

ارتباط ایران زمین

نشریه بانک ایران زمین
شهریور ماه ۱۴۰۱ - سال هشتم - شماره ۵۲

عمل به مسؤولیت اجتماعی
از سوی بانک‌ها می‌تواند
تعیین‌کننده باشد

جشنواره گل یا پوچ همشون گل
در استان‌های آذربایجان و
اردبیل

بازاریابی نسل پنجم

قسمت دوم

برترین بانک‌های سوئیس
و سوئد کدامند؟



۰۲۱-۲۴۸۰۹



ertebat@izmail.ir



izbank.ir

فهرست



۲۲ گفت و گو

۲۵ فناوری

۲۶ بانک های جهانی

۲۸ دانستنی ها

۲۹ ایران شناسی

۳۴ سلامت

۳۶ ایران زمین در رسانه ها

۳۷ کاشت و پرورش گیاهان

۳۸ با هنرمندان ایران زمین



۰۳ سرمقاله

۰۴ پنجره

۱۱ گزارش اخبار استان ها

۱۶ مقاله

۱۸ پرونده

صاحب امتیاز: بانک ایران زمین

سر دبیر: سید محمد حسین استاد

تحریریه: افسانه پورمراد

امید طاهری، صبا شکوهمند

خبرنگار و ویراستار: اعظم رضانی

طراح گرافیک: احسان آقایی

مدیر هنری: زهرا الهی

نشریه دیجیتال بانک ایران زمین
شهریورماه ۱۴۰۱ / سال هشتم / شماره ۵۲

۳۴





عمل به مسؤولیت اجتماعی از سوی بانک‌ها می‌تواند تعیین‌کننده باشد

حمایت جدی و همیشگی از محیط‌زیست، در کنار حمایت از فرهنگ و ادب ایران‌زمین طی سال‌های اخیر و در قالب ساخت برنامه‌های متعدد ادبی در صدای اختصاصی این بانک، موارد دیگری از عمل به این مسؤولیت مهم و اجتناب‌ناپذیر بانک ایران‌زمین است.

مردم شریف ایران‌زمین بدانند دیر یا زود تحولات عظیم در حوزه فناوری‌های مالی و بانکی، سبک زندگی آن‌ها را تغییر خواهد داد و آموزش و آشنایی کامل با زبان جدید مالی و ارتباطی برای آن‌ها الزامی است.

نمی‌توان در برابر تغییرات نفس‌گیر و سهمگین دنیای فناوری مانع ایجاد کرد. نمی‌توان چشم‌ها را بر واقعیت جهان مبتنی بر فناوری امروز بست و

آن را نادیده گرفت. باید همراه بود، مشارکت کرد و به دور از هرگونه تصمیم‌گیری‌های هیجانی، راه را برای پیشرفت همه‌جانبه کشور هموار کرد.

بانک ایران‌زمین خود را خادم مشتریان و مردم شریف ایران می‌داند و از هیچ کمک و اقدامی در چهارچوب اختیارات و امکانات خویش؛ به‌ویژه در حوزه عمل به مسؤولیت‌های اجتماعی دریغ نخواهد کرد. پیروز و سربلند باشید.

سر دبیر: سید محمد حسین استاد

به شما مخاطبان و مشتریان فرهیخته و ارجمند نشریه ارتباط ایران‌زمین سلام می‌کنم. امیدوارم همواره در صحت و سلامت کامل باشید.

بدون مقدمه و تعارف بگویم؛ کشور ما در شرایط اجتماعی و اقتصادی ویژه و قابل‌تأملی قرار دارد که می‌طلبد متولیان امر برای برون‌رفت از آن تدابیر لازم را اتخاذ کنند؛ اما وظیفه نهادهای مالی و شبکه بانکی کشور در این میان چیست؟ آیا باید همین‌طور دست روی دست گذاشت و همه‌چیز را به عنصر گذشت زمان واگذار کرد؟! به نظر تدبیر شایسته‌ای نمی‌آید.

با مشارکت در طرح ((ایران مهربان))، تعداد فرزندان معنوی بانک از ۲۰۰۰ نفر به ۳۰۰۰ نفر رسید

بانک ایران‌زمین در مقام بانکی پیشرو در حوزه عمل به مسؤولیت‌های اجتماعی سازمانی، بیش‌ازپیش بر این امر تأکید می‌کند که در شرایط کنونی کشور، اجرای مطلوب این مهم، بسیار ضروری و حیاتی است و این نهاد مالی آن را فرصتی مغتنم در مسیر بهبود شرایط اقشار آسیب‌پذیر می‌داند.

شرایط اقتصادی حال حاضر کشور دشوار است و ما دریافته‌ایم حمایت همه‌جانبه از نهادهای مردمی از سوی بنگاه‌های اقتصادی، نه تنها رفاه بیشتری در جامعه ایجاد می‌کند؛ بلکه باعث توسعه و پیشرفت کشور نیز خواهد شد. همان‌گونه که پیش‌ازاین به اطلاع مشتریان عزیز و هم‌وطنان ارجمند رسیده است، از سال ۱۳۹۹ همکاری بانک ایران‌زمین با مشارکت در طرح «ایران مهربان» و حمایت از ۱۰۰۰ یتیم و فرزند محسنین آغاز شد و در ادامه این مسیر، در سال جاری تعداد فرزندان معنوی این نهاد مالی از ۲۰۰۰ نفر به ۳۰۰۰ نفر رسید.



دیدار مدیران ارشد بانک با کارکنان شعب استان‌های خراسان رضوی و شمالی

محمد حسینی کنارویی، مدیر امور شعب استان‌ها نیز، هدف از برگزاری این دیدار را ایجاد روابط نزدیک و صمیمی میان همکاران شاغل در صف و ستاد با مدیران ارشد بانک برشمرد و گفت: امید است با استفاده از تجربه ارزشمند مدیران، بتوانیم گامی مؤثر در رسیدن به اهداف تعیین شده برداریم و زمینه درخشش نام ایران زمین را در نظام اقتصادی کشور فراهم کنیم.

ابوالفتحی و حاجی زکی، رؤسای دو اداره آمار و اطلاعات اعتباری و نظارت بر اعطای تسهیلات در این دیدار، با تحلیل نحوه اعطای تسهیلات و تمرکز آن در ستاد استان، افزودند: برای اصلاح حدود اختیارات اجرایی در شعب، گام‌های اساسی برداشته خواهد شد.

در پایان شمس‌آبادی، مدیر شعب استان، به بررسی و تجزیه و تحلیل عملکرد استان در بخش‌های مختلف منابع، مصارف، تعهدات و مطالبات پرداخت.

یادآور می‌شود: در این سفر از کارخانجات لوازم خانگی کلور (تولیدکننده انواع یخچال و یخچال‌فریزر خانگی) واقع در شهرک صنعتی خیام نیشابور و شرکت ایران شرق به صورت ویدئویی بازدید شد و طی جلسه‌ای با جلالیان، مدیرعامل شرکت، مسائلی نظیر نحوه ارائه خدمات اعتباری به بحث و تبادل نظر گذاشته شد و مقرر شد با هدف حمایت از صنایع داخلی مولد و رسیدن به خودکفایی، در چهارچوب ضوابط بانک و در قالب ارائه اعتبارات لازم، از مجموعه حمایت شود.

با هدف انتقال دانش و افزایش سطح آگاهی کارکنان در انجام امور بانکی، گردهمایی مدیران ارشد بانک با کارکنان ستاد و شعب استان‌های خراسان رضوی و شمالی برگزار شد.

بر اساس این گزارش؛ در این گردهمایی محمدرضا ادبی، مشاور مدیرعامل، ضمن بررسی ظرفیت‌های موجود در بخش صنعت و کشاورزی و معادن، بر حرکت رؤسای شعب برای شناسایی و جذب مشتریان ارزنده بخش‌های مختلف اقتصادی استان تأکید کرد.

وی افزود: بعد از ظرفیت‌سنجی دقیق اعتباری و صدور مصوبه در ارکان عالی اعتبارات، پیگیر اعطای تسهیلات و تزریق منابع بانک به این بخش‌ها هستیم.

در ادامه جلسه، مسعود مهردادفر، معاون اعتبارات و بانکداری شرکتی، با اشاره به وضعیت صنعت در استان و هدایت منابع بانک به سمت تولید و اشتغال ملی، راهنمایی لازم را در جهت شناسایی و جذب مشتریان دارای ظرفیت و صورت‌های مالی شفاف ارائه کرد.

در این دیدار مجید رضی‌زاده، معاون مالی و پشتیبانی، با تشریح چشم‌اندازها و اهداف بانک گفت: با توجه به تمهیدات ایجادشده از سوی مدیران عالی بانک، در آینده نزدیک شاهد تسریع در اعطای تسهیلات به مشتریان خواهیم بود.

در ادامه حسین درویشها، مدیر امور اعتبارات، ضمن بررسی عملکرد اعطای تسهیلات استان خراسان رضوی و مقایسه با سایر استان‌ها، برگزاری دوره‌های آموزشی بخش تعهدات (اعتبارات اسنادی داخلی - ضمانت‌نامه) مهم ارزیابی کرد.

مدیر امور توسعه سرمایه انسانی: اعتماد به نیروهای جوان، اولویت بانک در حوزه منابع انسانی است



به‌منظور هماهنگی و ایجاد وحدت رویه در فرایندهای سرمایه انسانی و دانش‌افزایی کارشناسان، نخستین گردهمایی سراسری سه‌روزه کارشناسان سرمایه انسانی مناطق، با حضور مدیر امور توسعه سرمایه انسانی، مدیر امور شعب استان‌ها، رؤسای اداره‌ها و کارشناسان تحت نظارت و نمایندگان مناطق بانک ایران زمین برگزار شد.

بر اساس این گزارش؛ در این گردهمایی علی‌فتاحی، مدیر امور توسعه سرمایه انسانی، ضمن تشریح مراحل رشد سازمانی گفت: ذات سرمایه انسانی، تغییر و اصلاح فرایندها و روش‌ها با رعایت موقعیت حاکم بر سازمان است و هر تصمیم باید در زمان و مکان مناسب گرفته شود. وی در تعریف برنامه‌ریزی نیروی انسانی افزود: برنامه‌ریزی نیروی انسانی فرایندی است که بر اساس آن سازمان اطلاع می‌یابد چه شخصیت‌هایی و چه میزان نیروی انسانی مورد نیاز، در حال و آینده، در اختیار دارد و این نیروی انسانی در زمان مناسب و مکان درست سازمان قرار می‌گیرند و می‌توانند وظایف و مسؤلیت‌های خویش را برای رسیدن به اهداف سازمانی انجام دهند.

فتاحی خاطرنشان کرد: فرایند تحلیل نیازهای سرمایه انسانی سازمان، متناسب با تغییرات محیطی و توسعه نیازهای عملیاتی سازمان‌هاست؛ بنابراین اگر رویکرد بانک تغییر کند، ما هم باید برنامه‌های خود را متناسب با آن تغییر دهیم. مدیر امور توسعه سرمایه انسانی، اعتماد به نیروهای جوان، دانش‌افزایی، توسعه مهارت‌های حرفه‌ای و توجه به اصل جانشین‌پروری را از اولویت‌های این مدیریت برشمرد و گفت: در چند سال گذشته ما به همکاران جوان اعتماد کردیم و باور داشتیم می‌توانند شعب را به اهداف تعیین‌شده برسانند که این تصور به واقعیت تبدیل شد.

وی در خصوص شاخص‌های توسعه سرمایه انسانی سازمان خاطرنشان کرد: سیر تغییرات ایجادشده در چند سال گذشته نشان می‌دهد اکثر نیروی انسانی بانک با رشته‌های مرتبط و وضعیت مطلوب در بانک مشغول هستند و ما توانستیم در طرح طبقه‌بندی مشاغل تعداد قابل توجهی از کارکنان را ارتقا دهیم که این خود یک توسعه است.

این مدیر بانکی بر گذراندن دوره‌های آموزشی تخصصی و حرفه‌ای متناسب با نیاز روز و بازار رقابت صنعت بانکداری برای همکاران تأکید کرد و گفت: رویکرد و برنامه‌ریزی مدیریت امور توسعه سرمایه انسانی این است که همکاران در هر دوره آموزش تخصصی که نیاز دارند، شرکت کنند؛ حتی اگر لازم است در دوره‌های متمرکز در تهران شرکت کنند، با هماهنگی مدیریت استان‌ها به تهران اعزام شوند.

وی ضمن تأکید بر حفظ ارزش‌های اخلاقی، حرفه‌ای و همگرایی و مشارکت در اجرای برنامه‌ها برای تحقق اهداف و بالندگی‌های فردی و سازمانی، محیط کار را خانه دوم همکاران دانست و خاطرنشان کرد: فرهنگ سازمانی

یکدیگر را مورد تأکید قرار داد و گفت: آنچه در عمل برای توسعه سرمایه انسانی بانک و ارتقای جایگاه کارکنان بانک به‌عنوان رئیس و معاون شعب لازم است، هماهنگی، همگرایی و همکاری مدیران بانک است.

وی تصریح کرد: حرکت در راستای تحقق اهداف ابلاغی با هماهنگی دو مدیریت سرمایه انسانی و امور شعب و همدلی و همکاری اعضای کمیته انتصابات؛ همچنین باور مجموعه تصمیم‌گیران بانک به نیروهای موجود بوده است که نتیجه آن رشد بالاتر از متوسط عملکرد این بانک خصوصی در جذب منابع و سپهم از بازار در مدیریت استان‌هاست که بعضاً در رتبه اول تا سوم قرار دارد.

یادآور می‌شود؛ در این همایش سه‌روزه، بر اساس آسیب‌شناسی انجام‌شده، راهکارهای تفویض اختیار، حذف فرایندهای زائد اداری، خدمت‌رسانی مطلوب‌تر همکاران، چگونگی فراهم کردن امکانات تفریحی و رفاهی بیشتر و حفظ انگیزه و تلاش به همگرایی واحدهای اجرایی، بررسی شد و در حوزه مباحث حقوقی، تأمین اجتماعی، قانون کار و آموزش حضوری، با حضور مدیران ذی‌ربط و صاحب‌نظر، بحث و تبادل نظر شد.

مطلوب بانک باید ارتقا یابد؛ بنابراین امنیت شغلی و روانی همکاران و خانواده آن‌ها و انضباط اداری و رعایت مفاد ابلاغی دستورالعمل رفتار سازمانی، مورد تأکید است.

مدیر امور توسعه سرمایه انسانی، تعیین دستورالعمل همکاران نمونه، آیین‌نامه استخدای بانک، نظام پیشنهادات، کانون ارزیابی، مأموریت و مرخصی را از اهداف این مدیریت در سال جاری اعلام کرد.

فتاحی همچنین خیر داد: در اجرای برنامه‌های پیش‌بینی‌شده با آسیب‌شناسی وضع موجود و اجرای برنامه‌ها متناسب با شرایط حادث‌شده در طول سه سال گذشته، تعداد زیادی نیروی جوان دارای توانایی و مهارت خاص همراه با تحصیلات مرتبط در حوزه کاری، جذب واحدهای حضوری استان شده است و در حال تدوین و بازنگری آیین‌نامه‌های مدیریت عملکرد، ایجاد کانون ارزیابی اصلاح فرایندهای ارتقای شغلی، اصلاح و بازنگری طبقه‌بندی مشاغل، نظام پیشنهادات، آیین‌نامه استخدای و مأموریت و مرخصی‌ها هستیم که با هماهنگی و سطح‌بندی کارشناسان سایر واحدهای بانک پس از طی فرایند قانونی برای اجرا، ابلاغ خواهد شد.

این مدیر بانکی ضمن ابراز خرسندی از برگزاری این گردهمایی، نیاز به هماهنگی بیشتر و اشراف و اطلاع کارشناسان مدیریت استان‌ها در اجرای برنامه‌ها و همگرایی آن‌ها با



مشاور مدیرعامل و مدیر امور حراست: تلاش ما ایجاد فضایی امن جهت ارائه خدمات به مشتریان است

که در سازمان ایجاد می‌شود. مدیر امور شعب استان‌ها افزود: ما در مقام بانکدار وظیفه داریم هوشیار باشیم و با آگاهی کامل از بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌ها، در جهت انجام امور بانکی مشتریان همکاری کنیم.

محمد رسول خوشنام، سرپرست شعب استان در این همایش ضمن ارائه اطلاعات جامع از عملکرد استان در سال‌های اخیر، گفت: همکاران شاغل در بانک احترام به یکدیگر، احترام به مشتری و مشتری‌مداری را سرلوحه کار خود قرار داده‌اند و تمام تلاش خود را در جهت ارائه خدمات باکیفیت به کار گرفته‌اند تا رضایت مشتری جلب شود.

سردار عباسعلی محمدیان، فرمانده نیروی انتظامی استان البرز همراه با مقامات نظامی استان و رضا جعفری مدیرکل امور اقتصادی استان البرز، از میهمانان ویژه این مراسم بودند.

سردار محمدیان در این همایش موضوع امنیت در جامعه را ضروری و بسیار پراهمیت دانست و گفت: امنیت به اندازه سلامتی مهم است و همه ما باید در جایگاه خود در حفظ آن بکوشیم.

در ادامه جعفری مطالبی را در خصوص حفاظت گفتار و موضوع جعل اسناد بیان کرد و گفت: ما امانت‌دار مردم هستیم و باید با حفاظت گفتار و صرفه‌جویی در کلمات، حافظ سرمایه مشتریان باشیم.

مدیر امور حراست افزود: تمام تلاش ما این است که در فضایی امن خدمات بانک را ارائه کنیم و مشتریان با خیال آسوده بتوانند از این خدمات استفاده کنند.

یارقلی ضمن تشریح بخش مختلف مدیریت امور حراست در بانک، خاطرنشان کرد: مجموعه حراست در سه حوزه حفاظت و انتظامات، حفاظت کارکنان و حفاظت فناوری اطلاعات، تمام توان خود را به کار گرفته است تا از اموال بانک، سرمایه مشتریان و امنیت کارکنان، حراست و حفاظت کند.

در ادامه فتاحی بانک ایران‌زمین را مصداق بارز صیانت‌کردن، پاس‌داشتن و حمایت از همکاران در مقابل ناملایمات دانست و گفت: همه تلاش و هدف مدیریت حراست در جهت حمایت و ارتقای سلامت فکری، معنوی و مادی همکاران است.

مدیر امور توسعه سرمایه انسانی افزود: تلاش می‌کنیم از شما همکاران در جایگاه سرمایه‌های ارزشمند بانک حمایت و حفاظت کنیم و برای آرامش و امنیت فکری و روحی و روانی شما متناسب با شرایط بانک، تدابیر لازم اندیشیده شود.

در این جلسه، حسینی کنارویی نیز رسالت اصلی حراست را پشتیبانی و مراقبت از مهم‌ترین دارایی سازمان، یعنی نیروی انسانی آن برشمرد و گفت: افرادی که در این حوزه مسؤولیت دارند، واقعاً دلسوز هستند و بیشتر به دنبال پیشگیری هستند تا پیگیری مشکلاتی

به‌منظور نظارت مستمر بر فعالیت مدیریت‌های مناطق و شعب استان‌های بانک؛ همچنین ایجاد فضایی صمیمی بین مدیریت و روسای حوزه حراست بانک با کارکنان مناطق، بازدیدهای استانی مدیریت امور حراست در برنامه کاری این مدیریت قرار گرفت.

بر همین اساس، علیرضا یارقلی، مشاور مدیرعامل و مدیر امور حراست همراه با علی فتاحی، مدیر امور توسعه سرمایه انسانی و محمد حسینی کنارویی، مدیر امور شعب استان‌های بانک، با همکاران شعب استان البرز دیدار کردند.

برگزاری همایش «الزامات حراست در بانک» با محوریت تشریح اقدامات و ملاحظات حراست در سازمان، از دیگر اقدامات مدیریت امور حراست در این سفر بود.

یارقلی در این جلسه وظیفه حراست را پیشگیری از وقوع حادثه و ایجاد همفکری با همکاران و مراقبت از آن‌ها اعلام کرد و گفت: یکی از اهداف مدیریت حراست در استان‌ها، آشنایی با همکاران است و این شناخت، به کشف استعدادها و ظرفیت‌های استان و آشنایی با افراد متعهد و مستعد را در بانک منتهی خواهد شد.





مدیر امور روابط عمومی:

اجرای مسؤولیت اجتماعی سازمانی برای بانک، یک ضرورت است

بانک ایران زمین چند سالی است که به منظور حمایت از اقشار نیازمند و در قالب طرح اکرام، با کمیته امداد امام خمینی (ره) همکاری می‌کند. بر همین اساس و به منظور بررسی راه‌های مؤثرتر در باری‌رساندن به جامعه هدف، جلسه‌ای با حضور مهران باوند سوادکوهی، معاون طرح و برنامه، سید محمدحسین استاد، مدیر امور روابط عمومی بانک و سیامک محتشم رضانی، رئیس اداره اکرام کمیته امداد امام خمینی (ره) استان تهران برگزار شد.

در این جلسه، مدیر امور روابط عمومی در خصوص اجرای مسؤولیت اجتماعی سازمانی از سوی بانک ایران زمین گفت: در شرایط کنونی کشور، اجرای این مهم بسیار ضروری و حیاتی است و ما آن را فرصتی مغتنم در مسیر بهبود شرایط اقشار آسیب‌پذیر می‌دانیم. وی افزود: حمایت از نهادهای مردمی از سوی بنگاه‌های اقتصادی، نه تنها رفاه بیشتری در جامعه ایجاد می‌کند؛ بلکه باعث توسعه و پیشرفت کشور نیز خواهد شد.

استاد در ادامه خاطر نشان کرد: از سال ۱۳۹۹ همکاری این بانک با مشارکت در طرح ایران مهربان و حمایت از ۱۰۰۰ یتیم و فرزند محسنین آغاز شده است و در ادامه این مسیر، در سال جاری نیز قرار است تعداد فرزندان معنوی خود را از ۲۰۰۰ نفر به ۳۰۰۰ نفر افزایش دهد. در این دیدار رئیس اداره اکرام کمیته امداد امام خمینی (ره) نیز ضمن قدردانی از بانک ایران زمین در سال‌های اخیر به واسطه حمایت ماهیانه از ۹۰۰ یتیم و فرزندان محسنین استان تهران، گفت: ایجاد روابط دوسویه بین کمیته امداد و این بانک مردمی خوش‌نام در تمامی این سال‌ها، گامی مؤثر در روند خدمت‌رسانی به اقشار آسیب‌پذیر جامعه بوده است و امیدواریم این حمایت‌ها در سال‌های آتی نیز ادامه داشته باشد.



**رادیو آوای ایران زمین
عملکرد شش ماهه نخست رادیو آوای ایران زمین
ایران زمینی‌ها با این رسانه ارتباط برقرار کرده‌اند**

درخشان بانک ایران زمین در زمینه عمل به مسؤلیت اجتماعی سازمانی در شاخه‌های گوناگون است. مدیران ارشد این نهاد مالی با علم به علاقه فراوان هم‌میهنان به فرهنگ و ادب ایران زمین در کنار میل به آگاهی نسبت به جریان‌های ادبی برون‌مرزی، ساخت برنامه‌های ادبی و معرفی کتاب را نیز در دستور ساخت این رسانه قرار داد.

حمایت همه‌جانبه بانک ایران زمین از زبان و ادبیات فارسی در جایگاه عنصر وحدت‌آفرین میان قوم‌های مختلف ایرانی، آن‌هم در روزگاری که ابیادی انگلیس در فتنه‌ای بزرگ بر طبل تفرقه و برجسته‌سازی مصنوعی و جهت‌دار زبان‌های محلی می‌کوبیدند، از درایت و عشق متولیان این نهاد مالی به زبان و ادبیات فارسی؛ همچنین عمل به مسؤلیت‌های اجتماعی سازمانی خویش در این حوزه خبر می‌دهد.

آمارها نشان می‌دهد از ابتدای سال جاری تاکنون، بیش از چهل برنامه ادبی و فرهنگی در قالب پادکست‌های کافه بانک و کتابی‌نو در رادیو آوای ایران زمین ساخته شده و در اختیار مشتاقان و دلدادگان فرهنگ و ادب فاخر ایران زمین قرار گرفته است.

معرفی کتاب‌های برتر جهان و پرداخت دقیق به مباحث مربوط به حوزه نگارش و ویرایش در زبان فارسی؛ نظیر دستور زبان فارسی به زبان ساده، مخاطب‌شناسی، حسی‌نویسی، زنده‌نویسی، اهمیت آرایه‌های ادبی، نحوه کپشن‌نویسی خلاقانه در شبکه‌های اجتماعی، تصویرسازی‌های ادبی و...؛ دغدغه اصلی سردبیران بخش فرهنگ و ادب این رسانه مشتری مدار بوده است.

رادیو آوای ایران زمین در جایگاه بازوی آموزشی، اطلاع‌رسانی و فرهنگی روابط عمومی، مفتخر است که همچنان در مسیر خدمت به مشتریان محترم و ارجمند بانک ایران زمین گام برمی‌دارد و در تحقق رؤیای خود که جذب و رضایت حداکثری جامعه هدف است، خستگی‌ناپذیر به پیش می‌رود.

ضمن سپاس فراوان از خداوند متعال به خاطر توفیق خدمت و قدردانی خالصانه از مخاطبان این رسانه نجیب بانکی، از تک‌تک مخاطبان عزیز خواهشمند است با درج هرچه بیشتر نظرات، پیشنهادهای و نقدهای سازنده خود در بسترهای تعریف‌شده بانک نظیر همراه بانک و شبکه‌های اجتماعی، گروه تحقیقاتی رادیو آوای ایران زمین را در پربارترکردن پادکست‌های مورد نظر خود یاری کنند. مثل همیشه از همراهی همدلانه و صمیمانه شما سپاسگزاریم.

مدیران محترم، همکاران، مشتریان ارجمند و مخاطبان ارزشمند نشریه ارتباط ایران زمین سلام؛ خبرنگار این نشریه هستم. به قول قدیمی‌ها، زمان مثل برق و باد می‌گذرد. چشم‌هایم را می‌بندم و برمی‌گردم به بهمن ۱۳۹۶ و تولد یک رسانه اینترنتی به نام رادیو آوای ایران زمین در بانک ایران زمین. از آن ماه تا امروز که این گزارش به شما تقدیم می‌شود، صدها برنامه، ویژه‌برنامه و پادکست در موضوعات گوناگون و در مسیر تحقق اهداف تعیین شده از سوی این نهاد مالی تولید شده و در اختیار جامعه هدف گرفته است. نظرسنجی‌های اخیر نشان می‌دهد ایران‌زمینی‌ها با این رسانه به‌خوبی ارتباط برقرار کرده‌اند و محتوای تولیدشده برای آن‌ها جذاب و آموزنده بوده است.

با این مقدمه، گزارشی از عملکرد شش‌ماهه نخست این رادیو در سال ۱۴۰۱ از نظر می‌گذرد. همان‌گونه که در شماره‌های پیشین نیز نوشته شد، رادیو آوای ایران زمین در پنجمین سال متوالی فعالیت خود، سال ۱۴۰۱ را با تغییر و تحولات عمده در کنداکتور برنامه‌هایش آغاز کرد و نمود بارز این تحولات از اوایل ماه اردیبهشت در برنامه‌های این رسانه بانکی، احساس شد.

سیاست این رادیو در سال جاری، تکیه بیشتر بر ساخت پادکست همراه با در نظر گرفتن تنوع در موضوعات و طرح مباحث اقتصادی خرد و کلان؛ به‌ویژه اقتصاد دیجیتال بود. این رسانه در شش ماه نخست امسال توانست با ساخت منظم پادکست‌هایی نظیر چشم سوم و فردا و با طرح مباحثی چون تحلیل بازارهای مالی ایران و جهان، تحولات بازار بورس و ارز، مسکن، سکه، طلا، خودرو، رمز ارزها، ارزهای دیجیتال و بررسی آخرین رویدادهای اقتصادی، به این مهم جامعه عمل پیوشاند.

پادکست فردا از سری پادکست‌های بسیار مهم و تأثیرگذار رادیو آوای ایران زمین است که در شش ماه نخست سال جاری پرداختن به لبه فناوری در تمام علوم را در دستور کار خود قرار داد؛ از علوم انسانی گرفته تا علوم تجربی، ریاضیات، فیزیک، شیمی، علوم پزشکی، روان‌شناسی و... .

معنای دقیق‌تر پرداختن به لبه فناوری در پادکست فردا این است که تازه‌ترین رویدادهای فناوری‌های روز ایران و جهان بررسی و مخاطب این برنامه همواره با اطلاعاتی به‌روز و دست اول در این حوزه تغذیه می‌شود.

در ادامه و در مسیر تحقق سیاست‌گذاری مدیران رسانه و روابط عمومی در بانک ایران زمین، بخش آموزش به زبان ساده مباحث مالی و بانکی برای مشتریان نیز، نیازی اساسی تشخیص داده شد و ده‌ها پادکست آموزشی مهم با موضوعاتی نظیر آشنایی با چک‌های صیادی، رمز پویا، کارت‌های نقدی و...؛ ساخته شد و در اختیار مشتریان قرار گرفت.

پادکست‌های آموزشی رادیو آوای ایران زمین با نام کلید، در ردیف پادکست‌های پرطرفدار این رسانه بانکی، طبقه‌بندی می‌شوند. نکته بسیار مهمی که در این میان به توضیح تفصیلی نیاز دارد، کارنامه

حضور بانک ایران زمین در مراسم خاکسپاری آیت الله ناصری

در پی ارتحال آیت الله محمد علی ناصری، استاد اخلاق و مدرس حوزه علمیه اصفهان، جمعی از کارکنان ستاد و شعب بانک ایران زمین در استان اصفهان، با حضور در مراسم تشییع و خاکسپاری این عالم وارسته، یاد ایشان را گرمی داشتند.





جشنواره گل یا پوچ همشون گل در استان های آذربایجان و اردبیل



در پی برگزاری مراسم اهدای جوایز جشنواره باشگاه مشتریان بانک ایران زمین با عنوان «جشنواره گل یا پوچ همشون گل» در خرداد سال جاری، مراسم اهدای جوایز برندگان استان های آذربایجان شرقی، غربی و اردبیل که نتوانستند در این مراسم حضور پیدا کنند، در محل شعب این استان برگزار شد.

برپایی موبک بانک ایران زمین در مرز شلمچه

به منظور خدمت رسانی به زائران اربعین حسینی، بانک ایران زمین با برپایی موبک از عاشقان آن حضرت استقبال و پذیرایی کرد. بر اساس این گزارش؛ به همت مدیریت شعب استان های غرب کشور موبک بانک ایران زمین جهت خدمت رسانی و پذیرایی در مرز شلمچه برپا شد و زائران گرمی از خدمات آن استفاده کردند.

یادآور می شود؛ شعب الغدیر، ایلام و آبادان در استان های کرمانشاه، ایلام و خوزستان از ساعت ۷:۳۰ الی ۱۸:۰۰ تا ۳۱ شهریور، به زائران خدمات بانکی ارائه کردند. در این ایام امکان برداشت وجه نقد تا سقف ۵/۰۰۰/۰۰۰ ریال از دستگاه های خودپرداز بانک ایران زمین در شعب این استان ها برای زائران ارجمند فراهم بود.



به گزارش خبرنگار ارتباط ایران زمین، ماه شهریور نیز به سیاق مألوف، فعالیت مدیران بانکی در سطح استان‌ها ادامه داشت و برگزاری همایش و تشکیل جلسات با هدف بررسی عملکرد همکاران استانی پی گرفته شد. بازدید از شعب و واحدهای تولیدی نیز به منظور حمایت هرچه بیشتر از تولید داخلی چون همیشه در دستور کار قرار گرفت. در ادامه فعالیت مدیران بانکی را به تفکیک استان می‌خوانید.

استان‌های آذربایجان شرقی، غربی و اردبیل

بازدید از شرکت‌های پتروپالایش و بارلی و بررسی عملکرد شعب با حضور مدیران



اسدی: کیفیت کار مهم است و رتبه‌بندی شعب با ارزیابی دقیق‌تر انجام می‌شود

به منظور جذب مشتریان بالقوه و بانکداری شرکتی، گروه بازاریابی مدیریت شعب استان‌های آذربایجان شرقی و غربی و اردبیل از شرکت‌های پتروپالایش و بارلی، تولیدکننده انواع پکیج و رادیاتور بازدید کردند. اسدی مدیر شعب استان در این جلسات، رسالت بانک ایران زمین را مشتری محوری، ارائه‌کننده انواع خدمات دیجیتال مالی و بانکی در حوزه‌های مختلف بانکداری بر پایه اعتماد و وفاداری و الگوی بانکداری دیجیتال برشمرد و گفت: بانک ایران زمین در تمام زمینه‌ها از جمله گردش مالی، صدور انواع کارت‌های دبیت، بن کارت برای کارکنان شاغل، کارت هدیه، صدور انواع ضمانت‌نامه‌ها و گشایش اعتبار اسنادی داخلی، آماده ارائه خدمت است. در ادامه، جلسه بررسی عملکرد شعب استان‌های مذکور با حضور مدیر، معاونان و رؤسای شعب استان و مدیر شرکت سایین تجارت کیش برگزار شد.

در این جلسه مدیر شعب استان بر تلاش همه‌جانبه کارکنان در جذب مشتریان و ارائه خدمات با کیفیت

مطلوب تأکید کرد و افزود: لازم است مناطق تمام توان خود را به کار گیرند تا بهترین نتیجه برابر با اهداف تعیین‌شده از سوی مدیران عالی بانک به دست آید. اسدی نحوه صحیح ثبت اطلاعات سپرده‌ها در سامانه را نیز مهم ارزیابی کرد و افزود: مشخصات مشتریان در زمان افتتاح حساب باید با دقت در سامانه ثبت شود تا کاربران در زمان انجام عملیات بانکی با مشکل روبه‌رو نشوند. در انتهای جلسه صفایی نیک، مدیر شرکت سایین تجارت کیش، در مورد عملکرد شرکت توضیحاتی ارائه کرد و به موارد مطرح‌شده از سوی مدیریت‌های مناطق پاسخ داد.

در جلسه ماهانه شعب استان‌های آذربایجان و اردبیل نیز، اسدی از شعب خواست در جهت جذب منابع قدم بردارند و در این راه از هیچ تلاشی دریغ نکنند. وی با توجه به برگزاری هم‌اندیشی آموزشی و برنامه‌ریزی مبتنی بر آینده‌پژوهی در تهران افزود: این هم‌اندیشی در کلیه مدیریت‌ها و برای رؤسا و معاونان و کارشناسان ستادی برگزار خواهد شد.

مدیر شعب استان در خصوص شیوه‌نامه ارزیابی عملکرد شعب نیز خاطرنشان کرد: در پایان هر فصل عملکرد مربوط به کلیه شعب استان‌ها در شاخص‌های کمی، از سوی مدیریت امور شعب و در شاخص کیفی از سوی مدیریت‌های مناطق استان‌ها اخذ و نسبت به ارزیابی و رتبه‌بندی شعب بر اساس مجموع امتیازات کسب‌شده اقدام می‌شود.

استان های البرز، قزوین و زنجان

جلسه ماهانه رؤسای شعب استان البرز برگزار شد



خوش نام: افزایش دانش بانکی همکاران ضروری است و باید در دستور کار قرار گیرد

جلسه ماهانه بررسی عملکرد شعب استان های البرز، قزوین و زنجان با حضور معاون شعب استان، رؤسا، معاونان و کارشناسان استان؛ همچنین نماینده شرکت ساین تجارت آریا برگزار شد.

در این جلسه خوش نام، معاون شعب استان، مطالعه دقیق منابع امتحانی از سوی همکاران و آمادگی کامل به منظور برگزاری آزمون های ارتقای شغلی را ضروری دانست و گفت: به منظور افزایش دانش بانکی همکاران، کارشناس منابع انسانی و آموزش استان با همکاری رؤسای شعب، برنامه ای جامع تهیه و اجرا کنند.

در ادامه عملکرد کلیه شعب در تمامی شاخص ها و میزان تحقق اهداف تعیین شده ارزیابی شد و از شعبی که موفق

شدند به طور کامل به اهداف خود دست یابند، قدردانی شد. در این جلسه ضمن تشریح خدمات و محصولات شرکت ساین تجارت آریا، بر همکاری کارشناسان بازاریابی و فناوری اطلاعات استان با نماینده شرکت مذکور تأکید شد.

استان های خراسان شمالی و رضوی

عملکرد شعب استان خراسان رضوی و شمالی بررسی شد



شمس آبادی: موقعیت اقتصادی منطقه مطلوب است و بازاریابی مستمر ما را به موفقیت می رساند

گردهمایی ماهانه رؤسای شعب استان های خراسان رضوی و شمالی با حضور مدیر و معاونان شعب استان برگزار شد. در این گردهمایی شمس آبادی، مدیر شعب استان، موقعیت اقتصادی منطقه و ظرفیت های مالی موجود در این استان را پراهمیت برشمرد و گفت: رؤسای شعب با توجه به انتظارات مدیران ارشد بانک با برنامه ریزی صحیح و درایت در راستای تحقق اهداف عالی بانک قدم بردارند. وی افزود: وظیفه و هدف اصلی رئیس شعبه شناسایی ظرفیت منطقه و مشتریان بالقوه، نیازسنجی اعتباری شرکت ها و واحدهای صنعتی و تجاری و ارائه خدمات مطابق با ظرفیت های مشتریان در چهارچوب قوانین و ضوابط بانک است و این مهم با استمرار در اقدامات بازاریابی محقق خواهد شد. در ادامه این گردهمایی رضوی، معاون اجرایی استان، از همکاران خواست در جایگاه یک بانکدار حرفه ای در حوزه فعالیت خود، با دقت در جهت انجام امور مشتریان و ارائه خدمات با کیفیت به آن ها قدم بردارند.

رخشانی معاون اداری و مالی استان نیز نظرات گزارش شده شعب را بررسی کرد و به موضوعاتی نظیر رویه توزیع پایانه های فروشگاهی، جمع آوری پایانه های صفر تراکنش، نحوه و درخواست پایانه های غیر نقدی پرداخت.

استان‌های خراسان جنوبی و سیستان و بلوچستان

جلسه رؤسای شعب استان‌های خراسان جنوبی و سیستان و بلوچستان برگزار شد



یزدانی: پیشرفت ما در گرو کارکنانی مسلط به خدمات بانکداری دیجیتال است

به منظور بررسی عملکرد شعب استان‌های خراسان جنوبی و سیستان و بلوچستان در شاخص‌های مختلف؛ همچنین ضرورت انتقال صحیح، شفاف و کامل موضوعات مطرح شده در جلسه شورای مدیران، جلسه رؤسا و معاونان شعب استان با حضور مدیر شعب استان برگزار شد.

در ابتدای جلسه، یزدانی مدیر شعب استان، بر برنامه‌ریزی جهت تحقق تمامی اهداف مصوب تأکید کرد و گفت: با توجه به عملکرد مثبت شعب در سال‌های گذشته و تحقق تمامی اهداف، انتظار می‌رود در سال جاری نیز تمامی شعب با بهره‌مندی از حداکثر توان خود زمینه تحقق اهداف را فراهم کنند و بار دیگر نام و برند بانک ایران زمین را بین سایر بانک‌های خصوصی، در جایگاه نخست قرار دهند.

وی به برگزاری کارگاه آینده‌پژوهی از سوی معاونت طرح و برنامه نیز اشاره کرد و افزود: با توجه به برنامه‌ریزی‌های

صورت گرفته، کلیه همکاران آمادگی لازم را جهت شرکت در کارگاه مذکور داشته باشند.

مدیر شعب استان ضمن اشاره به سرمایه‌گذاری بانک ایران زمین در حوزه بانکداری دیجیتال، لازمه پیشرفت بانک در این صنعت را کارکنانی آگاه و مسلط به خدمات بانکداری دیجیتال دانست و از همکاران خواست در این زمینه مطالعه کنند و سطح علمی خود را افزایش دهند.

در ادامه جلسه رسایی مقدم، معاون اجرایی شعب استان، به ارائه برخی نکات کلیدی در جلسه شورای عالی مدیران پرداخت و گفت: رمز موفقیت هر سازمان، جدیت و پشتکار همراه با همدلی و عدم ایجاد هرگونه حاشیه در واحدهای آن است.

وی افزود: صنعت بانکداری دیجیتال با سرعت در تمامی کشورها در حال توسعه است و لزوم همراهی و پیشرفت در این صنعت، داشتن دانش و آگاهی لازم و به‌روز بودن اطلاعات همکاران در این زمینه است.

استان کرمان و هرمزگان

جلسه ماهانه شعب استان کرمان و هرمزگان برگزار شد



خواجویی: گفت‌وگوی مستمر با مشتریان برتر، آن‌ها را به مشتریان وفادار تبدیل می‌کند

به منظور بررسی عملکرد شعب استان‌های کرمان و

هرمزگان، جلسه‌ای با حضور مدیر و معاون منطقه برگزار شد. خواجویی، مدیر شعب استان، بر برنامه‌ریزی منسجم

و به‌کارگیری همه ابزارها و امکانات و استفاده از توان کلیه همکاران نسبت به بازاریابی مفید و مستمر و افزایش منابع

تأکید کرد و گفت: کلیه شعب به نیت بازاریابی مناسب، در ماه حداقل یک جلسه با مشتریان برتر بحث و تبادل نظر

داشته باشند و موضوع را روزانه و به‌طور جدی در دستور کار قرار دهند. سپس تورکی، معاون منطقه، ضمن ابلاغ اهداف

تعهد شده، به بیان مطالبی در خصوص برگزاری جلسات روزانه با کارکنان شعب؛ همچنین فعال کردن همراه بانک و

اینترنت بانک پرداخت و توجه همکاران را به ظرفیت‌های موجود در منطقه جلب کرد و گفت: با تلاش و برنامه‌ریزی دقیق می‌توان به موفقیت‌های بیشتر دست یافت.

استان مازندران، گلستان و سمنان

همایش سراسری رؤسا و معاونان شعب استان‌های مازندران، گلستان و سمنان بانک برگزار شد

سلیم بهرامی: یک بانکدار باید از اخبار اقتصادی روز آگاه باشد



همایش سراسری رؤسا و معاونان شعب استان‌های مازندران، گلستان و سمنان بانک با محوریت بررسی عملکرد شعب در سال جاری و تبیین سیاست‌ها و اولویت‌های بانک با حضور مدیر استان برگزار شد.

سلیم بهرامی، مدیر شعب استان‌های یادشده، در ابتدای جلسه از همکاران خواست در جایگاه یک بانکدار و چهره اقتصادی در حوزه فعالیت کاری خود، نسبت به رصد اخبار اقتصادی به صورت روزانه حساس باشند و از این اطلاعات در جهت توسعه منافع بانک بهره‌برداری کنند.

وی نظارت دقیق بر رفتار و اعمال همکاران در انجام امور محوله را از رئوس اولیه فعالیت یک مجموعه مالی برشمرد و گفت: باید تمامی موضوعات کاری از سوی رؤسا کنترل و بررسی شود تا تمامی خدمات به صورت کامل ارائه شود.

مدیر شعب استان‌های مازندران، گلستان و سمنان در ادامه افزود: بازاریابی در خارج از وقت اداری از مسائلی است که باید در دستور کار تمامی کارکنان قرار گیرد و با برنامه‌ریزی صحیح و شناخت مشتریان بالقوه و بالفعل، ضمن مراجعه حضوری به محل فعالیت آن‌ها نسبت به معرفی خدمات بانک؛ همچنین خدمات متنوع بانکداری مدرن اقدام کنند.

استان یزد

جلسه مدیر شعب استان با کارگزاری ایساتیس پویا برگزار شد

پورحسینی: همکاری با بنگاه‌های اقتصادی، تولید ملی را در کشور رونق می‌دهد



به منظور تکریم مشتریان بانک، جلسه‌ای با حضور مدیر و معاون شعب استان یزد و مدیرعامل کارگزاری ایساتیس پویا برگزار شد. در این جلسه پورحسینی ایجاد همکاری با کارگزاری ایساتیس پویا را گامی مؤثر در پیشرفت اقتصادی منطقه برشمرد و گفت: مشارکت و همکاری بنگاه‌های اقتصادی می‌تواند روند ایجاد اشتغال را سرعت ببخشد و تولید داخلی را در کشور رونق دهد. خبیری مدیرعامل کارگزاری ایساتیس پویا نیز، در این جلسه ضمن ارائه اطلاعاتی در مورد وضعیت اقتصادی شرکت افزود: این کارگزاری در حال حاضر رتبه سوم را در ارائه خدمات و عملکرد در کشور دارد و آماده است با بانک ایران زمین در زمینه‌های اقتصادی همکاری کند.

برگزاری دوره آموزشی بازاریابی خدمات بانکی در شعب استانی

دوره بازاریابی خدمات بانکی شعب استان‌های اصفهان، قم، مرکزی و چهارمحال و بختیاری، با حضور مدیر و کارکنان شعب این استان‌ها و با هدف توانمندسازی و برخورد صحیح همکاران با مشتریان، با تدریس در دو نوبت برگزار شد. بر اساس این گزارش؛ وحید علیزاده مدیر شعب استان‌های اصفهان، قم، مرکزی و چهارمحال و بختیاری، ضمن ابراز خرسندی از به‌کارگیری نیروهای جوان بانک جهت برگزاری و تدریس دوره‌های آموزشی، گفت: همکاران باید با شرکت در دوره‌های آموزش تخصصی و برنامه‌ریزی صحیح، بازار هدف را شناسایی و خدمات بانک را معرفی کنند. در ادامه مجید طلایی، رئیس اداره تحقیقات و مطالعات بازار در جایگاه مدرس، این دوره بازاریابی را قلب تپنده و موتور محرک بانک‌ها برشمرد و گفت: همکاران باید با رصد دائمی بازار و آگاهی از نیاز جامعه و مشتریان، موجب ارتقای بهره‌وری بخش‌های دیگر و درنهایت بانک شوند. ارائه تعاریف دقیق بازاریابی نوآورانه، انواع بازاریابی، راهبردهای بازاریابی، سهم بازار و محصولات بانک، مهم‌ترین مباحث مطرح‌شده در این دوره آموزشی بود.





بررسی شاخص‌های ادراکی سپرده‌گذاران و خریداران سهام بانک‌ها با توجه به ابعاد مالی-رفتاری

می‌شوند و در تصمیم‌گیری‌های سرمایه‌گذاری خود از اطلاعات حمایت می‌کنند، به دنبال اطلاعات هستند. نظریه مالی فرض می‌کند که سرمایه‌گذاران منطقی هستند و بر اساس حداکثر سود تصمیم می‌گیرند. قلب مالی سنتی، فرضیه بازارهای کارآمد است که فرض می‌کند همه اطلاعات بدون هزینه در اختیار همه قرار می‌گیرد؛ با این حال واقعیت نشان می‌دهد سرمایه‌گذاران در بازارها لزوماً تصمیم‌های خود را منطقی نمی‌دانند و عوامل دیگر نیز ممکن است هنگام تصمیم‌گیری آن‌ها را تحت تأثیر قرار دهد؛ بنابراین، این پدیده محققان را تشویق می‌کند عواملی را بررسی کنند که ممکن است باعث ایجاد بی‌منطقی بین سرمایه‌گذاران شود.

بی‌منطقی مشکلات متعددی را در بازارها ایجاد می‌کند. این پدیده رفتاری سرمایه‌گذاران در چند دهه گذشته تحت عنوان «مالی-رفتاری» مورد مطالعه قرار گرفته است. این حوزه مالی مدرن در دو دهه گذشته پیشرفت چشمگیری داشته است؛ علاوه بر این، امور مالی-رفتاری تأثیر عوامل روانی را بر بازارها مطالعه می‌کند.

شواهد حاصل از مطالعات اخیر در مورد امور مالی-رفتاری به ما می‌گوید، به گونه‌ای متفاوت به مفروضات سنتی مالی فکر کنیم. با به کارگیری نظریه روان‌شناختی، رفتار انسان در بازارهای پولی و سرمایه و استفاده از آن به عنوان ابزاری برای درک تصمیم‌ها، موقعیت بهتری برای درک رفتار سرمایه‌گذاران و سپرده‌گذاران غیرمنطقی خواهیم داشت؛ بنابراین از روان‌شناسی و مردم‌شناسی می‌توان برای توضیح رفتار غیرمنطقی سرمایه‌گذاران استفاده کرد.

با توجه به امور مالی - رفتاری، سرمایه‌گذاران فردی همیشه در جهت منافع خود رفتار نمی‌کنند؛ به همین دلیل، بسیاری از محققان رفتارهای سرمایه‌گذاران را بررسی و تلاش کرده‌اند درک افرادی را که به شیوه‌های مختلف سرمایه‌گذاری خود را مدیریت می‌کنند، افزایش دهند.

پژوهش‌های پیشین بیان می‌کنند، اطلاعات جدید می‌تواند نحوه تصمیم‌گیری را تغییر دهد. در میان عوامل محیطی که بر تصمیم‌ها

امروزه با توجه به روند روزافزون تغییر و تحولات محیطی، بانک‌ها، سازمان‌ها و شرکت‌ها، برای پاسخ‌گویی اثربخش به نیازهای محیطی خویش، به مدل‌های مختلف کارآفرینی راهبردی نیازمند هستند. از این رو مقاله حاضر در تلاش است با استفاده از روش‌های نوین، یافته‌های مطالعات صورت گرفته در این خصوص را به صورت نظام‌مند بررسی و بر اساس فرایند شکل‌گیری و دستاورد خروجی، به تحلیل آن‌ها پردازد.

مقدمه:

توسعه اقتصادی یک کشور تا حد زیادی به فعالیت‌های بانکی، صنعتی و تجاری آن کشور بستگی دارد. اغلب محققان استدلال می‌کنند رشد اقتصادی یک کشور به طور مستقیم با تحولات بازارهای پولی (بانک‌ها) و سرمایه (بازار سهام) مرتبط است. بازار سهام به دلیل نقش آن در تسهیل تجارت بین واحد مازاد صندوق (سرمایه‌گذاران) و واحد صندوق کسری (ناشران سهام) اهمیت زیادی دارد. بانک‌ها در اقتصاد مدرن، در جایگاه یک منبع مهم در تأمین سرمایه لازم برای انجام فعالیت‌های صنعتی و تجاری، نقش حیاتی ایفا می‌کنند؛ همچنین پول نقش مهمی در زندگی مردم دارد.

در این عصر رقابتی، سرمایه‌گذاران و سپرده‌گذاران، روش‌های مختلفی برای سرمایه‌گذاری خود دارند. تصمیم‌های آن‌ها برای سرمایه‌گذاری و سپرده‌گذاری در هر یک از بازارها بسیار مهم است. هرکسی بر اساس ویژگی‌های شخصیتی خود در مورد سرمایه‌گذاری تصمیم می‌گیرد؛ ویژگی‌های شخصیتی‌ای که بر رفتار افراد تأثیر می‌گذارد و احساسات و افکار آن‌ها را آشکار می‌کند.

سرمایه‌گذاران و سپرده‌گذاران به دنبال اطلاعات کمی و کیفی هستند؛ زیرا بر بازده آن‌ها از بازارها تأثیر می‌گذارد. از آن طرف، تصمیم‌های فردی تحت تأثیر عوامل اقتصادی و رفتاری قرار می‌گیرد. بسیاری از محققان چنین استدلال می‌کنند که افراد تصمیم‌گیرانی آگاه هستند و در



یا تمایل ندارند مسائل را به صورت نظام‌مند توصیف، تمام داده‌های ضروری را ثبت یا اطلاعات را برای ایجاد قواعد در تصمیم‌گیری‌ها ترکیب کنند.

در عمل مشاهده می‌شود افراد برای تعیین روش انجام کار سازگار با اهداف، غالباً از مسیرهای «بیشتر ذهنی» و «کمتر عینی» استفاده می‌کنند؛ بنابراین، این پرسش مطرح می‌شود که الگوی شناختی سرمایه‌گذاران مبتنی بر نشانه‌های محیط اطلاعاتی چیست و این الگو چه ابعاد و مؤلفه‌هایی دارد؟

نتیجه

نتایج نشان می‌دهد اعمال و رفتارهایی که از سپرده‌گذاران و سرمایه‌گذاران سر می‌زند، در سازمان‌هایی مانند بانک‌ها که به فراخور نوع فعالیت‌هایشان با ارباب‌رجوع و مشتری سروکار دارند، اهمیت زیادی دارد و به همان نسبت که رفتارهای مثبت و سازنده آن‌ها می‌تواند به سازمان در رسیدن به اهدافش کمک کند، رفتارهای منفی و مخرب آن‌ها نیز می‌تواند در کار آن‌ها اختلال ایجاد کند. این امر از جایگاه انکارناپذیر مشتریان در عملکرد بانک‌ها پرده برمی‌دارد.

به‌طور کلی می‌توان گفت، در کلیه دوره‌های زمانی مهم‌ترین عاملی که در تعیین رفتار مالی تأثیرگذار است، عوامل مربوط به محیط اطلاعاتی است. محیط اطلاعاتی که چهار مفهوم از جمله شفافیت اطلاعاتی، اطلاعات پراکنده، دسترسی اطلاعاتی و کیفیت اطلاعاتی را در بر گرفته است؛ بنابراین از آنجاکه در کشور عوامل محیطی بر رفتار مالی تأثیر زیادی دارد، بانک‌ها باید به دنبال راه‌هایی برای افزایش کارایی؛ همچنین کاهش ریسک در شرایط نوسانات اقتصادی باشند.

تأثیر می‌گذارد، اطلاعات نقش اساسی دارند. سپرده‌گذاران بر اساس اطلاعاتی که از منابع مختلف دریافت می‌کنند، تصمیم خود را در مورد عدم اطمینان موجود در هر سپرده‌گذاری تعیین می‌کنند. تعیین متغیرهایی که توضیح می‌دهند سپرده‌گذاران چگونه برخی اخبار را متوجه می‌شوند؛ اما اخبار دیگر را نادیده می‌گیرند و آنچه را که متوجه می‌شوند چگونه تفسیر می‌کنند؛ تحلیل نحوه اثر متقابل ویژگی‌های اطلاعات در هر یک از مراحل درک سپرده‌گذاران و چگونگی اثربخشی منابع اطلاعاتی جهت ارتقای پردازش اطلاعات گام بسیار مهمی در تعیین اطلاعات مربوط به تصمیم‌گیری و نحوه اتخاذ تصمیم از سوی سپرده‌گذاران است.

مدل‌های شناختی سپرده‌گذاران سه مرحله را ادغام می‌کند: توجه کردن، احساس و عمل. این مدل‌ها چگونگی تأثیر تعامل متغیرهای زمینه‌ای و صفات فردی، جمعیت‌شناسی و مؤلفه‌های دیگر را بر سه بعد شناختی سپرده‌گذاران بررسی می‌کند.

توجه کردن یک عنصر کلیدی در یک مدل تصمیم‌گیری است؛ زیرا همان‌طور که استارباک (۱۹۸۸) استدلال می‌کند، افرادی که قادر نیستند تغییرات مربوطه را مشاهده کنند، برای رسیدن به اهداف خویش با مشکل مواجه می‌شوند. این مشکلات به این دلیل به وجود می‌آیند که فرد یا نحوه استفاده از دانش خود را به‌درستی اصلاح نمی‌کند یا نیاز به ارتقای بیشتر دانش خود را تشخیص نداده است.

بدیهی است نحوه درک سپرده‌گذاران از اطلاعات جدید دریافتی از سوی بانک مرکزی و سایر بانک‌ها و تصمیم‌هایی که می‌گیرند، موضوعی محوری است. با بررسی و شناخت عوامل مؤثر بر ادراک شناختی سپرده‌گذار از منابع اطلاعاتی همچون ابهام، شفافیت، قابلیت اطمینان و نمایه‌های شناختی همچون سبک‌شناختی، تحمل ابهام و صفات فردی و سایر ابعاد، علاوه بر توضیح پویایی بازارهای مالی، می‌توان مبانی دانشگاهی را با تعریف راهبردها یا رفتارها، برای کاهش شکاف بین بازارهای واقعی و بازارهای کارا تقویت کرد.

تعریف مالی-رفتاری

مالی-رفتاری، مطالعه چگونگی تفسیر افراد از اطلاعات برای اتخاذ تصمیم‌های سرمایه‌گذاری است؛ به عبارت دیگر، مالی-رفتاری به دنبال تأثیر فرایندهای روان‌شناختی در تصمیم‌گیری است.

یکی از موضوعات مهم در بحث مالی-رفتاری، مطالعات مربوط به شناسایی فرایندهای تصمیم‌گیری سپرده‌گذاران و تبیین الگوی تصمیم‌گیری آن‌ها در شرایط عدم اطمینان است. اغلب مشاهده می‌شود افراد هنگام مواجهه با عدم اطمینان، نمیتوانند



مؤلف:

امیرحسین جعفری

دانشجوی دکتری حسابداری



بازاریابی نسل پنجم

قسمت دوم

به گزارش خبرنگار ارتباط ایران زمین، قسمت اول مقاله بازاریابی نسل پنجم در شماره پیشین به شما تقدیم شد. در این شماره و شماره بعد صفحه پرونده، درباره مفهوم کلیدی و ارزشمند بازاریابی نسل پنجم سخن به میان می آید. خواندن این مقاله دنباله دار - با تأکید - به شما پیشنهاد می شود.

عوامل مؤثر بر اجرای راهبرد بازاریابی

راهبرد یک جهت گیری ذهنی است که حرکت به سمت مجموعه ای از اهداف را در قالب یک چشم انداز میسر می کند. عوامل مؤثر در راهبرد بازاریابی عبارتند از:

شناخت مخاطب خود؛

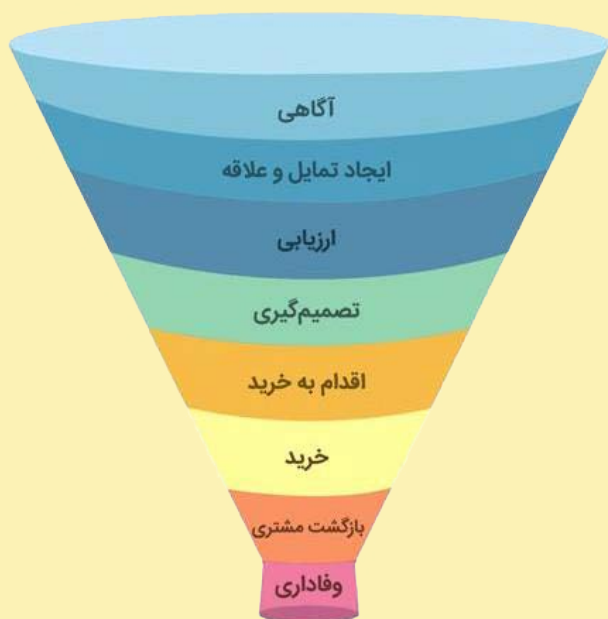
انجام عمل مطلوب مشتری؛

درک مفهوم قیف بازاریابی.

قیف بازاریابی از سوی کارشناسان مختلف به مراحل مختلف و متنوعی تقسیم شده است؛ اما به طور کلی مراحل زیر را در برمی گیرد:

- 1) بالای قیف: مشتری به محصول یا شرکت هیچ توجهی ندارد؛
- 2) وسط قیف: مشتری در حال تحقیق برای پیدا کردن محصول مناسب برای حل مشکل یا رفع نیاز خود است؛

3) انتهای قیف: مشتری آماده خرید است.



مشخص کردن تاکتیک های خود

شناسایی و انتخاب تاکتیک هایی که به کمک آن ها می توانید بهتر و سریع تر به هدف خود دست پیدا کنید، بخشی از تمام راهبردهای مؤثر بازاریابی است. البته از آنجایی که (به خصوص در بازاریابی آنلاین) میزان تنوع و تعدد گزینه های موجود بسیار زیاد است، احساس گیجی و سردرگمی دور از انتظار نخواهد بود؛ در عین حال، با توجه به مخاطبان خود (که در مرحله اول با آن ها آشنایی پیدا کرده اید) و تاکتیک ها و کانال هایی که برای آن ها محبوبیت بیشتری دارند می توانید شروع خوبی داشته باشید. برای انتخاب بهترین روش ها و کانال ها ابتدا بررسی کنید که مخاطبان هدف شما بیشتر وقت خود را در کجا می گذرانند، سپس برای انتخاب تاکتیک ها و روش های مختلف بازاریابی برای ارتباط مؤثر با آن ها در زمان مناسب در آن موقعیت ها برنامه ریزی کنید.

می‌توانید اطلاعات مشتریان را به شکل سازمان‌دهی شده‌ای ذخیره و رابطه خود را با آن‌ها مدیریت کنید.

پلتفرم‌های مدیریت بازاریابی: برخی از شرکت‌ها چندین مورد یا همه موارد بالا را در یک پنل در اختیار کاربر قرار می‌دهند. طبیعتاً یکپارچگی چنین پلتفرم‌هایی می‌تواند باعث تقویت کارآمدی همه اجزای آن شود.

نسل‌های بازاریابی از دیدگاه فیلیپ کاتلر

1) نسل اول بازاریابی محصول محور

(تولید، بازاریابی) از نظر کاتلر در سال‌های پیش از ۱۹۷۰ ابتدا محصولات تولید، سپس وارد بازار شده و در نهایت از سوی بازاریابان به جست‌وجوی چگونگی فروش به اشخاص تفکر می‌شد. از نظر کاتلر این نوع بازاریابی امروزه در بازار منسوخ شده است.

2) نسل دوم بازاریابی مشتری محور

(تحقیق، تولید، بازاریابی) در نسل دوم بازاریابی، تولیدکنندگان به ارائه سبک جدیدی از بازاریابی روی آوردند. در این شیوه پیش از تولید به امر بازاریابی می‌پرداختند و پس از پیدا کردن نیازمندی‌های فعلی مشتریان، محصولی مطابق با خواسته و پسند آن‌ها را تولید و به بازار عرضه می‌کردند. این نسل از بازاریابی نیز در سال‌های حدود ۱۹۹۰ منسوخ شد.

3) نسل سوم بازاریابی انسان محور

(تحقیق، تولید، بازاریابی، ارتباط دائمی با مشتری تا نفوذ به ذهن و قلب او) در نسل سوم بازاریابی کاتلر عنوان می‌کند امروزه ما برای موفقیت در فرایند فروش نیازمند همراهی با مصرف‌کنندگان تا پس از خرید و مصرف محصول هستیم. مدیران بازاریابی موفق در دنیا امروزه باید پس از خرید نیز با مصرف‌کنندگان در ارتباط باشند و نیازهای آن‌ها را حین و پس از مصرف پاسخ گویند.

4) نسل چهارم بازاریابی دیجیتال محور

بازاریابی در دنیای دیجیتال تنها بر استفاده از رسانه‌ها و شبکه‌های دیجیتال متکی نیست. فاصله دیجیتالی همچنان در میان افراد جامعه وجود دارد. از همین رو رویکرد بازاریابی ما باید به شکل همه‌جانبه - یعنی هم آنلاین و هم آفلاین - باشد. به‌کارگیری فناوری بازاریابی (martech)، تنها محدود به توزیع محتوای دیجیتال در شبکه‌های مجازی نیست. فناوری‌هایی مانند هوش مصنوعی، فرایند آموزش زبان طبیعی و اینترنت اشیا، این قابلیت را دارند که رویکردهای بازاریابی را به کل متحول سازند.

5) نسل پنجم بازاریابی هوش مصنوعی محور

بازاریابی نسل پنجم به‌رغم سه چالش عمده در پس پرده شکل‌گیری آن، یعنی شکاف بین نسل‌ها، قطبی‌سازی رفاه و شکاف دیجیتالی تحقق می‌یابد. این اولین بار در تاریخ جهان است که پنج نسل از انسان‌ها، با خلقیات و ارزش‌های متفاوت، به‌طور هم‌زمان کنار یکدیگر زندگی می‌کنند.

افراد متعلق به نسل انفجار جمعیت و نسل X همچنان غالب موفقیت‌های تصمیم‌گیری در اقتصاد و قدرت خرید را در دست دارند؛

اجرای راهبرد بازاریابی خود

برای اجرای صحیح و دقیق راهبرد بازاریابی باید «مهارت‌ها»، «کارکنان» و «ابزار» مناسب در اختیار داشته باشید.

الف) مهارت‌های لازم برای بازاریابی

مهارتی که هر بازاریاب برای موفقیت در بازاریابی به آن نیاز دارد به نوع اقداماتی وابسته است که باید انجام دهد؛ اما به‌طور کلی مهم‌ترین مهارت‌های لازم که در بسیاری از روش‌های بازاریابی به کار می‌آیند، می‌توان به موارد زیر اشاره کرد.

مهارت ارتباط کلامی: توانایی برقراری ارتباط مؤثر در بازاریابی اهمیت به‌سزایی دارد و وضوح و تأثیرگذاری کلام معمولاً در موفقیت‌آمیز بودن بازاریابی حرف اول را می‌زند.

مهارت نویسندگی: شما به‌عنوان کسی که بازاریابی می‌کند، باید زیاد دست‌به‌قلم شوید؛ چه برای تولید محتوا چه برای نوشتن ایمیل برای مشترکان فهرست ایمیل مارکتینگ خود.

مهارت تحقیق: تحقیق بیشتر به معنای کسب اطلاعات بیشتر است و هرچه اطلاعات بیشتری داشته باشید، بهتر می‌توانید برنامه‌ریزی کنید.

مهارت تجزیه و تحلیل: توانایی تحلیل اطلاعات خام جمع‌آوری شده و شناسایی روندهای صعودی و نزولی و دلیل آن‌ها برای جرح و تعدیل و بهبود اقدامات مرتبط با بازاریابی ضروری است.

ب) ابزارهای بازاریابی

معمولاً انتخاب ابزارهایی که کارکنان و بخش‌های مختلف بازاریابی برای انجام کار خود از آن‌ها بهره می‌گیرند به تاکتیک‌ها، اهداف و امکانات شرکت وابسته است؛ از جمله این ابزارها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

ابزارهای مدیریت پروژه: استفاده از این ابزارها برای حفظ نظم گروه‌های بازاریاب و پیگیری و نظارت بر روند اجرای پروژه‌ها لازم است.

ابزارهای زمان‌بندی شبکه‌های اجتماعی: از آنجایی که زمان‌بندی ارسال پست در شبکه‌های اجتماعی در مقیاس کلان تقریباً غیرممکن است، استفاده از چنین ابزارهایی ضرورت دارد.

برنامه‌های تقویم تولید و انتشار محتوا: استفاده از برنامه‌های نرم‌افزاری به‌منظور تعیین بازه‌های زمانی تولید و انتشار محتوا برای حفظ علاقه کاربران ضروری است.

پلتفرم‌های بازاریابی ایمیلی: استفاده از برنامه‌های مخصوص بازاریابی ایمیلی برای مدیریت فهرست‌های بازاریابی و ارسال ایمیل و خبرنامه ضروری است.

ابزارهای تجزیه و تحلیل اطلاعات: از این ابزارها برای سنجش عملکرد بازاریابی استفاده می‌شود. به خاطر داشته باشید که اگر نتوانید تأثیر و بازده اقدامات خود را بسنجید، انگار که اصلاً کاری انجام نداداید.

ابزارهای سئو: به کمک ابزارهای سئو می‌توانید اقدامات مرتبط با بهینه‌سازی برای موتورهای جست‌وجو، از جمله نظارت بر وضعیت کلمه‌های کلیدی در رتبه‌بندی، انجام تحقیق رقابتی، نظارت بر بک لینک‌ها، انجام تحقیق کلمه کلیدی و موارد مشابه را به‌آسانی و با کارآمدی بیشتری انجام دهید.

ابزارهای اتوماسیون بازاریابی: از این ابزارها برای خودکارسازی فرایندهای بازاریابی (مانند ارسال ایمیل با انجام یک رفتار خاص از سوی کاربر) استفاده می‌شود.

نرم‌افزار CRM: به کمک نرم‌افزارهای مدیریت روابط مشتری



در حالی که نسل‌های دیجیتالی Z و Y قسمت اعظم نیروی کار جدید و بزرگ‌ترین بازار مصرفی را تشکیل می‌دهند. عدم شناخت مؤثر میان مدیران ارشد متعلق به نسل‌های پیشین، زیردستان و مشتریان جوان ترشان می‌تواند به شدت مشکل‌ساز باشد؛ همچنین بازاریابی در شرایط نابرابری مزن و قطبی شدن بازارها می‌تواند کار دشواری باشد.

طبقات بالاتر جامعه که صاحب شغل‌های پردرآمدتر و قدرت خرید بیشتری نسبت به سایرین هستند، همچنان به سرعت رشد می‌کنند که این موضوع می‌تواند بازار محصولات لوکس را داغ‌تر کند. از طرف دیگر طبقات پایین‌تر جامعه نیز در حال گسترش هستند و این به معنی رشد بازار اجناس با قیمت و ارزش کمتر است. این در حالی است که طبقه متوسط و بازار مرتبط با آن‌ها روز به روز در حال کوچک‌تر شدن و حتی از بین رفتن است. این امر باعث می‌شود شرکت‌های تجاری و بازار برای سرپا ماندن، به اجبار به سوی یکی از دو قطب ایجادشده در جامعه حرکت کنند.

بازاریابان؛ همچنین باید شکاف دیجیتالی میان افرادی را که به سودمندی روش‌های دیجیتال اعتقاد دارند و افرادی که مقابل آن‌ها قرار می‌گیرند، برطرف کنند. دیجیتالی‌شدن امور می‌تواند ترس از دست دادن شغل یا حریم خصوصی را برای بسیاری از افراد به همراه داشته باشد و از طرف دیگر باعث رشد تصاعدی و افزایش سطح رفاه انسان‌ها شود. کسب‌وکارها باید این شکاف را از میان بردارند تا مشتری اطمینان پیدا کند پیشرفت فناوری روبه‌جلو حرکت می‌کند و با آغوش باز از آن استقبال کند.

نسل پنجم بازاریابی چیست؟

نسل پنجم بازاریابی در تعریفی ساده به معنای به کار بستن فناوری‌های مقلد انسان برای تولید، انتقال، ارائه و ارتقای کیفیت مسیر پیش روی مشتریان است. یکی از مهم‌ترین مباحث نسل پنجم بازاریابی فناوری آینده است؛ یعنی مجموعه فناوری‌هایی که به قصد رقابت با قابلیت‌های افراد بازاریاب به وجود آمده است، از جمله فناوری هوش مصنوعی (AI)، پردازش زبان‌های طبیعی (NLP)، حسگرها، رباتیک، واقعیت افزوده (AR)، واقعیت مجازی (VR)، اینترنت اشیا (IoT) و بلاک‌چین. ترکیبی از این فناوری‌ها نسل پنجم بازاریابی را ممکن می‌سازد.

برای سال‌های متمادی، هوش مصنوعی برای فراگیری توانایی‌های شناختی انسانی پرورش داده شده است؛ به‌خصوص توانایی یادگیری از داده‌های بی‌قاعده مشتریان و کشف ایده‌های جدیدی که ممکن است برای بازاریابان مفید باشد. اگر هوش مصنوعی همراه دیگر فناوری‌های مفید به‌کارانداخته شود می‌توان از آن برای عرضه پیشنهاد مناسب به هر مشتری استفاده کرد. علم تجزیه و تحلیل کلان‌داده‌ها، این امکان را در اختیار بازاریابان قرار می‌دهند که راهبرد بازاریابی خود را در قبال هر مشتری شخصی‌سازی کنند. فرایندی که به آن اصطلاحاً بازاریابی «جز از کل» یا «بخش‌های تک‌نفره» گفته می‌شود. اکنون بیش از هر زمانی این روش بازاریابی مرسوم شده است.

این مثال‌ها از نسل پنجم بازاریابی را در نظر بگیرید. به‌وسیله فرایند یادگیری ماشینی هوش مصنوعی، شرکت‌ها می‌توانند به

کمک یک الگوریتم پیشگویی، پیش‌بینی کنند چقدر احتمال دارد محصول جدیدی با یک سری خصوصیات ویژه با استقبال مشتریان مواجه شود؛ در نتیجه بازاریابان می‌توانند از بسیاری از مراحل فرایند توسعه محصول جدید صرف‌نظر کنند. در بیشتر موارد، نتایج این پیشگویی‌ها بسیار دقیق‌تر از مطالعه واپس‌گرایانه بازار است و سریع‌تر از پرسشنامه‌های وقت‌گیر، نتایج خود را آشکار می‌سازد.

هوش مصنوعی؛ همچنین می‌تواند الگوی خرید سودمند را برای خرده‌فروشان الکترونیکی کشف کند تا محصولات و محتوای مناسب را بر اساس مشخصات گروهی از خریداران پیشنهاد کند. موتورهای جست‌وجوی توصیه‌گر، تمایز حیاتی میان فعالان عرصه تجارت الکترونیکی و سایر کسب‌وکارهای دیجیتالی مانند آمازون، نتفلیکس و یوتیوب را نشان می‌دهند. آن‌ها به‌طور مداوم تاریخچه خریدهای گذشته مشتریان را تجزیه و تحلیل می‌کنند تا پروفایل‌سازی و تقسیم‌بندی پویا از مشتریان ایجاد کنند و روابط پنهان بین محصولات به‌ظاهر غیر مرتبط را برای پیش‌فروش و فروش مکمل پیدا کنند.

اجرای بازاریابی نسل پنجم فقط به کارها و فعالیت‌های دفتری محدود نمی‌شود. هوش مصنوعی همراه با پردازش زبان‌های طبیعی، حسگرها و رباتیک می‌تواند بازاریابان را انجام دادن فعالیت‌های مستلزم رویارویی با مشتری یاری کند. از محبوب‌ترین برنامه‌های ارائه خدمات به مشتریان ربات‌های پاسخ‌گو هستند. چندین شرکت در رویارویی با چالش‌های منابع انسانی مانند سالخوردگی جمعیت و افزایش هزینه‌ها، از ربات‌ها یا سایر ابزارهای خودکار برای جایگزینی کارکنان خط مقدم استفاده می‌کنند.

خرده‌فروشنندگان می‌توانند با کمک سنسورها و اینترنت اشیا، همان تجربه دیجیتال را در فضای فیزیکی نیز پیاده کنند؛ برای مثال یک نمایشگر تشخیص چهره در یک فروشگاه کوچک می‌تواند سلیقه مشتریان را حدس بزند و تبلیغات باب میل آن‌ها را به نمایش بگذارد.

ممکن است برخی از فناوری‌های به‌کاررفته شده برای بازاریابان دور از دسترس یا حتی ترسناک به نظر برسد. در حال حاضر یک سیستم عامل با هوش مصنوعی منبع باز که محصول شرکت‌های گوگل و مایکروسافت است، در دسترس کسب‌وکارها قرار دارد. گزینه‌های متعددی برای تجزیه و تحلیل مبتنی بر داده‌های رایانش ابری وجود دارد که از طریق اشتراک‌های ماهانه قابل دسترسی هستند. بازاریابان می‌توانند از بین طیف گسترده‌ای از سیستم‌عامل‌های ساخت ربات پاسخ‌گو، نمونه‌ای را انتخاب کنند که کاربری آسانی داشته تا حتی افراد غیرماهر نیز امکان استفاده از آن را داشته باشند.

نسل پنجم بازاریابی با نگاهی کاملاً راهبردی بررسی می‌شود. قاعده کلی این است که فناوری باید از راهبرد پیروی کند؛ بنابراین مفاهیم موجود در بازاریابی نسل پنجم برای همه بسترهای ابزاری تعمیم‌پذیرند. شرکت‌ها می‌توانند این روش‌ها را به کمک نرم‌افزار و سخت‌افزار پشتیبانی که در بازار موجود است به اجرا در بیاورند. مسأله کلیدی این است که شرکت‌ها باید بازاریابانی در اختیار داشته باشند، که به‌خوبی به نحوه طراحی راهبرد که از فناوری مناسب برای کاربردهای متنوع بازاریابی استفاده می‌شود؛ بهره‌مند شوند. با وجود بحث مفصل بر نقش مهم فناوری، بسیار اهمیت دارد به یاد داشته

باشیم که انسان همواره در مرکز توجه نسل پنجم بازاریابی قرار دارد. فناوری آینده به کار گرفته می‌شود تا در تولید، انتقال، ارائه و ارتقا کیفیت مسیر پیش روی مشتریان به بازاریاب کمک کند. هدف ایجاد نوع جدیدی از تجربه مشتری (CX) است که بی‌دردسر و جذاب‌کننده باشد. برای رسیدن به این هدف شرکت‌ها باید برای شکل‌گیری یک هم‌زیستی مسالمت‌آمیز و متعادل میان انسان و هوش مصنوعی تلاش کنند.



هوش مصنوعی این قابلیت را دارد که الگوهای رفتار مشتری را که قبلاً ناشناخته بودند، از انبوه داده‌ها کشف کنند؛ با وجود این، به‌رغم قدرت محاسباتی هوش مصنوعی، فقط انسان‌ها می‌توانند انسان‌های دیگر را درک کنند. ما همواره به انسان‌های بازاریابی نیاز داریم که انگیزه نهانی پشت رفتارهای مشتریان را پلایش و تفسیر کنند. دلیل آن هم این است که هوش انسان در عین این‌که به‌شدت تحت تأثیر محیط خود قرار دارد، بسیار گنگ و نامفهوم است. هیچ‌کس نمی‌تواند دقیقاً سر در بیاورد که بازاریابان



کارکنان چگونه به ایده‌ها و دانش خود دست پیدا می‌کنند و هنوز دست‌اندرکاران فناوری ما نتوانسته‌اند ماشینی بسازند که بتواند در حد یک انسان با مشتریان ارتباط برقرار کند.

از آنجایی که نمی‌توانیم به کامپیوترها کارهایی را یاد دهیم که خود هم نمی‌دانیم چگونه فرا گرفته‌ایم، نقش انسان‌های بازاریاب همچنان در نسل پنجم بازاریابی پررنگ باقی‌مانده است؛ در نتیجه بحث اصلی نسل پنجم بازاریابی به این پرسش می‌پردازد که در کدام نقطه ماشین و انسان می‌توانند در کنار یکدیگر قرار گیرند و به بهترین نحو ممکن، تجربه مشتری را ارتقا ببخشند.

ادامه دارد...



تهیه کننده:
پروانه بهرامی زنونز



به گزارش خبرنگار ارتباط ایران زمین، مطالعه شیوه رفتار و نوع رویکرد انتخابی افراد موفق در یک سازمان می‌تواند الگوی بسیار مناسبی از پیشرفت برای سایر همکاران سازمانی باشد. گفت‌وگو با مدیران و سایر همکاران موفق استان تهران نیز به همین منظور انجام می‌شود. با این شماره و یک همکار موفق دیگر همراه باشید.



سمیه شریفی‌مقدم (متصدی امور بانکی):
تجزیه و تحلیل نیازهای بانکی مشتریان را در اولویت قرار دهیم

و مراوده‌های فAMILI، نسبت به معرفی محصولات و خدمات مورد هدف و ابلاغی بانک اقدام کنیم و ضمن حفظ و نگهداری مشتریان فعلی، در جهت جذب منابع مالی جدید و ارزان‌قیمت گام برداشته و درنهایت به اهداف از پیش تعیین‌شده از سوی مدیران ارشد بانک برسیم.

چقدر جانمایی مناسب و

زیبایی‌های بصری یک شعبه را

در توفیق آن مؤثر می‌دانید؟

به نظرم با توجه به وضعیت و شرایط کنونی جامعه و شبکه بانکی کشور که بانک‌ها در همه زمینه‌ها با یکدیگر در حال رقابت بوده و عملاً با دارا بودن خدمات و محصولات یکسان و مشابه کار را برای همکاران شعب در راستای جذب مشتریان جدید دشوار کرده است، مسلماً توجه ویژه به نما و

زیبایی‌های بصری و استانداردهای یکنواخت شعب بانک می‌تواند در جهت ارتقای جایگاه و برند بانک ایران زمین و جذب مشتریان جدید، مؤثر باشد.

بزرگ‌ترین چالش شما در مسیر رسیدن به موفقیت چه بوده است؟

اگر بخواهم به چالش‌ها پردازم، باید به چالش‌های پیش روی بانک برای رسیدن به اهداف و موفقیت‌ها اشاره کنم. به نظرم با توجه به وضعیت شدید رقابتی بین بانک‌ها و مؤسسه‌های اعتباری که همگی به دنبال جذب منابع ارزان‌قیمت و افزایش درآمدهای مشاع هستند، یکی از اصلی‌ترین موضوعات بحث نرخ سود سپرده‌های بانکی و گاه تأخیر در تصمیم‌گیری‌هاست که باعث می‌شود در برخی از مواقع فرصت‌ها از دست برود و تلاش‌ها برای جذب منابع به هدر برود. به نظرم یکی دیگر از چالش‌هایی که می‌تواند سدی برای پیشبرد اهداف بانک باشد، کمبود انواع محصولات و خدمات بانکی است که لازم است محصولات؛ به‌ویژه بسته‌های اعتباری متنوع‌تری برای شعب بانک تعریف شود تا به هر ترتیب بتوان به موضوع مدیریت مصارف

با سلام و احترام؛ خود را به اجمال برای مخاطبان نشریه ارتباط ایران زمین معرفی کنید و از تحصیلات و سوابق شغلی خود بگویید.

با نام و یاد خدا و ضمن عرض سلام به تمامی همکاران گران‌قدر بانک ایران زمین، بنده سمیه شریفی مقدم هستم، متولد سال ۱۳۶۲، دارای مدرک کارشناسی حسابداری و از زمستان سال ۱۳۹۱ افتخار این را داشتیم که به خانواده بانک ایران زمین پیوندم.

هم‌اکنون در چه سمت و در کدام شعبه فعالیت می‌کنید و چند همکار دارید؟

بنده هم‌اکنون با پست متصدی امور بانکی در شعبه ستارخان (۱۲۵) استان تهران مشغول به فعالیت و ارائه خدمت به بانک و مشتریان وزین هستم. شعبه ستارخان دارای همکاری‌های خردوم و مسؤولیت‌پذیر است که در حال حاضر تماماً در شعبه حاضر بوده و نسبت به انجام مسؤولیت‌ها و وظایف محوله در راستای رسیدن به اهداف عالی بانک ایران زمین اقدام می‌کنند.

در جایگاه یک متصدی امور بانکی، دلایل موفقیت خود را چه می‌دانید؟

بعد از لطف و عنایت پروردگار که عقیده دارم با توکل به او همیشه امور مرتفع می‌شود، به نظرم موضوعاتی همچون شناخت محصولات و خدمات بانکی سنتی و دیجیتال (مدرن) و معرفی به‌موقع آن‌ها به مشتریان هدف، شناسایی و تجزیه و تحلیل نیازهای بانکی مشتریان و راهنمایی و هدایت آن‌ها به منظور دریافت خدمات بانکی متناسب، مشتری‌مداری و برخورد مناسب با مشتریان در راستای نگهداری آن‌ها و جذب منابع جدید، داشتن روحیه کار گروهی، پیگیری و درنهایت، تلاش بی‌وقفه برای رسیدن به اهداف عالی بانک می‌تواند عواملی برای موفقیت باشد.

در حوزه جذب منابع ارزان‌قیمت چه اقداماتی انجام دادید و چگونه توازن موجود در شعبه را برقرار کردید؟

با توجه به موقعیت جغرافیایی محل قرارگیری شعبه ستارخان که مشتریان آن غالباً از صنف کسبه و ساکنان اطراف هستند، بیشتر تلاش بنده و همکاران شعبه بر این بوده تا با همکاری و همراهی یکدیگر و با تقویت روحیه کار گروهی، از طریق مذاکرات حضوری فی‌مابین با مشتریان و برقراری تماس‌های تلفنی مکرر

نیز پرداخت و نسبت به بازاریابی و جذب مشتریان اقدام کرد.

برای مخاطبان بفرمایید خدمات بانکی را چگونه به مشتریان معرفی می‌کنید؟

تاکنون تمام تلاشم بر این امر استوار بوده است که با شناخت کامل از محصولات و خدمات قابل ارائه از سوی بانک که در قالب طرح‌ها و بسته‌ها به شعب ابلاغ می‌شود، تمامی شرایط و ضوابط آن‌ها را بررسی کنم و با تفکیک گروه‌های هدف مشتریان و شناسایی نیازهای آن‌ها که هرکدام انتظارات متعدد و مختلفی از بانک دارند، به تلاش برای بازاریابی و جذب مشتریان جدید از روش‌های مختلف (اعم از مذاکره تلفنی، حضوری و...) پردازم و همچنان خدمات و محصولات جدید را برای مشتریان قدیمی شعبه معرفی و تشریح کنم.

آشنایی شما با بانکداری دیجیتال چه میزان است و آن را چگونه به مشتریان معرفی می‌کنید؟

استحضار دارید در حال حاضر و در جامعه کنونی استفاده از خدمات قابل ارائه از طریق بسترهای اینترنتی و خدمات بانکداری الکترونیکی و دیجیتال به‌عنوان یک نیاز

مطلوب خدمات شرط اصلی موفقیت یک بنگاه اقتصادی همچون بانک است و قطعاً موجب خلق ارزش افزوده خواهد شد.

در آخر اگر صحبتی با مدیران، همکاران یا مخاطبان نشریه دارید، بفرمایید.

در پایان ضمن قدردانی از زحمات شما، از تمامی مدیران محترم ارشد بانک؛ به ویژه مجموعه مدیران محترم و معزز امور شعب استان تهران، کمال تشکر را دارم و امیدوارم بتوانم کنار همکارانم در مسیر رسیدن به اهداف متعالی بانک، کماکان برای خانواده بزرگ ایران زمین مفید باشم و گام‌های مؤثری بردارم.

تا چه حد به نحوه برخورد به مشتریان اهمیت می‌دهید و برای رضایت مشتری چه اقداماتی انجام می‌دهید؟

به نظرم مشتری‌مداری و توجه و نگاه ویژه به نحوه ارائه خدمات و محصولات بانکی مورد درخواست مشتریان در راستای رسیدن به جلب رضایت آن‌ها بسیار بااهمیت و دارای ارزش بوده و به صورت کلی می‌تواند مسیر بانک را برای رسیدن به اهداف عالی خود هموارتر کند. بنده برای افزایش رضایت‌مندی مشتریان شعبه تلاش می‌کنم با بالا بردن سطح شناخت خود از صنوف و فرهنگ غالب بر منطقه جغرافیایی شعبه، متناسب با خدمات قابل‌ارائه به مشتریان از سوی بانک، محصولات را با کمال احترام و ادب و سعه صدر به مشتریان معرفی کنم تا در نهایت رضایت حداکثری آن‌ها در جهت اعتلای نام و برند بانک جلب شود؛ چراکه بهبود تجربه مشتری و افزایش رضایت‌مندی مشتری از ارائه سطح

و اولیه هر شخصی مطرح است و تقریباً همه مردم به نوعی خواه‌ناخواه به سمت استفاده از خدمات الکترونیک و دیجیتالی شدن سوق داده شده‌اند. برای معرفی خدمات و محصولات دیجیتالی بانک به مشتریان، تلاش می‌کنم ابتدا خودم با مطالعه و شناخت محصولات بانکداری دیجیتالی بانک کاملاً بر جوانب امر موضوع مسلط شوم، سپس آن را به نحو مطلوب به مشتریان شعبه معرفی کنم.

نحوه یادگیری بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌های بانک در شعبه چگونه انجام می‌شود؟

در شعبه ستارخان، به صورت هفتگی جلسه‌ای با حضور تمامی همکاران شعبه برگزار می‌شود و با بازخوانی مجدد بخشنامه‌ها، اطلاعیه‌ها و دستورالعمل‌ها که در طول هفته ابلاغی می‌شوند به بحث و تبادل نظر پرداخته شده و توصیه‌ها و برنامه‌ریزی‌های موردنیاز برای رعایت ضوابط و مقررات ابلاغی و تلاش برای پیشبرد اهداف عالی بانک و شعبه صورت می‌پذیرد.

منتخبان شعبه هرسین کرمانشاه

به گزارش خبرنگار ارتباط ایران زمین، نظر به اهمیت آشنایی با اعضای موفق خانواده بزرگ بانک ایران زمین با هدف انگیزه بخشیدن به سایر اعضا و سرعت بخشیدن به توسعه همه‌جانبه این نهاد مالی، در سال جدید علاوه بر معرفی مدیران، معاونان، متصدیان و همکاران موفق و ارجمند امور خدماتی و پشتیبانی شعب استان تهران، با اعضای موفق این خانواده در شعب استان‌های سراسر کشور نیز آشنا خواهید شد. بدیهی است مطالعه روش‌های کارآمد این عزیزان در طی کردن مسیر موفقیت، می‌تواند الگویی شایسته برای سایر همکاران استانی در بانک مردمی ایران زمین باشد.



یارمحمدی (مدیر شعبه):
اخلاق خوب کارکنان بانک در کرمانشاه، زبان‌زد خاص و عام است

آموزش، تجربه و رعایت حسن اخلاق با همکار و مشتریان.

در حوزه جذب منابع ارزان‌قیمت چه اقداماتی انجام دادید و چگونه توازن موجود در شعبه را برقرار کردید؟

در این حوزه افتتاح حساب جاری و پس‌انداز برای واریز سود سپرده‌های بلندمدت پیشنهاد و اجرایی شد که افزایش امتیاز شعبه را در پی داشت.

چقدر جانمایی مناسب و زیبایی‌های بصری یک شعبه را در توفیق آن مؤثر می‌دانید؟

از نگاه بنده، جانمایی یکی از مهم‌ترین شرایط پیشرفت یک شعبه است؛ به‌ویژه نمای بیرونی برای مشتریان گذری که می‌تواند در روحیه و تصمیم آن‌ها برای ورود به شعبه بسیار مؤثر باشد.

با سلام و احترام؛ لطفاً خود را به اجمال برای مخاطبان نشریه ارتباط ایران زمین معرفی کنید و از تحصیلات و سوابق شغلی خود بگویید.

بنده هم خدمت شما و همکاران گرامی سلام عرض می‌کنم. حمزه یارمحمدی هستم. از سال ۱۳۸۱ تا کنون در بانک ایران زمین فعالیت می‌کنم و اکنون نیز در شعبه هرسین با مدرک کاردانی در خدمت بانک و مشتریان ارجمند هستم.

هم‌اکنون در چه سمت و در کدام شعبه فعالیت می‌کنید و چند همکار دارید؟

در حال حاضر در سمت رئیس شعبه شهرستان هرسین با پنج همکار مشغول خدمت هستم.

در جایگاه یک مسؤول شعبه، دلایل موفقیت خود و شعبه تحت مسؤولیت را چه می‌دانید؟

قبل از هر چیز توکل به حضرت حق و بعد از آن نیز اعتماد مافوق و در مراحل بعدی هم

شما و همکارانتان خدمات بانکی را چگونه به مشتریان معرفی می‌کنید؟

قاعده کار ما مراجعه حضوری همکاران به محل کار مشتریان و توضیح در مورد نحوه اجرای خدمات بانک است. مراجعه حضوری حقیقتاً در معرفی خدمات بانکی به جامعه هدف تأثیرگذار است.



شما تا چه حد با بانکداری دیجیتال آشنا هستید؟

در حال حاضر با اغلب کارهای بانکداری دیجیتال آشنایی دارم و ضرورت این مدل از بانکداری را برای بیشتر مشتریان جدید و قدیم تشریح می‌کنم.

نحوه یادگیری بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌های بانک در شعبه چگونه انجام می‌شود؟

بیشتر اوقات از طریق مطالعه و گفت‌وگو بین کارکنان و توضیح در مورد بخشنامه و دستورالعمل‌ها در ساعاتی که شعبه خلوت است، این کار انجام می‌شود.

تا چه حد به نحوه برخورد به مشتریان اهمیت می‌دهید و برای رضایت مشتری چه اقداماتی انجام می‌دهید؟

یکی از مشخصه‌های خوب این شعبه که همواره در نتایج نظرات مشتریان شعبه نیز نمود داشته است، رعایت اخلاق و برخورد حسنه با مشتریان و مراجعه‌کنندگان شعبه است. شکر خدا در شهرستان اخلاق خوب کارکنان بانک ایران زمین زبان زد خاص و عام است.

در آخر اگر صحبتی با مدیران، همکاران یا مخاطبان نشریه دارید، بفرمایید.

عرضی نیست. برای کلیه عزیزان سلامتی و توفیق آرزو می‌کنم.

با سلام و احترام؛ لطفاً خود را به اجمال برای مخاطبان نشریه ارتباط ایران زمین معرفی کنید و از تحصیلات و سوابق شغلی خود بگویید.

درود بر شما و سایر همکاران در تحریریه ارتباط ایران زمین. این‌جانب زینب نوروزی، دانش‌آموخته رشته حسابداری در مقطع کارشناسی هستم.

هم‌اکنون در چه سمت و در کدام شعبه فعالیت می‌کنید و چند همکار دارید؟

در حال حاضر در پست تحویل‌داری و در شعبه هرسین فعالیت می‌کنم و پنج همکار محترم کنار من در خدمت مشتریان ارجمند هستند.

در جایگاه یک متصدی امور بانکی، دلایل موفقیت خود را در چه می‌دانید؟

قطعاً یک دلیل نشان بر موفقیت نیست. پس چندین عامل کنار یکدیگر می‌تواند نشان از موفقیت باشد؛ برای مثال، مشتری‌مداری، داشتن ارتباط قوی با مشتریان؛ به طوری که مشتری با دیدن همکار احساس راحتی کند و

از منتظر بودن در پشت باجه بی‌حوصله نشود و آن‌قدر با همکار ارتباط محکم داشته باشد که حتی بیرون از شعبه از بانک خود دفاع کند.

یکی دیگر از این عوامل ارتباط میان همکاران و ارتباط همکاران با مسؤول شعبه است که اگر



نوروزی (متصدی امور بانکی):

بهتر است دستورالعمل‌های ارسالی، ساده و قابل فهم باشند. دوستان خود را پشت باجه تصور کنند

این ارتباط مستحکم باشد، هیچ‌گاه هیچ‌یک در کار خسته نمی‌شوند؛ برای مثال، مدیر با مدیریت و تقسیم کار باعث ایجاد هماهنگی در شعبه می‌شود. جایگاه شعبه نیز می‌تواند بسیار تأثیرگذار باشد. منظور از جایگاه مکان شعبه است که هرچقدر در مسیرهای شلوغ و پرتردد واقع شود، بیشتر دیده می‌شود. تماس با مشتریان قدیمی که به هر دلیلی از شعبه رفته‌اند، می‌تواند تأثیر مثبتی برای مشتری ایجاد کند. کارمندان بومی در وقت آزاد که در بین مردم هستند، می‌توانند با برقراری ارتباط با آن‌ها در جذب مشتریان جدید تلاش کنند.

در حوزه جذب منابع ارزان‌قیمت چه اقداماتی انجام دادید و چگونه توازن موجود در شعبه را برقرار کردید؟

ما بیشترین منابع ارزان‌قیمت را از سپرده پس‌انداز جذب کرده‌ایم؛ آن‌هم از طریق سپرده مرتبط جهت واریز سود سپرده‌های بلندمدت؛ همچنین سپرده جاری.

بزرگ‌ترین چالش شما در مسیر رسیدن به موفقیت چه بوده است؟

از نگاه بنده برخورد مناسب با مشتریان یکی از مهم‌ترین چالش‌هاست؛ زیرا هرچقدر برخورد مناسب باشد، همان مشتری می‌تواند مشتریان بیشتری را برای بانک جذب کند.

خدمات بانکی را چگونه به مشتریان معرفی می‌کنید؟

در زمان افتتاح حساب اگر مشتری بخواهد

سرویس پیامک آن را فعال می‌کنیم و با معرفی همراه بانک و اینترنت بانک آن را برای او نصب می‌کنیم.

تا چه حد با بانکداری دیجیتال آشنا هستید و آن را چگونه به مشتریان معرفی می‌کنید؟

برنامه بانک ایران زمین به قدری شفاف است که هر مشتری می‌تواند به راحتی با آن کار انجام دهد. ما با فعال‌سازی این برنامه برای مشتری منوهای آن را نیز توضیح می‌دهیم و در صورت برخورد به مشکل می‌توانند به بانک جهت دریافت توضیح بیشتر مراجعه کنند.

نحوه یادگیری بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌های بانک در شعبه چگونه انجام می‌شود؟

در زمان ارسال بخشنامه و دستورالعمل بانک

آن‌ها را پرینت می‌گیریم و ضمن مطالعه اگر در حین انجام فعالیت به مشکلی برخوردیم، از مسؤول شعبه یا دیگر همکاران کمک می‌گیریم و موارد احتمالی را برطرف می‌کنیم.

تا چه حد به نحوه برخورد به مشتریان اهمیت می‌دهید و برای رضایت مشتری چه اقداماتی انجام می‌دهید؟

من تک‌تک مشتریان را مشتری ویژه می‌بینم و برایم فرقی ندارد آن مشتری می‌خواهد سپرده از شعبه خارج یا وارد کند. همیشه تلاش کرده‌ام رضایت مشتری را جلب کنم. به این صورت که در زمان ورود با آن‌ها احوال‌پرسی می‌کنم و می‌پرسم چه کاری می‌توانم برای آن‌ها انجام دهم. این نحوه صحبت کردن شاید به نظر ساده بیاید؛ اما تأثیر عجیبی بر مشتری می‌گذارد و او با صمیمیت بیشتری با ما ارتباط برقرار می‌کند.

در آخر اگر صحبتی با مدیران، همکاران یا مخاطبان نشریه دارید، بفرمایید.

ابتدا از شما و کلیه همکاران قدردانی می‌کنم. بنده از مدیران تقاضا می‌کنم اگر سیستمی تغییر کرد که نیاز به ارسال دستورالعمل بود آن دستورالعمل ارسالی را به زبان ساده برای شعب بفرستند و خود را در پشت باجه تصور کنند و هر پرسشی را حین انجام آن کار در ذهن خود تصور می‌کنند، به عنوان توضیح بیشتر ذکر کنند.



مایکروسافت تاریخ رونمایی سرفیس‌های جدید را اعلام کرد

۱ IV سازگار است و قابلیت‌های ویژه‌ای برای استریم بازی و فیلم دارد. اکسپریا استریم از طریق درگاه USB-C به گوشی متصل می‌شود و آن را به درگاه‌های جانبی HDMI و LAN و جک هدفون همراه با USB-C مجهز می‌کند. این ابزار هیچ دکمه یا جوی‌استیک اضافی ندارد و برای بازی کردن باید از صفحه‌نمایش گوشی استفاده کرد.

درگاه HDMI اکسپریا استریم امکان انتقال تصاویر بازی را به مانیتور یا تلویزیون می‌دهد و از پخش فیلم با رزولوشن ۱۰۸۰p و نرخ نوسازی ۱۲۰ هرتز پشتیبانی می‌کند؛ همچنین، امکان اتصال کارت کپچر برای استریم یا ذخیره بازی‌ها وجود دارد؛ افزون بر این، فن‌های خنک‌کننده تعبیه‌شده در این قاب امکان کنترل به‌وسیله اپلیکیشن Game Enhancer را دارند.

گفتنی است؛ گجت جدید سونی با قیمت ۱۶۰ دلار روانه بازار می‌شود؛ همچنین، این شرکت در رویداد امروز، نسخه گیمینگ گوشی اکسپریا ۱ IV همراه با اکسپریا استریم را معرفی و مدل جدیدی از گوشی اکسپریا ۱ IV را با ۱۶ گیگابایت رم و ۵۱۲ گیگابایت حافظه ذخیره‌سازی با قیمت ۱۲۲۵ دلار رونمایی کرد.

به گزارش خبرنگار ارتباط ایران‌زمین به نقل از زومیت، مایکروسافت در دعوت‌نامه‌ای که برای رسانه‌ها ارسال کرده است، از برگزاری رویدادی با محوریت محصولات خانواده سرفیس خبر داده است. مایکروسافت در بیانیه‌ای اعلام کرد ماه آینده میلادی، رویدادی با محوریت محصولات خانواده سرفیس برگزار می‌کند. گول ردموندی رویداد جدیدش را «رویداد پاییز ۲۰۲۲ مایکروسافت» خطاب می‌کند؛ رویدادی که قرار است محفلی برای «صحبت در مورد دستگاه‌ها» باشد. این رویداد بیستم مهر برگزار می‌شود.

دعوت‌نامه مایکروسافت تصویری شبیه به والپیپر با آبرنگ است که عبارت «این تاریخ را به خاطر بسپارید» روی آن دیده می‌شود. ظاهراً متن مذکور به قلم لمسی سرفیس پن نوشته شده است.

شایعه‌های تأییدنشده می‌گویند مایکروسافت قصد دارد در رویداد پاییزه خود سرفیس لپ‌تاپ ۹ را افزون بر پردازنده اینتل در کانفیگی با پردازنده آرم هم معرفی کند. با تجهیز سرفیس پرو ۹ به پردازنده آرم، احتمالاً باید با سری سرفیس پرو ایکس خداحافظی کنیم. احتمال رونمایی از مدل جدید سرفیس لپ‌تاپ نیز بسیار زیاد است و شایعه‌ها به معرفی سرفیس لپ‌تاپ ۵ اشاره می‌کنند؛ همچنین پیش‌بینی می‌شود برای نخستین بار شاهد عرضه سرفیس پرو ۹ در رنگ‌های جدید سبز و آبی کمرنگ باشیم. از زمان شروع همه‌گیری ویروس کرونا، مایکروسافت رویدادهای سرفیس را به‌صورت حضوری برگزار نکرده است و به نظر می‌رسد رویداد پاییز ۲۰۲۲ نیز قرار است صرفاً آنلاین باش

سونی از قاب خنک‌کننده اکسپریا ۱ IV با قابلیت‌های اختصاصی برای استریم رونمایی کرد

نویسنده: حمید عابدینی

سونی قاب جدیدی را برای گوشی اکسپریا ۱ IV معرفی کرد که با قابلیت خنک‌سازی و استریم، گزینه‌ای عالی برای گیمرها محسوب می‌شود.

سونی در رویداد گیمینگ اکسپریا خود قاب خنک‌کننده‌ای به نام Xperia Stream را رونمایی کرد که با گوشی هوشمند اکسپریا

Optimize cooling with Game enhancer



This image is for illustrative purposes

نویسنده: مبین احمدی



برترین بانک‌های سوئیس و سوئد کدامند؟

زوریخ کانتونال بانک

این بانک در سال ۱۸۷۰ تأسیس شد و بزرگ‌ترین بانک محلی سوئیس به شمار می‌رود. فعالیت‌های این بانک عمدتاً روی دو کشور آلمان و سوئیس متمرکز است.

ژوئیوس بائر

یکی از بزرگ‌ترین بانک‌های خصوصی سوئیس که در بیش از ۲۰ کشور فعالیت دارد و در سال ۱۸۹۰ میلادی تأسیس شد. مقر این بانک نیز در شهر زوریخ قرار دارد.

بانک کونتونال دو ژنو

این بانک در سال ۱۸۶۱ میلادی تأسیس شد؛ اما شکل نوین فعالیت‌هایش را از سال ۱۹۹۴ آغاز کرد. این بانک بیشتر با کسب‌وکارهای کوچک و متوسط همکاری می‌کند.

فونتوبل

این بانک که در سال ۱۹۲۴ تأسیس شد، یکی از بانک‌های مشهور سوئیسی در زمینه مدیریت دارایی است. مقر اصلی این بانک در زوریخ قرار دارد؛ اما علاوه بر سوئیس، فونتوبل در ۲۱ نقطه دیگر از جهان نیز فعال است.

به گزارش خبرنگار ارتباط ایران زمین به نقل از بنکر (Banker)، مؤسسه «کورپوریت فایننس» در گزارش جدید خود برترین بانک‌های سوئیس و سوئد را معرفی کرده است. نظام بانکی در سوئیس شامل بانک‌های داخلی، بانک‌های خارجی و بانک‌های خصوصی است. در حال حاضر بیش از ۳۰ درصد بانک‌های سوئیس مربوط به دولت هستند. مؤسسه رتبه‌بندی «مؤدی»، نظام بانکی سوئیس را با ثبات رتبه‌بندی کرده است؛ همچنین عملکرد قوی و قابل قبول بانک‌های سوئد در زمینه‌های گوناگون نظیر بازرگانی، تجاری، املاک و مستغلات، اعطای وام، مبادلات و پرداخت‌های بین‌المللی، این کشور را به یکی از ثروتمندترین کشورهای اروپایی تبدیل کرده است. در ادامه با برترین بانک‌های این دو کشور آشنا می‌شوید.

الف. بهترین بانک‌های سوئیس

یو بی اس

یکی از دو بانک بزرگ سوئیس که در سال ۱۹۹۸ میلادی و به دنبال ادغام دو بانک قدیمی (یونیون بانک سوئیس و سوئیس بانک) تأسیس شد و در بسیاری از کشورهای جهان فعال است. مقر اصلی این بانک در شهر زوریخ قرار دارد و علاوه بر حوزه بانکی، در حوزه سرمایه‌گذاری نیز فعالیت زیادی دارد.

گردیت سوئیس

این بانک همراه با بانک یو بی اس، ۵۰ درصد کل سپرده‌های بانکی سوئیس را در اختیار دارند و مقر اصلی آن در شهر زوریخ است. بانک گردیت سوئیس عموماً در زمینه سرمایه‌گذاری، بانکداری خصوصی، مدیریت دارایی و بازار سهام فعال است. این بانک در حال حاضر در ۵۰ کشور فعال است و بیش از ۴۸ هزار نفر نیز برای آن کار می‌کنند.

رایفایزن

سومین بانک بزرگ در سوئیس که ۳.۷ میلیون مشتری دارد. این بانک دارای ۱۰۰۴ شعبه در سوئیس است.



فعال و SEB و Swedbank Handelsbanken سه بانک بزرگ و

در بازارهای مالی هستند؛ بازار مالی بازاری است که افراد حقیقی و حقوقی مجاز هستند معاملات اوراق ضمانت مالی، کالا و دیگر دارایی‌ها را با هزینه‌های مبادلاتی کم انجام دهند. نکته مهم دیگر اینکه، برای انجام امور گوناگون خود و افتتاح حساب بانکی بین‌المللی در سوئد جهت بهره‌مند شدن از بهترین و با کیفیت‌ترین خدمات بانکی دنیا توصیه می‌شود با یک وکیل بانکی معتبر بین‌المللی مشاوره داشته باشید تا بر اساس نوع نیازتان بتوانید مناسب‌ترین بانک را برای منظور انتخاب کنید.

مهم‌ترین بانک‌های سوئد

مهم‌ترین بانک‌های سوئد عبارتند از:

- Nordnet Bank با شعبه‌های متعدد و خدمات بانکی در کشورهای نروژ، دانمارک و فنلاند؛
- Ikano Bank با مدیریت شرکت‌های صنایع مالی، املاک و مستغلات و صنایع بیمه؛
- Avanza Bank با درآمد بیش از ۱۱۴ میلیون دلار و دارایی‌هایی به ارزش ۱۳ بیلیون دلار؛
- ICA Branden با ارائه خدمات بانکی بازرگانی و خصوصی در سوئد؛
- Nordea Bank یکی از بزرگ‌ترین گروه‌های مالی این کشور؛
- بانک SEB با دفتر مرکزی در استکهلم، با خدمات بانکی مالی و بیمه عمر؛
- Svenska Handelsbanken با خدمات مدیریتی نقدینگی و دارایی‌ها و دارای ۸۰۰ شعبه در ۲۰ کشور دنیا؛
- Swedbank AB با ۲۴۸ شعبه داخلی و خارجی و ارائه خدماتی در رابطه با اعطای وام؛
- Forex Bank سرآمد در بانکداری اینترنتی.

ب. بهترین بانک‌های سوئد

همان‌گونه که در ابتدای مقاله نیز گفته شد، ثبات و عملکرد قوی بانک‌های سوئد در زمینه‌های گوناگون از جمله بازرگانی، تجاری، املاک و مستغلات، اعطای وام و مبادلات و پرداخت‌های بین‌المللی این کشور را به یکی از ثروتمندترین کشورهای اروپایی تبدیل کرده است. نکته مهم دیگر اینکه، بانک‌های سوئد در ارائه خدمات بانکی اینترنتی و موبایل نیز بسیار فعال و موفق بوده‌اند و اینکه برای انجام فعالیت‌هایی مانند خرید ملک خارجی در سوئد باید در یکی از بانک‌های این کشور، حساب بانکی بین‌المللی افتتاح کنید. در ادامه ضمن توضیح درباره انواع بانک‌های سوئد و سیستم مالی این کشور، به بهترین بانک‌های سوئد نیز اشاره می‌کنیم.

انواع بانک‌های سوئد

در حال حاضر بیش از ۱۱۴ بانک در کشور سوئد وجود دارد؛ اما چهار نوع بانک بزرگ آن بیش از ۸۰ درصد کل دارایی‌های کشور را با سیستم بانکداری خود مدیریت می‌کنند. سیستم بانکداری سوئد در چند نوع خدمات بانکی خلاصه می‌شود. انواع بانک‌های سوئد عبارتند از: بانک‌های بازرگانی، بانک‌های خارجی، بانک‌های پس‌انداز و بانک‌های خدمات شخصی و عمومی. این بانک‌ها خدماتی مانند حساب‌های پس‌انداز، کارت‌های اعتباری، خدمات بانکی آنلاین و اپلیکیشن‌های موبایل را ارائه می‌کنند.

سیستم بانکداری سوئد

در افتتاح حساب بانکی بین‌المللی خوب است بدانید سیستم بانکداری سوئد باثبات است و عملکردی قوی و مطلوب دارد؛ علاوه بر آن، نرخ‌های سود کمی نیز برای خدمات گوناگون خود در نظر می‌گیرد. سیستم بانکداری سوئد سال‌هاست که پابرجاست و هر سال نیز قوی‌تر و سودآورتر می‌شود. به همین دلیل، سوئد یکی از ثروتمندترین کشورهای اروپایی است؛ همچنین بانک‌های سوئد در سطح بین‌الملل نیز با انواع خدمات گوناگون بسیار موفق عمل کرده‌اند؛ بنابراین اگر قصد دارید در سوئد ملک بخرید، باید برای انتقال وجه خرید ملک برای سرمایه‌گذاری ملکی بین‌المللی، در یکی از بانک‌های مرتبط در این کشور حساب بانکی بین‌المللی داشته باشید.

بانک‌های بازرگانی سوئد

بانک‌های بازرگانی سوئد به سه بخش تقسیم می‌شوند و بانک‌های



آیا می دانید؟! کارت نقدی و مزایای آن

به گزارش خبرنگار ارتباط ایران زمین، کارت نقدی کارتی پلاستیکی است که به دارنده آن امکان می دهد به حساب خود نزد یک مؤسسه مالی به شکل الکترونیکی دسترسی داشته باشد. کارت نقدی با افتتاح حساب جاری، حساب سپرده سرمایه گذاری کوتاه مدت یا حساب قرض الحسنه برای مشتریان حقیقی صادر می شود. دارنده کارت علاوه بر بهره مندی از خدمات متداول حساب های مذکور نظیر دریافت و پرداخت نقدی، بر خورداری از سود بانکی (ویژه دارندگان حساب سپرده سرمایه گذاری کوتاه مدت) و واگذاری چک در شعب بانک، از امکان خرید کالا و خدمات از فروشگاه های طرف قرارداد بانک و بانک های عضو شتاب؛ همچنین برداشت نقدی از دستگاه های خودپرداز (ATM) و دیگر بانک های عضو شتاب برخوردار می شود.

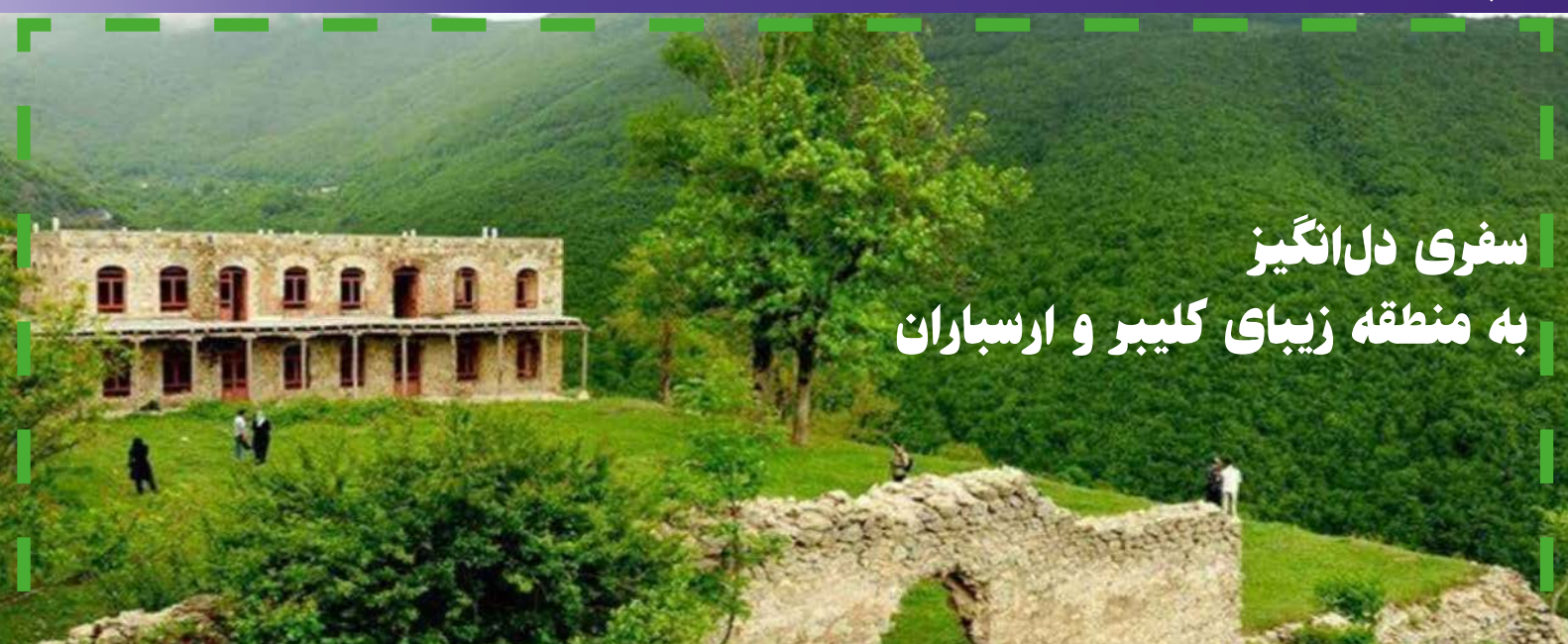
شرایط اعطای محصول / خدمت

۱. این خدمت به مشتریانی تعلق می گیرد که در بانک ایران زمین حساب داشته باشند؛
۲. هزینه صدور کارت ۳۰.۰۰۰ ریال و اعتبار کارت از تاریخ صدور پنج سال است؛
۳. صدور کارت به صورت آنی و به محض ارائه درخواست به مشتری تحویل داده می شود؛
۴. برداشت نقدی یا خرید از دستگاه های خودپرداز و کارت خوان های بانک ایران زمین هزینه ای برای دارنده کارت در بر ندارد.

امکانات محصول

۱. برداشت نقدی از دستگاه های خودپرداز بانک صادرکننده و دیگر بانک های عضو شتاب؛
۲. امکان خرید کالا و خدمات از گسترده ترین شبکه فروشگاه های و خدماتی طرف قرارداد با بانک و کلیه فروشگاه های طرف قرارداد با بانک های عضو شتاب؛
۳. امکان خرید اینترنتی کالا و خدمات و همچنین پرداخت قبوض آب و برق، گاز، تلفن ثابت و همراه، رزرو تور، هتل، بلیت قطار، اتوبوس، هواپیما و...؛ از طریق درگاه پرداخت اینترنتی؛
۴. امکان خرید اینترنتی کالا و خدمات؛ همچنین پرداخت قبوض آب، برق، گاز، تلفن ثابت و همراه از طریق همراه بانک ایران زمین؛
۵. امکان شارژ سیم کارت های اعتباری همراه اول، ایرانسل، تالیا و...؛ برای انجام خرید اینترنتی که لازم است از رمز دوم و کد CVV۲ استفاده شود. کد CVV۲ کدی سه رقمی است که بر روی کارت درج شده است.

سفری دل‌انگیز به منطقه زیبای کلیبر و ارسباران



و گردشگران از قلعه‌های زیبا و درختان خوش قد و قامت و سربلند و باغ‌های گسترده و وفور نعمت‌های بی‌شمار و میوه‌های خوش آب و رنگ و خوشمزه و جنگل انبوه و... سخن به میان آورده‌اند.

جاذبه‌های تاریخی کلیبر و ارسباران

در ادامه آشنایی با منطقه کلیبر و ارسباران، به آثار و جاذبه‌های طبیعی و تاریخی آن می‌پردازیم. آثار و مکان‌های تاریخی زیادی در این منطقه وجود دارد، از جمله: قلعه کلیبر، پیغام، آوارسین، پشتو.

▪ **قلعه کلیبر** یکی از جاذبه‌های تاریخی کلیبر قلعه بابک است. نام دیگر این قلعه دژ بابک، قلعه جمهور و قلعه بذ است که باستان‌شناسان ساخت آن را به دوره ساسانیان نسبت می‌دهند. اینجا پایگاه بابک خرم‌دین، سردار تاریخ کشورمان، است. قلعه کلیبر در نزدیکی شهر کلیبر قرار گرفته است.



▪ **قلعه پیغام** در ده کیلومتری جنوب کلیبر و نزدیک روستای پیغام است. پایین این قلعه که بر روی کوهی واقع شده است، رود کلیبر دیده می‌شود. از ساختمان و دیواره‌های این قلعه آثار کمی به جا مانده و حفاری غیر قانونی و ناشیانه و دستبرد دزدان آثار باستانی، به این یادگار تاریخی کشورمان آسیب زیادی رسانده است. قدمت این قلعه به دوره اشکانیان نسبت داده شده است که با توجه به اسم قلعه، مسؤلیت

شمال غرب کشورمان مثل سایر نقاط ایران دنیایی از شگفتی و زیبایی حیرت‌انگیز است. استان آذربایجان در مقام گذرگاهی تاریخی با دنیایی از فرهنگ و تمدن و طبیعتی بکر، یکی از مقاصد جذاب برای گردشگری و سفر است.

کلیبر با جمعیت ۲۰۰۰ نفری در استان آذربایجان شرقی و در فاصله ۸۱۲ کیلومتری شمال غرب تهران، ۲۱۰ کیلومتری شمال شرق تبریز و ۶۳ کیلومتری شمال غرب اهر قرار دارد. آب‌وهوای معتدل کوهستانی‌اش دل‌انگیز و جان‌بخش است و همین اعتدال سبب شده است تمام نقاط این منطقه با فرشی سبزرنگ از مرتع و جنگل سرسبز و زیبا باشد.

موقعیت ویژه این شهر از نظر قرار گرفتن در کانون ذخیره‌گاه زیست‌کره منطقه ارسباران و نیز جاذبه‌های تاریخی و طبیعی در این منطقه، این نقطه را به قطب گردشگری استان تبدیل کرده است و گردشگران و طبیعت‌دوستان زیادی در تمام ایام سال؛ به‌ویژه بهار و تابستان به این شهر زیبا سفر می‌کنند. این مسأله رشد و توسعه منطقه را در پی داشته است.

ارسباران منطقه‌ای با اکوسیستم خاص خود در مجاورت مرز ارمنستان و جمهوری آذربایجان جاذبه‌های زیادی دارد. برای سفر به این منطقه می‌شود از شمال آذربایجان شرقی به دل جنگل‌های سردسیری ارسباران رفت و با شنیدن آوازهای عاشیق‌های آذری از طبیعت لذت برد.

مرال یکی از بزرگ‌ترین گونه گوزن بومی کشورمان است که به گوزن قرمز یا گاو کوهی هم معروف است. در گذشته در جنگل‌های شمال ایران از ساحل دریای خزر تا کوه‌های البرز و جنگل‌ها دیده می‌شد؛ اما در حال حاضر نسل آن نابود شده است و گونه‌ای از آن را از گلستان به ارسباران آورده‌اند. در ایران دشمن اصلی مرال، شکار بی‌رویه از سوی انسان و بعد از آن خرس قهوه‌ای، گرگ و پلنگ است.

جاذبه‌های توریستی کلیبر و ارسباران

برای آشنایی با منطقه کلیبر و ارسباران و در وصف زیبایی‌ها و جاذبه‌های کلیبر و ارسباران همین بس که یک نویسنده و سیاستمدار انگلیسی به نام جیمز موریه در کتاب معروفش به نام حاجی‌بابای اصفهانی، به توصیف این منطقه پرداخته است؛ همچنین بسیاری دیگر از جهانگردان

نگهبانی ورودی شهر تاریخی بر یا همان کلیبر را بر عهده داشته است.



▪ **قلعه پشتو** یا پشتاب بین روستاهای پشتاب و کوچان و در بلندترین نقطه کوه واقع شده است. ارتفاع کوه مذکور بیش از ۳۰۰۰ متر است که قلعه بر روی آن بنا شده است.
▪ **قلعه آوارسین** از قلعه‌های تاریخی در روستای آوارسین است.



▪ **مسجد جامع کلیبر** گنبد بزرگی دارد و مناره‌ای به ارتفاع ۴۵ متر



داشته است که در بمباران روس‌ها در سال تخریب شده است.



▪ **مقبره شاه قاسم** در پنجاه کیلومتری شهرستان کلیبر قرار دارد و این اعتقاد وجود دارد که این مقبره متعلق به برادر امام رضا (ع) است که برای تبلیغ به این منطقه آمده بود.
▪ **پل‌های خداآفرین** دو پل قدیمی در نزدیکی شهر خمارلو که یکی تخریب و دیگری بازسازی شده است.
▪ قلعه وینه متعلق به هم‌وطنان ارمنه است و تنها خرابه‌های آن دیده می‌شود. شباهت‌هایی بین این قلعه و کلیسای سنت استپانوس در جلفا وجود دارد.



▪ **کلیسای استپانوس** از مهم‌ترین و زیباترین کلیساهای مهم ارمنه که به ثبت جهانی رسیده است.



▪ **قصر آینالو** که در یکی از دره‌های روستای آینالو و متعلق به یکی از هم‌وطنان ارمنه بوده است.





پارک‌های منطقه کلیدر و ارسباران

پارک جنگلی مکیدی یکی از پارک‌هایی که تا چند سال پیش جنگلی بکر و دست‌نخورده بود و خلوتگاه خرگوش‌ها با درخت‌های فندقشان بود همین پارک مکیدی است که مثل روستاهای شجاع‌آباد، هجران دوست، آغویه و علی‌آباد یک مکان امن برای روح و یک جای دنج برای طبیعت دوستان است.

پارک ملی ارسباران یکی از جاذبه‌هایی است که گونه‌های گیاهی و جانوری کمیاب در آن وجود دارد و زیستگاه ۲۲۰ گونه پرنده شامل قره خروس قفقازی، کبک، دراج و قرقاول، گونه خزنده، ۵ گونه دوزیست، ۲۲ گونه پستاندار و ۴۸ ۳۸ گونه ماهی است. منطقه ارسباران زیستگاه پستانداران بزرگ مثل کل و بز، گراز، گرگ، خرس قهوه‌ای و پلنگ است.

محصولات و سوغات کلیدر

زغال‌اخته که نماد هویت اقتصاد کلیدر است، محصول معروف این منطقه است. فرآورده‌های زغال‌اخته مثل ترشی، شربت، لواشک، برگه و خشکه زغال‌اخته و ژله در بازار این شهر به‌عنوان سوغات به فروش می‌رسد. جشنواره زغال‌اخته هر سال به‌منظور جذب گردشگر در این شهر برگزار می‌شود. از صنایع دستی این شهر، ورنی بافی است که برای سوغات تهیه می‌شود و این دست‌بافت‌های زیبا، هنر دست عشایر قره‌داغ است.



به گزارش خبرنگار ارتباط ایران زمین، سرکار خانم زهرا آشفته، فرزند جناب آقای مهدی آشفته، همکار مدیریت شعب استان‌های خراسان جنوبی و سیستان بلوچستان، توانسته است در بخش مناظره علمی جشنواره خوارزمی شایسته تقدیر شناخته شود. واحد روابط عمومی ضمن تبریک به ایشان و مدیریت محترم استان‌های خراسان جنوبی و سیستان بلوچستان، توفیق و درخشش روزافزون را برای نامبرده و تک تک اعضای خانواده بزرگ بانک ایران زمین آرزو می‌کند. همچنان بدرخشید.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

ناظرین
دانشگاه خوارزمی

پیروز کسی است که با زیبایی امید، آینده را بیاراید.

دانش آموز گرامی **زهرا آشفته** از آموزشگاه: **سبز**

شماره: ۲۴/۱۲۴۰۶۲
تاریخ: ۱۴۰۱/۰۳/۱۸

باسلام و ادب

با توسعه علم در عرصه‌های مختلف زندگی و نیازهای روزافزون جامعه به توانمندی‌های شناختی و مهارتی، ایران عزیز نیازمند فرزندان متفکر و خلاق است که بتوانند گام‌های استواری در مسیر شکوفایی و سازندگی منطبق بر نظام معیار اسلامی و تحقق اهداف سند تحول بنیادین آموزش و پرورش بردارند. اینک که با تکیه بر همت والای معلمان فرهیخته‌ات و عزم راسخ و ذهن خلاق خویش حدیث افتخار را در **مرحله شهرستانی جشنواره نوجوان خوارزمی** سال تحصیلی ۱۴۰۱-۱۴۰۰ سرودی و به کسب رتبه شایسته تقدیر در محور **مناظره علمی** نائل آمده‌ای؛ این موفقیت را تبریک عرض نموده و در کمال مسرت، سرافرازی و سربلندی این لوح تقدیر تقدیم شما دانش آموز فرهیخته می‌گردد.

برایان آینده‌ای تابناک و سرشار از موفقیت و دستاوردهای ستایش برانگیز از درگاه خداوند بزرگ آرزو می‌نمایم.

با احترام:
علیرضا سورگی
سرپرست مدیریت آموزش و پرورش شهرستان بیرجند

کد: ۷۸ حق چاپ محفوظ





به گزارش خبرنگار ارتباط ایران زمین، جناب آقای سید محمدحسین مجیدی، فرزند آقای مجید مجیدی همکار شاغل در مدیریت شعب استان های اصفهان، قم، مرکزی، چهارمحال و بختیاری، در مسابقات رباطیک و جشواره خیام سال ۱۴۰۰، موفق شده است رتبه نخست مدال طلای ایران و رتبه سوم مدال برنز آسیا را کسب کند. واحد روابط عمومی ضمن تبریک به ایشان و همکار شاغل در مدیریت شعب استان های اصفهان، قم، مرکزی، چهارمحال و بختیاری، توفیق و درخشش روزافزون را برای نامبرده و تک تک اعضای خانواده بزرگ بانک ایران زمین آرزو می کند. همچنان بدرخشید.





آب هم که می خورم، بر می گر دانم! تأثیر اضطراب بر گوارش

نگرانی باعث تغییرات فیزیولوژیکی می شود؛ مانند بالا رفتن سطح هوشیاری، تنفس و ضربان قلب سریع تر، بالا رفتن فشار خون، بالا رفتن کلسترول خون و افزایش تنش عضلانی. نگرانی با برانگیختن واکنش جنگ یا گریز در سیستم عصبی مرکزی، می تواند به چند طریق بر سیستم گوارش تأثیر بگذارد:

- موجب اسپاسم مری شود؛
 - با افزایش اسید معده موجب سوء هاضمه شود؛
 - حالت تهوع ایجاد کند؛
 - موجب اسهال یا یبوست شود.
- در برخی موارد جدی تر با بالا رفتن نگرانی، جریان خون در معده و اکسیژن رسانی به آن کاهش می یابد و در نتیجه گرفتگی، التهاب یا عدم تعادل در باکتری های سیستم گوارش ایجاد می شود؛ علاوه بر این، برخی اختلالات گوارشی مانند مواردی که در زیر به آن ها اشاره کرده ایم، با نگرانی تشدید می شوند.
- سندرم روده تحریک پذیر؛ (IBS)
 - بیماری التهابی روده؛ (IBD)
 - پپتیک اولسر یا زخم گوارشی؛
 - بیماری رفلاکس اسید معده. (GERD)

شش راه برای کنترل اضطراب

نگرانی را می توان با روش های فیزیولوژی و فیزیکی کنترل کرد؛ اما نمی توان از یک روش کاهش نگرانی یکسان برای تمام افراد استفاده کرد. در اینجا به شش گزینه برای کاهش نگرانی اشاره می کنیم که می توانید امتحان کنید:

به گزارش خبرنگار ارتباط ایران زمین به نقل از تحقیقات علمی منتشر شده در این زمینه، نگرانی می تواند موجب مشکلات مختلف گوارشی نظیر تنگی نفس، التهاب و بی اشتهایی را موجب شود. به همین دلیل برای مراقبت از سیستم گوارش باید یاد بگیریم چگونه سطح نگرانی را پایین و متعادل نگه داریم.

مغز و سیستم گوارش به هم متصل و به طور مداوم در حال ارتباط با یکدیگر هستند. پزشکان می گویند نگرانی می تواند بر هر بخشی از سیستم گوارش تأثیر بگذارد. سیستم گوارش با سیستم عصبی مرکزی در مغز کنترل می شود؛ علاوه بر این، شبکه نورون های خود را نیز در دیواره داخلی سیستم گوارش دارد که با عنوان سیستم عصبی داخلی شناخته می شود. سیستم عصبی درونی با صد میلیون سلول عصبی خود در جداره داخلی سیستم گوارش، از مری گرفته تا رکتوم فرایندهای گوارشی را تنظیم می کند. این فرایند شامل بلع، ترشح آنزیم برای تجزیه غذا و دسته بندی غذاها به عنوان غذای مغذی یا مضر است.

هنگام نگرانی در بدن چه اتفاقی می افتد؟

زمانی که بدن در مواجهه با یک موقعیت تهدید کننده قرار می گیرد، سیستم عصبی سمپاتیک، بخشی از سیستم عصبی خودکار که عملکردهای بدن مانند ضربان قلب، تنفس و تنظیم فشار خون را کنترل می کند. با واکنش جنگ یا گریز و با رهاسازی هورمون نگرانی، کورتیزول بدن را هوشیار و آماده رویارویی با خطر آماده می کند.

ورزش منظم

فعالیت فیزیکی تنش را کاهش می‌دهد و رهاسازی مواد شیمیایی در مغز را به نام اندورفین‌ها - که تسکین‌دهنده طبیعی درد هستند - تحریک می‌کند. اندورفین‌ها با بهبود کیفیت خواب به کاهش نگرانی کمک می‌کنند. ورزش منظم یکی از بهترین راه‌های کنترل نگرانی و حفظ سلامت گوارش است. در مطالعه‌ای که برای بررسی ارتباط بین ورزش‌های هوازی و میزان توجه حین ورزش کردن بر روی ۳۳ بیمار مبتلا به اختلال نگرانی پس از سانحه انجام شد، ۸۹ درصد از بیماران بهبود این اختلال و حساسیت به اضطراب را گزارش کردند.

روان‌درمانی

ثابت شده است درمان‌های شناختی- رفتاری (CBT) با جایگزین کردن افکار منفی و تحریک‌کننده با افکار مثبت به کاهش اضطراب و نگرانی کمک می‌کنند. در مطالعه‌ای که در سال ۲۰۱۷ در مجله‌های مشاوره و روان‌شناسی بالینی منتشر شد، محققان به بررسی تأثیر درمان‌های شناختی- رفتاری (CBT) بر کیفیت زندگی، اضطراب و افسردگی در مبتلایان به بیماری التهابی روده IBD پرداختند. به‌طور تصادفی برخی از افراد مبتلا به بیماری التهابی روده به گفته خودشان این بیماری بر کیفیت زندگی آن‌ها تأثیر نامطلوب داشته، به مدت سه ماه و نیم تحت درمان‌های شناختی- رفتاری به همراه درمان‌های استاندارد پزشکی قرار گرفتند. افراد مبتلا به بیماری التهابی روده که درمان‌های شناختی- رفتاری را دریافت کرده بودند در مقایسه با گروه کنترل، کیفیت زندگی بالاتر و میزان افسردگی و اضطراب پایین‌تری را گزارش دادند.

غذاهای کاهش‌دهنده اضطراب را انتخاب کنید

نگرانی می‌تواند ترجیحات غذایی را نیز تغییر دهد. مطالعات انجام‌شده در دانشکده پزشکی هاروارد نشان داده است، ناراحتی‌های جسمی و روحی موجب می‌شود مصرف غذاهای پرچرب یا شیرین افزایش یابد. از طرفی نشان داده شده است برخی غذاها اضطراب را کاهش می‌دهند. سالمون حاوی اسید چرب امگا ۳ و یک شادی‌بخش طبیعی است. بادام‌ها سرشار از منیزیم هستند و منیزیم به کنترل سطح کورتیزول در بدن کمک می‌کند. پرتقال‌ها و دیگر مرکبات حاوی ویتامین C هستند که طبق تحقیقات انجام‌شده در ژانویه ۲۰۱۷ در مجله Scientific Reports فشار خون را کاهش می‌دهد.

یوگا

یوگا که تمرین ذهن و بدن است، حرکات و تمرینات فیزیکی را با روش‌های تنفسی و مدیتیشن ترکیب می‌کند. طبق مطالعه منتشرشده در سال ۲۰۱۸ در مجله بین‌المللی Preventive Medicine زنانی که سه بار در هفته و در مجموع دوازده جلسه در کلاس‌های هاتا یوگا شرکت کرده بودند، کاهش قابل‌توجهی را در میزان نگرانی، اضطراب و افسردگی تجربه کردند. تحقیقات نشان می‌دهد یوگا می‌تواند فشار خون و سرعت ضربان قلب را نیز پایین بیاورد.

مدیتیشن

فنون مدیتیشن بسیاری برای کمک به تمرکز ذهن بر روی یک موضوع، فعالیت یا کمک به رسیدن به آرامش وجود دارد. اگرچه هدف از انجام مدیتیشن کاهش نگرانی نیست؛ اما یکی از فایده‌های فرعی این تمرین باستانی است. مداخلات هشت‌هفته‌ای مهارت‌های ذهن آگاهی برای دانش آموزان (MSS) به‌طور تصادفی به مدت ۷۵ تا ۹۰ دقیقه با تمرکز بر تمرین‌های ذهن آگاهی و با در نظر گرفتن دوره‌هایی برای دریافت بازخورد انجام شد. در انتهای مداخلات دانشجویان گروه (MSS) کاهش نگرانی را گزارش دادند.

بالا بردن مهارت‌های مدیریت زمان

بخش مهمی از روند کاهش نگرانی مربوط به خودمراقبتی است. برای بسیاری از افراد خود مراقبتی شامل مدیریت مؤثر زمان تا حد امکان است. ارتباط بین مدیریت زمان، اضطراب و انگیزه تحصیلی در میان ۴۴۱ دانشجوی دانشکده پرستاری با استفاده از مقیاس‌ها و آزمون‌های خودسنجی پرداخته شد. دانشجویانی که در مدیریت زمان ضعیف‌تر عمل کردند، اضطراب بیشتر و انگیزه تحصیلی کمتری داشتند.

شما می‌توانید مهارت‌های خود در مدیریت زمان را افزایش دهید، اگر:

- محدودیت‌های زمانی را بدانید؛
- از پیش برنامه‌ریزی کنید؛
- اهداف را مشخص کنید؛
- کارها را به تعویق نیندازید.



ایران زمین در رسانه ها

به گزارش خبرنگار ارتباط ایران زمین، تعامل سازنده و پویای یک سازمان به‌ویژه یک نهاد مالی با رسانه‌ها، از هوشیاری و تدبیر صحیح آن نهاد در جهت اطلاع‌رسانی صحیح به مردم و مشتریان حکایت می‌کند. بانک ایران زمین در جایگاه یک بانک خوش‌نام و در حال پیشرفت، همواره در مدار توجه رسانه‌های مطرح کشور بوده است و فعالیت‌های آن به‌ویژه نحوه عمل به مسؤلیت اجتماعی خود در این ماه‌های دشوار و نحوه حمایت این نهاد مالی از تولیدکنندگان داخلی و مردم، دقیق و موشکافانه رصد می‌شود. شاید در گذشته کمتر نهادی ضرورت دیجیتالی‌شدن بانک‌های کشور و عدم حضور مشتری در بانک را جدی می‌گرفت؛ اما بانک ایران زمین هم‌پای چند نهاد مالی پیشروی دیگر، زیرساخت‌های این مهم را پی‌ریخت و امروز ثمره این تدبیر هوشمندانه را مشتریان این بانک دریافت می‌کنند.

یادآور می‌شود؛ در ماه شهریور، خبرهای مربوط به وام ازدواج، اجرای مسؤلیت اجتماعی سازمانی بانک، حمایت از ایتمام و محسنین، امضای تفاهم‌نامه با شهرداری تهران برای مشارکت در ساخت مسکن، معرفی خدمات بانکداری مدرن این بانک، شکستن رکورد درآمدهای تسهیلاتی و برپایی موبکب در مرز شلمچه، بیشتر از سایر رویدادهای دیگر این بانک دیده شد. انعکاس سایر خبرهای این ماه بانک - در رسانه‌های مهم برخط و مکتوب کشور - به شرح زیر است.

- خبر تجربه متفاوت با معرفی خدمات بانکداری مدرن بانک ایران زمین برای مشتری در روزنامه نوآوران و ۱۴ سایت دیگر؛
- خبر امضای چهار تفاهم‌نامه تأمین واحدهای مسکونی در پایتخت با مشارکت بانک در خبرگزاری ایسنا، خبرگزاری فارس و ۷ سایت دیگر؛
- خبر معرفی چهره جدید بانکداری در ایران زمین در اخبار بانک و ۵ سایت دیگر؛
- خبر بانک ایران زمین ۱۲۱۴ عدد وام ازدواج و فرزندآوری داد در اخبار بانک و ۸ سایت دیگر؛
- خبر در بانک ایران زمین تسهیلات خود را انتخاب کنید در عصر بانک؛
- خبر اقدامات عام‌المنفعه بانک ایران زمین در ماه‌های اخیر در بانکداری ایرانی و ۲ سایت دیگر؛
- خبر خدمات «اینترنتی کارت» بانک ایران زمین، نمونه‌ای دیگر از بانکداری مدرن در نبض بورس؛
- خبر بانک ایران زمین رکورد درآمدهای تسهیلاتی خود را شکست در خبرگزاری ایلنا و ۱۵ سایت دیگر؛
- خبر افزایش پرداخت تسهیلات ازدواج و فرزندآوری در بانک ایران زمین در روزنامه نوآوران، خبرگزاری ایلنا، عصر بانک و ۸ سایت دیگر؛
- خبر رشد ۹۱ درصدی ظرفیت اعتباری بانک ایران زمین در خرد و کلان؛
- خبر برپایی موبکب بانک ایران زمین در مرز شلمچه در روزنامه نوآوران و ۵۵ سایت دیگر؛
- خبر حمایت از ایتمام و محسنین در دستور کار بانک ایران زمین در خبرگزاری ایرنا، خبرگزاری صداوسیما پول نیوز؛
- خبر تلاش بانک ایران زمین برای اعطای تسهیلات خرد برای رفع مشکلات مختلف اقتصادی در بانکداری ایرانی و ۱ سایت دیگر؛
- خبر اجرای مسؤلیت اجتماعی سازمانی از اولویتهای اصلی بانک است در تجارت گردان، روزنامه نوآوران و ۷۰ سایت دیگر؛
- خبر تلاش ما ایجاد فضایی امن جهت ارائه خدمات به مشتریان است در خبرگزاری موج، عصر اقتصاد و ۴ سایت دیگر؛
- خبر دریافت وام فوری یک میلیارد ریالی از بانک ایران زمین در مثلث آنلاین و ۳ سایت دیگر؛
- خبر تشریح اقدامات بانک ایران زمین در عرصه بانکداری نوین در خبرگزاری تابناک و ۱ سایت دیگر؛
- خبر ایجاد فضایی امن جهت ارائه خدمات به مشتریان بانک ایران زمین در پول پرس و ۵۴ سایت دیگر؛
- خبر آگهی مزایده شماره ۱/۰۱/۱۴۰۱ پ بانک ایران زمین در دنیای بانک، شما نیوز و ۲۸ سایت دیگر؛
- و خبر پرداخت ۹۸ هزار میلیارد ریال تسهیلات از سوی بانک ایران زمین در دنیای اقتصاد و ۲ سایت دیگر.



نگهداری از انواع گیاهان آپارتمانی ساده؛ اما...!

گیاهان شما به ظاهر خشک شدند، نترسید. برای نگهداری گل‌های آپارتمانی در زمستان تنظیم دما مهم است؛ بنابراین برای گرم کردن گیاهان بهترین روش، روش غیرمستقیم است؛ یعنی کل فضای اتاق را گرم کنید و با دیدن خشکی ظاهری گیاهان گلدان را تعویض نکنید و آن را به فصل بهار موکول کنید.

ز. رطوبت کم

در فصل زمستان و گرم کردن خانه، میزان رطوبت خانه کاهش پیدا می‌کند و کمبود رطوبت خود را به صورت قهوه‌ای شدن نوک برگ گیاهان نشان می‌دهد.

ح. آبدهی نامناسب و تشکیل نمک

به اندازه کافی آب ندادن به گیاهان گلدانی و مرطوب کردن خاک آن، به نحوی که آب از آن سرریز و بیش از اندازه از زیر گلدان خارج شود، به تشکیل نمک‌هایی منجر می‌شوند که مانع از رشد گیاه می‌شوند.

ط. بی‌توجهی به آفت گیاهان

تارتنچه، شته و خستر آردپوش از آفاتی هستند که بسیار سریع رشد می‌کنند و می‌توانند یک‌روزه همه گیاه را محاصره کنند. این آفات اگر به اندازه کافی مقاوم باشند، گیاه دیگر ترمیم نمی‌شود.

ی. گل را به گلدان محدود کنید

رشد بیشتر گیاه نسبت به اندازه گلدان سبب می‌شود ریشه‌ها داخل گلدان دور خود بپیچند و رشد خود را محدود کنند. گیاهان در گلدان‌های کوچک‌تر از اندازه مناسب خود بسیار زودتر خشک می‌شوند؛ بنابراین باید در شرایط مناسب گلدان را عوض کرد و گلدانی متناسب با اندازه گیاه به کار گرفت.

آن‌ها و آب دادن در فواصل زمانی غیرمنظم و بسیار کوتاه، سبب خشک شدن یا گندیده شدن آن‌ها خواهد شد. لازم است بدانید در زیر گلدان‌ها حتماً باید یک یا چند سوراخ وجود داشته باشد تا آب از همه نقاط گلدان عبور کند و به تمام قسمت‌های ریشه برسد. وجود این سوراخ‌ها سبب می‌شود هوا جریان پیدا کند و امکان تنفس ریشه فراهم شود.

د. به خاک گلدان رسیدگی کنید

در نگهداری از گلدان‌های خانگی باید به خاک آن توجه کرد. بهتر است خاکی انتخاب شود که با مقداری ماسه نیز ترکیب شده باشد. فشرده کردن خاک گلدان اشتباه است؛ زیرا وجود منافذ جزئی برای جریان هوا و رسیدن اکسیژن به قسمت‌های مختلف خاک ضروری است. بعد از زمان معین باید گلدان عوض شود. این زمان برای گیاهان مختلف متفاوت است؛ اما هنگامی که ریشه‌ها به سوراخ‌های ته گلدان رسیده باشند، باید گیاه را به گلدان بزرگ‌تری منتقل کنید؛ همچنین بعد از شش یا هفت ماه، به دلیل آن‌که گلدان مواد مغذی خود را از دست داده، نیاز است گلدان جدیدی انتخاب کنید. به دلیل رشد گیاه در این مدت بهتر است گلدان جدید از گلدان قبلی کمی بزرگ‌تر باشد.

ه. حرارت را در سطح متعادل نگه دارید

دمای نگهداری گل‌های آپارتمانی در زمستان با تابستان باید در سطح ۲۲ تا ۲۵ درجه سانتی‌گراد باشد. نگهداری گیاهان در دمای پایین سبب پژمردگی و از دست دادن شادابی گیاه می‌شود.

و. به فکر زمستان هم باشید

در فصل زمستان دمای هوا کاهش چشمگیری پیدا می‌کند و بسیاری از گیاهان به خواب زمستانی می‌روند؛ پس اگر در فصل زمستان

نگهداری از گیاهان آپارتمانی به ظاهر آسان است. تجربه نشان می‌دهد گل‌ها از آنچه به نظر می‌رسد، لطیف‌تر و حساس‌ترند! به همین دلیل، گاهی اوقات بانشاط و زیبا ننگه‌داشتن گیاهان خانگی به دغدغه همیشگی صاحبان گل و گیاه در منزل تبدیل می‌شود. در این مقاله به نکاتی ساده و درعین‌حال کلیدی، در زمینه شاداب ماندن گیاهان آپارتمانی اشاره می‌کنیم.

چگونه از گیاهان آپارتمانی مراقبت کنیم؟

الف. نفسی گیاهان را تازه کنید

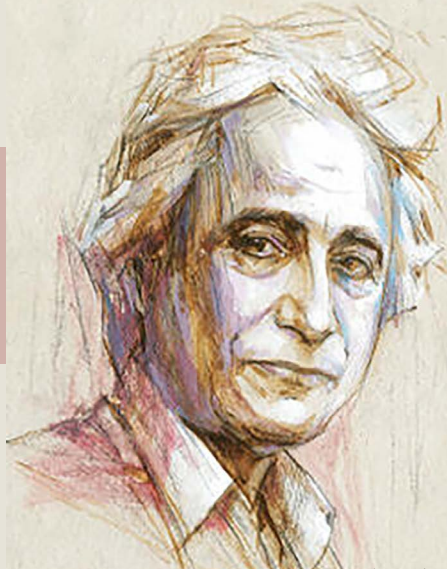
گیاهان آپارتمانی به هوای تازه نیاز دارند؛ بنابراین لازم است برای نگهداری گیاهان آپارتمانی پنجره‌ها را باز کنید و اجازه دهید اکسیژن تازه به فضای ساختمان وارد شود. رسیدن اکسیژن کافی به گیاهان آپارتمانی سبب استحکام ساقه گیاه می‌شود و رنگ برگ‌های آن را شاداب می‌کند؛ پس نزدیک صبح پنجره را باز بگذارید تا هوای تازه وارد خانه شود.

ب. بدون نور زندگی ممکن نیست

گیاهان به نور خورشید احتیاج زیادی دارند؛ زیرا نور خورشید در ساخت سبزینه گیاهان نقش مهمی دارد؛ پس حتماً گیاهان را در مکانی بگذارید که نور کافی به آنجا برسد. البته همه گیاهان به نور یکسان احتیاج ندارند. قرار دادن این گیاهان در برابر نور مستقیم موجب رنگ‌پریدگی، زردی یا خشکی گیاه می‌شود؛ پس در نگهداری گیاهان آپارتمانی نور باید به صورت غیرمستقیم به گیاه بتابد.

ج. در آب دادن زیاده‌روی نکنید

گیاهان نیز مانند همه موجودات زنده به میزان معینی از آب و غذا نیاز دارند؛ پس آبیاری زیاد



حکایت بارانی بی‌امان است، این گونه که من، دوست می‌دارم آشنایی با محمدتقی شمس لنگرودی و شعر او

باز نمی‌گردی می‌دانم
و شعر
چون گنجشک بخارآلودی
بر بام زمستانی
به پاره یخی
بدل خواهد شد.

این شاعر و پژوهشگر که در دانشگاه تاریخ هنر درس می‌دهد، کتابی با نام رباعی محبوب من منتشر کرده است که مجموعه‌ای از بهترین رباعیات را از رودکی تا نیما در بر می‌گیرد. تاریخ تحلیلی شعر نو و کتاب ازجان گذشته به مقصود می‌رسد، از دیگر کارهای پژوهشی ارزشمند او هستند.

طرفداران محمدتقی شمس لنگرودی و شعرش، او را «شمس» صدا می‌زنند و انصافاً هم نام برآورده‌ای برای اوست؛ هم شعرهایش وزین و روشنگرند؛ هم صدای سحرانگیزش آن زمان که شعرهایش را دکلمه می‌کند، پرده‌های خودبینی مخاطب را می‌درد و او را از بند خویش آزاد می‌کند. در این شماره با این شاعر و پژوهشگر ارجمند زبان و ادبیات فارسی، بیشتر آشنا می‌شوید.

زندگی‌نامه و آغاز کار هنری

محمدتقی جواهری گیلانی، مشهور به شمس لنگرودی، شاعر و پژوهشگر، در سال ۱۳۲۹ در محله آسیدعبداله لنگرود به دنیا آمد. او در خانواده‌ای مذهبی بزرگ شد. پدرش آیت‌اله جعفر شمس لنگرودی امام‌جمعه لنگرود بود. این شاعر پرکار، دوره دبستان و دبیرستان را در لنگرود و دوره دانشگاه را در رشت گذراند. لنگرودی سرودن شعر را از دهه ۱۳۵۰ آغاز کرد و نخستین دفتر شعرش با نام «رفتار تشنگی» در سال ۱۳۵۵ منتشر شد. او پس از انتشار مجموعه‌های «خاکستر و بانو» و «جشن ناپیدا» در اواسط دهه ۱۳۶۰ به شهرت رسید. در سال‌های پر تب و تاب دهه ۱۳۶۰، از او چهار مجموعه شعر منتشر شد، سپس حدود ده سال را با سکوت در شعر گذراند و سرانجام در سال ۱۳۷۹، مجموعه شعر «نت‌هایی برای بلبل چوبی» را به بازار کتاب عرضه کرد.

برخی از آثار شمس لنگرودی

- رفتار تشنگی؛
- در مهتابی دنیا، نشر چشمه؛
- خاکستر و بانو، نشر چشمه؛
- جشن ناپیدا، نشر چشمه؛
- قصیده لبخند چاک‌چاک، نشر مرکز؛
- نت‌هایی برای بلبل چوبی، نشر سالی؛
- پنجاه‌وسه ترانه عاشقانه، انتشارات آهنگ دیگر؛
- باغبان جهنم، انتشارات آهنگ دیگر؛
- ملاح خیابان‌ها، انتشارات آهنگ دیگر؛
- توفانی پنهان‌شده در نسیم؛
- گزیده شعرها با مقدمه و انتخاب بهاء‌الدین مرشدی، نشر چشمه.

دو نمونه از شعرهای او

(۱)

دلم به بوی تو آغشته است
سپیده‌دمان
کلمات سرگردان برمی‌خیزند و
خواب‌آلوده دهان مرا می‌جویند
تا از تو سخن بگویم
کجای جهان رفته‌ای
نشان قدم‌هایت
چون دان پرندگان
همه سویی ریخته است

این شاعر در دهه ۱۳۸۰ «سال‌های سکوت و کم‌کاری» را جبران می‌کند؛ در این سال‌ها هشت مجموعه شعر از او منتشر شد که برخی از آن‌ها عبارتند از: «پنجاه‌وسه ترانه عاشقانه»، «رسم کردن دست‌های تو» و «شب، نقاب عمومی است».

(۲)

حکایت بارانی بی‌امان است
این گونه که من
دوستت می‌دارم
شوریده‌وار و پریشان باریدن
بر خزه‌ها و خیزاب‌ها
به بیراهه و راه‌ها تاختن
بی‌تاب
بی‌قرار
دریایی جستن
و به سنگچین باغ بسته‌دردی سر نهادن
و تو را به یاد آوردن
چون خونی در دل
که همواره فراموش می‌شود
حکایت بارانی بی‌قرار است
این گونه که من دوستت می‌دارم...

خلق ارزش افزوده برای مشتریان



فرارز 
فناوری روز ایران زمین

دریچه ای به سوی بانکداری دیجیتال