جا بیاوری فایده

آورده‌اند که شیخ جنید بغدادی به عزم سیر و سفر از شهر بغداد بیرون رفت و مریدان از عقب او روان بودند. شیخ احوال بهلول را پرسید، گفتند او مردی دیوانه است. گفت او را طلب کنید که مرا با او کار است. پس تفحص کردند و او را در صحرائی یافتند. شیخ پیش او رفت و سلام کرد. بهلول جواب سلام او را داد و پرسید چه کسی هستی؟ عرض کرد منم شیخ جنید بغدادی، فرمود تویی شیخ بغداد که مردم را ارشاد می کنی؟ عرض کرد آری.

بهلول فرمود طعام چگونه می خوری؟ عرض کرد اول «بسم الله» می گویم و از پیش خود می خورم و لقمه کوچک برمی دارم، به طرف راست دهان می گذارم و آهسته می جوم و به دیگران نظر نمی کنم و در موقع خوردن از یاد حق غافل نمی شوم و هر لقمه که می خورم «بسم الله» می گویم و در اول و آخر دست می شویم.

بهلول برخاست و فرمود تو می خواهی که مرشد خلق باشی در صورتی که هنوز طعام خوردن خود را نمی دانی و به راه خود رفت. مریدان شیخ را گفتند یا شیخ این مرد دیوانه است. جنید خندید و گفت سخن راست از دیوانه باید شنید و از عقب او روان شد تا به او رسید. بهلول پرسید چه کسی هستی؟ جواب داد شیخ بغدادی که طعام خوردن خود را نمی داند.

بهلول فرمود آیا سخن گفتن خود را می دانی؟ عرض کرد آری، سخن

برای انجام ساده‌ترین کار در هر سازمانی که وارد می‌شوی باید دنبال آشنا بگردد. مدیریت حلال و دل پاک واژه‌های نایابی می‌شوند که باید در قاب خوشنویسی موزه‌ها دنبالش بگردد و چنین است که جامعه در یک دور باطل قرار می‌گیرد و نشریه‌ها که باید زبان گویای مردم باشند، در دکه‌های سیگارفروشی خاک می‌خورند و برگشت داده می‌شوند

ندارد و سبب تاریکی دل شود.

جنید گفت جزاک الله خیر!!

و بهلول ادامه داد: در سخن گفتن باید دل پاک و نیت درست باشد و آن گفتن برای رضای خدا باشد و اگر برای غرضی یا مطلب دنیا باشد یا بیهوده و هرزه بود، هر عبارت که بگویی آن وبال تو باشد، پس سکوت و خاموشی بهتر و نیکوتر باشد.

و اما در مورد خواب کردن، اینها که گفتی همه فرع است؛ اصل این است که در وقت خوابیدن در دل تو بغض و کینه و حسد بشری نباشد. القصه، انسان باید با لقمه حلال و دل پاک و نیت درست زندگی کند و از کینه و حسد خالی شود تا بتواند مدعی رسالت انسانی باشد.

و حال سوال اینجاست که نسل جوان امروز، با نگاه به کدام سو، این لقمه حلال و دل‌های پاک و نیت‌های درست را ببیند و بکار بندد؟ الگوی ما چه کسانی هستند؟

چگونه می‌توان آنهایی را که شعار درستی می‌دهند و جای مهر بر پیشانی دارند، اما خلاف می‌کنند و از بیت‌المال برمی‌دارند و به هر بهانه که شده، شمشیر روی برادر دینی خود می‌کشند و هیچ فرصتی برای بهانه‌جویی و ضربه زدن را از دست نمی‌دهند، باور کرد؟

به نظر می‌رسد سیاست‌بازی آنچنان بر تار و پود جامعه تنیده شده که تشخیص حق از باطل در ساده‌ترین موضوعات اجتماعی و حتی گاهی

اقتصادی هم ناممکن جلوه می‌کند.

آنها که در صف اول با مشته‌های گره کرده گام برمی‌داشتند، سر از کانادا درمی‌آورند و قبیح ۳ هزار میلیارد ریخته می‌شود و سخن ۱۰ هزار میلیاردی از این طرف و آن طرف شنیده می‌شود.

برای انجام ساده‌ترین کار در هر سازمانی که وارد می‌شوی باید دنبال آشنا بگردد. مدیریت حلال و دل پاک واژه‌های نایابی می‌شوند که باید در قاب خوشنویسی موزه‌ها دنبالش بگردد و چنین است که جامعه در یک دور باطل قرار می‌گیرد و نشریه‌ها که باید زبان گویای مردم باشند، در دکه‌های سیگارفروشی خاک می‌خورند و برگشت داده می‌شوند.

جامعه امروز ما بیشتر از هر وقت دیگر نیاز به خانه‌تکانی دارد. این تکان باید از سازمان‌های دولتی، شهرداری‌ها، مالیات‌چی‌ها، بانک‌ها و هر نهادی که کار خدماتی می‌کند آغاز شود. دولت تدبیر و امید در دور دوم باید روح تازه‌ای را بر بدنه خود بدمد. قوانین شفاف و مدیریت آکواریمی، بستر مناسب مدیریت پاک خواهد بود. اگر نیت مدیریت و کارکنان در جهت خدمتگزاری و درست و بدون کینه و حسد باشد، روزگار بهتری رقم خواهد خورد. بانک‌ها باید از پیشقراولان برگرداندن اعتماد مردم باشند. بانک سامان در همه ۲۰ سال گذشته با اعتقاد به مدیریت پاک تلاش کرده همه مشتریان خود را جزئی از خانواده بزرگ سامان بداند و با تلاش و در عمل رابطه معنوی خود را با مشتریان برقرار کند.

گفت‌وگو با مهندس حمیدرضا علوی زاده:

تحوّل چابک در مدیریت فناوری اطلاعات



چابک برایان جذاب خواهد بود. لذا در ادامه، به منظور تشریح تغییرات صورت گرفته در این مدیریت، مصاحبه‌ای با جناب آقای مهندس علوی زاده، مدیر محترم فناوری اطلاعات بانک سامان انجام داده‌ایم.

● جناب آقای مهندس علوی زاده، با تشکر از زمانی که در اختیار ما قرار داده‌اید، لطفاً ابتدا در خصوص رویکرد چابک یا Agile کمی برایمان توضیح دهید؟

به‌طور کلی روش‌های چابک به آن دسته از روش‌های کاری در صنایع مختلف از جمله تولید و توسعه نرم‌افزار گفته می‌شود که در آن توسعه و پشتیبانی محصول در قالب چرخه‌های منظم تکرارشونده و کوتاه‌مدت با طول ثابت مثلاً دوهفته‌ای به نام اسپرینت صورت می‌پذیرد. در هر چرخه (اسپرینت) تیم توسعه محصول شامل نماینده کسب‌وکار و تیم توسعه حضور دارند و اولویت‌های توسعه در اسپرینت بعدی را از بین فهرست کارهایی که قبلاً دریافت کرده‌اند، مشخص می‌کنند.

● علت و هدف شما از این تغییر رویکرد چه بوده است؟
به‌طور کلی دنیای IT همیشه شاهد تغییرات سریع است. این

حتماً برای شما هم پیش آمده است که هنگام استفاده از یکی از سامانه‌های بانکی یا سازمانی خود، با یک خطای عجیب روبرو شده باشید و یا بنا به نیازهای کسب‌وکار خود، قابلیت جدیدی را در سامانه مورد استفاده مدنظر داشته‌اید. در چنین شرایطی قاعده‌تأطبق روال مرسوم (مدیریت تقاضا)، درخواست‌های خود را به مدیریت فناوری اطلاعات گزارش کرده‌اید و احتمالاً تا زمان ارائه این خدمات از سوی فناوری اطلاعات یا شرکت تأمین‌کننده مربوطه، مدت‌زمان زیادی را در انتظار بوده‌اید. حتی شاید زمانی درخواست شما از سوی ارائه‌دهنده سامانه برطرف شده باشد که عملاً دیگر به آن نیاز نداشته‌اید و یا نیاز کسب‌وکاریتان به‌کلی تغییر کرده است. از سوی دیگر ممکن است در نتیجه تغییرات مکرر درخواست‌ها و یا عدم شفافیت موضوع درخواست برای توسعه‌دهندگان سرویس‌های نرم‌افزاری، با گلایه همکاران فناوری اطلاعات روبرو شده باشید.

اگر موضوعات مطرح‌شده برای شما آشناست، احتمالاً رویکرد جدید مدیریت فناوری اطلاعات در توسعه سامانه‌های نرم‌افزاری به‌صورت

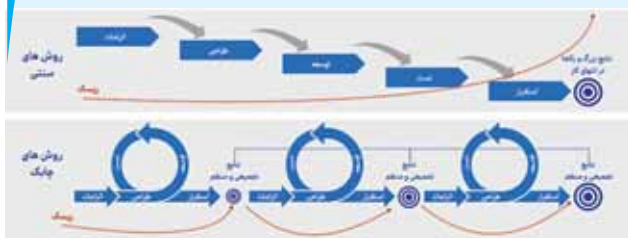
می‌توان به‌جای نگاه سنتی،
توسعه و تحویل یک محصول،
روش چابک را همکاری مداوم
تیم محصول شامل نماینده
کسب و کار، تیم توسعه و
ذینفعان اصلی تا پایان چرخه
عمر آن تفسیر کرد

تغییرات دلایل متعددی دارد که ازجمله آن می‌توان به پیشرفت‌های سریع فناوری، نیازهای متنوع کسب‌وکار و رقابت شدید ارائه‌دهندگان سرویس اشاره کرد. این تغییرات در کنار فضای کسب‌وکار بانکی ایران که همواره با تغییرات سریع در قوانین سازمان‌های بالادستی همراه بوده است، تشدید می‌شود. طبیعی است که این حجم از تغییرات، ریسک توسعه محصولات در حوزه فناوری اطلاعات را به‌شدت افزایش می‌دهد. در چنین شرایطی ادامه کار با روش‌های غیر چابک نه تنها پاسخگوی نیازهای کسب‌وکار نبوده بلکه منجر به نارضایتی همکاران در واحدهای کسب‌وکار و همچنین همکاران مدیریت فناوری اطلاعات به‌عنوان توسعه‌دهندگان محصول می‌شود، چراکه در روش‌های سنتی مدیریت پروژه، واحدهای کسب‌وکاری، شرح کلی درخواست‌های خود را به مدیریت فناوری اطلاعات تحویل می‌دهند و پس از کش‌وقوس‌های فراوان در اخذ تأییدیه‌های لازم، تیم تولید، محصول را با حداقل تعامل با تیم کسب‌وکار توسعه داده و پس از نهایی‌سازی از ظن خود، آن را تحویل تیم کسب‌وکار می‌دهد. در چنین شرایطی صرف‌نظر از اینکه مدت‌زمان تحویل چقدر خواهد بود، کسب‌وکار هیچ شفافیتی از آخرین وضعیت محصول خود نداشته و تضمینی وجود ندارد که محصول نهایی با درخواست‌های اولیه به‌صورت کامل تطابق داشته باشد. این امر ریسک دوباره‌کاری، طولانی شدن زمان تحویل و افزایش هزینه‌های مربوطه و درنهایت نارضایتی ذینفعان مربوطه را در برخواهد داشت.

● در سؤال قبلی به روش‌های غیرچابک مدیریت پروژه اشاره کردید، لطفاً توضیح دهید که تفاوت اصلی روش‌های سنتی با روش چابک در چیست؟

به‌طور خلاصه روش‌های چابک که در حال حاضر به دلایلی که قبلاً اشاره شد در دنیا بسیار مورد استقبال قرار گرفته‌اند، بر چندین اصل تمرکز دارند که در روش‌های سنتی کمتر به آن‌ها توجه شده است. از نظر بنده، مهم‌ترین اصل روش‌های چابک تمرکز بر افراد و تعاملات به‌جای فرآیندها و ابزارهاست. درواقع به‌جای اینکه درخواست‌های کسب‌وکار طبق روال‌های زمان‌گیر مرسوم به دست فناوری اطلاعات برسد، تلاش بر این است که از طریق قرارگرفتن کسب‌وکار در کنار مدیریت فناوری، موضوعات بین اعضای تیم بررسی و شفاف‌سازی و جهت توسعه اولویت‌بندی شوند. این موضوع منجر به کاهش ابهامات در حداقل زمان و همچنین افزایش شفافیت فعالیت‌ها می‌شود. از سوی دیگر، این اصل بر اهمیت فعالیت‌های تیمی و توزیع مسئولیت‌ها تمرکز دارد. اصل مهم دیگر روش‌های چابک، اولویت پاسخگویی به تغییرات به‌جای پافشاری بر برنامه‌ریزی‌های بلندمدت است. همان‌طور که اشاره

شد، در دنیای فناوری اطلاعات تغییرات مداوم اجتناب‌ناپذیر است. این امر پایبندی به یک برنامه زمان‌بندی اولیه را بسیار دشوار و در اغلب موارد غیرممکن می‌سازد. شاید یکی از مهم‌ترین عوامل نارضایتی تیم‌های کسب‌وکار این است که انتظار دارند زمان دقیق تحویل یک محصول نرم‌افزاری را بدانند. این در حالی است که حتی در بسیاری از مواقع، خود تیم توسعه محصول نیز امکان پیش‌بینی زمان دقیق تحویل را ندارد. این موضوع در شرایطی که کسب‌وکار تعریف دقیقی از نیازهای خود نداشته و محصولات به شرکت‌های پیمانکار برون‌سپاری می‌گردند، بسیار تشدید می‌شود. در روش‌های چابک، تمرکز از مدیریت پروژه، به مدیریت محصول تغییر پیدا می‌کند. در این نگاه، توسعه یک محصول تا زمانی که برای کسب‌وکار ارزش‌آفرین باشد، ادامه می‌یابد. لذا می‌توان به‌جای نگاه سنتی توسعه و تحویل یک محصول، روش چابک را همکاری مداوم تیم محصول شامل نماینده کسب و کار، تیم توسعه و ذینفعان اصلی تا پایان چرخه عمر آن تفسیر کرد.



● همان‌طور که اشاره کردید، در روش چابک تمرکز بر کار تیمی و تعاملات است. لطفاً توضیح دهید که ساز و کار روش‌های چابک برای پیاده‌سازی این مدل چگونه است.

فناوری اطلاعات خواهد بود.

● طی صحبت اخیر حضرتعالی، آیا عوامل دیگری علاوه بر حمایت مدیریت ارشد در موفقیت این تحول اثرگذار هستند؟

قطعاً هر تغییری در یک سازمان بزرگ با مقاومت‌ها و موانع متعددی روبروست. این موانع در تغییر به سمت رویکرد چابک حتی در کشورهای توسعه‌یافته نیز وجود دارد. از جمله این موانع وجود ساختارهای سازمانی وظیفه‌ای یا Functional و فرآیندهای مرسوم و زمان‌گیر است که فعالیت‌های تیمی چابک در بانک را دچار محدودیت می‌کند. با توجه به اینکه نقش‌های چابک، به‌صورت غیررسمی و خارج از مسئولیت‌های فعلی افراد تعریف می‌شود، موضوع اختیارات در تصمیم‌گیری‌ها و توازن بین فعالیت‌های روزمره افراد و نقش‌های چابک علی‌الخصوص برای مالک محصول بسیار پررنگ‌تر است. در این خصوص لازم است مدیران واحدهای کسب‌وکار، با تفویض اختیارات لازم از جمله تعیین اولویت‌های کسب‌وکار، در اجرای این تحول همگام باشند.

یکی دیگر از مهم‌ترین موانع این تحول، باورهای سنتی است. معمولاً همه ذینفعان دوست دارند پس از ارائه درخواست خود به واحد فناوری، پس از مدت از پیش تعیین‌شده‌ای محصول خود را به‌صورت کامل و بی‌عیب و نقص تحویل بگیرند، ولی همان‌طور که قبلاً اشاره شد این امر در دنیای فناوری اطلاعات کمتر اتفاق می‌افتد. در مقابل در دنیای چابک، قرار نیست محصول از ابتدای تحویل به ذینفعان، به‌صورت کامل همه نیازهای آن‌ها را پوشش دهد ولی در عوض تمرکز بر تحویل مستمر محصول به مشتری و تعامل مداوم با اوست تا ضمن اطمینان از حداکثر تطابق با نیازهای کسب‌وکار، موارد اولویت دار در حداقل زمان به دست ذینفعان برسد.

از سوی دیگر در مدل‌های سنتی، هر فرد در درجه اول به انجام وظایف خود به‌صورت مستقل فکر می‌کند و رسیدن به یک نتیجه نهایی کمتر مورد توجه است. حال آنکه در فرهنگ چابک، همه تیم شامل نمایندگان کسب‌وکار و تیم توسعه‌دهنده نرم‌افزار تا رسیدن به محصول مورد نظر مسئولیت یکسانی داشته و تفکر تیمی بر فعالیت‌های انفرادی غلبه دارد.

● در پایان فکر می‌کنید که تغییرات صورت گرفته چقدر در رسیدن به اهداف نامبرده شما موثر بوده است؟

شاید الان برای پاسخ به این سؤال کمی زود باشد چرا که تحول برای چابک شدن یک مقصد نیست بلکه یک مسیر است. چابکی در توسعه محصول آن‌هم در ابعاد فعالیت‌های بانک سامان امری زمانگیر است که نیازمند همکاری همه اجزای سازمان خواهد بود؛ اما به‌طور مختصر می‌توان گفت به نظر من تغییرات صورت گرفته تاکنون تا حد زیادی منجر به شفاف‌سازی فعالیت‌های مدیریت فناوری اطلاعات در سطح بانک شده و دست‌کم در خصوص تیم‌های شکل گرفته تاکنون، فعالیت تیمی بین اعضای تیم‌های کسب‌وکار و فناوری اطلاعات تا حد زیادی شکل گرفته است و امیدوارم این مسیر با حمایت همه همکاران محترم بانک سامان هرچه بیشتر متعالی شود.

در روش‌های چابک، سه نقش اصلی برای افراد در تیم تعریف می‌شود. این نقش‌ها الزاماً ارتباطی با ساختار سازمانی مرسوم بانک ندارد. نقش اول، مالک محصول یا Product owner نام دارد. مهم‌ترین وظیفه مالک محصول شناسایی قابلیت‌های اصلی محصول و تعیین اولویت توسعه آن‌ها است. با توجه به اینکه واحد کسب‌وکار مربوطه بهترین مرجع برای رفع ابهام نیازمندی‌ها و تعیین ارزش آن‌هاست، مالک محصول ترجیحاً از واحد کسب‌وکاری که بهره‌بردار اصلی محصول است انتخاب می‌شود و در صورت اشتراک یک محصول در بین چندین مدیریت مالک محصول از مدیریت بهبود خواهد بود.

نقش بعدی، اسکرام مستر است. وظیفه یک اسکرام مستر ایجاد هماهنگی بین اعضای تیم، اطمینان از اجرای صحیح تکنیک‌های چابک نظیر برگزاری جلسات اسپرینت و حذف کلیه موانع اجرای کار توسط تیم است؛ به عبارت دیگر، از آنجاکه تیم‌های چابک خود سازمان‌ده هستند، اسکرام مستر صرفاً نقش تسهیلگر تیم را بر عهده دارد. در حال حاضر در اغلب تیم‌ها، همکاران دفتر مدیریت و کنترل پروژه مدیریت فناوری نقش اسکرام مستر را ایفا می‌کند.

در نهایت تیم توسعه به عنوان نقش سوم، وظیفه اصلی تولید محصول براساس اولویت‌های تعیین شده را بر عهده دارد که ممکن است این تیم از بین همکاران اداره توسعه مدیریت فناوری یا از بین شرکت‌های پیمانکار در این زمینه باشند.

طبق این مدل، همه ذینفعان به‌صورت مداوم با یکدیگر در تعامل بوده و از آخرین وضعیت توسعه محصول آگاه می‌شوند. از سوی دیگر ایرادات نرم‌افزاری و تغییرات کسب‌وکاری، زود هنگام شناسایی و برطرف می‌گردند.

● در صحبت‌های خود به تیم‌های تشکیل‌شده اشاره کردید. لطفاً کمی از اقداماتی که تاکنون در خصوص اجرای روش‌های چابک انجام داده‌اید و برنامه‌های آتی توضیح دهید.

یکی از مهم‌ترین عواملی که در موفقیت اجرای روش‌های چابک در سازمان‌های بزرگ نظیر بانک سامان اثرگذار است، حمایت مدیران ارشد سازمان است. لذا مهم‌ترین اقدام صورت گرفته تاکنون، جلب نظر قائم‌مقام محترم مدیرعامل، جناب آقای مهندس معرفت بوده است که بی‌تردید گام‌های برداشته شده تاکنون، بدون حمایت‌های بی‌دریغ ایشان امکان‌پذیر نبود. از جمله اقداماتی که تاکنون صورت گرفته می‌توان از آموزش کلیه پرسنل مدیریت فناوری اطلاعات و مدیریت بهبود کیفیت توسط شرکت مشاور، تشکیل ۱۶ تیم نرم‌افزاری در ساختار چابک با قالب ذکر شده، پیاده‌سازی ابزار مدیریت چابک (جیرا) در سطح کل بانک، تهیه لیست اقدامات تیم‌ها و اولویت‌بندی آن‌ها توسط مالکان محصول و برگزاری جلسات اسپرینت منظم برای تیم‌های ذکر شده نام برد. قابل به ذکر است که برخی از محصولاتی که در حال حاضر توسط همکاران کسب‌وکار در حال بهره‌برداری است با همین سازوکار در حال توسعه هستند که از جمله می‌توان به سامانه وصول مطالبات، سامانه وثایق و سامانه تسهیلات خرد و صنفی اشاره کرد.

از جمله برنامه‌های آتی این مدیریت، ارائه آموزش‌های حین کار به تیم‌ها و جمع‌آوری سبک کارهای هر تیم و برقراری اسپرینت‌های منظم به منظور ایجاد تعامل و شفافیت هرچه بیشتر فعالیت‌های مدیریت



هدف مهم ما تولید کارت‌خوان ایرانی است

گفت‌وگو و عکس: جعفر تکبیری

● جناب آقای سپهری با تشکر از زمانی که در اختیار نشریه سامان قرار دادید، لطفاً در خصوص تاریخچه شرکت تندر نور و آنچه در این شرکت اتفاق می‌افتد برای خوانندگان توضیح دهید.

شرکت تندر نور در سال ۱۳۶۹ توسط جمعی از فرهیختگان دانشگاه صنعتی شریف از جمله دکتر امانی تأسیس شد. ثبت رسمی شرکت در سال ۱۳۷۳ صورت پذیرفت و از همان سال فعالیت رسمی خود را آغاز کرد. هدف اصلی تأسیس شرکت ارائه سرویس سخت‌افزاری و نرم‌افزاری در حوزه کارت‌های هوشمند، سویچ‌های بانکی و دستگاه‌های کارت‌خوان و دستگاه‌های خودپرداز است. شرکت در این زمینه‌ها کارهای مختلفی انجام داده و یکی از افتخارات آن راه‌اندازی سویچ بانکی بانک سپه برای پدهای داخل شعب است که شرکت تندر نور نرم‌افزارهای این موضوع را برای اولین بار نوشته است. جالب اینجاست که به‌رغم آنکه دیگر قراردادی میان شرکت و بانک سپه وجود ندارد اما همچنان تعمیرات پین پدهای این بانک توسط شرکت تندر نور انجام می‌شود. علاوه بر این ما همچنان خدمات نرم‌افزاری سویچ‌های این بانک را ارائه می‌دهیم. سهام شرکت تندر نور در سال ۱۳۹۰ توسط بانک سامان خریداری و این شرکت به مجموعه گروه مالی سامان اضافه می‌شود.

بانک سامان پس‌از این اقدام، یک شرکت نرم‌افزاری به نام پردازشگران تأسیس می‌کند و نیروهای نرم‌افزاری شرکت تندر نور به این شرکت منتقل می‌شوند و تمرکز شرکت ما روی حوزه سخت‌افزار قرار می‌گیرد. شرکت تندر نور به‌جز حوزه تعمیرات سخت‌افزاری، در حوزه واردات دستگاه‌های کارت‌خوان و خودپرداز و خود دریافت نیز فعال است. در همین ارتباط حدود ۳۰۰ هزار دستگاه کارت‌خوان برای شرکت پرداخت الکترونیک سامان وارد کردیم. همچنین کار سرویس و نگهداری دستگاه‌های کارت‌خوان را برای شرکت پرداخت الکترونیک سامان انجام می‌دهیم. در این حوزه می‌توانم بگویم که ما قوی‌ترین، مجهزترین و تنها شرکت تعمیرات و نگهداری دستگاه‌های کارت‌خوان هستیم که توانایی تعمیرات تمام برندهای دستگاه‌های کارت‌خوان را داریم و این توانایی را داریم که تعمیرات هر دستگاه جدیدی که وارد کشور می‌شود را نیز بر عهده بگیریم.

علاوه بر این شرکت تندر نور نمایندگی چندین شرکت معروف در حوزه سخت‌افزار را داراست. یکی از معروف‌ترین این شرکت‌ها که ما نمایندگی انحصاری آن را اخذ کردیم، برند NEWLAND است که هم‌اکنون سومین شرکت دنیا در حوزه تولید دستگاه‌های کارت‌خوان است. همچنین ما نمایندگی شرکت HUNTKEY که تولیدکننده آداپتورهای مختلف است را در اختیار گرفته‌ایم و از این شرکت تعداد زیادی آداپتور دستگاه کارت‌خوان را برای شرکت پرداخت الکترونیک سامان خریداری کرده‌ایم. در زمینه سایر تجهیزات بانکی نظیر رول کاغذ، کابل و ملزومات مختلف سیستم پرداخت نیز فعال هستیم و امیدواریم که در آینده نزدیک بتوانیم فعالیت‌های خود را حوزه‌های دیگر نیز ادامه دهیم.

● آیا خدمات شما منحصر به حوزه شرکت پرداخت الکترونیک سامان منحصر می‌شود؟

خیر. خدمات ما فقط محدود به شرکت پرداخت الکترونیک سامان نیست و از



این روزها خرید کردن به امری ساده و راحت تبدیل شده است. این اتفاق نه به خاطر تعدد مراکز خرید، بلکه به واسطه انقلابی است که در نحوه پرداخت وجه مربوط به خرید صورت گرفته است. در این بین ابزار واسط این اتفاق دستگاه‌های کارت‌خوانی هستند که در اکثر مغازه‌ها و مراکز خرید قابل مشاهده‌اند. دستگاهی که اگر عملکرد درست و دقیق نداشته باشد، می‌تواند مشکلات زیادی برای فروشنده و خریدار به وجود آورد؛ اما در این میان آنچه کمتر به چشم می‌آید، تلاش مجموعه‌ای است که همواره این کارت‌خوان‌ها را از لحاظ نرم‌افزار و سخت‌افزار به‌روز نگه می‌دارد تا عملیات خرید با ساده‌ترین و سریع‌ترین شکل ممکن اتفاق بیفتد. این اقدام مهم در مجموعه گروه مالی سامان توسط شرکت تندر نور صورت می‌گیرد. شرکتی که حدود ۸ سال است به این مجموعه پیوسته و مدیریت آن بر عهده هومن سپهری از چهره‌های مجرب و کاربلد این عرصه است. فردی که حدود ۲۵ سال در حوزه سخت‌افزار و نرم‌افزارهای بانکی فعالیت کرده که از این ۲۵ سال، حدود ۷ سال از کار آن برای شرکت‌های خارجی نظیر NCR و CR۲ و نشنال بانک ابوظبی بوده است. آنچه در ادامه می‌خوانید، گفت‌وگوی خبرنگار ما با هومن سپهری مدیرعامل شرکت تندر نور است.

گذشته با بانک‌ها و شرکت‌های مختلفی نظیر بانک سپه، شرکت فن آوا، شرکت به پرداخت ملت، شرکت یاس ارغوانی و آسان پرداخت نیز کار می‌کنیم و امیدواریم که بتوانیم پیشرو ارائه سرویس به بخش پرداخت الکترونیک باشیم و البته در گروه مالی سامان نیز بتوانیم نیازهای مختلف حوزه پرداخت IT را با کیفیت و قیمت بهتر تأمین کنیم.

همان‌طور که عنوان کردم، به خاطر مستقل بودن تجربه ما در این حوزه بالا رفته و عملاً تندر نور یک شرکت نظریه پرداز در زمینه دستگاه‌های مربوط به پرداخت الکترونیک است. همین اتفاق باعث شده که ما سفارش‌های خرد بسیار زیادی از شرکت‌های زیرسویچ داشته باشیم؛ بنابراین نگاه ما فقط ارائه سرویس به شرکت‌های بزرگ نیست و شرکت‌های کوچک را نیز پشتیبانی می‌کنیم. ما امیدواریم که در آینده نزدیک به یک شرکت مطرح در حوزه سرویس پرداخت الکترونیک در سراسر کشور تبدیل شویم.

● به نظر می‌رسد شرکت تندر نور به دلیل اقداماتی که در واردات تجهیزات پرداخت الکترونیک انجام می‌دهد، درگیری نزدیکی با حوزه تحریم‌ها و مشکلات اقتصادی داشته باشد. آیا این موضوع تأثیری بر عملکرد شما گذاشته است؟

بنده حدود ۲۵ سال در حوزه سخت‌افزار و نرم‌افزارهای بانکی فعالیت کرده‌ام و تخصص اصلی من نرم‌افزار و سخت‌افزار سیستم‌های پرداخت است که از این ۲۵ سال حدود ۷ سال برای شرکت‌های خارجی نظیر NCR و CR۲ و نشنال بانک ابوظبی کار کرده‌ام. از سال ۹۳ که به ایران بازگشتم به گروه مالی سامان پیوستم و کار خود را از شرکت پردازشگران تحت عنوان معاونت تولید نرم‌افزار آغاز کردم. در سال ۹۵ با توجه به تغییرات به وجود آمده در شرکت تندر نور، پیشنهاد قبول مسئولیت در این شرکت به من ارائه شد. در سالی که وارد شرکت تندر نور شدم، این شرکت با مشکلات زیادی دست‌وپنجه نرم می‌کرد اما آن با زحمت همه دوستان که پای شرکت ایستادند و تلاش‌های زیادی که

صورت گرفت، توانستیم خود را به شرکت‌های گروه مالی سامان اثبات و ارزش خود را نشان دهیم و هرروز سفارش‌های بیشتری را از آنها دریافت کنیم. در نهایت این معضلات را پشت سر گذاشتیم و در سال گذشته علاوه بر آنکه تمام بدهی‌های خود را تسویه کردیم، توانستیم یک ساختمان عالی برای استقرار شرکت خریداری و در کنار آن نیروهای خود را تجهیز کنیم و در نهایت سود قابل توجهی را نیز به مجموعه ارائه کردیم.

در حوزه شرایط خارجی نیز باید بگویم که در شرایط خاص کشور، ثبت سفارش‌ها، تخصیص ارز، اخذ تایید از بانک مرکزی، خرید ارز، مذاکره با وزارت صنعت، معدن و تجارت مشکلات بسیاری دارد که نه هفت‌خوان رستم بلکه هزار خوان رستم شده است؛ اما باوجود همه این شرایط سال گذشته یک سفارش بزرگ برای شرکت پرداخت الکترونیک سامان داشتیم

و باوجود تمامی این مشکلات توانستیم دستگاه‌ها را با موفقیت تحویل شرکت پرداخت الکترونیک بدهیم. این اتفاق باعث شد که شرکت سپ یک سر و گردن از سایر رقبای خود در حوزه دستگاه‌های کارت‌خوان بایستد.

● ایده خرید چنین دستگاه‌های کارت‌خوانی، برای مجموعه گروه مالی سامان از کجا شکل گرفت و چه طور به این نقطه رسیدیم که امروز کارت‌خوان‌های بانک سامان جزو بهترین دستگاه‌های موجود در بازار از نظر سرویس و ظاهر هستند؟

یکی از اهداف اصلی که برای ما تعیین شده این است که یک برند کارت‌خوان از خود داشته باشیم و به شرکت‌های دیگر وابسته نباشیم. بر این اساس تصمیم بر این شد که ما دو مدل دستگاه کارت‌خوان را برای مشتریان خود در نظر بگیریم. یک مدل برای مشتریان متوسط و مدل دیگر برای مشتریان ویژه و تأکید بر این بود که همزمان بتوانیم خدمات هر دو مدل را ارائه دهیم. مجموعه مدیران در گروه مالی سامان، تحقیق در این خصوص را به شرکت تندر نور سپردند و ما حدود ۶ ماه

در این باره تحقیق کردیم و پس از بررسی لیست رتبه‌بندی شرکت‌های برتر تولیدکننده دستگاه کارت‌خوان در دنیا، با آنها وارد مذاکره شدیم و نمونه‌هایی از هر یک از آنها دریافت کردیم. پس‌ازاین، کار بررسی سخت‌افزاری و نرم‌افزاری تمامی نمونه‌ها آغاز شد و ما تک‌به‌تک دستگاه‌ها را باز و قطعات داخلی آن را به‌دقت بررسی کردیم. روی کیفیت ساخت قطعات و نوع سیستم آن‌ها مطالعه و در نهایت سه گزینه برتر را انتخاب کردیم. حدود دو سال قبل در جلسه‌ای، با نظر جمع به برند NEWLAND رسیدیم. کیفیت ساخت دستگاه‌های این شرکت در سطح کیفیت ساخت دستگاه‌های فرانسوی و آمریکایی است و این شرکت سال گذشته توانست در رتبه‌بندی شرکت‌های تولیدکننده کارت‌خوان، خود را از رتبه ۶ دنیا به رتبه سوم برساند که نشان‌دهنده این موضوع بود که ما انتخاب صحیحی انجام دادیم.

● وضعیت رقبای شرکت شما هم‌اکنون چگونه است؟ واقعیت این است که در ابتدای شروع کار من در شرکت تندر نور، با توجه به وضعیتی که عنوان شد، کمتر کسی حاضر بود به ما اعتماد کند و کار خود را به ما بسپارد؛ ولی در طول زمان توانستیم خود را به اثبات برسانیم. به‌طور نمونه در حوزه تعمیرات دستگاه کارت‌خوان ما کار خود را از تعمیر ۱۰ درصد دستگاه‌های شرکت پرداخت الکترونیک سامان آغاز کردیم و با عملکرد خوب خود که توأم با دقت، کیفیت و سرعت در کار بود، توانستیم سهم شرکت را افزایش دهیم و امروز به‌طور کامل تعمیرات و سرویس تمامی دستگاه‌های شرکت پرداخت الکترونیک سامان در داخل



شرکت تندر نور انجام می‌شود. سیاست ما در حوزه تعمیرات دستگاه کارت‌خوان تعمیر حداکثری است و تلاش می‌کنیم که کمترین میزان بازگشتی را داشته باشیم. در حوزه تهیه و خرید کارت‌خوان نیز همان‌طور که گفتیم اقدامات خوبی صورت پذیرفت و توانستیم از سومین برند دنیا دستگاه کارت‌خوان تهیه کنیم و بهترین خدمات و پشتیبانی را در اختیار مشتریان قرار دهیم. از همین رو شرکت پرداخت الکترونیک سامان از سال گذشته تمام خریدهای خود را از طریق شرکت ما انجام می‌دهد؛ بنابراین با جذب کامل شرکت پرداخت الکترونیک سامان به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین PSP های کشور، وضعیت ما روزبه‌روز بهبود پیدا کرد. جالب این است که بعضی از شرکت‌های بزرگ دیگر نظیر به پرداخت ملت و آسان پرداخت نیز در حال ارسال موارد تعمیری به ما هستند که این موضوع می‌تواند هرروز وضعیت ما را نسبت به رقبای بهتر کند. ما سال گذشته سود بسیار چشمگیری داشتیم و افتخار می‌کنیم که امسال نیز قرار است سودی بسیار بیشتر از سال گذشته محقق کنیم.

● آیا تولید و ساخت دستگاه کارت‌خوان و خودپرداز در داخل کشور امکان‌پذیر است؟

بله این امکان وجود دارد و ما دنبال این هستیم که در آینده کارخانه تولید دستگاه‌های حوزه پرداخت را در کشور راه‌اندازی کنیم. واقعیت این است که با توجه به روند ثبت سفارش و گمرک و همچنین هزینه‌های سنگین واردات و بروکراسی موجود در حوزه واردات، به‌صرفه است که به سراغ تولید این دستگاه‌ها برویم. البته این اتفاق نیازمند آن است که سفارش منظم تولید برای کارخانه وجود داشته باشد که با توجه به میزان تقاضای پرداخت الکترونیک سامان، این اتفاق توجیه‌پذیر می‌شود.

● روند تعمیرات کارت‌خوان در مجموعه تندر نور چه طور صورت می‌گیرد؟

بر اساس قرارداد ما با مجموعه پرداخت الکترونیک سامان، این شرکت به‌صورت هفتگی دستگاه‌های معیوب خود را از سراسر کشور جمع‌آوری می‌کند و در تهران به شرکت تندر نور تحویل می‌دهد. ما یک هفته فرصت داریم که این دستگاه‌ها را تعمیر کنیم. زمانی که دستگاه‌ها وارد مجموعه ما می‌شود در ابتدا واحد پذیرش ما این دستگاه‌ها را تحویل می‌گیرد و با لیست ارائه‌شده مطابقت می‌دهد. سپس دستگاه‌ها را تعیین تکلیف می‌کند تا مشخص شود که این دستگاه‌ها قبلاً به مجموعه ما ارسال شده یا برای نخستین بار است که برای تعمیر ارسال می‌شوند. اگر دستگاه قبلاً توسط ما تعمیر شده باشد، این دستگاه به واحد کنترل کیفیت ارجاع داده می‌شود تا مشخص شود که این دستگاه چه زمانی و توسط چه کسی و چه نوع تعمیری شده و آیا مجدداً نیاز به تعمیر دارد یا خیر؟ در صورتی که ایراد داشت، سابقه تعمیرات کنترل می‌شود تا معلوم شود که قبلاً چه سرویسی دریافت کرده و هم‌اکنون چه مشکلی دارد. در همین حال اگر دستگاه برای بار اول وارد مجموعه ما شود، تقسیم‌بندی و برای نیروهای فنی ارسال می‌شود. پس از تعمیرات و انجام تست را دستگاه برای کنترل کیفیت ارسال می‌شود. این واحد تست انجام می‌دهد و در صورت تایید نهایی در قفسه قرار می‌گیرد. نکته مهم این است که دستگاه‌های



کارت‌خوان برای حفظ امنیت قابلیت دارند که اگر کسی آن‌ها را باز کند، این دستگاه دیگر کار نمی‌کند. این قابلیت خوبی است اما برای ما نیز مشکل‌آفرین است چراکه بعد از تعمیر دستگاه اگر یک پیچ کامل بسته نشود، با اگر قاب دستگاه سرد و گرم شود، باعث می‌شود که کارت‌خوان فعال نشود؛ بنابراین برای اینکه خیال ما راحت باشد، ما دستگاه را ۲۴ ساعت دیگر در قفسه نگهداری می‌کنیم و پس از این مدت مجدداً دستگاه تست می‌شود. اگر دستگاه تایید نهایی شد، به مرحله بعد می‌رود. در این مرحله واحد انبار فنی شرکت دستگاه را تمیز می‌کند و برچسب‌های مخصوص را روی دستگاه نصب می‌کند. ما در این مرحله صفحه کارت‌خوان را پولیش می‌کنیم تا خط و خش آن برطرف شود و جالب است بدانید که دستگاه این کار، اختراع انحصاری شرکت ما است و زمانی که دستگاه به دست مشتری می‌رسد، آن‌ها گمان می‌کنند که دستگاه نو به دست آن‌ها رسیده است. البته باید اضافه کنم که در مرحله آخر قبل از بسته‌بندی دستگاه برای تحویل به سب، یک‌بار دیگر دستگاه تست می‌شود و همین موضوع باعث می‌شود که ضریب کنترل کیفی ما بیش از ۹۹ درصد باشد و عملاً پس از تعمیر دستگاهی به شرکت مرجوع نشود.

جالب است بدانید که ما در مجموع سه سال گذشته نزدیک به ۳۰۰ هزار دستگاه کارت‌خوان تعمیر کرده‌ایم و هر هفته حدود ۲۵۰۰ تا ۳۰۰۰ دستگاه برای ما ارسال می‌شود. کار نیروهای ما نیز به‌صورت بهینه است که همین موضوع باعث شده که خروجی تیم تعمیرات بالاتر برود. ما به‌صورت عملکردی به کارکنان خود اضافه‌کار پرداخت می‌کنیم و عملاً کسی با حضور فیزیکی از ما وجه دریافت نمی‌کند. نکته مهم اینجاست که اگر یک دستگاه تعمیر شود و مجدداً به مجموعه بازگردد و مشخص شود که این ایراد ناشی از عملکرد کارکنان است، فرد مربوطه امتیاز منفی می‌گیرد.

● به‌عنوان سؤال پایانی، توصیه شما به دارندگان دستگاه‌های کارت‌خوان برای افزایش ضریب بازدهی چیست؟

متأسفانه فرهنگ غلطی در کشور ما وجود دارد که پذیرنده دستگاه، هزینه‌ای برای دستگاه پرداخت نمی‌کند و معمولاً این دستگاه‌ها را رایگان دریافت می‌کنند، این در حالی است که هزینه سرویس‌دهی به دارندگان این دستگاه‌ها بسیار بالاست و شرکت‌ها مدام مجبور به سرکشی به دارندگان دستگاه هستند؛ همین رایگان بودن استفاده از خدمات کارت‌خوان باعث شده پذیرندگان کمتر برای دستگاه دلسوزی کنند؛ بنابراین من به همه دارندگان دستگاه کارت‌خوان توصیه می‌کنم که برای افزایش عمر و سرویس‌دهی مناسب، بیشتر از دستگاه‌های خود مراقبت کنند و مراقب باشند که از روی میز کار و یا دستشان به زمین نخورد. تا به صفحه نمایش دستگاه آسیبی وارد نشود. علاوه بر این برخی صنف‌ها، وضعیت شغلی متفاوتی دارند و دست‌هایشان به‌ناچار آلوده است؛ به همین خاطر توصیه می‌کنم که حتماً هنگام استفاده از دستگاه‌های کارت‌خوان دستشان تمیز باشد تا پین پد دستگاه دچار مشکل نشود. همچنین برای حفظ امنیت مشتری، فروشندگان باید دستگاه را در دسترس مشتری قرار دهند تا مشتری بتواند شخصا رمز خود را وارد کند و رول کاغذ دستگاه را نیز به‌موقع تعویض نماییم تا مشتری هنگام پرداخت دچار مشکل نشود.



علت همه ماندن‌ها و رفتن‌های کارکنان در سازمان‌ها چیست؟



علی ایزی - مدیر سرمایه انسانی شرکت خدماتی آفتاب تجارت

تعامل این سه رکن را نشان می‌دهد.
۱- شایستگی‌ها ۲- ابزارها و فنون ارزیابی ۳- تیم ارزیابی



رکن اول - شایستگی‌ها: تهیه فهرستی از قابلیت‌ها که نشان دهد سازمان در جستجوی چه فرد یا افرادی با کدام دانش، مهارت و ویژگی‌ها و توانایی‌ها می‌باشد. منظور از شایستگی‌ها، مجموعه‌ای از ویژگی‌ها و خصوصیات زیربنایی فرد است که او را قادر می‌سازد در یک شغل، نقش یا موقعیت تعریف شده، عملکرد پیشرو و برجسته‌ای داشته باشد. پیش از استخدام می‌بایست مدلی از شایستگی‌ها در

امروزه مدیریت سرمایه‌های انسانی عامل مهم کسب مزیت رقابتی محسوب می‌گردد و این به خاطر آن است که کارکنان توان تبدیل دانش به محصول و خدمات مورد نیاز مشتری را دارند. استخدام از مهم‌ترین اقدامات و تصمیمات در حوزه مدیریت سرمایه انسانی است، آنقدر مهم که برخی صاحب‌نظران استخدام را سنگ بنای موفقیت سازمان‌ها می‌دانند. به عقیده پیتز دراکر هیچ سازمانی نمی‌تواند کاری بیش از توانایی کارکنانش انجام دهد. استخدام افراد مناسب و شایسته، کمک می‌کند تا استراتژی‌های سازمان به‌خوبی تحقق یابد. استخدام کارکنان خلاق سازمان را خلاق و استخدام کارکنان منظم سازمان را منظم می‌کند. سازمان‌ها و مدیران تمایل دارند کسانی را استخدام کنند که با فضا، فرهنگ و ارزش‌های سازمان سازگارند و به تقویت و تحکیم آن کمک می‌کنند. با این استدلال و از این نگاه علت همه ماندن‌ها و رفتن‌های کارکنان به موضوع مهم استخدام بر می‌گردد.

بسیاری از تلاش‌های آموزشی و انگیزشی سازمان‌ها به سرانجام مطلوب نمی‌رسند و معطوف به اهداف نمی‌شوند فقط به این دلیل که در انتخاب و انتصاب افراد اشتباه شده است و افراد در موقعیت‌های سازمانی قرار گرفته‌اند که مناسب آن نیستند. به تعبیر دیگر هیچ برنامه آموزشی یا انگیزشی نمی‌تواند اشتباهاتی که در زمان استخدام رخ داده است را جبران کند. انتخاب درست کارکنان به این معنی است که آن‌ها با شغل، همکارانشان و سازمان تناسب دارند و تناسب یکی از عواملی است که موجب حفظ ارتباط و پایداری رابطه استخدامی می‌شود.

فرآیند استخدام سه رکن اصلی دارد که مثلث استخدام، ارتباط و

شغل ترسیم نماییم. از طریق تجزیه و تحلیل شغل به عنوان یک ورودی تعیین شایستگی‌ها نیز می‌توان به فهرستی از ابعاد رفتاری و شایستگی‌های مورد نیاز برای انجام شغل پی برد.

رکن دوم - ابزارها و فنون ارزیابی: ابزارها و آزمون‌هایی که برای سنجش قابلیت‌های استخدام مورد استفاده قرار می‌گیرد. انتخاب ابزارهای ارزیابی را می‌بایست بر اساس مدل شایستگی‌ها انجام داد به گونه‌ای که بتواند شایستگی‌های مورد نظر را با دقت و صحت مورد نظر بسنجد. استفاده از کانون ارزیابی رویکرد معتبری است که برای ارزیابی شایستگی‌های داوطلبان به خصوص در مشاغل مدیریتی و کلیدی استفاده می‌شود.

رکن سوم - تیم ارزیابی: تیم‌های ارزیابی که باید با بکارگیری ابزارها و آزمون‌های موجود به ارزیابی قابلیت‌ها و مهارت‌های داوطلبان استخدام بپردازد.

این سه رکن با یکدیگر در تعامل هستند و بر یکدیگر اثر می‌گذارند. برای مثال فقط وقتی تعریف و تعیین شد چه قابلیت‌هایی مورد نیاز است می‌توان ابزارها و آزمون‌های مناسب و مرتبط را انتخاب کرد. نکته این که تصمیم‌های مرتبط با کارکنان، آخرین و شاید تنها تدبیر اداره کردن هر سازمان است. یکی از مهم‌ترین این تصمیم‌ها این است که چه کسی را استخدام کنیم و به چه کاری بگماریم، پس کارکنان را به اتکا غریزه خود استخدام نکنید، برای یافتن و آزمون بهترین کارکنان از بین داوطلبان استخدام راه و روش منظم و معتبر فراهم کنید.

مصاحبه استاندارد، رایج‌ترین ابزاری است که در ارزیابی‌هایی که برای انتخاب و استخدام افراد انجام می‌شود بکار می‌رود. معتبرترین مصاحبه‌ای که امروزه در فرآیند استخدام مورد استفاده قرار می‌گیرد، مصاحبه رفتار محور و مبتنی بر شایستگی‌هاست. سوالات این نوع مصاحبه برای کسب اطلاع از شایستگی‌های مصاحبه‌شونده طراحی می‌شود. این مصاحبه بر این فرض استوار است که رفتارهای اخیر فرد بهترین پیش‌بینی کننده رفتار و عملکرد او در آینده، به ویژه آینده نزدیک است. این نوع مصاحبه باید بتواند شواهدی دال بر نوع رفتار داوطلب استخدام در شرایط خاص و معین بدست آورد.

مصاحبه شایستگی محور

مصاحبه شایستگی محور به شکل عمقی انجام می‌شود و آن‌قدر در مورد یک موضوع، تجربه، رفتار و عملکرد سوال پرسیده می‌شود که مصاحبه‌کنندگان احساس کنند که اطلاعات لازم را در مورد عملکرد فرد در موقعیت‌های خاص بدست آورده‌اند.

پایه مصاحبه شایستگی محور شناخت شایستگی‌های شغلی در سازمان است. منظور از شایستگی مجموعه مهارت‌ها، صفات، قابلیت‌ها و رفتارهایی است که عملکرد کارآمد و موثر و بالاتر از حد متوسط شاغلان در هر یک از مشاغل را موجب می‌شود مثل حل مسئله، کار تیمی، رهبری، ارتباط با دیگران، تاثیر بر دیگران، خدمت به مشتری و...

بنابراین پیش از طراحی مصاحبه شایستگی محور، نخستین گام این است که شایستگی‌های مربوط به هر یک از مشاغل را استخراج کرده و در خصوص مفهوم هر یک از آنها با کلیه مدیران سازمان

به توافق برسیم.

بعد از آن نوبت به طراحی سولاتی می‌رسد که قادر به سنجش شایستگی‌های تعیین شده برای مشاغل مورد نظر باشد. کلید طرح پرسش‌های رفتاری موثر این است که پرسش‌هایستان به زمان گذشته مطرح شوند و پاسخ‌هایی به زمان گذشته را ایجاب کنند.

پرسش‌های آغازگر مناسبی که بر رفتار گذشته تمرکز می‌کنند، معمولاً با عبارت‌هایی نظیر عبارت‌های زیر آغاز می‌شوند:

● در مورد زمانی صحبت کنید که...

● مثالی از موقعیتی را ارائه دهید که در آن شما...

● درباره وضعیتی صحبت کنید که شما...

یکی از تکنیک‌های مفید برای انجام مصاحبه شایستگی محور تکنیک STAR است. در این تکنیک طی ۴ گام سولاتی را از متقاضی استخدامی می‌پرسیم.



(Situation) فرد در چه شرایط و موقعیتی قرار داشته است؟

(Task) در موقعیت مذکور چه سهم، نقش و وظیفه‌ای داشته است؟

(Action) چه کرده است؟

(Results) چه نتایجی به بار آمده است؟

به مثال زیر توجه کنید: فرض کنید که می‌خواهید شایستگی برنامه‌ریزی و سازماندهی را با کمک تکنیک STAR مورد پرسش قرار دهید:

(Situation) موقعیتی را بیان کنید که یک پروژه دشوار را

برنامه‌ریزی و سازماندهی کرده‌اید؟

(Task) دقیقاً سعی می‌کردید به چه چیزی دست یابید؟/نقش شما

چه بود؟

(Action) برای انجام این کار چه اقداماتی انجام دادید؟/مسئله را

چگونه حل و فصل کردید؟(مسائل بعدی را چگونه؟)

(Results) نتیجه همه این اقدامات چه بود؟

دقت کنید در مصاحبه‌گری شایستگی محور تنها در جست و جوی شواهد دال بر انجام رفتارهای مورد نظر توسط متقاضی نیستید. بلکه باید به دنبال کشف مواردی نیز باشید که متقاضی رفتار مورد نظر را از خود نشان نداده است. برای مثال، چنانچه شغل مورد نظر نیازمند مهارت‌های خدمت به مشتری است، به طور طبیعی از مواردی سوال می‌کنید که در آنها متقاضی موفق به کسب رضایت مشتری شده است. با وجود این، با طرح پرسش از موارد مخالف، می‌توانید اطلاعات بیشتری از رفتار او به دست آورید.

مهم‌ترین دلیل بکارگیری مصاحبه‌های مبتنی بر شایستگی را باید به اثربخشی این روش نسبت داد، البته رواج استفاده از مصاحبه در فرآیند استخدام به معنی سهولت روش و سادگی ابزار نیست، بلکه مصاحبه را باید از حساس‌ترین و پیچیده‌ترین روش‌های ارزیابی افراد تلقی کرد. بر اساس پژوهش‌های انجام شده برای پیدا کردن مناسب‌ترین فرد برای شغل مورد نظر، تکنیک مصاحبه شایستگی محور قابلیت پیش بینی بالاتر عملکرد آتی متقاضی شغل نسبت به مصاحبه‌های رایج را داراست و تاثیر قضاوت و انتخاب‌های سلیقه‌ای و مبتنی بر مدل ذهنی مدیران را تا حد زیادی کاهش می‌دهد.

بیشتر مدیران از روش «در زمان مصاحبه شخص مصاحبه شونده را با حس خود خواهم شناخت» پیروی می‌کنند. در حقیقت بیشتر مدیران روش‌های مصاحبه‌گری خود را با تلفیق گزینه و ففونی که از زمان مصاحبه خود فرا گرفته‌اند توسعه دادند و روش‌های نامناسب مصاحبه‌گری از یک نسل مدیران به نسل‌های بعدی آنها منتقل می‌شود.

انتخاب فرد نامناسب می‌تواند پیامدهای پرهزینه و رنج‌آوری داشته باشد. ممکن است کارمند استخدام شده توسط شما به قدری بد و نامناسب باشد که موجب ناراحتی مشتریان شود، اشتباهات زیادی مرتکب شود، روحیه سایر اعضای تیم و سازمان را کاهش و پول سازمان را هدر دهد.

یک مصاحبه خوب باید سه هدف را تعقیب کند:

- ارزیابی دقیق و منصفانه متقاضیان، به منظور تشخیص متقاضیانی که بیشترین ارزش را به شغل مورد نظر اضافه می‌کنند.
 - برخورد با متقاضیان به گونه‌ای حرفه‌ای و محترمانه تا این که آن‌ها به کار در سازمان شما مشتاق و علاقه‌مند شوند.
 - کمک به متقاضیان جهت شناخت ماهیت شغل مورد نظر تا بتوانند در مورد کار کردن برای سازمان شما تصمیم صحیحی اتخاذ کنند.
- می‌توان جهت افزایش اعتبار مصاحبه‌های استخدامی از نکات زیر کمک گرفت:

- از یک روش و رویکرد دارای ساختار برای جمع‌آوری اطلاعات استفاده کنید. بدون هدف و بی برنامه مصاحبه نکنید، مصاحبه را بر اساس شایستگی‌ها، ویژگی‌ها و مهارت‌هایی که قبلاً تعریف کرده‌اید انجام دهید. مصاحبه مبتنی بر شایستگی یا مصاحبه‌های رفتارمحور قابلیت پیش‌بینی بالاتر عملکرد آتی متقاضی شغل را نسبت به مصاحبه‌های رایج دارا است.

- اجازه ندهید جاذبه‌های ظاهری (شیک‌پوشی، خوب صحبت کردن و...) بیش از حد بر شما تاثیر بگذارد، مراقب خطاهای ادراکی و خطاهای ارزیابی باشید. مثل این که متقاضیان جذاب و دارای مهارت‌های بین فردی (ارتباط با دیگران) در امور دیگر نیز خوب و مناسبند؛ اما حقیقت این است که جذاب بودن شخص در مصاحبه و اثر مثبت او در این کار به معنای مهارت در سایر موارد نظیر کار در تیم یا خدمت به مشتریان نیست.

- مراقب خطای شباهت باشید. مصاحبه‌کننده‌ها معمولاً متقاضیان مورد علاقه خود را بیش از حد خوب ارزیابی می‌کنند و افرادی را که دارای پیش‌زمینه، مختصات شخصی یا علائق شخصی مشابه خود

هستند، دوست دارند و به آنها امتیاز بیشتری می‌دهند و بدون آنکه خود متوجه باشند از متقاضیانی که دوست دارند یا مشابه خودشان هستند سوالات آسان‌تری می‌پرسند.

- مراقب خطای تعمیم باشید. اجازه ندهید بعضی جنبه‌های منفی کوچک مصاحبه شونده بر آنها تاثیر بگذارد و نظرشان را نسبت به آن مصاحبه شونده خاص عوض کند، برای مثال، متقاضی شغلی که به علت ترافیک دیر رسیده و نفس نفس می‌زند را ممکن است با وجود مهارت‌های زیاد و تجربه مفید به طور نامناسب به عنوان کسی که تاخیر می‌کند نامناسب ارزیابی کنیم.

- در سوالات خود از تعابیر کمترین، بیشترین، بهترین، تلخ‌ترین، شیرین‌ترین، سخت‌ترین، بزرگ‌ترین، مهم‌ترین استفاده کنید. این تعابیر کمک می‌کند تا مصاحبه شونده روی نقاط عطف و رفتارشان تاکید کند و از آن‌ها برای شما مثال و نمونه ذکر کند.

- بزرگ‌ترین دستاورد شما در شغل قبلی چه بوده است؟
- سخت‌ترین چالشی که با آن در زندگی حرفه‌ای خود مواجه شدید را توضیح دهید.

- قبل از کسب اطلاعات کافی، به سوالات بعدی نپردازید. این مصاحبه‌کننده است که باید تصمیم بگیرد آیا اطلاعات کافی از پاسخ به سوال قبلی شنیده است یا نه و اوست که باید تصمیم بگیرد که سوال بعدی را چه وقت طرح کند؟

- به رفتارهای غیرکلامی مصاحبه شونده (حرکات دست و پا، حالت چهره و چشم‌ها و...) توجه کنید.

- قبل از آغاز مصاحبه، اطلاعات شناسنامه‌ای و زندگینامه‌ای مصاحبه شونده را به دقت مطالعه کنید. این اطلاعات می‌تواند منبع خوبی برای طرح بعضی سوالات و به خصوص شناخت حفره‌های موجود در رزومه باشد. برای مثال شناخت دلیل بیکاری داوطلبی که مدتی بیکار بوده است و یا تغییر در مسیر شغلی یک داوطلب و وجود هر گونه اغراق‌گویی. تا پایان سوالات خود، اجازه ندهید مصاحبه شونده سوال طرح کند. اگر او در میان جلسه سوالی مطرح کرد، محترمانه پاسخ آن را به پایان جلسه مصاحبه ارجاع دهید.

- به شکل محترمانه از پرحرفی مصاحبه شونده، به‌ویژه وقتی به جای مطالب اصلی وارد حاشیه می‌شود یا از پاسخ‌های صریح و روشن طفره می‌رود جلوگیری کنید و او را به جریان اصلی مصاحبه برگردانید.

- از طرح پرسش‌های روانشناسی عامیانه خودداری کنید. بعضی مصاحبه‌کنندگان گمان می‌کنند با پرسش‌هایی به ظاهر فلسفی می‌توانند به عمق روح متقاضیان نفوذ کنند! این پرسش‌ها هیچ ارزشی برای شما ایجاد نمی‌کنند.

- از طرح پرسش‌های تنش‌زا و آزاردهنده جلوگیری کنید. این پرسش‌ها به ندرت می‌تواند واکنش متقاضیان را در شرایط فشار ارزیابی کند.

- به طور مثال: اگر بگویم شما بدترین متقاضی هستی که تا به حال دیده‌ام چه می‌گوی؟

- از طرح پرسش‌های خودارزیابی کننده خودداری کنید:

- به طور مثال: نقاط قوت و ضعف شما کدامند؟

استخدام از طریق معرفی کارکنان فعلی

برای کارمندیابی و تامین منابع انسانی از خارج از سازمان روش‌های مختلفی وجود دارد. ممکن است تصمیم بگیرید یک آگهی استخدامی طراحی و آن را در فضاهای مختلف اطلاع‌رسانی نمایید، از موسسات و یا سایت‌های کاریابی کمک بگیرید، به دانشگاه‌ها مراجعه کنید و افراد تازه فارغ‌التحصیل شده را کاندید نمایید، در نمایشگاه‌های شغلی شرکت کنید و یا از کارکنان فعلی شرکت بخواهید که افراد شایسته‌ای را که می‌شناسند به شما معرفی کنند.

تحقیقات نشان می‌دهد از بین روش‌های مختلف کارمندیابی، بهترین کارکنان استخدام شده کسانی بوده‌اند که بنا به معرفی و توصیه کارکنان سازمان استخدام شده‌اند زیرا کارکنان کنونی می‌توانند در مورد داوطلبان شایسته اطلاعات دقیقی به شرکت بدهند بخصوص این که آن‌ها بدین وسیله آبروی خود را در گرو کسی می‌گذارند که به شرکت معرفی می‌نمایند.

داوطلب جدید هم می‌تواند تصویر واقعی‌تری از شرایط کار بدست آورد زیرا با کسانی که در سازمان مزبور مشغول به کارند صحبت می‌کند.

بنابراین استخدام از طریق معرفی کارکنان فعلی یکی از اثربخش‌ترین روش‌های پیوستن کارکنان به سازمان‌های ماست که متأسفانه در کشور ما کمتر به آن توجه می‌شود.

گوگل یکی از شرکت‌های پیشرو در این زمینه است، بیش از نیمی از کارکنان این شرکت افرادی هستند که سایر کارکنان معرفی کرده‌اند.

وقتی از گوگلی‌ها می‌پرسند چرا دوستان و همکارانشان را به گوگل معرفی می‌کردند پاسخ‌های جالبی دریافت می‌شود:

«شوخی می‌کنی؟ اینجا بهترین جای دنیاست. دوست دارم دوستانم اینجا کار کنند.»

«آدم‌های اینجا خیلی باحالند. کسی را می‌شناسم که دقیقاً به درد چنین جایی می‌خوره.»

«این فرصت به من داده شده که بخشی از مجموعه‌ای باشم که از قد و قواره من بزرگ‌تره. چند نفر دیگه هستن که می‌تونن چنین حرفی بزنن؟»

نکته جالب این است که افراد گوگل واقعاً تجربه کاری خود را دوست دارند و می‌خواهند این تجربه را با سایر افراد به اشتراک بگذارند و با وجود این که گوگل بابت این معرفی پاداش خوب به کارکنان می‌دهد عده خیلی کمی به حق پاداش به عنوان عامل انگیزاننده برای معرفی افراد اشاره می‌کنند.

نکاتی برای بهره‌گیری از روش استخدام بر مبنای معرفی

برای این که کارکنان بهترین افراد را به شما معرفی کنند، ویژگی‌های نیروی مورد نظران را دقیق و به طور کامل مشخص کنید. به جای پرسیدن یک سوال کلی از کارکنان نظیر «آیا کسی را می‌شناسید که باید استخدام کنیم؟» سوالات دقیق‌تری پرسید مثل: «کسی را می‌شناسید که یک فروشنده خوب در شیراز باشد؟» به کارکنان کمک کنید تا بررسی همه‌جانبه‌ای در مورد تمام

این پرسش‌ها ارزش زیادی ندارند زیرا پاسخ متقاضیان برای آن‌ها کاملاً روشن است و پاسخ‌هایی است که مصاحبه شونده بر حسب عادت یاد گرفته است مثل این که کمال گرا هستم.

از طرح پرسش‌های راهنمایی‌کننده خودداری کنید، این پرسش‌ها پاسخ صحیح را القا می‌کند و متقاضیان پاسخی را می‌دهند که شما دوست دارید بشنوید مثل:

• آیا حاضرید اضافه کار کنید؟
• مدیریت زمان در این پروژه خیلی اهمیت دارد آیا در زمینه مدیریت زمان مهارت دارید؟

• با مصاحبه شونده مخالفت نکنید، با او وارد جدل‌های لفظی نشوید و نسبت به پاسخ‌های او عکس‌العمل‌های فوری و شدید نداشته باشید. تنها استثنا در این موارد موقعی است که بخواهید پایداری و مقاومت (استقلال فکر و رای) او را بسنجید.

• اجازه ندهید مشابهت‌های شخصی و شخصیتی (مثل علائق مشابه، تحصیلات مشابه، سوابق کاری مشابه و...) روی تصمیم شما برای استخدام تأثیر بگذارد. این گونه مشابهت‌ها برای انتخاب دوست مناسبند اما برای انتخاب‌های استخدامی موضوعیت ندارند.

• افرادی با دانش، مهارت‌ها و قابلیت‌های بیش از نیاز شغل استخدام نکنید، چنین افرادی معمولاً و دیر یا زود با شغل خود مشکل پیدا می‌کنند.

• اجازه ندهید تعداد کم داوطلبان استخدام یا فشار زمان روی تصمیم شما برای استخدام اثر بگذارد و استانداردهای شما را پایین آورد.

وقتی شغل یا نقش مورد نظر شما با مشاغل قبلی داوطلب استخدام (مصاحبه شونده) متفاوت است، بیش از حد روی عملکرد او در مشاغل قبلی تأکید نکنید، به یاد داشته باشید که هر کارشناس خوبی لزوماً مدیر خوبی نخواهد بود.

• حسن ختام مصاحبه هم بسیار مهم است و آثار زیادی روی مصاحبه شونده دارد. با حوصله به سوالات مصاحبه شونده پاسخ دهید و مودبانه و محترمانه مصاحبه را تمام کنید.



افرادی که می‌شناسند به عمل آورند به طور مثال افراد را در گروه‌های ۲۰ تا ۳۰ نفره جمع کنید و از آن‌ها بخواهید اطرافیان و به خصوص شبکه‌های اجتماعی خود را بررسی کنند و هر فرد مناسبی که به نظرشان می‌رسد را پیشنهاد دهند. معارف‌ها را از وضعیت ارزیابی فردی که معرفی کرده‌اند مطلع کنید.

برای معرفی افراد شایسته به سازمانتان از طریق کارکنان پاداش مناسبی را در نظر بگیرید. به طور مثال در گوگل هر فرد در ازای معرفی ۷ نفر به طور متوسط ۲۰۰۰ دلار دریافت می‌کند. استخدام از طریق معرفی کارکنان، این کارهایی‌های درون سازمانی با هزینه‌ای به مراتب کمتر از کارهایی‌های خارجی انجام می‌پذیرد؛ ضمن آن که کارکنان سازمان درک عمیق‌تری از بازار ما دارند و تجربه صمیمانه‌تر و گرم‌تری را برای کاندیداهای شغلی فراهم می‌کنند.

پس با وسوسه کردن کارمندان به معرفی افراد، هر یک از کارمندان را به یک استخدام کننده تبدیل کنیم، به گونه‌ای که جذب نیرو بخشی از شغل همه افراد سازمان شود.

استخدام فرآیند کوتاه‌مدت نیست!

وقتی از فرآیند و مراحل استخدام صحبت می‌کنیم، تصورمان فرآیندی است که یک شرکت، سازمان یا استارت‌آپ طی آن نیروهای جدیدی را یافته و جذب می‌کند. به نظر ساده می‌رسد. ولی مراحل استخدام به هیچ وجه آسان و کوتاه نیست زیرا اگر فرآیند استخدام یک فرد ساده بود، همه شرکت‌ها آن را به سرعت انجام می‌دادند. این دقیقاً یکی از دلایلی است که شرکت‌ها واحدی به نام سرمایه انسانی دارند و همواره سعی می‌کنند که آن‌ها را رشد و آموزش دهند. استخدام یک فرآیند کوتاه مدت و یک مرحله‌ای نیست و نیاز به اجرای سلسله مراتب دارد.

فرآیند استخدام چیست؟

فرآیند استخدام روشی برای دسته‌بندی کاندیداهای موجود به منظور یافتن و جذب کردن کارمندان جدید است که این روش برای هر سازمان به شکلی منحصر به فرد تعریف شده است. عموماً، فرآیند استخدام توسط واحد سرمایه انسانی شرکت‌ها صورت می‌گیرد. با این حال، شرکت‌های بسیاری هستند که جهت استخدام نیروهای خود از شرکت‌هایی واسطه (که با نام مراکز استعدادیابی یا مراکز کارایی شناخته می‌شوند) کمک می‌گیرند.

مسئولیت انجام فرآیند استخدام با توجه به ساختار سازمانی شرکت‌ها می‌تواند بر عهده واحدها یا تیم‌های مختلف باشد.

آیا فرآیند استخدام همیشه یکسان است؟

هر سازمان و شرکتی فرآیند استخدام مخصوص خود را دارد. فرآیند استخدامی که برای شرکتی تاثیر مثبت دارد، لزوماً برای شرکت دیگر همان تاثیرگذاری را ندارد. به همین دلیل است که

توانایی خودآگاهی از ضروریات تیم سرمایه انسانی در مراحل استخدام است. شما به عنوان شخص استخدام کننده نمی‌توانید بر اساس حدس و گمان عمل کنید، بلکه باید فرآیندی را به کار بگیرید که مطمئن هستید نیازتان را برطرف می‌کند.

آنچه باید به یاد داشته باشید این است که در فرآیند استخدام، واقعاً باید استخدام کرد. یکی از مسائل مهم در فرآیند استخدام، جذب نیروهای درجه یک و تراز اول بازار کار است. تیم سرمایه انسانی شما باید بتواند این عده از کارشناسان را به مجموعه شما جذب کنند.

شاید بپرسید چرا؟ زیرا این افراد اصلاً به دنبال کار نیستند! به احتمال زیاد، این عده از متخصصان، در حال حاضر در شرکت خوبی مشغول به کار هستند و حقوق خوبی هم دریافت می‌کنند. البته ناگفته نماند که استخدام چنین افرادی کار چندان آسانی نیست.

دقیقاً به همین دلیل باید به خاطر داشته باشیم که فرآیند استخدام به این معنی نیست که در یک وب سایت استخدامی یک آگهی درج کنیم و منتظر بمانیم تا رزومه‌ها دسته‌دسته برایمان ارسال شوند. با درج آگهی در وب سایت استخدامی، شاید بهترین نیروی کاری که در آن بازه زمانی به خصوص به دنبال کار می‌گردد را پیدا کنید؛ اما قطعاً بهترین کاندیداهای ممکن را پیدا نخواهید کرد.

مدیران ارشد مجموعه زمانی که در حال بررسی فرآیند و مراحل استخدام هستند، باید ذهنیتی باز و فعال داشته باشند؛ به عبارت دیگر، تمرکز آن‌ها باید بر شناسایی، جذب، مصاحبه، استخدام و نگهداری بهترین کاندیداهای در دسترس در بازار باشد (فارغ از اینکه به دنبال شغل هستند یا نه). جمله قبل، تعریف خلاصه فرآیند استخدام است.

آشنایی با مراحل استخدام

همانطور که اشاره کردیم مدیران ارشد شرکت باید نیازهای خود و راهکارهای رفع آن‌ها را بشناسند. همچنین، آن‌ها باید به شکلی فعال در جهت رفع نیازهای سرمایه انسانی خود قدم برداشته و چارچوبی کلی برای آن در نظر داشته باشند. گاهی اوقات ایجاد یک فلوچارت استخدامی می‌تواند شما را در مسیر درست قرار دهد.

با توجه به این نکات، در ادامه ۱۰ مرحله ابتدایی از مراحل استخدام ذکر می‌گردد و شرکت‌ها و استارت‌آپ‌ها بر اساس نیاز خود می‌توانند برخی از این مراحل را حذف نموده یا مراحل دیگری را به آن اضافه کنند.

۱- شناسایی نیاز استخدامی

قطعاً اگر ندانید به چه چیزی نیاز دارید، نمی‌توانید آن را رفع کنید. دانستن این موضوع که شما به یک موقعیت شغلی در شرکت خود نیاز دارید کافی نیست. شما باید شرح وظایف کامل این موقعیت شغلی را نیز بدانید.

نکته مهمی که در این جا وجود دارد این است که شما باید شرح وظایف آخرین فردی که در این موقعیت شغلی فعال بوده را در زمان ترک کار بدانید، نه شرح شغلی که در زمان استخدام به او پیشنهاد شده است زیرا این احتمال وجود دارد که او در طول زمان مسئولیت‌های دیگری را نیز بر عهده گرفته باشد. در چنین شرایطی، شرح شغلی آن‌ها هنگام خروج از سازمان با آن چیزی که در هنگام استخدام دریافت کرده بودند، کاملاً متفاوت است.

۲- برنامه‌ریزی استخدام

بهد از آنکه نیاز خود را به طور دقیق شناسایی کردید، حال زمان آن است که برای رفع این نیازها برنامه‌ریزی کنید. یک ضرب‌المثل قدیمی وجود دارد که می‌گوید: «اگر در برنامه‌ریزی شکست بخورید، یعنی برای شکست برنامه‌ریزی کرده‌اید.» با هر فردی که در فرآیند و مراحل استخدام با او سر و کار دارید، هماهنگی‌های لازم را انجام دهید و آن‌ها را در جریان برنامه‌ریزی‌ها و کانال‌های ارتباطی قرار دهید. شاید باورتان نشود، اما یک قدم اشتباه می‌تواند تمام تلاش‌هایتان را از بین ببرد.

۳- جست‌وجو برای استخدام

در این مورد کارشناسان سرمایه انسانی نباید گردآورنده باشند و باید به عنوان یک شکارچی عمل کنند. بسیاری از شرکت‌ها تصور می‌کنند که با درج یک آگهی شغلی، بارانی از رزومه‌های متخصصان و کارشناسان درجه یک بازار بر سرشان می‌ریزد؛ اما حقیقت طور دیگری است. دقیقاً به همین دلیل است که شرکت‌ها، فردی با عنوان «هدهانتر» (Headhunter) را استخدام می‌کنند؛ برای آنکه نیروهای تراز اول را شکار کنند.

۴- شناسایی کاندیداهای مطمئن

مرحله بعدی از مراحل استخدام شناسایی کاندیداهای مطمئن است. یافتن کاندیدای شغلی به تنهایی کافی نیست. یک سازمان (کارشناس استخدام آن) باید بتواند کاندیداهای اصلح را شناسایی کند.

هر شخصی می‌تواند برای یک موقعیت شغلی، یک کاندیدا پیدا کند؛ اما آن دسته از کارشناسان درجه یکی که رقابت شما به آن نیاز دارد، چطور؟ آن‌ها را به راحتی نمی‌توانید پیدا کنید. بنابراین اگر سه مرحله قبلی از مراحل استخدام را به درستی اجرا نکرده باشید، جست‌وجوی کاندیداهای پیدا کردنشان و شناسایی آن‌ها بسیار دشوارتر خواهد بود.

۵- جذب نیروهای درجه یک بازار کار

هنگامی که کاندیداهای شایسته انتخاب شدند، زمان جذبشان فرا می‌رسد؛ به عبارت دیگر، نه تنها باید کاری کنید که آن‌ها شایسته فرصت شغلی شما شوند، بلکه باید به شرکت‌تان نیز علاقه پیدا کنند. بسیاری از شرکت‌ها به طور کلی این نکته را فراموش

می‌کنند: «کارمندان خوب به یک شغل خوب علاقه ندارند. آن‌ها به شغل خوبی علاقه دارند که کارفرمایی فوق‌العاده دارد» این کارمندان درجه یک اگر شغلی را دوست داشته باشند اما کارفرمای آن را نپسندند، به هیچ‌وجه آن را نخواهند پذیرفت. همانطور که در بالا اشاره کردیم جذب یکی از مهم‌ترین بخش‌های مراحل استخدام است.

۶- مصاحبه تلفنی

حالا شما تعدادی کاندیدای مطمئن در اختیار دارید (که احتمالاً کاندیداهای منفعل هستند) که به فرصت شغلی مجموعه شما علاقه دارند؛ اما باید توجه داشته باشید که همه آن‌ها نمی‌توانند از پس فرآیند استخدام شما بربایند. همین موضوع ما را به نخستین مرحله از مصاحبه، یعنی مصاحبه تلفنی، می‌رساند. به طور ایده‌ال، در این مرحله شما یا کارشناسان سرمایه انسانی‌تان فهرستی از ۱۰ تا ۱۵ کاندیدای مطمئن را که همگی به فرصت شغلی شما علاقه‌مندند در اختیار دارید. مصاحبه تلفنی به شما امکان می‌دهد تا این فهرست را کمی فیلتر کنید تا مرحله بعدی را با دقت بیشتری انجام دهید.

۷- مصاحبه حضوری

در این مرحله از استخدام، دو نکته مهم وجود دارد که باید به آن‌ها توجه شود: اگر از زمان دعوت کاندیدها به مصاحبه حضوری تا ارسال پاسخ نهایی به آن‌ها مدت زیادی بگذرد، علاقه کاندیدها نسبت به آن فرصت شغلی از بین خواهد رفت.

کارفرمایان در زمان برقراری ارتباط با این کاندیدها باید شرایط آن‌ها و موقعیت شغلی فعلی‌شان را نیز در نظر بگیرند. در غیر این صورت، آن‌ها با شرکت‌های دیگری وارد مذاکره می‌شوند. این موضوع برای کاندیداهای درجه یک از اهمیت بیشتری برخوردار است زیرا احتمالاً آن‌ها پیشنهادات کاری بیشتری به صورت ماهانه دریافت می‌کنند.

مطمئناً مصاحبه‌های حضوری جنبه‌های مختلف دیگری مانند سوالاتی که باید طی مصاحبه پرسیده شود، بررسی توانایی‌های کارجو، مذاکرات مرتبط با حقوق و دستمزد و ... دارد. با این حال، دو مورد فوق معمولاً توسط شرکت‌ها نادیده گرفته می‌شوند.

۸- ارسال پیشنهاد شغلی

مرحله ارائه پیشنهاد شغلی یکی از ظریف‌ترین و حساس‌ترین مراحل استخدام است. یک مدیر استخدام کارکشته به خوبی می‌داند که خوب بودن جلسه مصاحبه به این معنی نیست که کاندیدای مورد نظر پیشنهاد شغلی او را می‌پذیرد.

با این حال، اگر کارهای اداری از قبل انجام و فرم‌های مربوطه پر و همه چیز برای سومین بار مجدداً بررسی شده باشد، به احتمال زیاد کاندیدای مورد نظر پیشنهاد شغلی را می‌پذیرد.

در این مرحله، بهتر است دست کارشناس سرمایه انسانی خود را کمی باز بگذارید تا در صورت نیاز بتواند پیشنهاد شغلی بهتری

STAR

Situation

Set the scene
by describing the
situation you were in

Task

What was the goal/task
you were trying
to achieve?

Approach

What did YOU actually
do and how did you
achieve this?

Result

What was the outcome?
What did you accomplish?
What did you learn?

که کاری کنیم تا کارمند جدید پیش از آنکه به طور رسمی وارد تیم‌مان شود، احساس خوبی از تصمیمش برای پیوستن به شرکت جدید داشته باشد. اگر شرکت این مرحله از استخدام را نادیده بگیرد، کارمندان پس از مدت کوتاهی شرکت را ترک خواهند کرد (اگر در روز دوم سر کار حاضر شوند).

یکی از بهترین روش‌ها برای پر کردن صندلی‌های خالی در سازمان، تسریع فرآیند استخدام است. مطمئناً سرعت عمل کاندیداهای مورد نظر خارج از اختیارات شماست، اما فرآیند استخدام از جانب شما می‌تواند سریع‌تر صورت بگیرد.

برای تسریع این فرآیند می‌توانید از ابزارهای ردیابی و ارزیابی استخدام استفاده کنید. این کار باعث می‌شود تا زمان و انرژی خود را به درستی استفاده کنید. یادتان باشد هرچه سریع‌تر بتوانید کاندیداهای مورد نظرتان را پیدا کنید و به آن‌ها پیشنهاد بدهید برایتان بهتر خواهد بود.

منابع:

- ۱- شرکت های موفق جهان چگونه استخدام می کنند / دکتر بهزاد ابوالعلائی
- ۲- اسرار کار در گوگل / لزلوباک، ترجمه منصور شیرزاد، محمد حسین می مجیدی
- ۳- مصاحبه گری و استخدام موفقیت آمیز / راب یثونگ
- ۴- تعالی منابع انسانی / بهروز قلیچ خانی

ارائه کند. این چیزی است که کاندیدا انتظار دارد و دقیقاً همان چیزی است که باید اتفاق بیفتد.

۹- استخدام کاندیداها

شاید بپرسید چرا در مراحل استخدام، خود عمل استخدام با فرآیند قبلی، یعنی ارائه پیشنهاد شغلی، ادغام نشده‌اند؟ جواب آسان است زیرا همه پیشنهادات شغلی مورد قبول واقع نمی‌شوند. اگر همه پیشنهادات شغلی که به کاندیداها می‌شوند مورد قبول واقع می‌شد، می‌توانستیم این دو مرحله را با یکدیگر ادغام کنیم. روال کار معمولاً به این صورت است که اگر کاندیدای شماره ۱ پیشنهاد شغلی را نپذیرد، شرکت پیشنهاد خود را (با کمی تغییرات) به کاندیدای شماره ۲ ارسال می‌کند و اگر کاندیدای شماره ۲ نیز آن را نپذیرفت به سراغ کاندیدای شماره ۳ می‌رود. زمانی که یکی از کاندیداها پیشنهاد را پذیرفت؛ در آن زمان عمل استخدام به صورت رسمی انجام شده است.

۱۰- آماده‌سازی کارمند جدید برای پیوستن به سازمان

فرآیند پیوستن به سازمان شاید مهم‌ترین و حیاتی‌ترین بخش در مراحل استخدام باشد. زمانی که از پیوستن به سازمان صحبت می‌کنیم، منظورمان کاغذبازی‌های مرسوم، نشان دادن میز کار و برگزاری تور داخلی شرکت نیست، بلکه منظورمان این است

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.



شرکت اعتبارسنجی
حافظ سامان ایرانیان

زمستانی پر رونق داشته باشید.



۴۱۷۲۶۰۰۰

 www.icbs.ir

    @icbsco

نکاتی ساده درباره امنیت wi-fi های خانگی

سجاد مظاهري - آکادمی سامان

- 
- ۱-توان خروجی دستگاه خود را به حداقل برسانید؛ این کار علاوه بر حفظ سلامتی افراد خانواده باعث می‌شود از دریافت سیگنال افراد غریبه خارج از محوطه خانه جلوگیری شود.
 - ۲-برای دستگاه مودم بیسیم خود یک اسم غیرقابل حدس و طولانی انتخاب کنید و SSID خود را مخفی کنید.
 - ۳-از پروتکل امنیتی WPA ver ۲ استفاده نمایید و روش encryption آن را روی AES بگذارید.
 - ۴-از رمز عبور پیچیده و طولانی و دارای حروف کوچک و بزرگ و علائم خاص استفاده کنید و اگر مودم شما کاراکترهای space را قبول می‌کند در ابتدا و انتهای رمز عبور خود از آن استفاده کنید.
 - ۵-از سیستم MAC Filtering استفاده کنید تا جلوی نفوذ MAC address های غریبه گرفته شود.
 - ۶-امکان WPS را غیر فعال کنید. این قابلیت بخصوص در اکثر مودم‌های مورد استفاده در کشورمان (مثل TP-Link) فعال است.
 - ۷-پروتکل SNMP را در مودم خود غیر فعال کنید.
 - ۸-امکان پیکربندی از طریق WAN را در مودم خود غیر فعال کنید.
 - ۹-آی پی آدرس پیش فرض مودم را تغییر دهید.
 - ۱۰-آخرین نسخه Firmware را استفاده کنید.
 - ۱۱-برای پیکربندی مودم خود از کابل استفاده کنید.
 - ۱۲-امکان DHCP را در مودم خود غیر فعال کنید.
 - ۱۳-امکان print server را در مودم خود غیر فعال کنید.
 - ۱۴-رمز عبور Device Login خود را تغییر دهید.
 - ۱۵-امکان پیکربندی از روی یک آی پی خاص را روی دستگاه خود فعال کنید.

یافتن گذرواژه وای فای با دستورات CMD

#ویندوز

کلیدهای ویندوز و R را بگیرید و در جعبه Run، عبارت cmd را تایپ کنید تا پنجره اعلان فرمان باز شود. حالا، فرمان زیر را تایپ و اجرا کنید:

```
netsh wlan show profiles
```

این دستور تمام SSID های وای فای ذخیره شده در سیستم عامل ویندوز نصب شده روی سیستم را نشان می‌دهد. برای پیدا کردن گذرواژه مربوط به SSID مورد نظر از این لیست استفاده کنید.

در مرحله بعدی این دستور را تایپ و اجرا کنید. به خاطر داشته باشید که به جای عبارت Wi-Fi SSID، باید SSID واقعی شبکه خود را تایپ کنید.

```
netsh wlan show profile name=WiFi SSID key=clear
```




گفت و گو با همکاران شعبه کریمخان

مشتری مداری یعنی مشتری برگردد



وی ادامه می‌دهد: من گاهی از مشتریان درباره عملکرد بانک نظرسنجی می‌کنم و دیدگاه آنها را جویا می‌شوم که عموماً بانک سامان را به بانک‌های دیگر ترجیح می‌دهند. سیستم الکترونیک بانک سامان اگر اول نباشد قطعاً در رده دوم کشور قرار دارد که مشتریان بانک به‌طور مشخص به آن اذعان دارند.

توکلی با بیان اینکه در گام نخست باید اهداف عالی مدیریت بانک را سرمشق کار خود قرار دهیم، تصریح کرد: اگر همه همکاران در راستای اهداف بانک حرکت کنیم در آینده بانکی بسیار قوی خواهیم داشت. ضمن اینکه در بانک سامان بدون اینکه صدای تبلیغات را بلند کنیم، مردم صدای ما را شنیدند چراکه بانک عملکرد مثبت و رضایت‌بخشی میان مشتریان داشته و در واقع عملکرد ما بهترین تبلیغ ماست.

آقای رئیس معتقد است: وظیفه ما به‌عنوان یک بانکدار و راهنمای مشتریان این است که با ایجاد انگیزه آنها را از سیستم سنتی به سمت سیستم الکترونیکی سوق دهیم، این در حالی است که استفاده از سیستم الکترونیکی و اینترنت بانک رشد قابل توجهی داشته است.

از نگاه او، سایت بانک سامان بیشترین مخاطب را دارد، به‌نحوی که جزو برترین سایت‌های بانکی کشور است و در تایید این موضوع آقای معرفت، قائم‌مقام مجموعه نیز اعلام کردند که بین ۵۰۰ شرکت برتر کشور بانک سامان رتبه ۲۲ را کسب کرده است.

آقای رئیس در پایان تأکید کرد: از مدیران ارشد بانک بابت پروژه پایش سلامت همکاران تشکر ویژه دارم چراکه کمک بسیاری به سلامتی بچه‌ها می‌کند و طرح بسیار خوبی است. براساس این طرح کارکنان آزمایش‌های مختلفی انجام می‌دهند که در واقع نشان می‌دهد سلامت پرسنل برای مدیران مهم است. این طرح به‌نوعی «محبت سازمانی» تلقی می‌شود.

توصیه‌ای برای رسیدن به موفقیت:

من اعتقاد دارم هر کسی به هر هدفی که بخواهد خواهد رسید. هر فردی تصمیمی بگیرد و اراده کند که به یک شغل یا هدفی برسد به‌طور قطع می‌رسد. اگر افراد برای هدف خود برنامه‌ریزی و با انگیزه تلاش کنند به موفقیت می‌رسند.

یک جمله به کسی یا کسانی که دوستشان دارید:

خانواده‌ام را خیلی دوست دارم و همیشه برای سربلندی آنها تلاش

مشتري‌مداري مهم‌ترین مولفه موفقیت و پیشرفت یک سازمان، شرکت یا حتی کسب‌وکار در یک مغازه کوچک است. تجربه ثابت کرده اگر برخورد ارائه‌دهنده خدمت یا کالا با مشتری خوب نباشد، مشتری دیگر به آنجا بازمی‌گردد و عمده‌تر ترجیح می‌دهد جایگزین دیگری داشته باشد. این مهم در بانک هم مصداق دارد و یکی از دلایل محبوبیت سامان در میان مردم همین مشتری‌مداری است که در سطح عالی به آن عمل می‌شود. در واقع پرسنل بانک سامان در همه شعبه‌ها مانند یک خانواده برای مشتریان خود هستند و از هیچ همکاری دریغ نمی‌کنند. این شماره به سراغ شعبه کریم‌خان بانک سامان رفتیم تا صدای بچه‌های این شعبه را نیز بشنویم. در خلال مصاحبه با پرسنل محترم این شعبه، دیدگاه برخی مشتریان را نیز جویا شدیم که خالی از لطف نبود. یکی از مشتریان که ۳ سال است با بانک سامان کار می‌کند، می‌گوید: بانک سامان تمام برتری‌ها را در خود جمع کرده است؛ از مدیریت گرفته تا کارمندان و ظاهر شعبه. وقتی وارد شعبه می‌شوم احساس غریبی نمی‌کنم. مشتری دیگر بیان می‌کند: بیشتر کارهای ما ارزی است و در این بخش هم از خدمات‌رسانی بانک سامان کاملاً راضی هستیم.

محبت سازمانی

محمد توکلی متولد ۱۳۴۶ و بازنشسته بانک ملی است. او از سال ۹۴ وارد بانک سامان شد و لیسانس مدیریت بازرگانی دارد. همسرش فرهنگی است و یک دختر به نام نادیا دارد که در مقطع پیش‌دانشگاهی تحصیل می‌کند و می‌خواهد پزشکی بخواند و در این زمینه هم مصمم است. علی هم پسر آقای توکلی است که ۱۴ ساله و محصل است.

از همان ابتدا با حکم ریاست وارد مجموعه سامان شد و در دو شعبه پاسداران و مرکزی به مدت کوتاه مشغول بود و بعد هم به شعبه کریم‌خان منتقل شد. به‌گفته خودش، تجربه کار در این منطقه را دارد و از شناخت کامل نسبت به مشتریان این منطقه برخوردار است.

از نگاه آقای رئیس، شاید فقط یک بانک باشد که جلوتر از سامان است؛ اما همه بانک‌های دیگر هم از لحاظ مشتری‌مداری و هم بانکداری الکترونیکی از سامان عقب‌تر ایستاده‌اند. توکلی می‌گوید: با روندی که مدیران ارشد در پیش گرفته‌اند و ایده‌های عالی برای شعب دارند، می‌توانیم در آینده نه‌چندان دور به بانک اول کشور تبدیل شویم.



احمدی در پایان از مدیران ارشد بانک به‌ویژه خانم ضرابیه و همکاران منابع انسانی، آقایان سلیمانی، مغانی، نیک‌ورز و محمودی و همکاران بیمه سامان و همچنین همکاران سرپرستی منطقه دو و شعبه وقت تشکر و قدردانی کرد که در یک برهه خاص و مهم درمانی، حمایت‌های خوبی از او داشتند.

یک جمله به کسی یا کسانی که دوستشان دارید:

هرچه دارم اول از خدا، بعد پدر و مادرم و بعد هم همسرم است که از آنها ممنونم. آرزوی سلامتی و موفقیت برای دختر عزیزم و خانواده مهربانم دارم. خطاب به دختر عزیزم می‌گویم: «آیلین عزیزم خیلی دوستت دارم و امیدوارم همیشه در مراحل زندگی خوشبخت و موفق باشی»

پرسنل، نقطه قوت سامان

لیلا رضایی متولد ۵۷ و دارای فوق لیسانس مدیریت بازرگانی است. یک پسر ۱۰ ساله به نام بنیامین دارد و از سال ۸۷ هم کارمند بیمه سامان بود که بعد از ادغام بانک و بیمه به شعبه آمد. وی می‌گوید: رفتار و برخورد کارکنان بانک سامان با مشتریان متمایز و متفاوت از دیگر بانک‌هاست و در واقع پرسنل نقطه قوت بانک سامان است، چون ویتترین بانک است. بهترین ستاد را هم داشته باشیم وقتی پرسنل آنطور که باید و شاید خدمات‌دهی نکنند سامان نمی‌تواند شناخته شود.

رضایی در شعبه‌های آرژانتین، باغ فردوس، آریاشهر و آذربایجان کار کرده و درباره عملکرد بچه‌ها در بانک سامان می‌گوید: عدالت سازمانی اگر برقرار نباشد کارکنان هم انگیزه کار ندارند. شایسته‌سالاری باید در هر مجموعه‌ای برقرار باشد تا بتوان به موفقیت‌های خوبی هم دست یافت.

رشته اصلی خانم جوان معرق و نقاشی است و به‌گفته خودش همین هنر باعث آرامشش است.

یک جمله به کسی یا کسانی که دوستشان دارید:

تنها سرمایه زندگی‌ام همسر و پسر هستم که از آنها ممنونم و دوستشان دارم.

تمرکز ویژه بر مشتری‌مداری

مریم علی‌نیا ۳۷ ساله و دارای کارشناسی مدیریت مالی است. از سال ۹۲ به مجموعه سامان پیوست و از بازار سرمایه هم وارد بانک شد. او

می‌کند تا هم رفاه خوبی داشته باشند و هم آینده درخشانی. همچنین برای همه عزیزان و همکاران عزیز آرزوی تندرستی و صداقت در زندگی دارم.

بانکی به روز

مریم بیدی متولد ۵۷ است و از سال ۸۴ وارد مجموعه سامان شد. او از شعبه بازار شروع به کار کرد. بعد از شعبه بازار نیز در شعبه‌های پیروزی، دلاوران و قیطریه مشغول به کار شد.

از ابتدا به بانکداری علاقه داشت و توانست به هدفش برسد و در حال حاضر معاون شعبه کریم‌خان زند سامان است. او دو پسر به نام‌های سجاد ۱۱ ساله و صدرا ۲ ساله دارد.

خانم معاون می‌گوید: سامان بانک خوش‌نامی بوده و هست چراکه متفاوت است. فرهنگ سازمانی سامان نسبت به دیگر بانک‌ها باعث شده این بانک متمایز باشد. مشتری‌مداری حرف اول ماست و از سوی دیگر پرسنل هم وفاداری خوبی به سیستم دارند.

او ادامه داد: سامان همیشه در حال تغییر است و خود را با معیارهای روز تطبیق می‌دهد و برنامه‌ریزی‌های خوبی دارد.

مسئولیت‌پذیری و پشتکار از ویژگی‌های مهم و اصولی بیدی است که جزو چارچوب کاری‌اش محسوب می‌شود.

توصیه‌ای برای رسیدن به موفقیت:

افراد باید پشتکار داشته باشند و فکر نکنند یک‌شبه به هدف‌شان می‌رسند بلکه با صبوری و مسئولیت‌پذیری در مسیر رسیدن به هدف گام بردارند.

یک جمله به کسی یا کسانی که دوستشان دارید:

عاشق خانواده‌ام هستم. دوست دارم خطاب به پسر سجاد بگویم: «امید زندگی من هستی؛ با تمام وجود دوستت دارم و به تو افتخار می‌کنم»

باپرستیژ

کارشناسی مدیریت امور بانکی دارد و ۱۲ سال است که در سامان کار می‌کند. ۳۵ ساله است و یک دختر به نام آیلین دارد که ۸ ساله است. فاطمه احمدی می‌گوید: از کودکی علاقه ویژه‌ای به بانک و بانکداری داشتم و وقتی همراه مادرم به بانک می‌رفتم مدام به کارکنان پشت بانه فکر می‌کردم و با خودم می‌گفتم کاش من یک روز جای آنها باشم.

احمدی در این ۱۲ سال در دو شعبه کار کرده است؛ شعبه اول او بازار بود. از نگاه او، بانک سامان سطح بالایی دارد و باپرستیژ است. هرچند سامان میان مردم جایگاه خوبی دارد اما به دلیل سود پایینی که دارد شاید از بانک‌های دیگر عقب بیفتند.

او که عاشق بانک سامان است می‌گوید: بانک سامان برند مطرحی شده که ناشی از عملکرد کارکنان و خدماتی است که متفاوت از دیگر بانک‌هاست. نکته مهم دیگر اینکه شعبه‌های سامان در تهران کم است و این موضوعی است که مشتریان به آن اذعان دارند.

احمدی با اشاره به طرح سامان ۱۴۰۰ که طرح نوپایی در بانک سامان است، اظهار کرد: هنوز زود است که درباره تاثیر این طرح صحبت کرد و درباره آن چیزی گفت اما تا حدی باعث عقب‌رفت بچه‌ها شده چراکه ممکن است برخی بچه‌ها فشار زیادی را در یک روز تحمل کنند و بانه دیگر کار کمتری داشته باشد. (براساس این طرح هر فرد برای یک کار مشخص تعیین شده است).

او می‌افزاید: من با رئیس شعبه‌های زیادی کار کردم اما آقایان توکلی (همین شعبه) و تفرشی در شعبه بازار پدرا نه به من کمک کردند که از همین جا قدردان محبت‌هایشان هستم.



او می‌گوید: در بین بانک‌های خصوصی هم برند خوبی هستیم و هم بانکی قابل احترام. همچنین از لحاظ پرستیژ کاری و سازماندهی متفاوت هستیم. به‌طور کلی به نسبت بانک‌های خصوصی خیلی جلو هستیم اما راه برای بهتر شدن بسیار است.

افشار می‌افزاید: آقایان توکلی در این شعبه و نصیری در شعبه بهشتی تجربه مدیریتی بسیار خوبی داشته و دارند که باعث شده تنش‌ها در شعبه کمتر و همکاری‌ها بیشتر باشد. اگر کاری به من محول شود چشم بسته انجام می‌دهم چون مطمئن هستم که با کار کارشناسی و مدیریت‌شده تصمیم گرفته‌اند.

یک جمله به کسی یا کسانی که دوستشان دارید:

به همسر می‌گویم که عاشقانه دوستش دارم و بابت همراهی خویش از او ممنونم.

ارزش قائل شدن برای مشتری

ابوالقاسم یادگاری ۳۹ ساله است و از سال ۸۳ وارد مجموعه سامان شد. همسرش نیز سامانی است؛ پروانه دهقان‌نیری، معاون شعبه فاطمی. او از سال ۸۳ تا ۸۷ در شعبه بورس بود و بعد هم به اداره پایایی رفت و در نهایت از سال ۹۲ وارد شعب شد.

او می‌گوید: چون خانواده بانکی دارم علاقه خاصی به بانکداری دارم و همین هم باعث شد که کار بانک را انتخاب کنم. نظم و ترتیب بانکداری را همیشه دوست داشتم و بها دادن به مشتری نیز برایم ارزشمند است. یادگاری معتقد است: آنچه که مشتریان می‌گویند این است از خدمات‌دهی بانک راضی هستند و حس وفاداری به این بانک دارند. نکته مهم دیگر ارزشی است که بانک برای مشتریان قائل است و این مهم مورد توجه ویژه مردم و مشتریان است.

او می‌افزاید: اگر برای بچه‌های قدیمی فضای پیشرفت بیشتری وجود داشته باشد بهتر است. خود من که با سابقه حدود ۱۶ ساله در سامان هستم از ارتقای کاری و تجربه کردن بخش‌های جدید استقبال می‌کنم.

یک جمله به کسی یا کسانی که دوستشان دارید:

از پدر و مادر و همسر بابت همه محبت‌ها و حمایت‌ها و همراهی‌شان تشکر و قدردانی ویژه دارم.

مزیت‌های ویژه

سجاد سلیمی ۳۱ ساله و دارای یک پسر ۳ ساله به نام آریا است. از سال ۹۱ وارد مجموعه سامان شد. او می‌گوید: رشته من در دبیرستان حسابداری بود و به دلیل علاقه‌ای که به کار بانکی داشتم اولویت شغلی‌ام بانکداری بود اما بنا به دلایلی نشد که در بانک کار کنم تا اینکه بعد از

می‌گوید: بانکداری کار بسیار سخت و یکنواختی است که به دقت و تمرکز بالایی نیاز دارد. سیستم بانکی مشتری‌مداری را ملاک می‌داند و باید در حد عالی با مشتریان برخورد شود. ضمن اینکه باید روانشناسی را هم خوب بیاموزیم چون همیشه حق با مشتری است. بانک سامان تمرکز ویژه‌ای بر مشتری‌مداری دارد و به‌عنوان بانک خوبی میان مردم شناخته شده است.

علی‌نیا یک دختر ۸ ساله به نام ثنا دارد و درباره زندگی‌اش می‌گوید: زندگی‌ام خیلی مهم‌تر از کار است اما متأسفانه فشار کاری کمی جلوتر از زندگی پیش می‌رود.

یک جمله به کسی یا کسانی که دوستشان دارید:

عاشق همسر و دخترم هستم که تنها امید زندگی ماست. از آنها ممنونم و بابت نبودن‌هایم عذرخواهی می‌کنم. از پدر و مادرم هم ممنونم که در نبودن‌های من حامی دخترم هستند و کمک بزرگی برای من هستند.

ظاهر جذاب

سینا قنبری متولد سال ۷۲ است و لیسانس مدیریت دولتی دارد. از کودکی به بانکداری علاقه‌مند بود و همیشه دوست داشت کارمند بانک سامان بشود. او می‌گوید: نخستین چیزی که در نگاه مردم نمود پیدا می‌کند ظاهر بانک است که متفاوت و بسیار جذاب است. ویژگی دوم بانک سامان پرسنل آن است که نقطه تمایز بانک سامان به‌شمار می‌رود.

قنبری که سابقه فعالیت حدود ۵ ماهه در بانک سامان دارد، به محض آنکه کارت پایان خدمتش را گرفت، عصر همان روز رزومه خود را به مجموعه سامان ارسال کرد. او معتقد است: ما مثل یک خانواده هستیم و بانک در عین حال که نظم و دیسپلین خود را دارد، همه صمیمی و حامی هم هستند. هر آنچه که بیرون از بانک سامان در تصوراتم بود همان شد. چند روز بعد از آغاز به کارم که مصادف با تولدم شد، یک شاخه گل برایم فرستادند که حس بسیار خوبی بود چراکه احساس کردم دیده می‌شوم؛ چنین اقدام‌هایی انگیزه کار را بالا می‌برد.

یک جمله به کسی یا کسانی که دوستشان دارید:

صمیمانه از پدر و مادر و دو خواهر عزیزم تشکر می‌کنم که همیشه پشتیبان و حامی من در زندگی بوده‌اند و جایی که در آن ایستاده‌ام را مدیون آنها هستم.

بانکی قابل احترام

مرتضی افشار ورودی سال ۹۱ بانک سامان است. او ۳۴ سال سن دارد. با شعبه شهرری شروع به کار کرد و بعد هم به شعبه‌های بهشتی و آذربایجان رفت.

وارد شعبه شدم با همکاری و حمایت خوب بچه‌ها و مدیریت روبه‌رو شدم که قابل احترام است.

او در پایان پیشنهادی هم داد و گفت: خواسته من این است که مدیر منابع انسانی یا نمایندگان این بخش هرازگاهی به شعبه‌ها بیایند و این عامل انگیزه‌بخش را از بچه‌ها دریغ نکنند. هرچند به مشغله‌های کاری آنها هم واقف هستم اما حداقل سالی یک بار به همه اداره‌ها و شعبه‌ها سر بزنند.

یک جمله به کسی یا کسانی که دوستشان دارید:

خطاب به همسر و پسر من می‌گویم: عاشقتان هستم و از حمایت‌ها و مهرتان قدردانی ویژه دارم.

قابل مقایسه نیست

محمدتقی شاه‌آبادی متولد ۱۳۶۷ است. او کمی بیشتر از یک سال است که وارد سامان شده است. روزهای فرد فلکه سوم تهرانپارس و روزهای زوج در این شعبه مشغول است. او می‌گوید: بانک سامان بانک خیلی خوبی است. هرچند قبل از اینکه در سامان مشغول به کار شوم برند بانکی که می‌خواهم در آن کار کنم مهم نبود اما حالا برند بانک سامان به عنوان برند محبوب میان مردم را بسیار دوست دارم چرا که با هیچ بانکی قابل مقایسه نیست.

یک جمله به کسی یا کسانی که دوستشان دارید:

تشکر ویژه از پدر و مادر و خواهر عزیزم دارم که کلی زحمت کشیدند تا من به این جایگاه برسم. از همکار عزیزم آقای لک هم بسیار ممنونم.

چند سال بالاخره وارد بانک شدم.

او با شعبه ملاصدرا شروع کرد و بعد هم به این شعبه آمد. از نگاه سلیمی، بانک سامان بانک خوبی است که مزیت‌های ویژه‌ای نسبت به رقبا داشت اما کمی عقب افتاد که در حال تلاش برای پیشرفت بیشتر است. بانک سامان اصل مشتری‌مداری را در حد عالی رعایت می‌کند؛ به حدی که از منابع انسانی می‌گذرد تا مشتری راضی باشد. به نظر من باید به نیروی انسانی هم مانند مشتری‌ها بها داده شود.

یک جمله به کسی یا کسانی که دوستشان دارید:

من عاشق خانواده‌ام هستم اما بیشتر اوقات را در بانک هستم و بابت همه همراهی‌هایشان از آنها ممنونم. تمام تلاشم را می‌کنم تا بهترین‌ها را برایشان فراهم کنم.

فرهنگ سازمانی عالی

از سال ۸۶ به مجموعه سامان پیوست و یک فرزند یک سال و دو ماهه به نام آرتین دارد. جواد مشایخ متولد سال ۶۳ است که پیش از اینکه وارد شعبه کریم‌خان شود در ستاد و اداره پایاپای مشغول کار بود. مشایخ در سال‌های خدمت در بانک سامان توانست به مدرک فوق‌لیسانس مدیریت بازرگانی دست پیدا کند که بسیار باارزش است. ضمن اینکه مشوق اصلی او همسرش بوده و او از همسرش و تمام همکاری‌هایی که در این مسیر به او کمک کردند قدردانی می‌کند.

مشایخ می‌گوید: یکی از عوامل مهم پیشرفت سامان، فرهنگ سازمانی است. این مهم باعث شده مشتری‌مداری در سطح عالی انجام شود و پرسنل کاملاً مجرب را تربیت کند. به عنوان نمونه وقتی من بعد از ستاد





گفت و گو: راضیه غنچی
عکس ها: نیلوفر فیاض

یک روز با همکاران شعبه همدان

گفت و گوی ۵ ساعته با تیم برترین های طرح تلاش

چهارشنبه حرکت کردیم. تهران آفتابی بود، وارد همدان که شدیم برف می بارید. قرارمان این بود ۸ صبح پنجشنبه به شعبه برویم و تا ۱۰ صبح مصاحبه ها را انجام دهیم. خوش گویی و خوش رویی همکاران همدان ما را تا ساعت یک در شعبه نگه داشت. در دفتر آقای سعیدی نشستیم و خودشان ترجیح دادند در زمان گفت و گو طبقه پایین باشند تا همکاران راحت تر باشند و حرف هایشان را بزنند. هر بار میان مصاحبه ها طبقه پایین را نگاه می کردم نیلوفر فیاض در حال عکاسی و گپ و گفت با همکاران شعبه و مشتریان بود و فضایی گرمی حاکم شده بود. سراغ همکاران شعبه همدان رفتیم؛ همکارانی که در طرح تلاش بیشترین رتبه یک را کسب کرده اند و این موفقیت به گواه آنها در این شعبه میسر نمی شد مگر با رهبری دلسوزانه آقای سعیدی رییس شعبه که ۳۰ سال سابقه مدیریتی دارد. گفت و گوی گرم ما که در یک روز سرد زمستانی در شعبه همدان انجام شد را بخوانید:

داریم تا آنها به بانک وفادار بمانند.

مهدی رنجبران:

تمرکز مدیریت ارشد بر طرح تلاش

مهدی رنجبران، همکارمان که در بخش عملیات، رتبه کسب کرده است می گوید: موفقیت در طرح تلاش نیازمند تلاش همه همکاران است. مدیریت ارشد روی این طرح تمرکز ویژه دارد تا بانک به یک سودآوری پایدار برسد. وی درباره طرح تلاش خاطرنشان می کند: این طرح، طرح موفق بوده است. امید است که در سایه تلاش همه همکاران بتوانیم به اهداف بانک برسیم. ما در بازاری فعالیت می کنیم که رقابت در آن بسیار دشوار است. تک شعبه ای بودن ما از نگاهی فرصت و از نظری چالش است.

رنجبران می گوید: همه در این طرح به هم کمک می کنند و کار تیمی افزایش یافته، این در حالی است که هر فرد می تواند خود را در این موقعیت نشان دهد. وی در خصوص مدیریت آقای سعیدی می گوید: قطعاً حضور آقای سعیدی کار را سهولت داد، ایشان پدرا نه کار را پیش می برند و همه ما را هدایت می کنند.

جواد المیر:

من این طرح را موفق می بینم

جواد المیر ۷ سال است که در بانک سامان کار می کند. او درباره طرح سامان ۱۴۰۰ می گوید: بعد از اجرای این طرح بهره وری همکاران بیشتر شده است و این طرح باعث دیده شدن آنها می شود. بازاریابی همکاران بعد از طرح سامان

احسان شوشتری:

در فوتبال یک نفر گل می زند؛ اما به یاری همه

احسان شوشتری یکی از همکاران شعبه همدان می گوید: سامان ۱۴۰۰ طرح جدیدی است که در ابتدا ابهام داشت، اما به مرور برای همه ما جا افتاد. این طرح تحولات خوبی در بانک ایجاد کرده است و این تغییرات در شعبه ما به شدت محسوس بوده است. مسیر کاری ما هدفمندانه تر شده و بعد از درک مطلب همکاران توانستند خودشان را با آن وفق دهند.

وی می افزاید: آقای سعیدی ریاست شعبه همدان کمک بسیاری کرد تا این تغییر و تحولات به خوبی جا بیفتد. شوشتری که در حوزه پشتیبان حائز رتبه شده است می گوید: انگیزه و رقابت بسیاری بعد از اجرای این طرح در بانک به وجود آمد. زمانی که خانم کامرانی اولین لوح را گرفت رقابت در شعبه بیشتر شد و مدیریت این رقابت با آقای سعیدی بود که خدا رو شکر به گونه ای پیش رفت که همدلی و همکاری خوبی بین همکاران باشد.

شوشتری ادامه می دهد: همکاری و همدلی در شعبه مانند بازی فوتبال است کسی که گل می زند ممکن است شاخص باشد؛ اما این در حالی است که همه اعضای تیم باعث شدند فردی گل بزند. در سامان ۱۴۰۰ اهداف شخصی باید همسو با اهداف و چشم انداز کلی بانک باشد؛ ولی اگر کاری تیمی نباشد یک نفر به تنهایی نمی تواند کار کند. شوشتری درباره تک شعبه ای بودن بانک سامان در شهر همدان می گوید: اینکه ما تنها شعبه بانک سامان در شهر همدان هستیم کار را بسیار سخت می کند ما باید تمام تلاش مان را بکنیم تا مشتریان را راضی نگه



محسن سعیدی



مهدی دشتی



مهدی جلیلیان



مسعود جوادی فر

من و همکارانم در این شعبه حساب داشتیم.

مجتبی شجری:

اکنون دوره بازسازی است به جای بازاریابی

مجتبی شجری از سال ۹۱ وارد بانک سامان شده و رتبه‌های مختلفی کسب کرده و در جشنواره فروش بیمه‌ای رتبه یک را به دست آورده است.

او می‌گوید: بعد از اجرای این طرح اتفاقات خوبی رخ داد، آقای سعیدی بازاریابی را به عنوان مهارت در شعبه جا انداختند و همه افراد به سمت بازاریابی و بازاریابی رفتند و توانستند نتیجه دلخواه را کسب کنند. مجتبی شجری مدرس دانشگاه است. او می‌گوید: ما بدون حضور در جلسات بازاریابی، مدیران دانشگاه را جذب کردیم. با ارتباطاتی که داشتیم اعضای هیات علمی دانشگاه که از دوستان ما هستند را جذب بانک کردیم. همانطور که می‌بینید ما ۲۴ ساعته کارمند بانک سامان هستیم، صبح اینجاییم و عصرها هم از ظرفیت‌هایمان برای بانک استفاده می‌کنیم. وی خاطرنشان می‌کند: همه این ظرفیت‌ها دست به دست هم داده که این بازاریابی و بازاریابی به سرعت و قدرت انجام شود. ارتباطات ما کمک بسیاری کرد تا بتوانیم این بازاریابی را به نفع بانک و شعبه پیش ببریم و رقابتی که میان بچه‌ها اتفاق افتاد مؤثر بود.

شجری در خصوص طرح سامان ۱۴۰۰ می‌گوید: هر تغییر و تحولی اگر با برنامه باشد قطعاً موفق می‌شود که این موضوع در سامان ۱۴۰۰ کاملاً مشهود است. برنامه‌ریزی و هدف‌گذاری درستی در حال انجام است، برآیند یک تغییر فکر شده حتماً مثبت خواهد بود. وی می‌افزاید: تخصص‌گرایی در شعبه زیاد شده، گردش شغلی بسیار خوبی در شعبه ایجاد شده است و افراد در مهارت‌های مختلف صاحب سبک هستند. اگر کسی، مرخصی برود هیچ مشکلی در شعبه پیش نمی‌آید. شجری با بیان اینکه با جایگزین کردن ابزارهای الکترونیکی شکل بانکداری تغییر کرده است تصریح می‌کند: مشتریان اگر به شعب ما می‌آیند برای خرید محصولات ما به شعبه مراجعه می‌کنند.

سامان ۱۴۰۰ فرهنگ جدید بانکداری را توسعه داده است. وی می‌گوید: دیگر دوره آن تمام شده که می‌گفتند شرکت‌هایی موفق هستند که بازاریابی قوی‌ای دارند، امروزه شرکت‌هایی موفق هستند که بازاریابی قوی دارند، بازاریابی را که همه انجام می‌دهند. شجری در خصوص هوشمندی بانک سامان بیان می‌کند: زمانی که سامان را انتخاب کردم از چندین بانک و شرکت معتبر دعوت‌نامه همکاری داشتیم، بانک سامان را بانک هوشمند می‌دانستم چراکه تحقیق بسیاری درباره بانک کرده بودم. مدیران بانک سامان را مدیران هوشمند دیده بودم، این هوشمندی در کل بانک تسری پیدا کرده است.

وی در خصوص مدیریت آقای سعیدی می‌گوید: کار تیمی در دوره مدیریت آقای سعیدی توسعه پیدا کرده است، ایشان مدیریت مشارکتی را جایگزین مدیریت دستوری کردند. تیم بازاریابی تشکیل و به بچه‌ها بها دادند و همکاران را در شرایطی قرار دادند که در عین رقابت رفاقت می‌کنند.

۱۴۰۰ بیشتر شده است و من این طرح را موفق می‌بینم. وی می‌گوید: جا دارد بگویم انتخاب خانم کامرانی انگیزه‌ای در همکاران ایجاد کرد. روال کاری بعد از این طرح تغییر کرد. کار تیمی بیشتر شد و نکته حائز اهمیت اینکه یک تیم برای موفقیت به یک رهبر نیاز دارد. ۳۰ سال تجربه مدیریتی کمک بسزایی کرد تا ما بتوانیم راحت کار کنیم.

مالمیر درباره جایگاه شعبه همدان می‌گوید: شعبه بانک سامان وجهه بسیار خوبی در همدان دارد. برخورد با مشتریان از سوی کارکنان بانک سامان بسیار خوب بوده است. او که کاربر عملیات است و چندین رتبه در طرح تلاش کسب کرده است، می‌گوید: بیرون از شعبه به صورت گسترده کار می‌کردیم. کارت هدیه گروهی می‌رفتیم. مثلاً پیش می‌آمد ده روز در شعبه نباشم و کار من بر عهده همکارانم باشد. موفقیت‌ها برای ما حاصل نمی‌شد اگر همکاران در شعبه همدان نبودند. ممکن است فردی در موضوعی منتخب شود این امر میسر نمی‌شد مگر با یک همدلی و همکاری جمعی. رفتار دوستانه آقای سعیدی با تک تک همکاران راه را برای انجام کار هموار کرد. ما مشتریان وفادار بسیاری در شهر همدان داریم. مشتریانی که حاضرند با وجود سود کمتر در این شعبه بمانند و این ماحصل رفتار خوب همکاران این شعبه است که همواره احترام و ویژه‌ای برای مشتریان قائل بوده‌اند. بنده به نوبه خودم از همه همکاران تشکر می‌کنم و همچنین قدردان رییس و معاون شعبه هستیم.

مهدی جلیلیان:

بیشتر از هدف‌هایمان به هدف رسیده‌ایم

مهدی جلیلیان که تاکنون رتبه‌های مختلفی در طرح تلاش کسب کرده است می‌گوید: بهتر است در این طرح تمرکز بر اهداف فردی نباشد و اهداف کلی و مجموعه در نظر گرفته شود. رقابت وقتی سالم باشد سازنده است. نباید بگذاریم رقابت کاذب ایجاد شود. وی می‌افزاید: پیشرفت خوبی داشته‌ایم و باعث شده بچه‌ها بیشتر تلاش کنند. در یک سال گذشته تجربه خوبی بوده و ما بیشتر از هدف‌هایمان به هدف رسیده‌ایم. وی در خصوص چشم‌انداز بانک در طرح سامان ۱۴۰۰ می‌گوید: اگر تمرکز بر اهداف فردی نباشد قطعاً نتایج اثربخش‌تری خواهد داشت.

جلیلیان در خصوص رهبری و مدیریت آقای سعیدی در این دوره رییس شعبه بودنشان می‌گوید: آقای سعیدی رییس شعبه همدان در این مدت به همه ما میدان حرکت داد، همکاران وارد عرصه بازاریابی شدند و توانستند بیرون از شعبه رایزنی‌های خوبی انجام دهند. وی خاطرنشان می‌کند: بانک سامان محبوبیت خاصی در شهر همدان دارد. من قبل از اینکه در بانک سامان مشغول به کار شوم این بانک را دوست داشتم و همواره جایگاه خاص و متفاوت بودن این بانک برایم جذاب بوده و جالب است بدانید قبل از ورودم به بانک سامان



مسعود جوادی فر:

موفقیت یک فرد در گرو تلاش دیگری است

مسعود جوادی فر معاون شعبه همدان که از سال ۸۵ در بانک سامان فعالیت می کند، می گوید: در پروژه سامان ۱۴۰۰ کار دیده می شود و همکاران می توانند در عین اینکه خود را به صورت فردی نشان دهند در قالب یک تیم فعالیت کنند.

وی می افزاید: هر فردی که در موضوعی رتبه کسب کرده است ماحصل تلاش فرد دیگری بوده است. یک فرد نمی تواند به تنهایی به موفقیتی برسد مگر اینکه همکاری دیگر همکارانش هم باشد.

معاون شعبه همدان می گوید: بی اغراق می گویم شعبه همدان از بین ۱۰ تا ۱۰۰ امتیاز ۹ تا ۱۰ را دارد و کم بودن سود سپرده ها باعث نشده مشتری از بانک برود. مشتری در بانک سامان می ماند و وفادار هم می ماند.

جوادی فر بیان می کند: آقای سعیدی رهبری و همدلی خوبی در شعبه ایجاد کرده است، درس های بسیاری از ایشان آموختم. ایشان مثل یک پدر ما را همراهی کردند. ما هم وقتی مهربانی و حمایت ایشان را می بینیم تلاش می کنیم کار را به درستی پیش ببریم.

محمدصادق کریم پور:

کار، تیمی انجام می شود

محمدصادق کریم پور سه ماه است که وارد بانک سامان شده است. او درباره طرح تلاش می گوید: این طرح کمک بسیاری به توسعه بانکداری الکترونیک کرده و باعث افزایش رقابت میان همکاران شده است. مشتری به راحتی می تواند بدون مراجعه به شعبه، امور بانکی خود را انجام دهد. من تجربه کمی در بانک دارم؛ اما در همین چند ماه عملکرد خوبی در شعبه دیده ام.

وی می افزاید: مشتریان با توصیه همکاران به انجام فعالیت های بانکی به صورت الکترونیکی می پردازند و با راه هایی همچون تل بانک، نت بانک، موبایلت کاری های بانکی شان را انجام می دهند.

وی می گوید: مشتری ها هم از این وضعیت راضی هستند چرا که کار، به صورت تیمی انجام می شود. کریم پور با بیان اینکه مدیریت آقای سعیدی دلسوزانه است اظهار می کند: آقای سعیدی با روحیه بالا کار را پیش می برند و همواره شاهد بودم که همکاران را توجیه می کردند که این طرح برای خودتان خوب است.



سعید طاهری:

تلاش همکاران در طرح تلاش بیشتر شده است

در ادامه سراغ سعید طاهری رفتیم. سعید طاهری درباره سامان ۱۴۰۰ می گوید: سامان ۱۴۰۰ در این مدتی که آمده روند خوبی داشته است؛ اما باید هوشیار بود که رقابت کاذبی میان همکاران شکل نگیرد. وی با اشاره به طرح تلاش اظهار می کند: همانگونه که از نام این طرح برمی آید تلاش همکاران در این طرح بیشتر شده است.

طاهری معتقد است: اگر در پروژه سامان ۱۴۰۰ تمرکز بر اهداف کلی باشد قطعاً شاهد نتایج اثربخشی تری خواهیم شد. وی ادامه می دهد: مشتری شاید جایی برایش سخت بود؛ اما با هدایت همکاران مشتری آگاه و مطلع شد.

کار تیمی خوبی در شعبه انجام شده است. اگر بچه ها نبودند، قراردادهایی که با سازمان های مختلف منعقد کردیم، میسر نمی شد. وی با بیان اینکه بانک سامان بانک محبوبی است خاطر نشان می کند: این بانک ۸۰ درصد محبوبیت دارد. در مردمان حرف می زنند. خوشبختانه مدیریت آقای سعیدی در هدایت همه همکاران بسیار خوب بوده است.

طناز سالیان:

مدیریت آقای سعیدی پدرا نه است

طناز سالیان ۱۳ سال سابقه کار در بانک سامان دارد و در بخش فروش تخصصی کار کرده است. او می گوید: من آنقدر درگیر تسهیلات شعبه بودم که نتوانستم مشارکت بسیاری کنم و به ادارات بروم و رایزنی هایی انجام دهم. وی با بیان اینکه رقابت بسیاری بین همکاران ایجاد شده است اظهار می کند: سامان ۱۴۰۰ طرح بسیار خوبی است. اگر تمرکز بر کار گروهی بیشتر از کار فردی باشد قطعاً نتایج اثربخش تری خواهد داشت.

سالیان می افزاید: مشتری های ما مشتری وفادار هستند؛ مشتری هایی هستند که به صورت روزمره سراغ ما می آیند، این در حالی است که می توانند کارشان را در خانه انجام دهند اما برای دیدن بچه ها هم که شده به شعبه می آیند. خانم مسنی از مشتریان هستند که هر چند وقت یکبار به دیدن ما می آیند و برای همکاران شیرینی می آورند.

وی در خصوص مدیریت آقای سعیدی می گوید: ایشان پدرا نه همراه ما هستند؛ چه در مسائل کاری چه مسائل شخصی فرقی نمی کند.

آقای سعیدی همدلانه شنونده ما هستند و من حس خوبی دارم که ایشان رییس من هستند.



احسان شوشتری



سعید طاهری



مهدی رنجبران



محمدصادق کریم پور

مهدی دشتی:

از راه‌های دور به شعبه همدان می‌آیند

مهدی دشتی ۸ سال است که در بانک سامان فعالیت می‌کند. او می‌گوید: من در تهران در ستاد مشغول به کار بودم و به تازگی برای زندگی و کار به شهر همدان آمده‌ام. وی درباره طرح تلاش بیان می‌کند: از روزی که این طرح کار خود را آغاز کرده است، همه همکاران تلاش می‌کنند راندمان کاری را بالا ببرند، هم همفکری داشته باشند و هم رقابت.

تاکنون جذب سپرده بیمه خوبی داشته‌ایم و بعد از کار در شعبه هم بازاریابی می‌کنیم تا بانک را به اهدافش برسانیم. تقسیم کاری خوبی انجام شده و مشتری از این بажه به بажه بعد نمی‌رود و خیلی منتظر نمی‌ماند. دشتی با بیان اینکه همه بانک سامان را دوست دارند می‌گوید: از ملایر، بهار، تویسرکان و راه‌های دور به شعبه همدان می‌آیند. مشتریان دوست دارند شعبه‌های بیشتری داشته باشیم و ما آنها را دعوت می‌کنیم که کارهای بانکی خود را به صورت الکترونیکی انجام دهند. وی در خصوص مدیریت آقای سعیدی به عنوان رئیس شعبه اظهار می‌کند: آقای سعیدی یکی از مدیران برتر بانک سامان هستند و یکی از رئیس شعبه‌هایی هستند که از تجربیاتشان استفاده می‌کنند تا بچه‌ها دوستانه و بدون ترس کار کنند.

مدیریتشان بسیار قوی و با برنامه‌ریزی است. آقای سعیدی در این منطقه سرشناس هستند، کارخانه‌داران به خاطر ایشان به شعبه ما می‌آیند. داشتن مدیر خوب یک نعمت است و باعث می‌شود کارمندان با لذت بیشتری همکاری کنند.

حمیدرضا صمدی:

بانک با پرستیژی

حمیدرضا صمدی کارشناس حسابداری است و از سال ۹۱ در بانک سامان فعالیت می‌کند و معتقد است: نسبت به قبل کارها با برنامه و نظم بیشتری انجام می‌شود. او چندین رتبه در طرح تلاش کسب کرده است و می‌گوید: خوشبختانه بعد از پروژه سامان ۱۴۰۰ شعبه رشد قابل توجهی داشته است. وی بیان می‌کند: پرستیژی که بانک سامان دارد هیچ بانک دیگری ندارد و مشتری‌ها برند بانک سامان را دوست دارند. من همواره اسم و برند بانک را دوست داشتم. قبل از بانک دیگری بودم. همه ماهنامه‌های بانک سامان را می‌دیدم جایی از آقای ضرابیه می‌خواندم که این موضوع را مطرح کرده بودند: «تلاش برای تبدیل شدن بانک سامان به عنوان بانک نخست برای تمامی ایرانیان». این گفته خیلی به دلم نشست و با علاقه من را به بانک آورد. صمدی با بیان اینکه آقای سعیدی همکاری بسیار خوبی با ما داشته است می‌گوید: ایشان رفتاری پدرانه با ما دارند؛ حتی بیرون از فضای شعبه با ما قرار می‌گذارند و همواره دغدغه همدلی و دوستی میان همکاران را دارند.

محسن سعیدی:

مدیریت کردن سلاقی مختلف دشوار بود؛ اما شد

در پایان گفت‌وگو با همکاران از آقای سعیدی خواستیم که پشت میزش بیاید و گپ‌وگفتی با این رئیس شعبه موفق داشته باشیم.

محسن سعیدی، رئیس شعبه همدان درباره پروژه سامان ۱۴۰۰ می‌گوید: سامان ۱۴۰۰ از طرح‌های موفق بوده است؛ مشروط به اینکه همزمان استرس مدیریت نشود. هر طرحی الزام موفقیتش به این است که بتوانیم آن را درست مدیریت کنیم. اگر مدیریت به درستی صورت گیرد می‌تواند طرح موفق باشد و خوشبختانه تاکنون که اینطور بوده است. وی می‌افزاید: در ابتدا که من وارد شعبه شدم هر فردی در چارچوب بажه خودش اطلاعات و فعالیت داشت و از بажه کنار خودش اطلاعی نداشت، گردش کاری ایجاد شد به طوری که هر کارمندی به صورت چرخشی در شعبه شروع به کار کرد تا اینکه با پروژه سامان ۱۴۰۰ برخورد کردیم.

سعیدی در ادامه می‌گوید: با اینکه این قانون گذاشته شده که هر کسی فقط سه سال در یک شعبه بماند، تک‌شعبه‌ای بودن همدان باعث خستگی و تکرار کار شده است، تغییر و تحولی نیست و سال‌ها یک فرد در یک بажه و شعبه باقی می‌ماند. وی ادامه داد: ما همکاران را توجیه کردیم که سامان ۱۴۰۰ به نفع خودشان است. خانم کامرانی ۴ بار رتبه اول را گرفتند و بقیه همکاران برای رقابت بیشتر ترغیب شدند. او ۱۵ سال رئیس شعبه بانک ملت و ۱۲ سال رئیس اداره بازرسی بانک ملت بوده است می‌گوید: با روابتی که من در این سال‌ها داشتم و همراهی خوب همکاران در سه ماه ۱۷ تفاهم‌نامه اداری امضا کردیم.

وی با بیان اینکه در هر جلسه همکاران را همراه خودم می‌برم اظهار می‌کند: من در جلسات کلیات را می‌گویم و از آنها می‌خواهم جزئیات را پاسخ دهند. یکی از اداراتی که رفته بودم از آقای عظیمی خواستم ایشان پاسخگو باشند و راینی کنند بعد از صحبت‌های ایشان رئیس آن اداره رو به من گفت من اگر مثل این نیروها داشتم دیگر هیچ مشکلی نداشتیم. رئیس شعبه همدان در خصوص این جلسات می‌گوید: همواره از موضع قدرت در جلسه‌های راینی حضور پیدا می‌کنم نه از موضع ضعف.

سعیدی درباره مدیریت شعبه بیان می‌کند: در ابتدا یک‌دست کردن و مدیریت نظرات و شخصیت‌های مختلف بسیار دشوار بود. سلیقه‌ها و نظرات بسیار متفاوت بود و ایجاد همدلی میان همکاران کار را سخت می‌کرد؛ اما خوشبختانه با همراهی همکاران در این شعبه به نقطه مطلوبی رسیده‌ایم.

سعیدی خاطر نشان می‌کند: خانم کامرانی و آقای عظیمی دو نفر از بهترین همکارهای من بودند که نبودشان کاملاً به چشم می‌آید. این دو همکار با هم ازدواج کردند و به تهران رفتند. هر دو از بهترین‌های شعبه همدان بودند و جا دارد اینجا از همراهی و همکاری خوبشان قدردانی کنم.



طناز سالیان



حمیدرضا صمدی



مجتبی شجری



جواد مالمیر

یک روز با همکاران تلاشگر شعبه همدان







برای قدردانی از یک سال
همراهیتون، خبرهای
تازه داریم...

آزاده فرح آبادی - رئیس باشگاه مشتریان بانک سامان

محصولات جذاب بانکی در سامانیوم

خود را در سپرده آتیه پلاس خود دریافت کند. لازم به توضیح است سپرده آتیه پلاس نوعی سپرده مدت دار است که مشتری به مرور و خود را واریز این سپرده کرده و پس از اتمام مدت قرارداد می تواند سپرده گذاری خود به اضافه سودهای حاصله طی مدت سپرده گذاری را دریافت کند. به زبان دیگر سپرده آتیه پلاس سپرده بلندمدتی است که مبالغ دلخواه حتی اندک در مقاطع ماهانه و به صورت خودکار به این سپرده واریز شده و بالاترین نرخ سود بانکی به همه این مبالغ تعلق می گیرد. امکان تبدیل امتیازات سامانی در باشگاه مشتریان و واریز به این سپرده یک از بهترین راه های سپرده گذاری هرچند اندک برای برداشت سود در آینده است. این بسته در دی ماه سال جاری فعال و مبالغ آن به حساب سپرده آتیه واریز شد. این بسته در دفعات متعدد در فروشگاه سامانیوم فعال خواهد شد.

بازگشت وجه قسمتی از هزینه های کارمزد بانکی

یکی از هزینه های پرداختی از سوی مشتریان کارمزد بانکی است. در ادامه طرح های جدید باشگاه به این فکر رسیدیم که چون امتیازات سامانی بر مبنای میزان تراکنش های انجام شده با کارت مشتریان است قسمتی از این کارمزدها را در قالب بسته های بازگشت کارمزد به عنوان تشویق به اعضای باشگاه پرداخت کنیم. براین اساس مشتریانی که کارمزد بانکی بیشتری به بانک پرداخت کرده اند امتیاز سامانی بالاتری داشته و می توانند از مزیت بازگشت وجه قسمتی از مبالغ کارمزد در سامانیوم بهره مند شوند.

پس از گذشت یک سال از راه اندازی باشگاه مشتریان با توجه به نیازها و بازخوردهایی که از مشتریان خوبمان داشته ایم رویکرد جدیدی در باشگاه مشتریان بانک سامان مدنظر قرار گرفت. در این رویکرد بر آن شدیم فعالیت های مشتریان در بانک به گونه ای ارزش گذاری شود که بتوانیم از خدمات و محصولات بانک و یا گروه مالی سامان برای ارائه پاداش ها و تشویق ها استفاده کنیم. همان طور که شما از یک شرکت هواپیمایی انتظار دارید پاداش وفاداری شما را در قالب بلیت های با قیمت مناسب تر یا امکانات جانبی پرواز به شما ارائه کند حتماً این انتظار از سیستم بانکی نیز وجود دارد که خدمات وفاداری بر مبنای محصولات و خدمات بانکی قابل ارائه به مشتری عرضه شود. بر همین اساس محصولات و خدمات جدیدی در باشگاه در زمستان ۹۸ طراحی و به مشتریان خوب سامانی که در باشگاه مشتریان همراه ما هستند ارائه شد.

خدمات جدید به شرح زیر هستند:

- تبدیل امتیاز به وجه نقد و واریز به سپرده آتیه پلاس
- بازگشت وجه قسمتی از کارمزدهای بانکی پرداخت شده توسط مشتریان
- قرعه کشی سور سامانی
- پرداخت هزینه آبونمان سالانه پیامک از طریق امتیازات سامانی

بازگشت وجه به سپرده آتیه پلاس

این قابلیت در دی ماه امسال به باشگاه مشتریان اضافه شد. در این بسته مشتری با پرداخت امتیاز سامانی تعیین شده می تواند مبلغ ریالی امتیاز



سور سامانی

با یک جایزه ۲۰ میلیونی
و سی جایزه ۱ میلیونی
از ۲۸ دی تا ۳۰ بهمن

بهمن ۱۳۹۸ / سال پانزدهم، شماره ۱۵۲

بانک سامان
SamanBank



با امتیازهای سامانی در سپرده آتیه پلاس
دورنمای زندگیتون رو بهتری ببینید.

سال جدید سامانیومی

سامانیوم حرکتی روبه جلو در پیش دارد. حرکتی که متوقف نمی شود و در راستای بهبود خدمت رسانی به مشتریان طراحی شده است. به زودی نسخه قابل دسترس سایت برای دارندگان سیستم عامل IOS فعال می شود تا مشتریان بتوانند از طریق گوشی های هوشمند از این نسخه برای دسترسی به سامانیوم استفاده کنند. همچنین گزینه جذاب انتقال امتیاز به دیگر اعضا در سال آینده به قابلیت های باشگاه اضافه خواهد شد. در سال جدید با همکاری شرکت کارگزاری بانک سامان آموزش های آنلاین آشنایی با بورس نیز در برنامه های واحد سامانیوم برای مشتریان قرار گرفته است. امید داریم با این برنامه مشتریانی که امکان حضور در کلاس های آشنایی با بورس را نداشته اند بتوانند از این امکانات بهره ببرند.

چگونه از آخرین اخبار سامانیوم مطلع شویم

برای ایجاد ارتباط سریع تر از همان ابتدای راه اندازی سامانیوم صفحه اختصاصی خود را در اینستاگرام فعال کرده است. در این صفحه آخرین اخبار و اطلاعات و آموزش های مربوط به خدمات، محصولات و نحوه امتیاز گیری در سامانیوم به مشتریان به روز رسانی و اعلام می شود. اینستاگرام سامانیوم: <http://www.instagram.com/samanium> همچنین مشتریان خوب سامانی می توانند از طریق آدرس ایمیل samanium@sb24.ir با ما در ارتباط باشند. همیشه برای شنیدن نظرات، پیشنهادها و انتقادات شما آماده هستیم. با ما در سامانیوم همراه باشید.

به توان هم ...

سورسامانی

یکی از برنامه های جذاب باشگاه مشتریان در زمستان سال جاری برگزاری سورسامانی با جوایز هیجان انگیز آن است. در این دوره از سور سامانی یک جایزه ۲۰ میلیون تومانی و ۳۰ جایزه ۱ میلیون تومانی به مشتریان شرکت کننده و خریدار بسته قرعه کشی سورسامانی اهدا خواهد شد. برای شرکت در این قرعه کشی کافی است پس از عضویت، ثبت کارت و کسب امتیاز سامانی کافی، بسته های قرعه کشی از سوی مشتریان خریداری شود. نکته مهم و هیجان انگیز سور سامانی برگزاری قرعه کشی آن به صورت آنلاین از طریق صفحه اینستاگرام سامانیوم است.

پرداخت هزینه آبونمان سالانه پیام کوتاه از امتیازات سامانی

یکی از کارمزدهای پرداختی از سوی مشتریان آبونمان سالانه پیام کوتاه بانکی است. برای ایجاد تمایز به عنوان یکی از محصولات جدید باشگاه در نظر داریم این امکان را برای مشتریان خوب و فعال سامانیوم که امتیاز بالایی نیز دارند فراهم کنیم تا بتوانند با مصرف امتیازات سامانی خود این کارمزد را پرداخت کنند. براین اساس با خرید بسته پرداخت هزینه آبونمان هزینه مورد نظر در بازه زمانی اعلام شده به سپرده مشتری برگشت داده می شود. معنای این فرآیند این است که مشتری هزینه پیامک را پرداخت می کند اما با خرید بسته بازگشت آبونمان پیام کوتاه این هزینه به مشتری بازگشت داده می شود. همچنان به دنبال محصولات جذاب بانکی در سامانیوم هستیم. ما در سامانیوم به دنبال تمایز و ارائه محصولات جدید هستیم. هدف از این کار بالابردن پویایی و ایجاد جذابیت بیشتر برای مشتریان خوب سامانیومی است. مشتریانی که ارتباطات بیشتر و هدفمندتری را با ما آغاز کرده اند در ادامه راه با ما می بایست از فواید و خدمات متمایزتری بهره مند شوند.



از ۱۵ تا ۳۰ بهمن، امتیازها رو
به پول نقد تبدیل کن!

تقدیر از برگزیدگان طرح تلاش



عکس ها: جمفر نگیری

شماره پرسنلی	اسامی همکاران	عنوان کسب شده	محل خدمت	نحوه شرکت در جلسه
۳۹۴۰۰۷	علی زاهدی فر	بانکدار پشتیبان (تعداد)	شعبه آمل	-
۳۹۲۱۲۴	علی زاهدی فر	بانکدار پشتیبان (رشد)	شعبه آمل	-
۳۹۱۳۸۴	سیدعلی حسینی	بانکدار عملیات (تعداد)	آفریقای شمالی	حضور
۳۹۷۰۴۲	مریم پیرکندی	بانکدار عملیات (رشد)	سرداران ارومیه	-
۳۹۰۱۷۲	مهدی پورحسینی	بانکدار فروش (تعداد)	سجاد مشهد	Skype
۳۸۴۲۳۷	محمدعلی واحدی	بانکدار فروش (رشد)	میدان ونک	حضور
۳۸۵۱۹۴	هدا حق وردی	بانکدار فروش تخصصی (تعداد)	شعبه کرمان	Skype
۳۸۵۱۹۴	سعید احمدی جویاری	بانکدار فروش تخصصی (رشد)	شعبه کرمان	Skype
۳۹۲۰۲۷	آرش علی حسینی	خوش آمدگو	بلوار فردوس	حضور
۳۸۶۰۳۱	حسین حکمت	خوش آمدگو	ملت - اکباتان	حضور
۳۹۲۰۰۴	وحید نظری مجد	خوش آمدگو	آفریقای شمالی	حضور
۳۸۵۲۴۵	رضا مرادزاده	خوش آمدگو	سعادت آباد	حضور
۳۸۹۱۳۷	عبدالمجید فتح الهی	خوش آمدگو	اقدسیه	حضور
۳۹۰۱۵۸	صدیقه صافیان	خوش آمدگو	مرکزی	حضور

همچنین برای اهدای جوایز همکاران شعب کرمان و سجاد مشهد از طریق اسکایپ با آنها ارتباط برقرار شد.



آینده‌نگری سازمانی یا آینده‌نگری استراتژیک، حوزه‌ای نوظهور با قدمتی دیرینه

| پرستو نیک‌رنگ مفرد- دفتر مدیریت استراتژی و پروژه

و درک بهتر این مفهوم کارآمد باشند:

تعریف اول

«آینده‌نگری مدیریتی، توانمندی پیش‌بینی چگونگی تأثیر فعالیت‌های مدیران بر خلق مزیت رقابتی است» (Ahuja et al, ۲۰۰۵)
این تعریف بر تأثیر افراد تأکید داشته و دیدگاهی «منابع محور» دارد. این تعریف معتقد است که مدیران می‌بایست با آینده‌نگری، اقدامات «اکنون» خود و «منابع» در اختیار خود را جهت خلق مزیت رقابتی در آینده، بکار گیرند.

تعریف دوم

«آینده‌نگری صنعت، براساس بینشی عمیق در رابطه با تغییرات فناوری، جمعیت‌شناسی، قوانین و سبک‌های زندگی شکل گرفته که می‌تواند جهت بازنویسی قوانین صنعت و ایجاد فضای رقابتی جدید مورد استفاده قرار گیرد» (Hamel & Prahalad, ۱۹۹۴)
این تعریف بر این امر تأکید دارد که سازمان‌ها می‌بایست سیستم‌هایی تفسیری بنا نمایند که داده‌های پویا شده از محیط را به اقدامات مدیریتی ترجمه نماید و دیدگاهی «فرآیند محور» دارد.

تعریف سوم

«آینده‌نگری می‌بایست به عنوان یک فرآیند مشارکتی، جمع‌آوری هوش آینده و با چشم‌اندازی میان‌مدت تا بلندمدت درک گردد که به صورت

آنچه که امروزه با آن مواجه هستیم نامطمئنی از آینده است، از این رو نیاز ما به شناسایی و درک عوامل ایجاد کننده این عدم اطمینان، بیشتر و بیشتر شود. آینده‌نگری سازمانی (همان آینده‌نگری استراتژیک) به مدیران این امکان را می‌دهد که موقعیت‌های عدم اطمینان آینده را شناسایی کرده و بر آن اساس برای سازمان خود را آماده کرده و اقدام کنند. نظر به قرار گرفتن در عصر VUCA (Volatility نوسان (بی‌ثباتی)، uncertainty عدم اطمینان، Complexity پیچیدگی و Ambiguity ابهام)، اهمیت پیش‌بینی سناریوهای محتمل و ایجاد آمادگی لازم برای مواجهه با آنها بیش از پیش احساس می‌شود.

آنچه قبل از پرداختن به تعاریف آینده‌نگری استراتژیک می‌بایست در نظر قرار گیرد این است که اصطلاحات متعددی من جمله «آینده‌نگری سازمانی» و «تحقیقات آینده» نیز به عنوان مترادف این مفهوم در مقالات و تحقیقات، مورد استفاده قرار می‌گیرد.
حال سؤالی که مطرح می‌شود این است که «آینده‌نگری استراتژیک چیست؟»

مفهوم آینده‌نگری بر سه پیش‌فرض استوار است:

- امکان وقوع آینده‌های متعددی وجود دارد.

- محرک‌های تغییر قابل‌شناسایی و قابل‌بررسی هستند.

- آینده تأثیرپذیر است.

تعاریف ذیل می‌توانند در شناسایی عناصر کلیدی آینده‌نگری استراتژیک



از این که به صوت کامل ظهور پیدا کنند و درک ویژگی‌های اجتماعی‌ای که احتمال دارد در شکل‌دهی اتفاقات آینده تأثیر داشته باشند.» «آینده‌نگری سازمانی، توانمندی سازمانی در «خواندن» محیط، مشاهده، درک و تشخیص تفاوت‌های نامحسوس است. (Tsoukas & shepherd, ۲۰۰۴)

در هر دو تعریف پایانی، عامدانه اشاره‌ای به حوزه‌هایی که آینده‌نگری سازمانی بر آن‌ها تأثیر نهایی دارد نشده است، چراکه آینده‌نگری استراتژیک بر حوزه‌های بسیار مختلفی همچون مدیریت ریسک، توسعه سازمانی، مدیریت نوآوری، مدیریت استراتژی و ... تأثیر می‌گذارد. به همین علت است که گفته می‌شود، آینده‌نگری استراتژیک تأثیر شگرفی بر «تصمیم‌سازی» سازمانی دارد.

در پایان می‌توان نتیجه گرفت که آینده‌نگری استراتژیک یک سازمان را قادر می‌سازد تا زیربنایی محکم جهت ایجاد مزیت رقابتی ایجاد نماید. آینده‌نگری استراتژیک شامل شناسایی، مشاهده و درک فاکتورهای محرک تغییر و مشخص نمودن اقدامات محتمل سازمانی و تسهیل پاسخ‌های متناسب با تغییرات در سازمان است. آینده‌نگری استراتژیک ذی‌نفعان زیادی در سازمان داشته و از طریق ایجاد دسترسی به منابع داده‌ای مهم (فراتر از سایر رقبا)، آماده‌سازی سازمان برای تغییرات و حرکت دادن سازمان در مسیر «آینده دلخواه»، به خلق ارزش می‌پردازد.

سیستماتیک تلاش می‌کند آینده علم، اقتصاد و جامعه را درک نموده و از نتایج آن جهت تصمیم‌سازی‌های زمان حال و هم‌راستاسازی تمام منابع در اختیار استفاده کند» (Becker ۲۰۰۲).

برخلاف این امر که تعریف فوق به صورت گسترده مورد استفاده قرار گرفته است، براساس یک منطق خطی فرآیندی بنا شده که امروزه روشی صحیح تلقی نمی‌گردد و در همین جهت تعریف‌های بعدی تدوین شده است.

تعریف چهارم

«آینده‌نگری استراتژیک توانمندی خلق و نگهداشت یک دیدگاه آینده‌نگرانه با کیفیت، منسجم و عملیاتی است که از آن به صورت مفیدی برای سازمان استفاده گردد. به عنوان مثال برای شناسایی شرایط مضر و منفی، تنظیم قوانین و مقررات، فرم‌دهی استراتژی و کشف بازارها، محصولات و خدمات جدید.» (Slaughter, ۱۹۹۷)

این دیدگاه بر این نیاز تأکید دارد که می‌بایست از منطق خطی در ترجمان بینش‌های آینده‌نگرانه به اقدامات مدیریتی فاصله گرفت.

تعریف پنجم

«آینده‌نگری به توانمندی «دیدن» از میان «ابهامات» موجود، شناسایی نقاط توسعه‌ای قبل از این که تبدیل به ترند شوند، شناسایی الگوها قبل

سامانیوم آماده همکاری با شرکت‌های معتبر

| مروارید رفیعی |

باشگاه مشتریان بانک سامان (سامانیوم) در آذرماه سال ۱۳۹۷ با هدف ارائه خدمات ارزش افزوده به مشتریان وفادار ایجاد شده و با ارائه خدمات متنوع به شرح زیر در یک سال گذشته توانسته است ۴۲۰۰۰ نفر از مشتریان سامانی را با خود همراه کند.

- ارائه کدهای تخفیف از مراکز معتبر
- برگزاری قرعه‌کشی‌های سورسامانی
- برگزاری کلاس‌های آموزش بورس و سواد مالی در شهرهای بزرگ
- بازگشت وجه امتیازات کسب شده با عنوان دشت سامانی
- بازگشت وجه امتیازات به سپرده آتیه پلاس و ...

سامانیوم
Samanium



سامانیوم در یک سال گذشته با بیش از ۳۵ شرکت معتبر برای دریافت کدهای تخفیف همکاری نزدیکی داشته است. این شرکت‌ها عبارت‌اند از:

سامانیوم آمادگی خود را برای همکاری با شرکت‌های معتبر اعلام می‌کند. شما می‌توانید از طریق پست الکترونیک samanium@sb24.ir با ما در ارتباط باشید.



سامان جمشیدی
مدرس زبان آکادمی سامان

۴ دلیل برای اهمیت یادگیری زبان انگلیسی

در بازار بین‌المللی می‌تواند حقیقتاً زندگی شما را تغییر دهد.

دانستن زبان انگلیسی شما را به دنیایی از سرگرمی متصل می‌کند

بسیاری از فیلم‌ها، کتاب‌ها و موسیقی‌های برتر دنیا به زبان انگلیسی منتشر و تولید می‌شوند. بنابراین با یادگیری زبان انگلیسی می‌توانید به منبع عظیمی از محتوای سرگرم‌کننده دست یافته و درک فرهنگی بالاتری به دست آورید. اگر به زبان انگلیسی صحبت کنید دیگر نیاز ندارید به ترجمه‌ها و زیرنویس‌ها تکیه نمایید تا بتوانید از کتاب‌ها، ترانه‌ها، فیلم‌ها و برنامه‌های تلویزیونی مورد علاقه‌تان لذت ببرید. تماشای فیلم و برنامه‌های تلویزیونی به زبان انگلیسی نیز یک روش عالی و جالب برای یادگیری زبان است. ما در ECL زبان‌آموزان را تشویق می‌کنیم تا برای تمرین زبان انگلیسی در خارج از محیط کلاس، در برنامه‌های اجتماعی حضور یابند. این فعالیت‌ها می‌تواند شامل تماشای فیلم‌های محبوب به زبان انگلیسی، حضور در برنامه‌های ورزشی، نمایشگاه‌های هنری، موزه‌ها، سفرها و گردش‌های کوتاه به اماکن محلی و تاریخی باشد. این برنامه به نحوی طراحی شده که زبان‌آموزان را به یادگیری و استفاده از زبان انگلیسی در فرهنگ بریتانیا ترغیب کند.



یادگیری زبان انگلیسی امکان دسترسی به مطالب بیشتری

را در اینترنت فراهم می‌کند

طبق گزارش Education First، انگلیسی زبان اینترنت به شمار می‌رود. روزانه حدود ۵۶۵ میلیون نفر از اینترنت استفاده می‌کنند و زبان تقریباً ۵۲ درصد از پر بازدیدترین وبسایت‌ها انگلیسی است. یادگیری زبان انگلیسی اهمیت زیادی دارد چرا که امکان دسترسی به بیش از نیمی از محتوای اینترنتی را برای شما فراهم می‌کند. اگر خواندن به زبان انگلیسی را بلد باشید می‌توانید به میلیاردها صفحه از اطلاعات دست یابید.

اهمیت یادگیری زبان انگلیسی در عصر حاضر

علیرغم آنکه ممکن است یادگیری زبان انگلیسی دشوار و طولانی باشد، اما خواهید دید که بسیار ارزشمند بوده و می‌تواند فرصت‌های فوق‌العاده‌ای در اختیارتان قرار دهد.

انگلیسی زبان علم، هوانوردی، کامپیوتر، سیاست و گردشگری است. دانستن زبان انگلیسی شانس شما برای داشتن یک شغل خوب در شرکت‌های چندملیتی در داخل کشورتان یا شغلی مناسب در خارج از کشور را افزایش می‌دهد. زبان انگلیسی زبان روابط بین‌المللی، رسانه و اینترنت نیز می‌باشد، بنابراین یادگیری آن علاوه بر کار، در برقراری روابط اجتماعی و سرگرمی نیز اهمیت دارد. در ادامه ۴ عاملی را بررسی می‌کنیم که موجب می‌شود یادگیری زبان انگلیسی از اهمیت بالایی برخوردار شود:

انگلیسی زبان ارتباطات بین‌المللی است

شاید بیشتر کشورها انگلیسی‌زبان نباشند اما انگلیسی زبان رسمی ۵۳ کشور است و حدود ۴۰۰ میلیون نفر در سراسر دنیا انگلیسی صحبت می‌کنند. مزیت صحبت کردن به زبان انگلیسی فقط محدود به برقراری ارتباط با انگلیسی‌زبان‌ها نمی‌شود؛ انگلیسی رایج‌ترین زبان دوم در دنیاست. اگر بخواهید با فردی از کشوری دیگر حرف بزنید، هر دو می‌توانید به زبان انگلیسی با هم گفت‌وگو کنید. شورای فرهنگی بریتانیا پیش‌بینی می‌کند که تا سال ۲۰۲۰ دو میلیارد نفر در دنیا در حال یادگیری زبان انگلیسی خواهند بود. یادگیری زبان انگلیسی مهم است زیرا شما را قادر می‌سازد تا به راحتی با شهروندانی از سراسر دنیا ارتباط برقرار کنید. اگر در مدارس ELC انگلیسی بیاموزید، می‌توانید با افرادی از کشورهای مختلف آشنا شده و به زبان انگلیسی با آنها صحبت کنید.

انگلیسی زبان تجارت است

انگلیسی زبان اصلی تجارت است و دانستن آن برای افرادی که قصد دارند به نیروی کار بین‌المللی بپیوندند، به یک ضرورت تبدیل شده است. تحقیقات در سراسر دنیا نشان می‌دهد که روابط تجاری برون‌مرزی اغلب به زبان انگلیسی انجام می‌شود و بسیاری از شرکت‌های بین‌المللی از کارمندان‌شان انتظار دارند که تسلط کامل به زبان انگلیسی داشته باشند. شرکت‌های جهانی مانند ایرباس، دیملر کرایسلر، فست ریتلینگ، نوکیا، رنو، سامسونگ، SAP، تکنیکالر و میکروسافت در بیژینگ زبان انگلیسی را به عنوان زبان اداری خود الزامی کرده‌اند. به علاوه در سال ۲۰۱۰ شرکت راکوتن که واسطه آمازون و e-Bay در ژاپن است، ۷۱۰۰ کارمند خود را ملزم به دانستن زبان انگلیسی کرد. یادگیری زبان انگلیسی



حمایت بانک سامان از ۷ کودک تحت پوشش مؤسسه خیریه سپهر

مدیریت سرمایه انسانی

بنیاد خیریه سپهر پس از وقوع زلزله تأسفبار شهرستان بم، به منظور خدمت رسانی به بخشی از آسیب دیدگان این فاجعه غم انگیز در خردادماه ۱۳۸۳ تأسیس شد. در حال حاضر قریب ۶۰۰ نفر توان خواه اعم از کودکان و نوجوانان بی سرپرست، معلولین جسمی و ذهنی، سالمند، کودکان کم شنوا و ناشنوا، زنان سرپرست خانوار، دختران خودسرپرست و... در شهرستان بم و پاکدشت تحت مراقبت و نگهداری شبانه روزی این بنیاد می باشند. بانک سامان همه ساله با حمایت های بی دریغ خود ما را در تأمین بخشی از هزینه های مراکز نگهداری فرزندان تحت پوشش بنیاد خیریه سپهر یاری نموده است. در سال ۱۳۹۸ نیز با تأمین بخشی از هزینه های تحصیلی ۷ نفر از فرزندان سپهر ما را همراهی نمود. با عنایت به اینکه بخش عمده ای منابع مالی این بنیاد از محل کمک های مردمی و خیرین گرامی تأمین می شود، بدون تردید استمرار یارسانی به توان خواهان مذکور بدون حمایت و مساعدت و همت بلند نیک اندیشان و خیرین امکان پذیر نخواهد بود.

شماره حساب خیریه سپهر در بانک سامان:

۸۰۱-۸۱۰-۲۳۶۵۲۱-۱



نام و نام خانوادگی	محل خدمت
کلیه پرسنل	استاد شهیار تبریز

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

با تشکر

مدیریت سرمایه انسانی

ساعت ۱۲: ساختمان مرکزی بانک سامان اتاق جلسات طبقه هفتم. گردونه چرخانده شده و ۱۱ عدد مشخص شده. گردونه برای عدد ۱۲دهم در حال چرخش است. گردونه ایستاد و گوی برداشته شد. گوینده: و آخرین عدد شماره ۵ شماره اخر وارد شد و دکمه اینترنت فشرده شد. چند ثانیه سکوت. نگاه‌ها همه به مانیتورو کامپیوتر در حال کار... اقدسیه، پاسداران، یافت‌آباد، پاسداران! یهو یکی گفت:

محمد بنی‌حسن

پاسداران دونفر

دونفر از مسافرا باهم اومدن و ماشین برندگان ۱۰۰ میلیونی حرکت کرد. برای اولین بار تو این ۶ سال ۲ برنده از جایزه بزرگ از یک شعبه اونم تو به قرعه‌کشی. اتفاقی که احتمالش مثل ... هر غیرممکنی هست که تو ذهنتون میشینه.

اقدسیه



پاسداران



یافت‌آباد





Banking Social Media Marketing Puzzle

پازل بازاریابی رسانه اجتماعی بانکی (BSMMP)

لیلا نوری - مدیریت روابط عمومی و صدای مشتریان

با روی کار آمدن رسانه‌های اجتماعی جدید یا حذف رسانه‌های قبلی با عواملی همچون فیلترینگ و موارد دیگر، نیاز است همیشه در حال رصد رفتار مخاطبین و جمع‌آوری اطلاعات از آن‌ها باشیم. بدیهی است که نمی‌توان یک نسخه واحد و همیشگی برای کسب‌وکارها پیچید. اگر شما درگیر استفاده از رسانه‌های اجتماعی هستید آیا یک استراتژی واضح برای بازاریابی رسانه‌های اجتماعی خود دارید؟ از چه ابزارهایی استفاده می‌کنید؟ به‌منظور پاسخ به سؤال مطرح‌شده باید بتوان استراتژی و مدل کسب‌وکار را مشخص کرد.

استراتژی بازاریابی رسانه‌های اجتماعی

استراتژی بازاریابی رسانه‌های اجتماعی به‌گونه‌ای نرم قابل تغییر و اصلاح است. همچنان که جلو می‌روید ممکن است متوجه شوید بعضی تاکتیک‌ها به‌اندازه کافی قوی نبوده و نیاز به تغییر دارد. همواره تلاش

حضور در فضای مجازی و استفاده از امکانات آن به یک عادت تبدیل شده است. افراد مانند وابستگی به نفس کشیدن، غذاخوردن، خوابیدن و موارد مشابه آن به استفاده از محیط مجازی به‌خصوص رسانه‌های اجتماعی وابسته شده‌اند. نقش رسانه‌های اجتماعی بسیار پررنگ‌تر شده است. استفاده از فضای مجازی به یک عادت تبدیل شده است. افراد وقتی صبح از خواب بیدار می‌شوند قبل از هر کاری گوشی خود را نگاه می‌کنند. در ثانیه‌های اولیه بیداری تحت تأثیر رسانه‌های مجازی قرار دارند. تمامی گروه‌ها و صنایع در حال فعالیت در محیط مجازی هستند و برای خود الگوی خاص طراحی کرده‌اند. این فعالیت‌ها با یکدیگر ارتباط تنگاتنگی دارند. هیچ‌یک از این فعالیت‌ها مجزا از یکدیگر نیستند بلکه مانند یک پازل با یکدیگر ارتباط داشته و درنهایت وقتی پازل تکمیل می‌شود امید به دست یافتن به اهداف شکل می‌گیرد. فعالیت در صنعت بانکداری نیز از این اصل مستثنی نیست.

کنید خود را با شرایط سریع تطبیق دهید و تغییرات لازم را در استراتژی کلی خود به وجود آورید.

بانک‌ها به‌عنوان یک صنعت که در حوزه مسائل مالی فعالیت می‌کنند برای حضور در رسانه‌های اجتماعی نیازمند یک چشم‌انداز مشخص به‌منظور پشتیبانی از تصویر برند، محرک‌های کسب‌وکار و استراتژی سازمان می‌باشند. به همین منظور، کلیه اقدامات بانک باید با اهداف کلی کسب‌وکار هماهنگ باشند.

بانک‌ها باید با استفاده از تعریف چشم‌انداز و استراتژی رسانه اجتماعی خود، امکانات و قابلیت‌های مرتبط، به یک سؤال عمومی که «چطور رسانه می‌تواند به بانک برای دستیابی به اهداف کسب‌وکار آن کمک کند؟» پاسخ دهند.

از موضوعات استراتژیک رایج مورد استفاده بانک‌ها در رسانه‌های اجتماعی می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- اطلاع‌رسانی سریع و ارتقای حضور
- شناساندن برند به‌صورت آنلاین
- بهبود تجربه مشتری و ارتقای خدمات ارائه‌شده به مشتریان
- بخش‌بندی مشتریان و کسب بینش مرتبط با مشتریان
- ایده و نوآوری در ارائه محصولات و خدمات
- افزایش درآمد از طریق بازاریابی
- کاهش هزینه‌های عملیاتی

مدل یکپارچه کسب‌وکار اجتماعی

فعالیت بانک در رسانه‌های اجتماعی، کل ساختار بانک و حوزه‌های مختلف کسب‌وکار آن را تحت تأثیر قرار می‌دهد. رسانه‌های اجتماعی حکم ویرترین بانک را دارند. لذا تطبیق فرآیندها و عملیات با چشم‌انداز استراتژی به‌منظور خلق ارزش از طریق کانال‌های رسانه‌های اجتماعی و استفاده از بینش‌های اجتماعی امری ضروری است. کلیه بخش‌های سازمان باید قابلیت‌ها و انعطاف‌پذیری لازم برای ارائه خدمات در رسانه‌های اجتماعی را داشته باشند. همچنین باید سازوکارهایی به‌منظور اطمینان از کسب بینش‌های اجتماعی به‌نحوی که تمامی گروه‌های ذینفعان به اهداف خود برسند وجود داشته باشد. ایجاد قابلیت‌های جدید برای تعامل با مشتریان در کانال‌های رسانه‌های اجتماعی، تحلیل بینش‌های کسب‌شده، شناسایی فرصت‌ها و پاسخگویی مناسب به نیازهای مشتریان منجر به ایجاد یک مدل یکپارچه کسب‌وکار اجتماعی می‌شود.

حوزه‌های اصلی فعالیت در پازل رسانه بانکی - اجتماعی عبارت‌اند از: فروش و بازاریابی: فرصت‌ها و شیوه‌های جدیدی برای فروش و بازاریابی را فراهم می‌آورند.

خدمات دهی به مشتریان: مسیر ارتباطی جدید با مشتریان است که ضمن استفاده همه‌جانبه، به‌طور مستمر پایش می‌شود. بدین منظور همراه‌سازی و مشارکت دهی مشتریان در تمامی کانال‌های مورد استفاده و رصد فعالانه شکایات و پیشنهادهای آن‌ها ضروری است.

محصولات و خدمات: رسانه‌های اجتماعی اهرم انتقال‌دهنده بازخوردها و نظرات مشتریان در ارتباط با محصولات و خدمات جدید مانند نیازهای برطرف نشده است که می‌تواند در راستای اصلاح و بهبود محصولات و خدمات مورد استفاده قرار گیرد.

ارتباطات: کانال‌های اجتماعی به‌طورکلی ماهیت ارتباطات با مشتریان را تغییر داده‌اند؛ بنابراین، در راستای انتقال مناسب اطلاعات، اهمیت

شفافیت در ارتباطات با مشتریان و لزوم آموزش کارکنان در این خصوص افزایش یافته است.

فناوری: بانک‌ها باید زیرساخت فنی لازم را بهبود بخشند و در صورت لزوم ایجاد نمایند. در این راستا، یکپارچه‌سازی کانال‌های مختلف رسانه‌های اجتماعی و سیستم‌های داخلی ضروری است.

واحدهای صف / ستاد: حضور فعالانه کارکنان بانک در رسانه‌های اجتماعی نقش مهمی در بهبود تصویر برند بانک دارد. بازخوردهای ارائه‌شده از طرف آن‌ها می‌تواند به بهبود فرآیندهای عملیاتی کمک کند و آموزش‌های ارائه‌شده به کارکنان در رسانه‌های اجتماعی باعث کاهش مشکلات کاری و ارائه مناسب‌تر خدمات در واحدهای صف و ستاد بانک خواهد شد.

ریسک / تطبیق: بانک‌ها باید سیاست‌ها و روندهای اجرایی حضور خود در رسانه‌های اجتماعی را با اهداف استراتژیک، خطوط راهنمای ریسک و تطبیق و مقررات مربوط به امنیت، حریم خصوصی و حفظ داده‌ها هم‌راستا سازند.

سرمایه انسانی: پاسخگویی مناسب به انتظارات مشتریان در رسانه‌های اجتماعی نیازمند مهارت‌های جدید است. بدین منظور، آموزش کارکنان در حوزه ارتباط با مشتری به‌خصوص با نسل جوان جامعه جهت همراه‌سازی و مشارکت دهی آن‌ها و همچنین معرفی مناسب برند به آن‌ها ضروری است.

مؤلفه‌ها

پرجالش‌ترین بخش موضوع در رسانه‌های اجتماعی، تصمیم‌گیری در رابطه با این موضوع است که از کجا شروع کنیم. این پازل، چارچوبی برای بررسی موضوعات فوق در قالب شش مؤلفه را فراهم می‌نماید که توجه به آن‌ها برای موفقیت بانک‌ها در رسانه‌های اجتماعی از اهمیت زیادی برخوردار است. مؤلفه‌های یادشده عبارت‌اند از:

تعاملات اجتماعی بانک: چگونگی تعامل با مشتریان در رسانه‌های اجتماعی به‌منظور ایجاد ارزش‌های اجتماعی مشترک

اطلاع‌رسانی سریع: اطلاع‌رسانی از آخرین اخبار بانک (موفقیت‌ها، محصولات و خدمات) به مشتریان

اکوسیستم اجتماعی: ایجاد ترکیب مناسبی از کانال‌های رسانه‌های اجتماعی جهت پشتیبانی از اهداف کلی کسب‌وکار بانک

کانال‌های توسعه‌یافته اجتماعی: ارتقای کانال‌های سنتی بانک و ادغام آن‌ها با کانال‌های رسانه‌های اجتماعی برای ارتباط دوسویه با مشتریان در هر زمان و هر مکان

اجرای آزمایشی برنامه‌های رسانه اجتماعی: اجرای آزمایشی برنامه‌های رسانه اجتماعی به‌منظور تعیین مشتریان هدف و شناسایی

بهترین شیوه‌های همراه‌سازی و مشارکت دهی آن‌ها

ریسک و کنترل (موارد قانونی و مقررات تطبیق): لحاظ نمودن سیاست‌های مناسب و رعایت مقررات ریسک و تطبیق جهت نظارت بر اقدامات رسانه‌های اجتماعی و کنترل بخش‌های ذی‌ربط در سازمان.

توانمندسازی

برای توانمند شدن در پازل رسانه بانکی - اجتماعی اقدامات زیر ضروری است:

ارزیابی وضع موجود و تدوین استراتژی بازاریابی در رسانه اجتماعی:

استراتژی بازاریابی محتوا را تدوین کنید

رسانه‌های اجتماعی و محتوا رابطه‌ای تنگاتنگ با یکدیگر دارند. بدون محتوای فوق‌العاده بازاریابی رسانه‌های اجتماعی غیرممکن و بی‌معنی خواهد بود و بدون رسانه‌های اجتماعی کسی از محتواهای شما باخبر نخواهد شد. سه مؤلفه‌ی بنیادی نوع محتوا، زمان پست کردن محتوا و تعداد محتوای پست شده حساس‌ترین بخش استراتژی است. مطالعات بسیاری در رابطه با بهترین زمان پست کردن محتوا در رسانه‌های اجتماعی وجود دارد که می‌توان به‌عنوان راهنما از آن بهره برد. مخاطب شما منحصر به فرد است. با آزمون و خطا بهترین زمان را برای جذب آن‌ها پیدا کنید. پیدا کردن مناسب‌ترین تعداد پست یا به عبارت بهتر و دقیق‌تر، بهترین نرخ پست گذاری می‌تواند بسیار حیاتی باشد، زیرا می‌تواند مشارکت بیشتری را برانگیزد یا در مقابل، موجب آنفالو و آنالیک شدن شما بشود. توجه کنید که پست گذاشتن باعث آزار مشتریانانتان نشود. بعد از تولید محتوا، به کلمات‌های کاربران دقت کنید. ایجاد یک انجمن آنلاین نیازمند ارتباط و تعامل با دیگران است. اگر وب‌سایتی دارید می‌توانید آن را با رسانه‌های اجتماعی هماهنگ و ادغام سازید. می‌توانید محتوای تدوین شده بازاریابی خود را از طریق پست‌های وبلاگ، ویدئوها، سؤالات متداول، اطلاعاتیه‌های مطبوعاتی، مطالعات موردی، کاغذهای سفید، فیلم‌ها/اسلایدها / پاورپونت، مقالات برجسته، راهنماهای صنعت، اخبار تجاری و... انتشار دهید.

اهداف بازاریابی رسانه‌های اجتماعی خود را اجرا کنید

اطمینان حاصل کنید که اهداف بازاریابی شما SMART است. اصول بازاریابی رسانه‌های اجتماعی به شما می‌گوید که می‌توانید دستوردهای خود را با رویکرد S-M-A-R-T تعیین کنید. اهداف و دستوردهای شما باید ویژه و منحصر به فرد (Specific)، قابل اندازه‌گیری (Measurable)، قابل دستیابی (Achievable)، واقع‌گرایانه (Realistic) و به موقع (Timely) باشند.

در مورد رقبای خود تحقیق کنید

در تحلیل پروفایل‌های اجتماعی رقیب به دنبال کننده‌ها و پیگیری‌ها، فرکانس ارسال، زمان روز، نوع محتوا، متن محتوا، میزان نامزدی در شبکه‌های اجتماعی، شناسایی پلتفرم‌های مخاطبان هدف دقت کنید.

زمان‌بندی کنید

ابزارهای رایگانی مثل Buffer یا Hoot suite به شما در زمان‌بندی کردن کارهایتان کمک می‌رسانند. برای مثال می‌توانید حداقل یا حداکثر زمانی که باید در هر رسانه اجتماعی صرف کنید تا وجود و مطالباتان اثربخش باشد را محاسبه کرده و ساعات اوج فعالیت‌های هر رسانه را تعیین کنید. به این صورت شما همه‌ی زمان خود را در یک رسانه خاص صرف نمی‌کنید.

مشاهدات ناشی از تجزیه و تحلیل‌ها را رسم کنید

معیارهای رسانه‌های اجتماعی و ROI (نرخ بازگشت) خود را در رسانه‌های اجتماعی و معیارهای مناسب رسانه‌های اجتماعی را پیدا کنید. مهم نیست که از کدامیک از سرویس‌های کوتاه کننده لینک، گوگل آنالیز، هوت سویت یا... استفاده می‌کنید؛ چیزی که مهم است این است

اطلاعات مورد نیاز برای ارزیابی عبارت‌اند از تعیین بخش‌هایی از مشتریان بر پایه چشم‌انداز و بیانیه مأموریت بانک جهت پیاده‌سازی استراتژی رسانه اجتماعی (به صورت آزمایشی)، درک اهداف و اولویت‌های کنونی بانک از تعامل با بخش انتخاب‌شده و همسوسازی آن‌ها با چشم‌انداز و اهداف استراتژیک بانک در حوزه رسانه اجتماعی، تعیین گزینه‌های بالقوه استفاده از رسانه‌های اجتماعی، تعریف شاخص‌های کلیدی عملکرد، تدوین و توسعه یک چارچوب جامع مدیریت رسانه اجتماعی **رصد رفتار مشتریان در رسانه‌های اجتماعی:** تحلیل نظرات، بازخوردها و به‌طور کلی رفتار مشتریان در رسانه‌های اجتماعی با استفاده از ابزارهای تحلیل کلان داده‌ها **برقراری ارتباط مؤثر دوسویه با مشتریان:** خطوط راهنما برای همراه‌سازی و مشارکت‌دهی مشتریان که در آن مواردی مانند چگونگی پاسخگویی به مشتریان، شیوه‌های تشویق و ترغیب مشتریان، انتشار محتوای مناسب و ارتباطات داخلی مشخص شود.

بهینه‌سازی منابع و فرآیندها: ادغام اقدامات بانک‌ها در رسانه‌های اجتماعی باید با سیستم بانکداری تطبیق داده شود که در نتیجه آن، نیاز به دید ۳۶۰ درجه از مشتری است. به‌منظور دستیابی به این موضوع، مدیریت ارتباط با مشتری مهم‌ترین سیستمی است که باید با ابزارهای رسانه اجتماعی یکپارچه شود.

تدوین استراتژی بازاریابی رسانه‌های اجتماعی بانکی

گام‌های اساسی در تدوین استراتژی یادشده عبارت است از:

برند خود را شناخته و یک داستان برای آن بسازید

اغلب مردم تنها به کسانی اعتماد دارند که می‌شناسند. شاید تنها چند کلمه برای شکستن یخ بین شما و مشتری کافی باشد اما این تنها برای کسب اعتماد او مناسب است و اگر می‌خواهید در قلب کاربران نفوذ کرده و یک طرفدار سینه‌چاک برای خود جفت‌وجور کنید داستانی برایش روایت کنید. مهم نیست این داستان تا چه حد واقعی است. او دوست دارد پیشینه شما را بداند پس او را منتظر نگذارید... (یک حقیقت: اگر انسان راست‌گویی هستید وارد این بازاریابی نشوید).

مخاطب هدف خود را شناسایی و شخصیت آن را درک کنید

تجارت شما هرگز مربوط به شما نیست. در مورد افرادی است که به آن‌ها ارزش می‌دهید. امروز پیدا کردن «مخاطب هدف» به‌سادگی آب خوردن است. برای نمونه اگر بخش تبلیغات فیس‌بوک را دیده باشید متوجه می‌شوید چه ساده می‌شود مخاطب هدف را یافت. بخش مخاطبان خود را بر اساس سن، جنس، آموزش، محل استقرار و درآمد مشخص کنید.

هدف‌های مشخصی را برای خود تعیین کنید

هر فعالیت رسانه اجتماعی باید در خدمت هدف تجارت شما باشد. لذا اهداف خود را یادداشت کنید! چه تعداد دنبال کننده، مشترک یا طرفدار لازم دارید؟ دوست دارید چه تعداد دیدگاه روی صفحات شما ارسال شود؟ می‌خواهید ارسال‌های رسانه اجتماعی شما چقدر به اشتراک گذاشته شوند؟ هدف شما از ورود به رسانه‌های اجتماعی چه حد از ترافیک وب‌سایت، تعامل یا خرید است؟ دانستن این موارد به شما کمک می‌کنند تا بدانید برای رسیدن به اهدافتان باید چه قدر تلاش و زمان صرف کنید.

زمان تحقیق، ایجاد و به اشتراک گذاری مطالب طراحی تصاویر، اینفوگرافیک‌ها، GIF ها، فیلم‌ها ابزارهایی مانند google analytics، google AdWords، بوم، تهیه وضعیت و غیره. برای اجرای استراتژی رسانه‌های اجتماعی خود پول در نظر بگیرید.

که حتماً از یک یا چند سرویس برای تجزیه و تحلیل ترافیک وبسایتان استفاده کنید. این تجزیه و تحلیل‌ها به شما کمک می‌کنند تا سرنخی از بازخورد مردمی که مطالبتان را مطالعه می‌کنند داشته باشید. این سرنخ‌ها به تجربه شما افزوده می‌شوند و همان‌طور که می‌دانید، مهم‌ترین سرمایه آدمی تجربه اوست.

کار خود را تکرار کنید

هیچ‌کس نباید انتظار داشته باشد که بلافاصله بعد از شروع فعالیت در رسانه‌های اجتماعی به نتایج مطلوب دست پیدا کند. بسیار زمان می‌برد تا محصول یا وبسایت شما جای خود را در میان مردم باز کند. رسانه‌های اجتماعی ممکن است تضمین این موضوع نباشند ولی بدون شک شتاب‌دهنده موفقیتان خواهند بود.

وظایف را بین اعضای تیم خود توزیع کنید

به‌منظور جلوگیری از آلودگی استراتژی اجتماعی، کار را با اختصاص نقش به اعضای تیم توزیع کنید. این می‌تواند روند کار را پربارتر و پیچیده‌تر کند.

منابع:

کتاب استراتژی بازاریابی نوشته واکر توسط دکتر محمد اعرابی
<https://blog.statusbrew.com>
<https://faranesh.com>
<https://www.ibazaryabi.com>

لیست ابزارها و منابع موردنیاز را تهیه کنید

برای اجرایی کردن استراتژی کلی بازاریابی رسانه‌های اجتماعی خود اقدامات زیر را انجام دهید:



NPS چیست؟

علی جباری - مدیریت روابط عمومی و صدای مشتریان

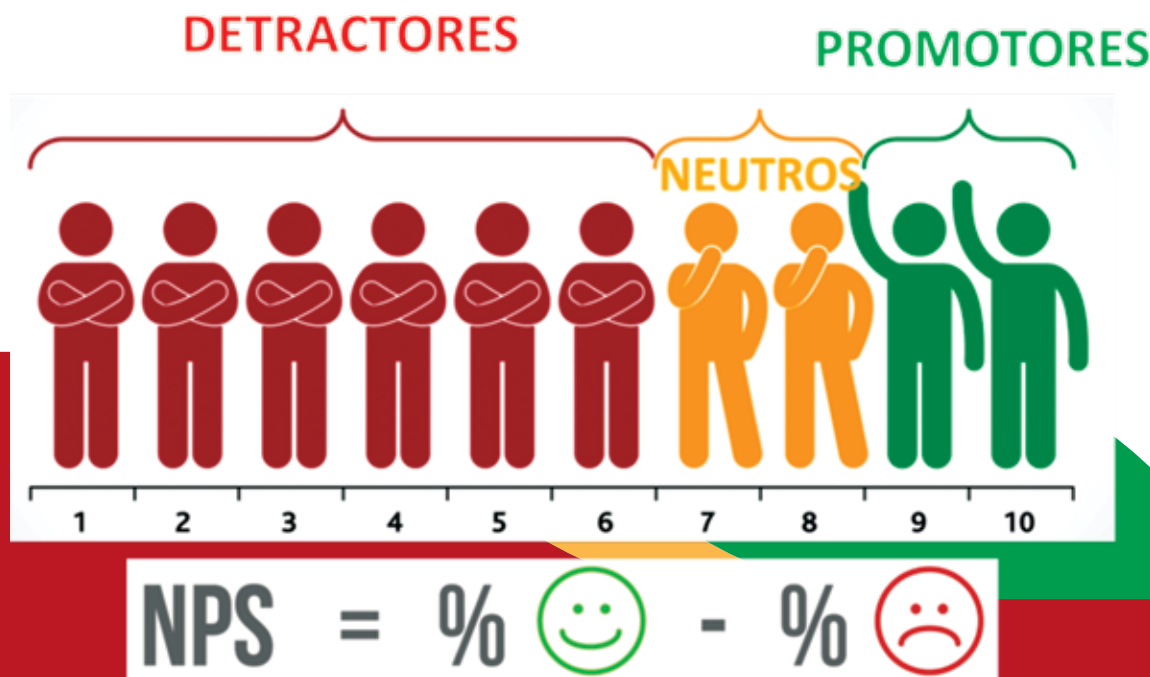
و نه پشت سر شما، حرف می‌زنند). کسانی که بین صفر تا ۶ نمره داده‌اند را هم دفع کننده یا Detractor نام‌گذاری کنیم (کسانی که احتمالاً به دیگران پیشنهاد می‌کنند به سراغ شما نیابند). حالا کافی است درصد مشتریان راضی و ترویج کننده را در نظر بگیریم و درصد مشتریان ناراضی و دفع کننده را از آن کسر کنیم. به آنچه باقی می‌ماند، شاخص خالص ترویج کنندگان یا Net Promoter Score یا NPS گفته می‌شود. مثلاً اگر ۳۰ درصد مشتریان شما (نمره ۹ یا ۱۰ داده اند)، ترویج کننده باشند و ۴۵ درصد مشتریان تان دفع کننده (نمره ۰ تا ۶ داده اند)، خالص ترویج کنندگان شما ۱۵ درصد خواهد بود.

چه شرکت‌هایی از NPS استفاده می‌کنند؟

این شاخص اولین بار در سال ۲۰۰۳ توسط فرد رایش هلد (Fred Reichheld) در مقاله‌ای با عنوان «عددی که باید رشد کند» در نشریه‌ی هاروارد بیزینس ریویو مطرح شد. رایش هلد یک وبسایت با عنوان netpromotersystem دارد و در آن، شرکت‌هایی را که از شاخص NPS استفاده می‌کنند معرفی کرده است. بر اساس گزارش این سایت، فیلپس، جنرال موتورز، شیندلر و سی‌تی‌گروپ، از جمله مجموعه‌هایی هستند که شاخص خالص ترویج کنندگان را به صورت منظم اندازه‌گیری می‌کنند. تا اینجا تنها راجع به پرسش اول صحبت کردیم. در واقع پرسش دوم به شما این امکان را می‌دهد تا با شناسایی فرصت‌ها و تهدیدهای موجود منابع لازم برای برنامه‌ریزی آینده را داشته باشید.

NPS چگونه محاسبه می‌شود؟

برای محاسبه این شاخص باید دو سوال ساده از مشتریان خود بپرسید: - چقدر احتمال دارد که خدمات/برند/محصولات ما را به دوستان یا همکاران خود توصیه کنید؟ - دلیل اصلی این امتیاز چیست؟ پاسخ‌ها را در بازه عددی صفر تا ۱۰ دریافت کنید تا بتوانید با استفاده از این اعداد شاخص خالص ترویج کنندگان را محاسبه کنید. عدد صفر به معنای این است که چنین تمایلی وجود ندارد و بالاتر رفتن عدد، به معنای وجود تمایل است. عدد ۱۰ نشان می‌دهد که پاسخ‌دهنده قطعاً حاضر است شما را به دیگران معرفی نماید. حالا فرض کنید کسانی را که به سوال شما نمره ۹ یا ۱۰ داده‌اند، ترویج کننده یا Promoter بنامیم. به کسانی که نمره ۷ یا ۸ داده‌اند، منفعل یا Passive بگوییم (کسانی که نه حاضرند شما را تبلیغ کنند





شرکت نرم افزاری تندر نور

این شرکت در تمامی زمینه های مرتبط با (سهامی خاص) با هدف تامین نیازمندی های فناوری اطلاعات و ارتباطات سیستم های تخصصی سخت افزاری سامانه های کارت هوشمند، کارتخوان، خود پرداز و محصولات بانکی در بهمن ۱۳۷۳ تاسیس شد. شرکت تندر نور بزرگترین و مجهزترین مرکز تعمیرات تخصصی کارتخوان در ایران است و به جرات می توان تندر نور را تنها شرکت دارای توانایی تعمیر برند های متعدد دانست.

فناوری اطلاعات و ارتباطات سیستم های تخصصی سخت افزاری سامانه های کارت هوشمند، کارتخوان، خود پرداز و محصولات بانکی در بهمن ۱۳۷۳ تاسیس شد. شرکت تندر نور بزرگترین و مجهزترین مرکز تعمیرات تخصصی کارتخوان در ایران است و به جرات می توان تندر نور را تنها شرکت دارای توانایی تعمیر برند های متعدد دانست.

Newland، نمایندگی انحصاری شرکت Huntkey، واردات دستگاه های کارتخوان و خودپرداز، واردات آباتور جهت برندهای مختلف کارتخوان و واردات سایر تجهیزات بانکی، تجهیزات شبکه پرداخت و سایر قطعات الکترونیکی برابر مقررات کشور.



✉ info@thunder-light.com

☎ +۹۸-۲۱-۷۷۴۴۴۶۴

تهران - میدان رسالت - خیابان
 هنگام - بلوار دلاوران - بین
 چهارراه آزادگان و تگاوران - پلاک
 ۳۷۷ - کدپستی: ۱۶۸۸۸۱۹۱۱۵

🌐 www.thunder-light.com

آقای دکتر هومن سپهری از مهرماه سال ۱۳۹۵ به سمت مدیر عامل شرکت تندر نور برگزیده شده اند. لازم به ذکر است ایشان دارای بیش از ۲۵ سال سابقه در زمینه نرم افزار و سخت افزار سیستم های بانکی در داخل و خارج از کشور می باشند.

- ✓ عضو شورای عالی انفورماتیک
- ✓ عضو انجمن نظام صنفی و رایانه ای کشور
- ✓ عضو اتاق بازرگانی ایران و چین
- ✓ عضو اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران
- ✓ عضو اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران و عمان



یک حس خوشایند از مشترکین سامانتل



دیروز یک پیامک از سامانتل دریافت کردم. از اپراتورهای نسل جدید تلفن همراه. این پیامک اعلام فروش سیم کارت سامانتل در طرحی به نام «طرح سیمین» بود. به سایش مراجعه کردم. شماره هاش عجیبا غریبا رند بود. همه شماره ها با ۹ شروع می شد و تا چشم کار میکرد ۹ دیده می شد. چهار تا ۹، پنج تا ۹، شش تا ۹. واقعا شماره هاش جالبه. احساس می کنم شماره های سامانتل بی نظیرن.

رندترین پیش شماره های تلفن همراه از آن ماست
از آن روز که دل به دریا زدیم و عزممان را جزم کردیم برای گرفتن

۲۰ ساله تلفن همراه دارم. سیم کارت همه اپراتورها رو خریدم و از هر کدام برای یکی از محصولاتم استفاده می کنم. مدتی طول کشید که فهمیدم محصولاتی که با شماره پشتیبانی رندتری معرفی کرده ام فروش بیشتری داره. اتفاق مهمی بود که استراتژی فروش منو تغییر داد. سه سال طول کشید تا توانستم مبلغ قابل توجهی برای خرید فقط یک شماره رند هزینه کنم. چاره ای نداشتم. کسب و کارم وابسته به رندی شماره است. باید مشتری یادشون بمونه. اما خرید چند شماره رند با این قیمت هایی که در بازار موبایل دیده می شه تقریبا محاله.

متفاوت و طرحی نو در ارائه سرویس‌های همراه به مشتریان ارائه کنیم. و امروز رضایت از داشتن شماره ای بدیع و خدماتی نوین در مشتریان سامانتل تجربه ای فراموش نشدنی است.

مازیبایی خط شما را تضمین می کنیم

درمیان مشتریان سامانتل، خانواده سامان عضوی گرامی برای سامانتل تعریف شده و همه کارکنان این شرکت نگاه ویژه ای به خانواده خود دارند. از میان شماره های سامانتل بهترین هایش را برای خانواده خود در نظر گرفته ایم. کارکنان و اعضای خانواده گروه سامان، مانند گذشته می توانند با شرایط استثنایی از زیباترین خط سامانتل برخوردار شوند.

پروانه جدیدترین نسل اپراتورهای تلفن همراه، می دانستیم که راه سختی را در پیش گرفته ایم. بسیار کوشیدیم که ناب ترین شماره های شبکه تلفن همراه کشور را برای مشتریان خود انتخاب کنیم که شد و اگر نبود مساعدت سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی، امری محقق نشدنی به نظر نمی رسید. سامانتل با اخذ مجوز واگذاری شماره های ****۰۹۹۹۹۹ در شبکه تلفن همراه کشور، گنجی فراهم کرد برای مشتریان سامانتل که داشتن آن شاید آرزویی بود برای پیشینیان و برای اولین بار همه کسانی را که شماره های رند تلفن همراه را عامل موفقیت خود می دیدند به سمت خود فرا خواند. بیش از دو سال از واگذاری اولین سیم کارت تلفن همراه سامانتل می گذرد و در این مدت با همه توان سعی کرده ایم خدماتی



خرید از طرح قاصدک سامانتل

در این طرح، یک خط زیبا، تخفیف ویژه و بسته ای جذاب به متقاضیان سیم کارت اختصاص می یابد. به شرط آنکه یکی از اعضای خانواده سامان از خط سامانتل خود یک پیامک به شماره ۹۹۹۹ ارسال و کدی را که در پاسخ به پیامک دریافت می کند در اختیار عضو متقاضی سیم کارت سامانتل قرار دهد.

تجربه خود را با ما به اشتراک بگذارید

ما تلاشمان را برای خلق احساس رضایت در همه مشترکین خود بویژه در مشترکین خانواده سامان به کار گرفته ایم و از این تلاش

بی وقفه بسیار خوشودیم.

بسیار خوشحال خواهیم شد اگر تجربه های خود را از داشتن سیم کارت سامانتل با ما به اشتراک بگذارید. مطلبی که در بالا با عنوان «یک حس خوشایند از مشترکین سامانتل» درج شده، از همین نوع مطالب است که یک مشترک سامانتل برای ما ارسال کرده است.

روابط عمومی سامانتل



تقدیر بانک مرکزی از ۱۰ رئیس شعبه بانک سامان

اطلاعات ذی‌نفع شناسایی کنند. گفتنی است، در این مراسم، از آقایان شاهرخ نیری رئیس شعبه آفریقا، مهدی عامری رئیس شعبه ملاصدرا و عباس امیری رئیس شعبه جمهوری به‌عنوان روسای شعب برتر بانک سامان با اهدای تندیس و لوح تقدیر، قدردانی شد. همچنین آقایان غلامرضا نیکعهد رئیس شعبه تبریز، سلیمان بیات رئیس شعبه فلکه اول تهرانپارس، غلامعلی کریمی رئیس شعبه شهریار، احمد حیدرهائی رئیس شعبه بازار، محمد سلگی رئیس شعبه ستارخان، علی فمی تفرشی رئیس شعبه مرکزی و سید بابک دولتی میله سرا رئیس شعبه گلزار رشت، به‌عنوان روسای شعب موفق، توانستند لوح تقدیر بانک مرکزی را از آن خود کنند. همچنین شعبه آفریقای بانک سامان به‌عنوان برترین شعبه این بانک تا تاریخ منتهی به پایان آذر ۹۸ انتخاب شد.

در دهمین گردهمایی روسای موفق شعب بانک‌های کشور که با حضور دکتر همتی رئیس‌کل بانک مرکزی برگزار شد، از ۱۰ رئیس شعبه بانک سامان تقدیر شد.

به گزارش سامان رسانه، دهمین گردهمایی روسای موفق شعب بانک‌های کشور با موضوع «نقش روسای شعب در مدیریت ریسک اعتباری» در حالی برگزار شد که در این مراسم از ۱۰ رئیس شعبه موفق بانک سامان تقدیر به عمل آمد. در این مراسم که علیرضا معرفت قائم‌مقام مدیرعامل بانک سامان و جمعی از مدیران بانک سامان و شبکه بانکی کشور حضور داشتند، دکتر همتی بر نقش روسای شعب در کاهش ریسک اعتباری تأکید و عملکرد آنان را باعث ثبات و سلامت شبکه بانکی کشور دانست. رئیس‌کل بانک مرکزی همچنین خاطرنشان کرد که روسای شعب باید مشتریان را در سه حوزه مهم اطلاعات هویتی، اطلاعات اقتصادی و



نسخه جدید موبایلت در دسترس قرار گرفت

آسی ذخیره کنند. در کنار این، موبایلت امکانی تازه را نیز برای سپرده‌های مشتریان حقوقی ایجاد کرده که بر این اساس امکان تائید و یا رد درخواست کارتابل امضاداران از طریق موبایلت فراهم شده است. از این رو از همه کاربران موبایلت دعوت می‌شود که برای بهره‌مندی از این امکانات جدید، اپلیکیشن خود را به‌روزرسانی کنند. کاربران در صورت نیاز به راهنمایی می‌توانند با مرکز سامان ارتباط به شماره ۰۲۱۶۴۲۲ تماس و یا با نشانی info@mobillet.ir در ارتباط باشند.

موبایلت، قابلیت‌های جدیدی را برای این اپلیکیشن ایجاد کرد. به گزارش سامان رسانه، تیم توسعه‌دهنده اپلیکیشن موبایلت باهدف بهبود خدمات‌رسانی به کاربران، قابلیت‌های جدیدی را به این اپلیکیشن اضافه و آن را در اختیار کاربران قرار داد. بر این اساس در نسخه جدید موبایلت امکان استعلام و پرداخت قبوض آب، برق، گاز، شهرداری، تلفن ثابت، موبایل و جریمه خودرو در اختیار کاربران قرار گرفته است. همچنین کاربران از این پس قادر خواهند بود که اطلاعات قبوض پر مراجعه خود را برای پرداخت‌های

با همکاری مشترک سامان و سامنتل اتفاق افتاد: تغییر سر شماره ارسال پیامک‌های بانک سامان

شماره‌ها را با نام بانک سامان در گوشی خود ذخیره کنند و صرفاً پیام‌های دریافتی از سر شماره‌های سری ۹۹۹۹۹۲۰۰۰ را به عنوان پیامک‌های بانک سامان مورد توجه و استفاده قرار دهند. شایان ذکر است شرکت سامنتل از مجموعه شرکت‌های گروه مالی سامان است که برای اولین بار سیم کارت‌های رند با پیش شماره ۹۹۹۹۹ را ارائه کرده است و این همکاری با هدف توسعه خدمات رسانی به مشتریان گروه مالی سامان آغاز شده است. بر اساس این گزارش مشتریان بانک سامان در صورت نیاز به اطلاعات بیشتر یا راهنمایی در این خصوص می‌توانند با مرکز سامان ارتباط به شماره ۰۲۱۶۴۲۲ تماس بگیرند.

در راستای پروژه مشترک بانک سامان و شرکت سامنتل سر شماره پیامک‌های بانکی و تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی بانک سامان تغییر کرد. به گزارش سامان رسانه، با توجه به تغییرات ایجادشده در زیرساخت‌های ارتباطی بانک سامان، از ۱۹ بهمن ارسال همه پیامک‌های بانک سامان به مشتریان از سر شماره‌های سری ۹۹۹۹۹۲۰۰۰ انجام خواهد شد. بر این اساس، از این پس پیامک‌های بانکی و هشدار از سر شماره ۹۹۹۹۹۲۰۰۰۱، پیامک‌های تبلیغاتی با شماره ۹۹۹۹۹۲۰۰۰۲ و پیامک‌های نظرسنجی مربوط به وین کارت با شماره ۹۹۹۹۹۲۰۰۰۳ ارسال خواهند شد. با شماره ۹۹۹۹۹۲۰۰۰۳ ارسال خواهند شد. در همین راستا بانک سامان به مشتریان خود توصیه می‌کند تا این

رمز دوم ایستا غیرفعال می‌شود

تومان در روز را متوقف و از این تاریخ تمام پرداخت‌های اینترنتی و انتقال وجه شتابی برای مجموع مبالغ بالاتر از صد هزار تومان در روز فقط با رمز دوم پویا ممکن است. بر این اساس، مشتریانی که تاکنون موفق به فعال‌سازی رمز دوم پویای خود نشده‌اند، می‌توانند از طریق نت‌بانک، خودپردازهای بانک سامان و مراجعه به یکی از شعب سامان اقدام لازم را انجام دهند. مشتریان برای دریافت اطلاعات بیشتر می‌توانند با مرکز سامان ارتباط به شماره ۰۲۱۶۴۲۲ تماس بگیرند.

بانک سامان در راستای اجرای پروژه رمز دوم پویا، از روز ۱۶ بهمن رمزهای دوم ایستا برای مجموع تراکنش‌های پرداخت اینترنتی و انتقال وجه شتابی بالاتر از صد هزار تومان در روز را غیرفعال می‌کند. به گزارش سامان رسانه، در راستای اقدام یکپارچه نظام بانکی برای ارتقا امنیت در تراکنش‌های خرید، انتقال وجه و پرداخت اینترنتی با استفاده از رمز دوم پویا، بانک سامان از روز چهارشنبه ۱۶ بهمن ماه، ارائه خدمت با رمز دوم ایستا برای مجموع مبالغ بالاتر از صد هزار

بازگشت کارمزدهای بانکی به حساب اعضای سامانیوم

گفتنی است، اعضای سامانیوم می‌توانند حداکثر ۲ بسته از این محصول را خریداری کنند که جهت خرید این بسته، داشتن حداقل یک سپرده در بانک سامان الزامی است. همچنین اعتبار بسته «بازگشت وجه کارمزد بانکی» از تاریخ ۱۵ بهمن تا ۳۰ بهمن سال جاری است و حداکثر پانزده روز کاری پس از اتمام بسته، تبدیل امتیاز به وجه نقد انجام و به حساب اعضا واریز می‌شود. علاقه‌مندان برای دریافت اطلاعات بیشتر می‌توانند به سایت باشگاه مشتریان بانک سامان به نشانی <https://samanium.sb.ir> و همچنین اینستاگرام سامانیوم به نشانی [@samanium](https://www.instagram.com/samanium) مراجعه و یا با شماره ۰۲۱۶۴۲۲ تماس بگیرند.

باشگاه مشتریان بانک سامان (سامانیوم) طی طرحی، امکان بازگشت کارمزدهای بانکی به حساب اعضای این باشگاه را فراهم کرد. به گزارش روابط عمومی بانک سامان، بر اساس این طرح تمامی اعضای باشگاه مشتریان بانک سامان دارای امتیاز سامانی می‌توانند با خرید بسته «بازگشت وجه کارمزد بانکی» از سایت سامانیوم، بخشی از کارمزدهای مربوط به عملیات بانکی را دریافت کنند. بر این اساس، اعضای سامانیوم می‌توانند به ازای خرید یک بسته ۱۰۰۰ امتیازی و پرداخت ۱۲۰۰ ریال، متناسب با رده‌بندی امتیاز وفاداری‌شان، مبلغ ۵۰۰۰۰ ریال برای طبقه وفاداری آبی و مبلغ ۱۰۰۰۰۰ ریال برای طبقه وفاداری برنزی در حساب سامانی خود دریافت کنند.

اعطای ۵۰ میلیون تومان جایزه نقدی در جشنواره سورسامانی

گفتنی است، مشتریان برای شرکت در قرعه‌کشی هر بخش می‌توانند ۲۰ شانس قرعه‌کشی خریداری کنند.

بر این اساس قرعه‌کشی چهارمین دور جشنواره سورسامانی ۴ اسفندماه برگزار و این مراسم از طریق صفحه اینستاگرام سامانیوم به صورت زنده پخش خواهد شد.

علاقه‌مندان برای عضویت در باشگاه یا کسب اطلاعات بیشتر در خصوص این جشنواره می‌توانند به سایت <https://samanium.sb۲۴.ir> و همچنین صفحه اینستاگرام سامانیوم به نشانی samanium@ مراجعه و یا با مرکز صدای مشتریان بانک سامان به شماره ۰۲۱۶۴۲۲ تماس حاصل کنند.

چهارمین دور از جشنواره سورسامانی ویژه اعضای باشگاه مشتریان بانک سامان (سامانیوم) با جایزه‌های نقدی برگزار می‌شود.

به گزارش روابط عمومی بانک سامان، در چهارمین دوره جشنواره سور سامانی ویژه اعضای باشگاه مشتریان بانک سامان که از ۲۸ دی تا ۳۰ بهمن‌ماه برگزار می‌شود، یک جایزه ۲۰ میلیون تومانی و ۳۰ جایزه یک میلیون تومانی به برندگان خوش‌شانس اختصاص داده شده است. بر این اساس، تمامی اعضای باشگاه مشتریان بانک سامان می‌توانند در این مدت به ازای پرداخت هر ۵۰۰ امتیاز، یک شانس شرکت در قرعه‌کشی جایزه ۲۰ میلیون تومانی و به ازای پرداخت هر ۱۰۰ امتیاز یک شانس شرکت در قرعه‌کشی جایزه ۱ میلیون تومانی دریافت کنند.

موبایل‌ت جایگزین سامانک می‌شود

و iOS دریافت کنند. همچنین امکان دانلود مستقیم اپلیکیشن موبایل‌ت در بستر iOS و اندروید نیز وجود دارد و نسخه وبی این اپلیکیشن نیز عرضه شده است. لازم به ذکر است که مشتریان برای استفاده از اپلیکیشن موبایل‌ت می‌توانند از رمز نت بانک خود استفاده کنند و در صورتی که هنوز این رمز را دریافت نکرده‌اند، می‌توانند به یکی از شعب بانک سامان در سراسر کشور مراجعه کنند. همچنین مشتریان از طریق گزینه «رمز عبور خود را فراموش کرده‌ام» در بستر نت‌بانک و موبایل‌ت نیز می‌توانند رمز خود را بازیابی کنند. مشتریان در صورت نیاز به اطلاعات بیشتر در این خصوص می‌توانند با مرکز سامان ارتباط به شماره ۰۲۱۶۴۲۲ تماس بگیرند.

بانک سامان باهدف بهبود ارائه خدمات خود در بستر همراه بانک، اپلیکیشن موبایل‌ت را جایگزین اپلیکیشن سامانک می‌کند.

به گزارش سامان رسانه، هم‌زمان با استقبال گسترده مشتریان بانک سامان از اپلیکیشن موبایل‌ت، این بانک برای بهبود کیفیت خدمات خود در بستر همراه بانک و ایجاد تجربه‌ای دل‌پذیرتر در این حوزه برای مشتریان، اپلیکیشن موبایل‌ت را جایگزین اپلیکیشن قدیمی همراه بانک خود با نام سامانک می‌کند.

در همین راستا، بانک سامان از ابتدای اسفندماه اپلیکیشن سامانک را غیرفعال خواهد کرد و مشتریانی که قصد استفاده از همراه بانک سامان را دارند، می‌توانند اپلیکیشن موبایل‌ت را از استورهای مختلف اندرویدی

بانک سامان بیست و دومین شرکت برتر ایران شد

میزان درآمد بانک سامان در سال ۱۳۹۶، بیش از ۱۲۳۲۰۷ میلیارد ریال بوده است. لازم به ذکر است که در این رتبه‌بندی بیش از ۵۰۰ شرکت مختلف بررسی و طبقه‌بندی شده است و این رتبه‌بندی دورنمایی از عملکرد و اقدامات شرکت‌ها در حوزه اقتصادی ارائه می‌دهد و نشان‌دهنده میزان اثرگذاری آنان در حوزه اقتصاد ملی است. همچنین در این رتبه‌بندی شرکت بیمه سامان و شرکت پرداخت الکترونیک سامان از زیرمجموعه‌های گروه مالی سامان توانسته‌اند به ترتیب رتبه ۱۰۹ و رتبه ۱۱۰ برترین شرکت‌های ایران را از آن خود کنند.

بانک سامان بر اساس آخرین رتبه‌بندی صورت گرفته توسط سازمان مدیریت صنعتی به‌عنوان بیست و دومین شرکت برتر ایران انتخاب شد. به گزارش سامان رسانه، سازمان مدیریت صنعتی رتبه‌بندی سال ۹۸ شرکت‌های برتر ایران را برای بیست و دومین سال متوالی اعلام کرد که بر این اساس، بانک سامان بر اساس اطلاعات مالی سال ۱۳۹۷، به‌عنوان بیست و دومین شرکت برتر ایران انتخاب شد. گفتنی است این رتبه‌بندی بر اساس میزان فروش و درآمد شرکت‌ها صورت می‌پذیرد و رتبه ۲۲ در حالی توسط بانک سامان کسب‌شده که این بانک توانسته میزان درآمد خود در سال ۱۳۹۷ را به ۱۲۵۲۳۱ میلیارد ریال برساند.

صرافی سامان هیچ شعبه خارجی ندارد

از این رو بانک سامان به‌تمامی ایرانیان داخل و خارج کشور نسبت به استفاده از خدمات این دفتر و صرافی هشدار داد و عنوان کرد که اعمال و خدمات آن‌ها هیچ ارتباطی با بانک سامان، صرافی سامان و گروه مالی سامان نداشته و نخواهد داشت. در همین حال عموم مردم می‌توانند برای دریافت اطلاعات بیشتر به سایت صرافی سامان به نشانی www.se۲۴.ir مراجعه و یا با تلفن ۰۲۱۴۱۰۱۱ تماس حاصل کنند.

بانک سامان طی اطلاعیه‌ای اعلام کرد که صرافی سامان هیچ نمایندگی و یا شعبه‌ای در خارج از کشور ندارد.

به گزارش سامان رسانه، بر اساس گزارش‌های ارسالی در خصوص استفاده از نام و لوگوی صرافی سامان در خارج از کشور و انتشار آگهی با این نام در برخی رسانه‌ها، بانک سامان اعلام می‌کند که صرافی سامان هیچ شعبه‌ای در خارج از کشور ندارد.



ابراهیم زارع‌پور
مدرس دوره‌های بازاریابی بانک سامان

اصول مذاکره تأثیرگذار به سبک کریس ووس^(۳)

مردم قطعیت را بیشتر از احتمالات دوست دارند

گام ۳: حرفی که به شما زده‌اند را تکرار کنید (بازتاب).
گام ۴: با طبقه‌بندی احساسات آن‌ها نشان بدهید که احساسات آن‌ها را درک می‌کنید.
گام ۵: با استفاده از کلمات خودتان حرف‌های آن‌ها را نقل قول کنید.
گام ۶: با برداشت معنی حرف‌های آن‌ها به همراه احساسات زیربنای آن معنی، حرف‌هایشان را خلاصه کنید.
اصل ۵ همدلی - واقعیت پیش رویشان را تغییر بدهید.
اصل ۱: مصالحه نکنید.
مصالحه راهی برای فرار است. «عدم توافق بهتر از رسیدن به توافقی بد است».

اصل ۲: یک ضرب‌الاجل بدهید.
انسان واقعاً از درد فرار می‌کند. تعیین ضرب‌الاجل به تأکید بر عواقب منفی کمک می‌کند، بنابراین طرف مقابل را وادار می‌نماید زودتر توافق کند چون گمان می‌کند که خطر از دست دادن کلی توافق وی را تهدید می‌کند. توجه: وقتی به شما ضرب‌الاجل می‌دهند، بدانید که اغلب اهمیت زیادی ندارد. ضرب‌الاجل‌ها انتخابی و انعطاف‌پذیر هستند و به ندرت عواقب منفی را که آن‌ها می‌گویند در پی دارند.

۲ معیار برای تعیین اهمیت ضرب‌الاجل تعیین شده:

چقدر خاص بود؟

چند تا چرا، چه کسی، کجا و چه زمانی داشت؟

اصل ۳: از کلمه «منصفانه» به صورت استراتژیک استفاده کنید و دائماً از آن استفاده نکنید.

اصل ۴ همدلی - کاری کنید بگویند «درست می‌گویید»
اصل ۱: کاری کنید که طرف مقابل بگوید «درست می‌گوید»
به جای اینکه به دنبال گرفتن «بله» باشید، به دنبال گرفتن «درست می‌گوید» باشید. کل این بخش در این عبارت خلاصه می‌شود «قبل از اینکه طرف مقابلتان را متقاعد کنید تا کاری را انجام بدهند که شما می‌خواهید، باید چیزی بگویید که موجب شود عبارت «درست می‌گویید» را به زبان بیاورد.
این عبارت را با «حق با شماست» اشتباه نگیرید. «حق با توست» اغلب به معنی فاصله گرفتن و تلاشی برای پایان دادن به مکالمه است.

دلیل: «درست می‌گوید» سپر دفاعی را می‌شکند. به طرف مقابل کمک می‌کند تا احساس کند وی را درک و تأیید کرده‌اید و اغلب انگیزه واقعی او را آشکار می‌نماید.
اصل ۲: توضیحی مختصر بدهید.

اساس و اصل توضیح دادن به صورت مختصر عبارت است ترکیبی از خلاصه حرف‌های طرف مقابل با درک شما از احساسات درونی آن‌ها.

می‌توانید چنین خلاصه کنید: نقل قول + برچسب‌زنی = توضیح مختصر

گام ۱: از سکوت در جهت فرصت دادن به طرف مقابل برای گرفتن اطلاعات استفاده کنید.

گام ۲: از تشویق‌های زبانی کوتاه برای تشویق آن‌ها به ادامه مکالمه استفاده کنید مانند «بله»، «خب»، «آهان» یا «متوجه شدم».



ارگانسیم‌ها اغلب بر اساس اینکه احساس کنند چقدر به آن‌ها احترام می‌گذارند حرکت می‌نمایند.

مکالمه‌ای را در نظر بگیرید که بدین صورت آغاز می‌شود «من می‌خواهم تو احساس کنی همیشه با تو منصفانه برخورد می‌شود، بنابراین هر زمان که احساس کردی من منصف نیستم من را متوقف کن تا به آن بخش پردازیم».

اگر از کلمه «منصفانه» علیه شما استفاده شد، بدین صورت پاسخ بدهید:

«منصفانه؟ به نظر می‌رسد می‌توانی شواهدی ارائه کنی که حرفت را تأیید کنند؟»

کریس متوجه شد این جمله سبب می‌شود آن‌ها حرف خودشان را تکذیب نمایند که پیشنهادشان منصفانه بوده است. پاسخ آن‌ها به این سؤال اغلب به شما اطلاعات بیشتری می‌دهد که می‌توانید از آن‌ها استفاده کنید.

وقتی محرک‌های احساسی طرف مقابل را شناسایی کردید، می‌توانید پیشنهاد خود را به زبانی بیان نمایید که طرف مقابل را متقاعد می‌نماید که آن را قبول کند.

اصل ۴: طرف مقابل را متقاعد کنید که اگر توافق منتفی شود چیزی را از دست می‌دهد.

مردم قطعیت را بیشتر از احتمالات دوست دارند. دنیل کانمن و آموس تورسکی این مسئله را در سال ۱۹۷۹ کشف کردند. آن‌ها متوجه شدند که مردم ترجیح می‌دهند برای اجتناب از ضرر ریسک کنند ولی وقتی قرار است پاداش بگیرند به این اندازه ریسک نمی‌کنند. این پدیده را ریسک‌گریزی می‌نامند.

گام ۱: ضررهای احتمالی را به آن‌ها یادآوری کرده و انتظارات طرف مقابل را کاهش دهید.

گام ۲: اجازه بدهید اول آن‌ها حرف بزنند (آنچه در ذهنشان می‌گذرد شاید بهتر از توافقی باشد که شما در حال حاضر در سر دارید).

گام ۳: یک دامنه مشخص کنید، توافقی مشابه آنچه را که در موردش صحبت می‌کنید مطرح نمایید. این کار به آن‌ها کمک می‌کند انتظارات خود را تنظیم نمایند. همچنین احتمالات را تقویت نموده و نمی‌گذارد حالت دفاعی بگیرند. (دادن ارقام تعیین شده منجر می‌شود طرف مقابل حالت تدافعی بگیرد).

توجه: اطمینان حاصل کنید که پایین‌ترین حد «هزینه‌ای» که حاضر هستید پردازید را انتخاب کرده‌اید.

گام ۴: از تمرکز بیش‌ازحد روی چانه‌زنی مالی خودداری نمایید. اگر پیشنهاد بالایی داده‌اید مزایایی دیگر پیشنهاد نمایید تا منطقی به نظر برسد.

گام ۵: زمانی که در مورد ارقام صحبت می‌کنید، از اعداد فرد استفاده کنید. این گونه به نظر می‌رسد که دقیق‌تر است یا در انتخاب آن دقت کرده‌اید.

گام ۶: زمانی که طرف مقابل مخالفت می‌کند یک هدیه غیر مرتبط بدهید. این کار نیاز انسان به جبران را در فردی که به او لطف کرده‌اید بیدار می‌کند.

۳ نکته که باید در زمان مذاکره برای حقوق در نظر بگیرید روی مزایای غیرمالی تأکید زیادی داشته باشید (مهارت‌هایتان و غیره).

زمانی که هر دو به توافقی قابل قبول رسیدید، انتظارات خود از نقش شغلی را مطرح نموده و در مورد اینکه در آینده چگونه حقوق‌تان افزایش می‌یابد صحبت کنید.

خودتان را به عنوان شخصی نشان دهید که به عقاید آن‌ها احترام می‌گذارید (برای موفق شدن در این شغل باید چه کاری انجام داد؟)



عرضه اولیه سهام:
ذوب روی
اصفهان، مهر
آیندگان، کلر
پارس و لاستیک



صدور کد معاملات
آنلاین برای افراد
بالای هجده سال،
بدون نیاز به مدرک
تحصیلی



امکان صدور کد
معاملات آنلاین
برای اشخاص
بصورت
غیرحضوری





سامانیوم ۳۸۳ روز در کنار شما

آمار کلی

امتیازات در باشگاه



امتیازات سامانی تا پایان آذرماه ۹۸: ۶۰,۲۶۳,۶۸۱
امتیازات وفاداری تا پایان آذرماه ۹۸: ۶۹۳,۰۷۳,۰۲۲

عضوگیری



تا پایان آذرماه ۹۸: ۴۲,۰۶۸ نفر

راه‌های دسترسی



سایت - اپلیکیشن - اینستاگرام

تأسیس



۱۱ آذر سال ۹۷

مصارف امتیازات در باشگاه تا کنون

- ۱ برگزاری چهار دوره قرعه‌کشی: جشنواره رونمایی و سه دوره سور سامانی
- ۲ برگزاری پنج دوره آموزش بورس و سواد مالی در شهرهای تهران، تبریز و مشهد
- ۳ اعطای جوایز گوناگون از جمله جارو شارژی، ایکس باکس، گوشی موبایل XS-MAX، هدفون، هارد اکسترنال، وجوه نقد و...
- ۴ بازگشت وجه: دشت رمضان و دشت سامانی
- ۵ اعطای کارت اعتباری به گروه اول مشتریان برنزی در یک دوره

رویدادها



- ۱ برگزاری کمپین: تله‌پیتزا و سینما تیکت
- ۲ رونمایی از نسخه جدید اندروید برای اپلیکیشن سامانیوم
- ۳ دستیابی به ۸,۲۸۵ نفر دنبال‌کننده در اینستاگرام سامانیوم
- ۴ برگزاری اولین سالگرد تأسیس سامانیوم

رده‌بندی وفاداری مشتریان



اقدامات آتی تا پایان سال ۹۸

- ۱ برگزاری قرعه‌کشی سور سامانی ۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریالی
- ۲ برگزاری دوره آموزش مجازی با همکاری کارگزاری بانک سامان
- ۳ تبدیل امتیاز سامانی به کارمزد سالانه پیامک بانکی
- ۴ بازگشت وجه درصدی از کارمزدهای پرداختی مشتریان
- ۵ ادامه اعطای ووچرهای تخفیف

شرکای تجاری



همکاری با بیش از ۳۰ شرکت معتبر
ارائه بیش از ۵۰,۰۰۰ ووچر (کد تخفیف)

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه/باجه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمابر	نام مسئول شعب/باجه‌ها
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 کوهپایه، پلاک ۶۹	۲۶۲۰۰۹۶۳	۲۶۲۰۰۹۳۸	خانم قدیمی
۴	امین حضور	۸۵۳	تهران، میدان بهارستان، خیابان مصطفی خمینی، خیابان امیرکبیر شرقی، نبش کوچه جاویدی، پلاک ۱۴۰	۳۳۴۴۳۷۱۱-۳۳۴۴۳۷۰۴	۳۳۴۴۳۷۱۱	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 ماکوئی‌پور، 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، سعادت‌آباد، میدان فرهنگ، بلوار ۲۴ متری، نبش کوچه چهارم غربی، پلاک ۱۸	۲۲۳۷۸۸۵۶-۷	۲۲۳۵۷۶۰۵	خانم قندیان
۱۴	بلوار دریا	۸۸۳	تهران، خیابان سعادت‌آباد، 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	۴۴۰۰۳۸۵-۶	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 کوچه‌ها، سازمان بورس اوراق بهادار، پلاک ۱۹۲	۶۶۷۴۰۴۲۴-۵	---	---
۲۳	ترمینال ۲ فرودگاه مهرآباد	۸۵۲	تهران، فرودگاه بین‌المللی 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 طرفی‌نژاد
۲۶	جنت آباد	۸۱۲	تهران، خیابان جنت‌آباد جنوبی، پایین‌تر 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 خوش‌صحب
۲۹	خیابان جمهوری	۸۶۵	تهران، خیابان جمهوری، بین خیابان ولی عصر و شیخ‌هادی، پلاک ۸۵۲	۶۶۹۷۶۳۹۴-۶۶۹۷۶۳۹۲	۶۶۹۷۶۳۹۸	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 سه‌رودی، 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 جمال‌الدین اسدآبادی	۸۳۰	تهران، خیابان سید جمال‌الدین 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 لویسانی	۸۵۵	تهران، کامرانیه، خیابان لویسانی 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 آیت‌النبی
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 طرّفه‌نژاد
۴۰	دکتر فاطمی	۸۱۰	تهران، خیابان دکتر فاطمی غربی، روبروی خیابان هشت بهشت، نبش کوچه شیخ‌الرستم، 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 رسانی فر
۷۷	هایپر استار	۸۵۷	تهران، بزرگراه شهید باکری جنوب، مرکز خریدهایپر 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، سواره 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 دارانی (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 ایردک، 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 سواره 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	۰۸۷-۳۳۴۵۴۵۴۲-۳	۰۸۷-۳۳۴۵۴۵۴۶	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، سواره 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	۰۷۶-۳۵۲۴۶۶۴۴-۴۶	۰۷۶-۳۵۲۴۶۶۵۰	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	جهانشهر 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 قزنی، نرسیده به میدان سپهبد قزنی، نبش کوچه قزنی 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	۰۳۵-۳۶۲۲۶۵۲۵	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: ۰۳-۷۷۹۱۷۰۰۹-۷۷۹۱۵۰۰۹-۷۷۹۱۷۱۳۱-۷۷۹۱۰۱۱۹-۷۷۹۱۲۱۵۴-۷۷۹۱۰۱۱۹ 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 قزنی، نرسیده به میدان سپهبد قزنی (ژاندارمری سابق)، جنب تیمچه، پلاک ۲۱۶ شماره‌های ساترنال: ۰۸-۳۴۳۲۲۳۸۷۹۴-۴۴۳۲۲۳۸۷۹۴-۴۴۳۲۲۳۸۷۹۴-۴۴۳۲۲۳۸۷۹۴ 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
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: ۰۴۱-۳۳۳۳۸۴۰-۴۱-۳۳۳۳۸۴۰ نمابر: ۰۴۱-۳۳۳۳۸۴۰
آقای علیرضا پاک‌نژاد	سرپرست استان‌های جنوب و جنوب غرب	شیراز، بلوار پاسداران (زرهی)، 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
آقای معالی	سرپرست استان‌های غرب	زنجان، میدان آزادی، ابتدای خیابان امام - تلفن: ۰۲۴-۳۳۳۶۵۸۶۰-۳۳۳۶۵۸۶۰ نمابر: ۰۲۴-۳۳۳۶۵۸۶۰



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

