

ارتباط ایران زمین

نشریه الکترونیکی بانک ایران زمین

فروردین ۱۴۰۵ | سال دوازدهم | شماره ۸۵

بانک ایران زمین
IRAN ZAMIN BANK

شبکه بانکی در روزهای سخت
همراهی خود را با مردم ثابت کرد؛

پایدار

مانند شبکه بانکی

از روزهای سخت کرونا، تا روزهای آلوده
و ایام دفاع از کشور در برابر دشمن

+

در این شماره می‌خوانید:

پرونده ویژه بانکداری در بحران

شروع یک ارتباط تازه برای ارتباط ایران زمین

روایت همکار: سعودی فراتر از یک قله

سبک زندگی: کارمندان بانک این ورزش‌ها را جدی بگیرند

۱۰ راه موفقیت نئوبانک‌های Revolut و N26

ایران زمین خانه ماست



تجربه بانکداری بدون تعطیلی

همراه بانک و اینترنت بانک ایران زمین، همواره در دسترس شماست



صاحب امتیاز بانک ایران زمین

سر دبیر سید محمد حسین استاد

دبیر تحریریه محمد هاشمی

تحریریه سید امید طاهری
افسانه پورمراد
صبا شکوهمند

مدیر هنری حسین توکلی
صفحه آرایی مینا نوروزی
ویرایش عکس بهاره قاسمی مبین
تصویرسازی مریم فرشی احمدی

تهیه شده در استودیوی راهکارهای خلاق آبان



izbank.ir

با ما در ارتباط باشید

آدرس: تهران، بلوار میرداماد، نبش خیابان شمس تبریزی شمالی، پلاک ۱۸۷

تلفن: ۰۲۱-۲۴۷۵۰ | ۰۲۱-۲۴۸۰۹

پست الکترونیک: info@izbank.ir

فهرست مطالب

۶ شروع یک ارتباط تازه برای ارتباط ایران زمین



پیش درآمد



۸ مروری بر رویدادهای بانک ایران زمین



روایت از درون
اخبار



بانکداری در بحران
۱۱ پایدار، مانند شبکه بانکی کشور



پرونده ویژه
بانکداری در بحران



شبکه بانکی کشور؛
۱۲ سربازان بی سایه در روزهای طوفانی

تداوم خدمت در روزهای سخت
۱۶ روایت ایستادگی بانک ایران زمین

از روزهای جنگ تا بحران کرونا و آلودگی هوا
۲۰ تداوم خدمت در سخت‌ترین روزها

جهان چه تجربه‌هایی در بانکداری بحران دارد؟
۲۶ راهکارهای مؤثر برای عبور از روزهای سخت

بانک در دل بحران؛
۳۰ چگونه خدمات بانکی در روزهای جنگ ادامه یافت؟

باما کارت
۳۴ نسل تازه هویت و خدمات بانکی در محلات

روایت اول شخص
۳۶ صعودی فراتر از یک قله

سلامت در پشت میزهای شلوغ بانکی
۴۱ کارمندان بانک این ورزش‌ها را جدی بگیرند

نگاهی وبلاگی به دو ستاره دنیای بانکداری دیجیتال
۴۴ ۱۰ رمز موفقیت نئوبانک‌های Revolut و N۲۶

مهارتی تازه برای دنیای دیجیتال امروز
۴۸ چگونه با هوش مصنوعی درست گفت‌وگو کنیم؟

همه چیز درباره ایجنت‌های هوش مصنوعی
۵۲ وقتی هوش مصنوعی ترسناک می‌شود...

مروری بر ایده‌هایی که بانکداری را متحول کردند
۵۶ ۷ کمپین موفق بانکی



روایت از درون
معرفی محصول



سبک زندگی
روایت همکاران



آن‌سوی مرزها
نئوبانک



فناوری
هوش مصنوعی



تجربه
بازاریابی



خط‌های ارتباطی پیوسته با شما

مجله دیجیتال «ارتباط ایران زمین»	ورق بزنید	
پادکست‌های «آوای ایران زمین»	گوش بدهید	
وبلاگ «بانکست»	بخوانید	
وبسایت و شبکه‌های اجتماعی بانک	در جریان باشید	



izbank.ir

بانک ایران زمین
IRAN ZAMIN BANK



پیش درآمد



شروع یک ارتباط تازه برای ارتباط ایران زمین



یادداشت

سید محمد حسین
استاد
مدیر امور
روابط عمومی
بانک ایران زمین



هر سازمانی در مسیر رشد خود به لحظه‌هایی می‌رسد که لازم است کمی مکث کند، به مسیر طی‌شده نگاه بیندازد و از خود بپرسد: آیا روایت ما از آنچه می‌کنیم، به اندازه خود کارهایمان زنده و پویاست؟ رسانه‌های سازمانی دقیقاً در همین نقطه معنا پیدا می‌کنند؛ جایی که تجربه‌ها، تلاش‌ها و نگاه‌های یک مجموعه به زبان روایت تبدیل می‌شود.

«ارتباط ایران زمین» در سال‌های گذشته چنین نقشی را برای بانک ایران زمین ایفا کرده است. این مجله، روایتگر بخشی از تلاش‌ها، دستاوردها و حرکت‌های رو به جلوی مجموعه‌ای بوده که در صنعت بانکداری کشور جایگاه قابل توجهی پیدا کرده است. بسیاری از رویدادها، تصمیم‌ها و تجربه‌های حرفه‌ای در صفحات این نشریه ثبت شده‌اند و به همین دلیل، «ارتباط ایران زمین» بخشی از حافظه حرفه‌ای بانک نیز به شمار می‌آید.



ارتباط
ایران زمین

شماره‌ی ۸۵
فروردین ۱۴۰۵

با این حال، صنعت بانکداری در سال‌های اخیر با سرعتی متفاوت از گذشته حرکت کرده است. فناوری‌های نوین، تغییر الگوی تعامل مشتریان با بانک‌ها، ظهور فین‌تک‌ها و رقابت فزاینده در ارائه خدمات مالی، فضای تازه‌ای را پیش روی بانک‌ها قرار داده است. در چنین شرایطی، شیوه روایت این تحولات نیز باید دگرگون شود. مخاطبان امروز - چه در درون بانک و چه در شبکه بانکی کشور - انتظار دارند رسانه‌ای که در دست می‌گیرند، دریچه‌ای باشد برای فهم بهتر مسیر آینده.

از همین جا بود که ایده بازآفرینی «ارتباط ایران زمین» شکل گرفت. این پرسش مطرح شد که چگونه می‌توان مجله‌ای داشت که هم روایتگر فعالیت‌های بانک باشد و هم برای خواننده جذاب، الهام‌بخش و کاربردی باقی بماند. چگونه می‌توان نشریه‌ای منتشر کرد که وقتی مخاطب آن را ورق می‌زند، احساس کند با مجموعه‌ای از تجربه‌ها، دیدگاه‌ها و ایده‌های تازه روبه‌رو شده است؟

پاسخ به این پرسش‌ها، ما را به مسیری تازه رساند. مسیری که در آن «ارتباط ایران زمین» قرار است بیش از گذشته به روایت‌های انسانی‌تر، تحلیل‌های عمیق‌تر و گفت‌وگوهای حرفه‌ای نزدیک شود. در این نگاه، هر مطلب فرصتی است برای یادگیری، هر گفت‌وگو پنجره‌ای است به تجربه‌ای تازه و هر صفحه می‌تواند جرقه‌ای برای یک ایده جدید باشد.

در طراحی شکل تازه مجله، تلاش شده است تعادلی میان تخصص و خواندنی بودن ایجاد شود. مخاطبان این نشریه مدیران، کارشناسان و فعالان صنعت بانکداری هستند؛ کسانی که با مسائل پیچیده مالی و مدیریتی سروکار دارند، اما در عین حال از متنی روان، روایت‌محور و الهام‌بخش لذت می‌برند. به همین دلیل، رویکرد تازه مجله بر این پایه شکل گرفته که مطالب علاوه بر ارزش حرفه‌ای، از نظر روایت و ساختار نیز جذاب و قابل دنبال کردن باشند.

سال ۱۴۰۵ برای «ارتباط ایران زمین» آغاز همین نگاه تازه است. در این فصل جدید، مجله تلاش می‌کند پلی باشد میان تجربه‌های امروز و افق‌های فردا؛ رسانه‌ای که نه تنها فعالیت‌های بانک ایران زمین را بازتاب می‌دهد، بلکه به فهم بهتر تحولات صنعت بانکداری نیز کمک می‌کند.

امید ما این است که خواننده، هنگام ورق زدن این صفحات، با روایتی زنده از یک مسیر در حال رشد مواجه شود. روایتی که از دل تجربه‌های واقعی شکل گرفته و همچنان در حال ادامه یافتن است. ●



مروری بر رویدادهای بانک ایران زمین

تقویت ارتباطات داخلی با نشست‌های صمیمی هیأت سرپرستی

در راستای افزایش همدلی و تعامل میان مدیریت ارشد و کارکنان، سلسله نشست‌های صمیمی هیأت سرپرستی بانک ایران زمین با واحدهای ستادی برگزار شد. عبدالمجید پورسعید، رئیس هیأت سرپرستی، با اشاره به فضای حساس کنونی، کارکنان را «فرماندهانی با مسؤولیت‌های سنگین» توصیف کرد که نقش مستقیم در کیفیت ارائه خدمات دارند. در این نشست‌ها، بر راهبرد صحیح، برنامه‌ریزی دقیق، معرفی بهتر خدمات به مشتریان و اهمیت همدلی و تعصب سازمانی تأکید شد.





افتخار آفرینی رؤسای شعب ایران زمین در سطح ملی

در شانزدهمین گردهمایی رؤسای موفق شعب بانکها و مؤسسات اعتباری کشور، جمعی از رؤسای شعب بانک ایران زمین در فهرست منتخبین ملی قرار گرفتند. در این مراسم که در باغ‌موزه بانک مرکزی برگزار شد، مدیران ارشد نظام بانکی بر افزایش توان مدیریتی و مهارت‌های حرفه‌ای رؤسای شعب تأکید کردند. محمدمهدی آزادی، معاون مالی بانک، ضمن قدردانی از رؤسای موفق، اشاره کرد که این دستاورد در شرایطی به‌دست آمده که کشور درگیر بحران‌ها و فشارهای مختلف بوده است. ۱۵ رئیس شعبه از استان‌های تهران، آذربایجان غربی، یزد، فارس، اصفهان، مازندران، خوزستان، گیلان و خراسان رضوی موفق به کسب لوح تقدیر شدند.

اعلام ساعت کار سامانه ساتنا در بانک ایران زمین

ساعت پذیرش و پردازش الکترونیکی دستور پرداخت‌های بین مشتری «سامانه ساتنا» در بانک ایران زمین اعلام شد. به گزارش روابط عمومی؛ تا اطلاع ثانوی پایان فعالیت سامانه ساتنا ساعت ۱۳:۰۰ خواهد بود. مشتریان گرامی می‌توانند برای ارسال دستور پرداخت‌های بین مشتری شعب حداکثر تا ساعت ذکر شده اقدام کنند. کارشناسان مرکز ارتباط با مشتریان بانک ایران زمین با شماره تماس ۰۲۱۲۴۸۰۹ به‌صورت ۲۴ ساعته آماده پاسخگویی به سوالات مشتریان گرامی هستند.



روایت از درون
اخبار



اجرای طرح بخشودگی جرایم دیرکرد طرح ره‌آورد ایران‌زمین و جنگ رمضان
طرح بخشودگی جرائم دیرکرد و وجه التزام تأخیر تأدیه دین طرح ره‌آورد ایران‌زمین و بخشودگی وجه التزام اقساط زمان جنگ رمضان، از نهم اسفند ۱۴۰۴ لغایت نهم اردیبهشت ۱۴۰۵ اجرا شد.

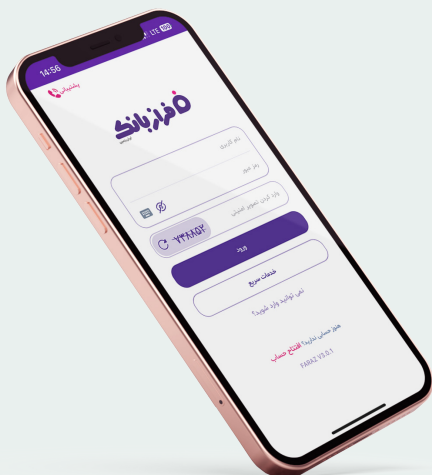
بانک ایران‌زمین به منظور تسهیل تسویه بدهی مشتریان و کاهش مطالبات غیرجاری و نیز وجه التزام تأخیر تأدیه دین با توجه به شرایط کنونی کشور، طرح ره‌آورد ایران‌زمین را اجرا می‌کند. این طرح فرصتی مناسب برای مشتریانی است که دارای بدهی‌های غیرجاری و یا اقساط معوق هستند تا با پرداخت بخشی از بدهی با شرایط آسان‌تر، پرونده خود را تعیین تکلیف کنند.

بخشودگی جرایم دیرکرد، تعدیل نرخ سود و محاسبه بدهی با نرخ شورای پول و اعتبار، امکان امهال تسهیلات با پرداخت حداقل ۳۰٪ نقدی و بازپرداختی مابقی بدهی با شرایط آسان‌تر و بستن کامل پرونده، وجه التزام تأخیر تأدیه دین و رفع محدودیت‌های بانکی از جمله مزایای این طرح است.



انتشار نسخه‌های جدید همراه‌بانک و فرازبانک ایران‌زمین

در ادامه مسیر تحول دیجیتال، نسخه‌های جدید همراه‌بانک ایران‌زمین و فرازبانک منتشر شد. نسخه‌های جدید با امکانات پیشرفته‌تر، طراحی مدرن‌تر و تجربه کاربری روان‌تر در پلتفرم‌های مختلف منتشر شده و نسخه‌های iOS نیز از طریق استورهای ایرانی در دسترس قرار گرفته است.



لینک‌های رسمی

دریافت اپلیکیشن‌ها:

faraz.izbank.ir

getapp.izbank.ir



۱۰

**ارتباط
ایران‌زمین**

شماره‌ی ۸۵

فروردین ۱۴۰۵



پرونده ویژه

بانکداری در بحران

شماره ۸۵
فروردین ۱۴۰۵

بانکداری در روزهای سخت

پایدار، مانند شبکه بانکی کشور





شبکه بانکی کشور؛

سربازان بی سایه در روزهای طوفانی

در تاریخ هر سرزمینی، حرفه‌هایی وجود دارند که بیش از آن که «شغل» باشند، «حضور»ند؛ حضوری آرام، پیوسته و قابل اتکا. شبکه بانکی یکی از همین حرفه‌هاست؛ تپنده و خاموش. در روزهای عادی دیده نمی‌شود، اما در نخستین لحظه‌های بحران، نبودنش به وضوح حس می‌شود. روایت امروز ما، مرور چهار بحران بزرگ سال‌های اخیر است؛ چهار بزنگاه که در آن‌ها نقش‌آفرینی کارکنان شبکه بانکی، از جمله خانواده بزرگ بانک ایران زمین، معنا و جلوه متفاوتی پیدا کرد. |



فصل اول:

کرونا - ایستادن زیر سقف ماسک و اضطراب

کرونا روزهایی را رقم زد که جهان ایستاد، اما اقتصاد نمی‌توانست بایستد. درحالی‌که خیابان‌ها خالی شده بود و بسیاری از مشاغل تعطیل شدند، درهای شعب بانک همچنان گشوده می‌ماند. در همان روزها کارکنان بانک ایران زمین پشت باجه‌ها ایستادند؛ با ماسک، با نگرانی، اما با اصرار بر اینکه چرخه زندگی مردم متوقف نشود. آنچه کمتر گفته شد، فشار روانی این روزها بود؛ لحظه‌هایی که کارمند بانک باید بین «سلامت» و «مسئولیت» تصمیم می‌گرفت؛ و انتخاب اکثریت، ماندن بود. این فصل، نقطه‌ای مهم در حافظه کاری شبکه بانکی است؛ فصلی که ثابت کرد خدمت بانکی، حتی بدون هیاهو، جزو حیاتی‌ترین خدمات عمومی کشور است.



فصل دوم:

روزهای آلودگی هوا و بحران انرژی - حضور وقتی شهر نیمه تعطیل است
در سال‌هایی که آلودگی هوا بارها شهرها را به آستانه تعطیلی کشاند و چالش‌های انرژی برنامه روزمره زندگی را مختل کرد، بخش بزرگی از دستگاه‌های اداری و آموزشی تعطیل شدند. اما بانک‌ها همچنان باید جریان نقد، پرداخت، تسویه و خدمات روزمره را زنده نگه می‌داشتند.

این حضور در ظاهر ساده بود، اما در عمل، پشتوانه‌ای داشت از:

- برنامه‌ریزی دقیق برای نوبت‌بندی حضور کارکنان
 - مدیریت بار کاری در ساعات محدودتر
 - تداوم خدمت‌رسانی حتی با زیرساخت‌های فشرده‌تر
 - برخورد با موج مراجعات ناگهانی مردم در روزهای نیمه‌تعطیل
- تجربه این دوره، اهمیت «پایداری خدمت» را بیش از هر زمان دیگری روشن کرد؛ اینکه حتی در شرایط کاهش انرژی، محدودیت حمل‌ونقل یا تعطیلی ادارات، شبکه بانکی همچنان باید پایدار بماند.



فصل سوم:

جنگ ۱۲ روزه - فشار بر روابط مالی و نگرانی عمومی

جنگ ۱۲ روزه - با تمام پیامدهای بیرونی و روانی اش - لحظه‌ای بود که جامعه دوباره طعم اضطراب را تجربه کرد. این بار نه به شکل تعطیلی یا بیماری، بلکه به شکل بی‌ثباتی ناگهانی در فضای عمومی و اقتصادی. در چنین روزهایی، کوچک‌ترین اختلال در شبکه پرداخت یا خدمات بانکی می‌توانست چندین برابر نگرانی مردم عمل کند.

در همین دوره:

- حجم تراکنش‌ها به‌طور بی‌سابقه افزایش یافت
 - حساسیت مردم به کوچک‌ترین اختلال بیشتر شد
 - جریان اخبار فضای روانی اقتصاد را تحت تأثیر قرار داد
- کارکنان بانک‌ها در این ۱۲ روز نقش «لنگر آرامش» را داشتند؛ با حضور فیزیکی، پاسخ‌گویی، و تلاش برای حفظ ثبات در زمانه‌ای که هر ساعت با ساعت قبل تفاوت داشت. این فصل نشان داد که بانکداری، فقط اجرای عملیات مالی نیست؛ مدیریت ذهنی و روانی جامعه نیز هست.



فصل چهارم:

جنگ تحمیلی سوم - آزمون تاب‌آوری زیرساخت‌های مالی

جنگ تحمیلی سوم، فصلی متفاوت بود؛ نه با صف سربازان، بلکه با صفی از تهدیدهای سایبری، فشار بر زیرساخت‌های ارتباطی، افزایش تراکنش‌ها و موج‌های سنگین نگرانی عمومی. در این دوره، بسیاری از کارشناسان فنی در بانکداری کشور گفته‌اند «آن ۴۰ روز مثل چند سال گذشت».

در پشت صحنه این روزها، روایت‌هایی وجود داشت که کمتر دیده شدند:

- اتاق‌های مانیتورینگ که شب تا صبح روشن ماند
- تیم‌های فنی که بدون یک شب استراحت برای رفع اختلال‌ها تلاش کردند
- کارکنانی که با وجود فشار روانی، درهای شعب را سر ساعت باز کردند
- مدیرانی که باید هم از سلامت کارکنان محافظت می‌کردند و هم از تاب‌آوری شبکه در آن روزها، یک جمله میان کارکنان تکرار می‌شد: «اگر ما بایستیم، مردم خیالشان راحت‌تر است.»

و همین جمله، عصاره این فصل بود: خط مقدم آرامش اقتصادی، همین جاست؛ پشت میزهای کار، در اتاق‌های مانیتورینگ، و در شعبی که همیشه روشن می‌مانند.

این چهار بحران با ماهیت‌های متفاوت - بیماری، آلودگی، تنش امنیتی، و جنگ سایبری - یک نقطه مشترک داشتند: بانکی‌ها کار را زمین نگذاشتند. ●



پرونده ویژه
بانکداری در بحران



تداوم خدمت در روزهای سخت

روایت ایستادگی بانک ایران زمین

دریای خزر

خلیج فارس

دریای عمان

پایداری شبکه شعب؛ حفظ تماس مستقیم با مردم

یکی از مهم‌ترین جلوه‌های تداوم خدمت، فعال ماندن شبکه شعب در سطح کشور بود. شعب بانک ایران زمین در استان‌های مختلف، از مراکز استان‌ها تا شهرهای کوچک‌تر، به ارائه خدمات حضوری ادامه دادند. حتی در روزهایی که فشار مراجعات افزایش یافت، برنامه خدمت‌رسانی حفظ شد و مدیریت منابع انسانی به‌گونه‌ای انجام گرفت که وقفه‌ای در ارائه خدمات ایجاد نشود.

این حضور میدانی، پیام روشنی برای مشتریان داشت: شبکه بانکی فعال است و خدمات مالی در دسترس باقی می‌ماند. در شرایطی که نگرانی‌های عمومی می‌تواند رفتارهای هیجانی در بازارهای مالی ایجاد کند، استمرار فعالیت شعب نقش مهمی در حفظ آرامش و اعتماد عمومی ایفا می‌کند.

۱۶

ارتباط
ایران زمین

شماره‌ی ۸۵
فروردین ۱۴۰۵

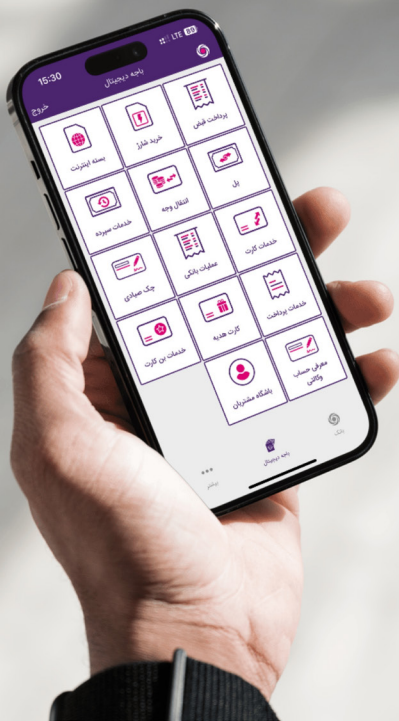


در مقاطع بحرانی، نخستین نشانه ثبات اقتصادی، استمرار جریان خدمات مالی است. زمانی که فضای عمومی جامعه تحت تأثیر تنش‌ها و فشارهای بیرونی قرار می‌گیرد، دغدغه اصلی مردم حفظ روال عادی زندگی است؛ دسترسی بدون وقفه به خدمات بانکی، امکان جابه‌جایی امن منابع مالی، انجام پرداخت‌های ضروری و اطمینان از اینکه شبکه بانکی همچنان فعال و پاسخگو باقی مانده است. در چنین شرایطی، نقش بانک‌ها فراتر از یک نهاد مالی صرف تعریف می‌شود. آنها به بخشی از زیرساخت حیاتی کشور تبدیل می‌شوند؛ زیرساختی که باید حتی در سخت‌ترین روزها، پایدار، امن و در دسترس بماند. تجربه روزهای بحرانی اخیر نشان داد که بانک ایران‌زمین تلاش کرده این مسئولیت را به صورت عملیاتی و نه صرفاً شعاری ایفا کند. |

پشت صحنه ثبات؛ هماهنگی صف و ستاد

آنچه در سطح شعب دیده می‌شود، تنها بخشی از فرآیند خدمت‌رسانی است. در پشت هر خدمت حضوری یا تراکنش غیرحضوری، شبکه‌ای از واحدهای پشتیبانی، فناوری اطلاعات، خزانه‌داری، عملیات بین‌بانکی، امنیت شبکه و مرکز تماس در حال فعالیت مستمر هستند.

در دوره بحران، این واحدها با تمرکز بر مدیریت ریسک، پایش مستمر سامانه‌ها و پیشگیری از اختلال‌های احتمالی، تلاش کردند پایداری خدمات را تضمین کنند. مدیریت شرایط در چنین مقاطعی، نیازمند تصمیم‌گیری‌های لحظه‌ای، هماهنگی بین‌بخشی و آمادگی فنی بالا است؛ عواملی که در کنار تعهد نیروی انسانی، ستون اصلی تاب‌آوری عملیاتی بانک محسوب می‌شوند.



تقویت نقش بانکداری دیجیتال

یکی از تحولات قابل توجه در این دوره، افزایش گرایش مشتریان به استفاده از خدمات غیرحضوری بود. همراه بانک و اینترنت بانک ایران زمین، به بسترهای اصلی انجام عملیات مالی تبدیل شدند. بسیاری از مشتریان ترجیح دادند بدون مراجعه به شعب، امور بانکی خود را از طریق ابزارهای دیجیتال انجام دهند؛ از انتقال وجه و پرداخت قبوض گرفته تا مدیریت حسابها و سایر خدمات متداول.

این تجربه نشان داد سرمایه‌گذاری بانک در توسعه زیرساخت‌های دیجیتال، تنها یک پروژه فناورانه نبوده، بلکه در روزهای بحران به یک پشتوانه عملیاتی قابل اتکا تبدیل شده است. امکان انجام امن و پایدار تراکنش‌ها در بسترهای آنلاین، سهم مهمی در کاهش ازدحام شعب و مدیریت تقاضا ایفا کرد.

مدیریت ارتباط با مشتریان؛ نقش مرکز تماس

در شرایطی که فضای عمومی جامعه با نگرانی‌هایی همراه است، پاسخ‌گویی دقیق و سریع به سوالات مشتریان اهمیت دوچندان پیدا می‌کند. مرکز تماس بانک ایران زمین در این دوره با تقویت ظرفیت پاسخ‌گویی و ارائه اطلاعات شفاف، تلاش کرد از بروز ابهام و نگرانی‌های غیرضروری جلوگیری کند.

کاهش مراجعات حضوری از طریق راهنمایی تلفنی و ارائه توضیحات لازم درباره خدمات دیجیتال، بخشی از کارکرد این واحد در مدیریت شرایط بود. این اقدام را می‌توان در چارچوب مسئولیت اجتماعی بانک و تلاش برای حفظ آرامش مشتریان تحلیل کرد.

تاب‌آوری؛ از شعار تا عمل

مفهوم تاب‌آوری سازمانی زمانی معنا پیدا می‌کند که یک مجموعه در شرایط فشار و محدودیت، بتواند عملکرد خود را حفظ کند. تجربه بانک ایران‌زمین در این دوره نشان داد تاب‌آوری تنها یک واژه مدیریتی نیست، بلکه نتیجه هم‌افزایی سه مؤلفه اصلی است:

- سرمایه انسانی متعهد و آموزش‌دیده
 - زیرساخت‌های فناورانه پایدار و به‌روز
 - مدیریت هوشمندانه ریسک و تصمیم‌گیری به‌موقع
- ترکیب این عوامل سبب شد چرخه خدمات بانکی بدون وقفه ادامه یابد و جریان مالی در سطح مشتریان حقیقی و حقوقی دچار اختلال گسترده نشود.

ثبات مالی؛ بنیان آرامش اجتماعی

در نهایت، آنچه از دل این تجربه برمی‌آید، اهمیت نقش شبکه بانکی در حفظ ثبات اجتماعی است. وقتی خدمات مالی در دسترس باقی می‌ماند، بخش مهمی از نگرانی‌های عمومی کاهش می‌یابد. استمرار پرداخت‌ها، امکان انجام مبادلات و دسترسی به منابع مالی، به تداوم فعالیت‌های اقتصادی و روزمره کمک می‌کند. گزارش عملکرد بانک ایران‌زمین در این دوره، بیش از آنکه روایت اعداد باشد، روایت یک رویکرد است؛ رویکردی مبتنی بر حضور، مسئولیت‌پذیری و حفظ اعتماد عمومی. در روزهایی که جامعه به اطمینان نیاز داشت، استمرار خدمت مهم‌ترین پیام بود.

بانک ایران‌زمین در این مقطع نشان داد که نقش یک بانک، تنها در اعطای تسهیلات یا جذب سپرده خلاصه نمی‌شود؛ بلکه در بزنگاه‌های حساس، به بخشی از سازوکار حفظ ثبات اقتصادی کشور تبدیل می‌شود. تداوم فعالیت شبکه شعب، پایداری سامانه‌های دیجیتال و مدیریت هماهنگ درون‌سازمانی، تصویری از ایستادگی عملیاتی را ترسیم کرد؛ ایستادگی‌ای که معنای واقعی آن، ادامه جریان خدمت در روزهای بحران است. ●



پرونده ویژه
بانکداری در بحران



از روزهای جنگ تا بحران کرونا و آلودگی هوا

تداوم خدمت در سخت‌ترین روزها

وقتی از «کار سخت» حرف می‌زنیم، ذهن خیلی‌ها زود می‌رود سراغ شغل‌هایی که مستقیماً در معرض خطرهای فیزیکی‌اند؛ اما بخش بزرگی از سختی‌ها، در حرفه‌هایی رخ می‌دهد که ظاهرشان آرام است، اما زیر پوست‌شان فشار، ریسک، استرس و مسئولیت‌های سنگین جریان دارد. بانکداری در ایران در چهار دهه گذشته، دقیقاً در چنین جایگاهی ایستاده است؛ شغلی که در هر بحران ملی، بی‌سر و صدا وارد خط مقدم اقتصادی شده است. |



۲۰

ارتباط
ایران زمین

شماره‌ی ۸۵
فروردین ۱۴۰۵



روزهای جنگ؛ شعبی که در سایه آژیر قرمز باز می ماند

در سال های دفاع مقدس، شبکه بانکی کشور زیرساخت حیاتی پشتیبانی اقتصادی بود. شعب بانک ها در شهرهای خط مقدم و حتی شهرهای هدف موشکی، در حالی باز می ماندند که آژیر خطر، قطعی برق، کمبود نقدینگی و اضطراب دائمی بخشی از روزمره مردم بود. بسیاری از کارکنان بانک در همان سال ها: در شرایط کمبود امکانات ایمنی، پشت باجه می ایستادند: همزمان هم برای خانواده ای که حقوق جبهه می گرفت، خدمت می کردند و هم برای کارخانه ای که باید تولیدش را حفظ می کرد؛ و در مواردی، خودشان هم همزمان رزمنده و کارمند بانک بودند.

طبق برخی برآوردهای رسمی و صنفی، تعداد کارکنان بانکی که در دوره دفاع مقدس به شهادت رسیدند یا مجروح شدند به رقم [تعداد شهدا و جانبازان شبکه بانکی در دفاع مقدس] نفر می رسد؛ آماري که نشان می دهد «سختی کار بانکی ها» تنها پشت میز و رایانه خلاصه نمی شد.



بحران‌های اقتصادی و تورمی؛ فشار روانی بدون قطع شدن کار

ایران در دهه‌های اخیر با چندین موج تورم شدید، نوسان نرخ ارز، تحریم‌های مالی و فشارهای بین‌المللی مواجه بوده است. در این دوره‌ها، وظیفه کارکنان بانک تنها «انجام عملیات بانکی» نبود؛ بلکه باید:

هر روز به ده‌ها و صدها مشتری نگران پاسخ می‌دادند؛ تغییرات ناگهانی بخشنامه‌ها، مقررات و محدودیت‌ها را در کوتاه‌ترین زمان اجرا می‌کردند؛

با صف‌های طولانی، انتظارات بالا و بعضاً تنش‌های کلامی مواجه می‌شدند، بدون اینکه اختیار چندانی در تصمیم‌های کلان داشته باشند.

بررسی‌های مختلف در سطح جهانی نشان می‌دهد که شاغلان بخش مالی و بانکی یکی از بالاترین سطوح استرس شغلی را دارند. در برخی گزارش‌های بین‌المللی (از جمله مطالعات منتشرشده توسط اتحادیه‌های بانک‌داران در اروپا)، نرخ بروز فرسودگی شغلی در بین کارکنان بانک، بین (عدد) درصد گزارش شده است. اگرچه این ارقام مستقیماً مربوط به ایران نیست، اما نشان می‌دهد «بانکداری» در ذات خود یکی از محیط‌های پرتنش کاری است؛ چه برسد به شرایطی که با بحران‌های پی‌درپی اقتصادی همراه شود.

کرونا؛ وقتی بانک‌ها تعطیل نشدند

با شروع همه‌گیری کرونا، بسیاری از مشاغل به دورکاری رفتند یا فعالیت‌شان محدود شد؛ اما شبکه بانکی کشور تعطیل نشد. کارکنان بانک، دقیقاً در زمانی که توصیه عمومی «در خانه بمانیم» بود، بودن‌شان در شعب به معنی حفظ جریان اقتصادی و امکان زندگی روزمره برای مردم بود. سختی‌های این دوره چند لایه داشت:

ریسک مستقیم سلامت:

کار در فضای بسته شعب، تماس نزدیک با مشتریان، دریافت اسکناس و اسناد، استفاده مشترک از خودنویس، دستگاه‌های کارت‌خوان و... همگی ریسک انتقال ویروس را بالا می‌برد. بسیاری از کارکنان بانکی، در همان روزها به کرونا مبتلا شدند و متأسفانه تعدادی نیز [تعداد جان‌باختگان بانکی در دوران کرونا] نفر از نیروهای شبکه بانکی کشور جان‌شان را از دست دادند.

فشار کاری مضاعف:

کاهش ساعت کاری رسمی، به معنای کاهش حجم کار نبود؛ تراکنش‌ها و مراجعات فشرده‌تر شد. همزمان، تغییر بخشنامه‌ها درباره چک‌ها، تسهیلات، امهال بدهی‌ها و... فشار مضاعفی به کارشناس‌ها و مدیران شعب وارد کرد.

اضطراب خانوادگی:

برای بسیاری از کارکنان بانک، هر روز رفتن سر کار، یعنی هر روز بردن ریسک ابتلا به خانه. خاطرات زیادی از همکاران بانکی ثبت شده است که ماه‌ها، ارتباط نزدیک با خانواده‌شان را محدود کرده بودند تا مبادا ناقل بیماری به والدین سالمند یا کودکان‌شان باشند. از سوی دیگر، سیستم بانکی مجبور شد در زمان کوتاه، ظرفیت سرویس‌های غیرحضوری را به شدت افزایش دهد. آمار رشد تراکنش‌های همراه‌بانک و اینترنت‌بانک در بسیاری از بانک‌ها به [درصد رشد تراکنش‌های غیرحضوری در دوران کرونا] درصد رسید؛ رشدی که پشت آن، شب‌کاری‌ها و آماده‌باش دائمی تیم‌های فناوری اطلاعات، عملیات و امنیت سایبری بود.





آلودگی هوا و تعطیلی‌های نابرابر؛ وقتی بانک جزو «مستثنی‌ها» است

در سال‌های اخیر، معضل آلودگی هوا به‌ویژه در کلان‌شهرها، به یکی از بحران‌های تکرارشونده تبدیل شده است. در بسیاری از روزهایی که مدارس و برخی ادارات تعطیل می‌شوند، بانک‌ها جزو لیست مستثنی‌ها هستند؛ یعنی شعب باید باز بمانند.

این وضعیت، سختی‌های خاص خود را دارد:

کارکنانی که باید در هوای آلوده رفت‌وآمد کنند؛

خانواده‌هایی که بچه‌ها در خانه‌اند ولی پدر یا مادر کارمند بانک باید سر کار باشد؛

فشار روانی ناشی از احساس «قرار گرفتن در معرض خطر» بدون امکان انتخاب.

در گزارش‌های داخلی بسیاری از بانک‌ها، میزان مرخصی‌های استعلاجی، شکایات مربوط به مشکلات تنفسی و درخواست‌های جابه‌جایی محل خدمت در دوره‌های اوج آلودگی هوا، رشد قابل توجهی داشته است؛ به طوری که در برخی شهرها افزایش این موارد تا [درصد افزایش مرخصی/استعلاجی در آلودگی هوا] درصد گزارش شده است.

جنگ‌های جدید و تهدیدهای نو؛ از موشک تا حمله سایبری

در دوره‌های جدیدتر تنش و جنگ، شکل تهدیدها تغییر کرده است. امروز بانک‌ها علاوه بر بحران‌های اقتصادی، با حملات سایبری، اختلال در ارتباطات بین‌المللی، تحریم‌ها و جنگ روانی علیه شبکه مالی نیز روبه‌رو هستند. در چنین شرایطی، فشار کار کارکنان بانک فقط به شعب محدود نمی‌شود؛ تیم‌های فناوری اطلاعات و امنیت شبکه گاهی هفته‌ها در آماده‌باش کامل هستند، کارشناسان مبارزه با پول‌شویی و تحریم با پیچیدگی‌های حقوقی و ریسک‌های بین‌المللی درگیرند و واحدهای روابط عمومی و پاسخ‌گویی، در خط مقدم مدیریت نگرانی‌ها و شایعات قرار دارند.

در بسیاری از گزارش‌های بین‌المللی، بانک‌ها جزو زیرساخت‌های حیاتی کشورها طبقه‌بندی می‌شوند؛ زیرا اختلال در آن‌ها می‌تواند به بحران ملی منجر شود. از جنگ و موشک تا کرونا، آلودگی هوا، تورم و حملات سایبری؛ بانک‌ها در همه این سال‌ها خاموش نشده‌اند و این تداوم، حاصل فشاری است که کارکنان شبکه بانکی با وقت، سلامت و توان روحی خود پرداخت کرده‌اند.



این گزارش، فقط یک یادآوری است:

وقتی در روزهای سخت، حقوق و یارانه و کمک‌هزینه‌ها سر وقت واریز می‌شود، وقتی دستگاه کارت‌خوان کار می‌کند، وقتی پول از حسابی به حساب دیگر می‌رود و چرخه زندگی متوقف نمی‌شود؛ پشت این «روال عادی»، آدم‌هایی ایستاده‌اند که کارشان، در بحران، از همیشه سخت‌تر است. ●



جهان چه تجربه‌هایی در بانکداری بحران دارد؟

راهکارهای مؤثر برای عبور از روزهای سخت



بحران‌ها - چه جنگ باشند، چه همه‌گیری، چه اختلالات اقتصادی و چه حملات سایبری - یک پیام مشترک برای بانک‌ها دارند: بانک‌هایی پیروزند که زودتر دیجیتالی شوند، سریع‌تر واکنش نشان دهند و ارتباط مؤثرتری با مشتری برقرار کنند. تجربه کشورهای و بانک‌های پیشرو در جهان نشان می‌دهد که برای کنار آمدن با شرایط پیچیده و پرتنش، مجموعه‌ای از راهکارهای عملی وجود دارد که تاب‌آوری را چند برابر می‌کند. |

توسعه بانکداری دیجیتال؛ ستون فقرات تاب‌آوری

در بحران‌هایی مثل کرونا، بانک‌هایی که از قبل در مسیر دیجیتالی‌شدن سرمایه‌گذاری کرده بودند، بسیار سریع‌تر از رقبا توانستند عملیات خود را حفظ کنند. تجربه جهانی می‌گوید:

هر خدمتی که قابل دیجیتالی شدن باشد، باید دیجیتالی شود؛ از افتتاح حساب و احراز هویت گرفته تا وام، انتقال پول، استعلام‌ها و مدیریت حساب؛

سیستم‌های دیجیتال باید بدون وابستگی به شعبه کار کنند؛ و سرعت، سادگی و پایداری آن‌ها باید در سطحی باشد که مراجعات حضوری «به انتخاب مشتری» تبدیل شود، نه «اجبار».

در کره جنوبی، سنگاپور، ترکیه و حتی بانک‌های اروپایی، رشد استفاده از خدمات دیجیتال در دوره بحران‌ها بین ۲ تا ۵ برابر افزایش یافته است؛ زیرا مردم اولین پناه‌شان «موبایل» است، نه «شعبه».



هدایت فعال مشتریان به سمت خدمات غیرحضوری

جهان به این نتیجه رسیده که «داشتن سرویس دیجیتال» کافی نیست؛ مشتری باید عملاً به سمت آن هدایت شود. این اقدام‌ها معمولاً انجام می‌شود: طراحی تجربه کاربری ساده و قابل فهم، یکی از نخستین گام‌هایی بود که بسیاری از بانک‌ها برای گسترش استفاده از خدمات غیرحضوری برداشتند. در کنار آن، ارائه مشوق‌های مالی به مشتریان برای انجام عملیات بانکی از طریق درگاه‌های دیجیتال، نقش مهمی در تغییر رفتار کاربران ایفا کرد. هم‌زمان، ایجاد صف‌های مجازی و سامانه‌های نوبت‌دهی آنلاین به کاهش تجمع در شعب کمک کرد و مراجعه حضوری را به موارد ضروری محدود ساخت. پشتیبانی ۲۴ ساعته در کانال‌های دیجیتال نیز به مشتریان این اطمینان را داد که حتی بدون مراجعه به شعبه، همواره امکان دریافت خدمات و حل مشکلاتشان وجود دارد. مجموعه این اقدامات باعث شد در بسیاری از بانک‌های دنیا سهم تراکنش‌های حضوری از کل عملیات بانکی به کمتر از ۱۰ درصد برسد؛ نتیجه‌ای که نشان‌دهنده هدایت هوشمندانه مشتریان به سمت بانکداری دیجیتال است.



ایجاد برنامه‌های تداوم کسب‌وکار

بانک‌های پیشرو برای هر نوع بحران از پیش «سناریو» طراحی می‌کنند و همین پیش‌بینی‌پذیری، ستون اصلی برنامه‌های تداوم کسب‌وکار یا BCP است. در این برنامه‌ها ابتدا واحدهای حیاتی که باید در هر شرایطی فعال بمانند مشخص می‌شود و سپس تیم‌های جایگزین، شیفت‌بندی دقیق و مدل‌های دورکاری برنامه‌ریزی شده برای تداوم فعالیت تعریف می‌گردد. در کنار آن، داده‌ها در چند نقطه جغرافیایی به صورت منظم پشتیبان‌گیری می‌شوند تا ریسک از دست رفتن اطلاعات به حداقل برسد. مانورهای دوره‌ای برگزار می‌شود تا واکنش سریع در شرایط واقعی تمرین شود و پروتکل‌های ارتباط اضطراری نیز برای حفظ ارتباط میان کارکنان و مشتریان فعال می‌ماند. تجربه کشورهایی مانند ژاپن و آمریکا در مواجهه با بحران‌های طبیعی نشان می‌دهد که وجود چنین برنامه‌ای می‌تواند زمان بازیابی خدمات بانکی را از چند روز به چند ساعت کاهش دهد؛ تفاوتی که نقش حیاتی BCP را به روشنی نشان می‌دهد.

تقویت امنیت سایبری و تیم‌های هوش تهدید

در دوران بحران‌ها، به‌ویژه در زمان جنگ‌ها و تنش‌های منطقه‌ای، معمولاً موجی از حملات سایبری متوجه شبکه بانکی می‌شود؛ موجی که تجربه جهانی نشان داده تنها با زیرساخت‌های آماده و واکنش سریع قابل مدیریت است. در چنین شرایطی، سیستم‌های تشخیص تهدید مبتنی بر هوش مصنوعی باید به صورت مداوم فعال باشند تا کوچک‌ترین رفتار غیرعادی در لحظه شناسایی شود. در کنار آن، تیم‌های پاسخ‌گویی سریع باید به صورت ۲۴ ساعته آماده عمل باشند تا هر اختلال احتمالی بدون تأخیر مهار شود. انجام حملات شبیه‌سازی شده نیز یکی از مهم‌ترین ابزارهای افزایش تاب‌آوری به‌شمار می‌رود، زیرا نقاط ضعف واقعی را پیش از وقوع بحران آشکار می‌کند. در نهایت، آموزش کارکنان برای جلوگیری از حملات مهندسی اجتماعی اهمیت حیاتی دارد؛ چرا که بسیاری از نفوذهای نه‌ان از درهای فنی، بلکه از مسیر خطاهای انسانی آغاز می‌شوند. آن دسته از بانک‌هایی که این لایه‌های دفاعی را تقویت کرده‌اند، حتی در شرایط حملات سراسری نیز توانسته‌اند خدمات حیاتی خود را بدون اختلال ادامه دهند.

ارتباطات شفاف با مردم؛ مهم‌ترین ابزار آرام‌سازی بحران

در شرایط بحران، گاه ترس و نگرانی عمومی می‌تواند از خود بحران اثرگذارتر باشد. به همین دلیل بانک‌ها در بسیاری از کشورها آموخته‌اند که اطلاع‌رسانی سریع، شفاف و دقیق یکی از مهم‌ترین ابزارهای مدیریت چنین موقعیت‌هایی است. در این رویکرد،

وضعیت سامانه‌ها، ساعات کاری شعب، تغییرات احتمالی در خدمات و هرگونه هشدار ضروری باید به‌صورت روشن و قابل فهم اعلام شود. همچنین لازم است مشتریان به‌طور مستمر از آخرین تصمیم‌ها و اقدامات مطلع بمانند تا فضای ابهام کاهش یابد. نکته مهم دیگر آن است که پیام‌ها با صدایی واحد و هماهنگ منتشر شوند تا زمینه شکل‌گیری شایعات از بین برود. تجربه کشورهای که این اصل را جدی گرفته‌اند نشان می‌دهد شفافیت در اطلاع‌رسانی می‌تواند از شکل‌گیری هجوم بانکی و واکنش‌های هیجانی در میان مشتریان جلوگیری کند.

حمایت از کارکنان؛ کلید اصلی تاب‌آوری

مرور تجربه‌های جهانی به یک نتیجه روشن می‌رسد: هیچ بانکی در شرایط بحران نمی‌تواند پایدار بماند مگر آنکه از کارکنان خود به‌خوبی مراقبت کند. به همین دلیل بانک‌های پیشرو جهان توجه ویژه‌ای به حمایت از نیروی انسانی دارند. در این رویکرد، فراهم‌کردن تجهیزات ایمنی، بیمه‌های تکمیلی و بسته‌های حمایتی برای کارکنان در اولویت قرار می‌گیرد تا امنیت شغلی و فردی آنان تقویت شود. هم‌زمان، برای واحدهایی که امکان حضور فیزیکی در آن‌ها ضروری نیست، امکان دورکاری فراهم می‌شود تا فشار محیطی کاهش یابد. بسیاری از بانک‌ها همچنین برنامه‌های سلامت روان و مشاوره تخصصی را برای مدیریت استرس کارکنان اجرا می‌کنند و با انعطاف در شیفت‌بندی تلاش می‌کنند فشارهای فیزیکی و ذهنی را کمتر کنند. در کنار همه این‌ها، آموزش‌های مستمر نیز برای حفظ آمادگی کارکنان در شرایط پرریسک ادامه دارد. تجربه بانک‌ها در اروپا و شرق آسیا نشان می‌دهد سازمان‌هایی که در دوران بحران برنامه‌های حمایتی مشخصی برای کارکنان اجرا کرده‌اند، توانسته‌اند بهره‌وری بالاتر، خطای کمتر و تاب‌آوری بیشتری از خود نشان دهند.

تجربه بانک‌های جهان پیام روشنی دارد: هرچه بانک‌ها دیجیتال‌تر شوند، پایداری آن‌ها در برابر بحران‌ها بیشتر است. هرچه ارتباطشان با مشتریان شفاف‌تر باشد، آرامش عمومی در روزهای ناپایدار افزایش می‌یابد؛ و هرچه حمایت از کارکنان قوی‌تر انجام شود، مسیر عبور از بحران کوتاه‌تر و کم‌هزینه‌تر می‌شود.

واقعیت این است که بحران‌ها هیچ‌گاه از میان نمی‌روند، بلکه تنها چهره و شکل آن‌ها تغییر می‌کند. بنابراین بانکی در برابر طوفان پایدار می‌ماند که از امروز با نگاهی آینده‌نگر، نقشه راه دیجیتال خود را به‌روز کند، برنامه تداوم کسب‌وکار (BCP) را جدی بگیرد، امنیت سایبری را به هسته تصمیم‌های خود بیاورد و رفاه و پشتیبانی از کارکنان را جزو اولویت‌های دائمی‌اش قرار دهد. چنین بانکی نه‌تنها در بحران دوام می‌آورد، بلکه تبدیل به نقطه اتکای مردم در دشوارترین شرایط می‌شود. ●



بانک در دل بحران؛

چگونه خدمات بانکی در روزهای جنگ ادامه یافت؟

گفت‌وگو با آقای دزواره مدیر شعبه فلکه سوم تهرانپارس بانک ایران زمین درباره مدیریت بحران، حفظ اعتماد مشتریان و تداوم خدمات در شرایط جنگی

در روزهای ابتدایی جنگ، شعب بانکی با شرایطی روبه‌رو شدند که کمتر در تجربه روزمره نظام بانکی دیده شده بود؛ اختلال در زیرساخت‌ها، نگرانی عمومی مردم نسبت به دارایی‌هایشان و افزایش شدید تقاضا برای نقدینگی. در چنین فضایی، مدیریت شعب ناچار بودند همزمان چند بحران را کنترل کنند؛ از حفظ جریان خدمات بانکی گرفته تا مدیریت تنش‌های روانی مشتریان و کارکنان. در گفت‌وگوی پیش رو، مدیر یکی از شعب بانک از تجربه مدیریت آن روزها، تصمیم‌های فوری، نقش بانکداری دیجیتال و درس‌هایی که از این بحران گرفته است، می‌گوید.



• در روزهای ابتدایی شروع جنگ، مهم‌ترین چالشی که شعبه شما با آن مواجه شد چه بود و اولین تصمیم مدیریتی که گرفتید چه بود؟

مهم‌ترین چالش، تلاقی بحران زیرساختی با بحران روانی مشتری بود. یعنی از یک سو ما با چالش‌های فنی مثل اختلال در شبکه و قطع اینترنت و یا برق روبه‌رو بودیم که کارکرد سیستم را مختل می‌کرد، و از سوی دیگر با فشار شدید نقدینگی ناشی از ترس مشتریان مواجه بودیم. مدیریت این دو مورد به طور همزمان؛ یعنی تلاش برای حفظ عملیات با زیرساخت‌های ناقص و در عین حال، آرام کردن جمعیت خشمگین و نگران در شعبه، سخت‌ترین وظیفه مدیریتی بود.

اولین تصمیم من، مدیریت موجودی و حفظ مشتریان کلیدی بود. بلافاصله یک جلسه اضطراری با کارکنان برگزار کردم تا منابع و خدمات الکترونیک را به جهت اکرام مشتری شناسایی کنیم و همزمان، اولویت‌بندی دقیقی برای توزیع وجوه نقد فعلی بر اساس اهمیت مشتریان و نیازهای حیاتی انجام دادیم تا از بروز بحران نبود نقدینگی جلوگیری کنیم. در نتیجه این تصمیم باعث شد که با وجود بحران جنگ، بتوانیم با مشتریان اصلی خود وفادار بمانیم و از خالی شدن ناگهانی حساب‌ها و از دست رفتن اعتبار برند بانک ایران‌زمین جلوگیری کنیم.

• در آن شرایط بحرانی، چه اقداماتی انجام

دادید تا ارائه خدمات بانکی به مشتریان

حتی‌الامکان بدون وقفه ادامه پیدا کند؟

من تصمیم گرفتم به جای پنهان کردن اوضاع، جلسات کوتاه و روزانه حتی با آن تعداد از همکاری که حضور داشتند برگزار کنم تا آخرین اخبار سازمان را با آن‌ها در میان بگذارم و نظرات آن‌ها را در خصوص مشتریان بررسی کنم و یک سیستم کار منعطف (مانند دورکاری یا شیفت‌های کوتاه‌تر) را بلافاصله اجرایی کنم تا نیروهای ما بتوانند همزمان با انجام وظایفشان، به مسائل امنیتی خانواده‌های خود نیز رسیدگی کنند.

• آیا رفتار و انتظارات مشتریان در این دوره

تغییر محسوسی داشت؟ بیشترین

نگرانی یا درخواست مردم چه بود؟

بله، رفتار مشتریان از مدیریت رفاه به مدیریت بحران تغییر کرد. اگر در حالت عادی اولویت مشتری سهولت در خدمات بود، در جنگ اولویت به امنیت و نقدینگی تغییر یافت. بیشترین نگرانی مردم، عدم دسترسی به دارایی‌های خود و کاهش ارزش پول بود. این موضوع باعث شد که تقاضا برای نقدینگی فیزیکی به شدت بالا برود و سطح تحمل مشتریان در برابر تأخیرهای عملیاتی به شدت کاهش یابد، که این خود، مدیریت تنش در شعبه را به چالش اصلی تبدیل کرد.





• نقش خدمات غیرحضوری و بانکداری دیجیتال در کاهش فشار بر

شعبه را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

مهم‌ترین نقش بانکداری دیجیتال، انتقال تراکنش‌های تکراری و ساده از شعبه به موبایل است. انتقال تراکنش‌های عملیاتی مانند انتقال وجه، پرداخت قبض، شارژ حساب، استعلام موجودی، دریافت رمز و یا محدودیت‌های کارت بیشترین حجم جمعیت را در شعب ایجاد می‌کنند. دیجیتالی شدن این موارد، باعث می‌شود جمعیت فیزیکی شعبه به شدت کاهش یابد.

کاهش صف‌های طولانی نیز از نتایج همین روند است؛ با جایگزینی خودپردازهای هوشمند (ATM) و بانکداری موبایلی، زمان انتظار مشتری در شعبه به حداقل می‌رسد و فشار روی کارمندان که در پشت باجه هستند، از حالت تراکنشی به حالت مشاوره‌ای تغییر می‌کند.

• کارکنان شعبه در این مقطع با چه فشارها یا دغدغه‌هایی روبه‌رو بودند

و مدیریت شعبه چه حمایتی از آن‌ها انجام داد؟

بزرگترین چالش ما در روزهای اولیه، تردید و عدم امنیت روانی کارکنان بود. با شروع جنگ، تمرکز کارکنان به شدت کاهش یافته بود؛ چرا که اکثر آن‌ها نگران وضعیت خانواده‌ها و امنیت شخصی خود بودند. به همین دلیل شیفت‌های کاری پرسنل را بلافاصله مشخص نمودیم تا کارکنان بتوانند همزمان با انجام وظایفشان، به مسائل امنیتی خانواده‌های خود نیز رسیدگی کنند. در نتیجه این اقدام باعث شد سطح اعتماد کارکنان به مدیریت بالا برود و با وجود شرایط سخت، تیم ما توانست با حفظ حداقل ظرفیت عملیاتی، از مختل شدن ساختار کاری شعبه جلوگیری کند.

• آیا از سوی ستاد بانک دستورالعمل یا حمایت خاصی برای مدیریت این

شرایط دریافت کردید و این هماهنگی را چقدر مؤثر می‌دانید؟

دستورالعمل‌های ستاد از نظر جهت‌دهی استراتژیک بسیار ضروری و لازم بودند؛ زیرا بدون آن‌ها، هر شعبه به تنهایی تصمیم می‌گرفت و این باعث ایجاد بی‌نظمی و بی‌عدالتی در میان مشتریان می‌شد. وجود یک مرجع واحد، مانع از آن می‌شد که هر شعبه با استانداردهای متفاوت عمل کند. اما میزان اثربخشی این دستورالعمل‌ها در انعطاف‌پذیری آن‌ها بستگی داشت.

ما دستورالعمل‌های مشخصی از سوی ستاد در زمینه‌های محدودیت‌های نقدینگی، پروتکل‌های امنیتی و مدیریت ارتباطات دریافت می‌کردیم. من این هماهنگی را از نظر یکپارچگی سیستم بسیار مثبت و حیاتی می‌دانم؛ چرا که باعث می‌شد همه شعب با یک زبان و یک منطق با مشتریان برخورد کنند و از فروپاشی نظم بانکی جلوگیری شود. با این حال، اگر بخواهم از نظر اثربخشی عملیاتی نگاه

کنم، باید بگویم چالش اصلی ما زمان‌بندی بود. در شرایط جنگی، سرعت وقایع بسیار بالاست و گاهی دستورات عمل‌ها با تأخیر به دست ما می‌رسیدند. بنابراین معتقدم اثربخشی واقعی زمانی حاصل می‌شد که ستاد، اختیارات بیشتری برای تصمیم‌گیری‌های لحظه‌ای و موضعی به مدیران شعبه می‌داد تا بتوانند بر اساس شرایط خاص محیطی خود، سریع‌تر واکنش نشان دهند.

• به‌عنوان مدیر شعبه، این تجربه چه درس مدیریتی مهمی برای شما به

همراه داشت؟

مهم‌ترین درسی که از آن دوران آموختم این بود که کمال‌گرایی در بحران، دشمن بقاست. در روزهای عادی، ما برای هر تصمیم ساعت‌ها تحلیل و بررسی می‌کنیم تا به بهترین نتیجه برسیم، اما در روزهای جنگ اطلاعات ناقص بود و زمان بسیار کم. من آموختم که در شرایط بحرانی باید بتوان با اطلاعات محدود، تصمیمات به‌اندازه کافی خوب و سریع گرفت. یاد گرفتم که منتظر پایان بحران نمانم تا حرکت کنم، بلکه باید در میانه طوفان، مسیر را با گام‌های کوچک اما استراتژیک بازسازی کنم. این تجربه به من آموخت که مدیریت یعنی توانایی مدیریت ابهام.

• اگر دوباره با شرایط مشابهی مواجه شوید، چه کاری را متفاوت یا بهتر

انجام خواهید داد؟

من بر تقویت زیرساخت‌های غیرحضوری پیش از وقوع بحران تمرکز بیشتری خواهم کرد. تجربه قبلی به من آموخت که در زمان جنگ، شعبه فیزیکی می‌تواند به دلیل مسائل امنیتی یا محدودیت‌های تردد، به راحتی از دسترس خارج شود. بنابراین کار من این خواهد بود که قبل از بحران، سطح پذیرش خدمات دیجیتال را در میان مشتریان و کارکنان به بالاترین حد ممکن برسانم. هدف من این است که شعبه بانک در شرایط بحرانی به یک شعبه بی‌مرز تبدیل شود؛ جایی که حتی اگر ساختمان فیزیکی تحت فشار باشد، خدمات بانکی از طریق پلتفرم‌های دیجیتال با کمترین اختلال ادامه یابد و مشتری احساس قطع ارتباط نکند.

در کنار آن، بر ساختن یک تیم تاب‌آور تمرکز بیشتری خواهم داشت. در تجربه قبلی متوجه شدم که فشار روانی بحرانی گاهی بیشتر از فشار اقتصادی بر عملکرد تیم اثر می‌گذارد. این بار از همان ابتدا روی آموزش مهارت‌های مدیریت استرس و ایجاد یک ساختار ارتباطی بسیار شفاف و منعطف تمرکز می‌کنم. می‌خواهم سیستمی داشته باشم که در آن هر عضو تیم نه تنها وظایف خود را می‌شناسد، بلکه می‌داند در صورت قطع ارتباط با مدیریت یا تغییر شرایط، دقیقاً چه نقش و مسئولیت جدیدی بر عهده دارد. هدف من این است که اعتماد به سیستم در قلب کارکنان، حتی در تاریک‌ترین لحظات، حفظ شود. •



باما کارت نسل تازه هویت و خدمات بانکی در محلات

باما کارت ساختاری دوگانه دارد:

روی کارت، اطلاعات شناسایی افراد قرار گرفته و پشت کارت، مشخصات بانکی و حساب نئوبانک باما درج شده است. به این ترتیب، کاربران می‌توانند بدون همراه داشتن چندین کارت یا مدرک مختلف، امور شناسایی، خرید، پرداخت و دریافت خدمات بانکی را تنها با همین یک کارت مدیریت کنند؛ تجربه‌ای که به‌طور مستقیم به کاهش هزینه‌های زمانی، افزایش امنیت و تسهیل دسترسی می‌انجامد. در قلب این طرح، ایده ایجاد زیرساختی برای هویت دیجیتال محلی و توانمندسازی مالی ساکنان محلات قرار گرفته است. نئوبانک باما این کارت را نه فقط یک ابزار بانکی، بلکه پاسخی به نیازهای واقعی اجتماع محلی می‌داند؛ ابزاری که ضمن ارتقای کیفیت زندگی، نظم تازه‌ای در ارائه خدمات اجتماعی و مالی محلات ایجاد می‌کند.



بانک ایران زمین در ادامه مسیر توسعه بانکداری اجتماعی و بر پایه تفاهم نامه همکاری با بنیاد آینده سازان محلات، از «باما کارت» به عنوان یکی از محصولات نوآورانه نئوبانک باما رونمایی کرد؛ کارتی ترکیبی که برای نخستین بار در کشور، امکان جمع اطلاعات هویتی و اطلاعات بانکی را در یک ابزار یکپارچه فراهم می کند. این کارت که با هدف ایجاد هویتی منسجم برای ساکنان محلات کم برخوردار طراحی شده است، بخش مهمی از خدمات مالی دیجیتال و نیازهای روزمره افراد را در قالب یک تجربه ساده، قابل اتکا و در دسترس ارائه می دهد.

علی آقامحمدی، عضو مجمع تشخیص مصلحت نظام، در مراسم معرفی این طرح، از عملکرد بانک ایران زمین در حمایت از محلات کم برخوردار قدردانی کرد و پروژه «باما - بانک محلات ایران زمین» را نمونه ای موفق از بانکداری اجتماعی و توانمندسازی اقشار آسیب پذیر دانست. او تأکید کرد که ظرفیت های نهفته در محلات، در صورت حمایت صحیح و پیوسته، می تواند به شکل گیری جریان های جدید اقتصادی و تجاری بینجامد.

باما کارت به عنوان بخشی از اکوسیستم مالی-اجتماعی باما، قرار است ارتباطات محلی، خدمات پرداخت، تعاملات اجتماعی و دسترسی به خدمات هویتی را در قالبی هماهنگ و هوشمند در اختیار کاربران قرار دهد.

معرفی باما کارت را باید نقطه ای مهم در نقشه راه بانک ایران زمین برای توسعه بانکداری اجتماعی دانست؛ اقدامی که نه تنها مسیر دسترسی مشتریان به خدمات دیجیتال را کوتاه تر و شفاف تر می کند، بلکه حلقه اتصال افراد با خدمات محلی، شبکه های اجتماعی محلات و سامانه های ارتباطی پروژه باما را نیز تقویت خواهد کرد.

امروز باما کارت به محور اصلی تعاملات هویتی و مالی در محلات تبدیل شده و زیرساختی برای شکل گیری خدمات هوشمند، پایدار و متناسب با نیاز شهروندان به وجود آورده است.

بانک ایران زمین، در قامت نخستین بانک محلات کشور، با تمرکز بر رضایت و اعتماد ساکنان این مناطق، مسیر تازه ای را برای ارائه خدمات بانکی مبتنی بر عدالت اجتماعی و تجربه کاربری بهتر آغاز کرده است؛ مسیری که هدف نهایی آن، بهبود کیفیت زندگی شهری و تقویت دسترسی عادلانه به خدمات مالی برای همه شهروندان است.



روایت اول شخص

صعودی فراتر از یک قله

گفت‌وگو با امیر تدریسی

رئیس اداره عملیات و مراکز داده بانک ایران زمین

من امیر تدریسی هستم؛ ۴۵ ساله از لاهیجان. نزدیک به ۱۶ سال است که در مجموعه بانک ایران زمین فعالیت می‌کنم و در حال حاضر به‌عنوان رئیس اداره عملیات و مراکز داده مشغول خدمت هستم. در کنار کار حرفه‌ای در حوزه بانکی، سال‌هاست کوهنوردی بخش مهمی از زندگی من شده؛ مسیری که برایم نوعی مواجهه با خود و جهان است.



دماوند برای من فقط یک کوه نیست

برای خیلی‌ها دماوند یک رؤیاست؛ اما برای من چیزی فراتر از یک قله است. دماوند نمادی از عظمت و زیبایی طبیعت است؛ کوهی افسانه‌ای در دل رشته‌کوه البرز که هزاران سال ایستاده تا قدرت طبیعت و شجاعت انسان را یادآوری کند. هر بار که به آن نزدیک می‌شوی، انگار لایه‌ای تازه از رازهایش را آشکار می‌کند. دماوند به من یادآوری می‌کند که انسان هم می‌تواند در برابر سختی‌ها مقاومت کند و به قله‌های زندگی خود برسد. صعود به دماوند آرزوی بسیاری از کوهنوردان است. این قله بلند، مثل نردبانی به سمت آسمان، انسان را به چالش می‌کشد و روح ماجراجویی را در وجودش بیدار می‌کند.



وقتی عاشق مسیر باشی، ادامه می‌دهی

در مسیر صعود، لحظه‌هایی هست که هر کوهنوردی با خودش درگیر می‌شود. مسیرهای دماوند، چه از جبهه شمالی و چه جنوبی، هر کدام چالش‌های خاص خودشان را دارند. در دل این کوه داستان‌های زیادی نهفته است؛ داستان صعودهای جسورانه، بازگشت‌های سخت و لحظاتی که انسان و طبیعت در برابر هم قرار می‌گیرند. اما واقعیت این است که وقتی عاشق مسیر باشی، ادامه می‌دهی. با تمام سختی‌ها، سرما و خستگی. برای من صعود نوعی اثبات جسم به روح است؛ جایی که قلب، روح و بدن در یک راستا قرار می‌گیرند. گاهی به شوخی می‌گویم: کوهنوردی نوار قلب من است. همان‌طور که بالا و پایین رفتن نوار قلب نشان می‌دهد زنده‌ای، کوه هم همین حس زنده بودن را به من می‌دهد.

الهامی که از مسیر گرفتم

بسیاری از کوهنوردان از سختی مسیر می‌گویند؛ اما برای من مهم‌تر از سختی، درسی بود که طبیعت می‌دهد. دماوند یادآور این حقیقت است که طبیعت همیشه بزرگ‌تر و قدرتمندتر از ماست. این کوه با تمام عظمتش درس فروتنی می‌دهد. در مسیر صعود، صبر را تمرین می‌کنیم؛ سخت‌کوشی را یاد می‌گیریم و آرامشی پیدا می‌کنیم که در زندگی روزمره کمتر به دست می‌آید.

جایی در کوه که با خودت روبه‌رو می‌شوی

ساعت‌ها پیاده‌روی در مسیر صعود یک فرصت عجیب به آدم می‌دهد؛ فرصتی برای سرک کشیدن به ذهن خودش. وقتی در سکوت کوه قدم می‌زنی، کم‌کم ذهنت مرتب می‌شود. چالش‌های سخت باعث افزایش اعتماد به نفس می‌شوند و نگاهت به زندگی تغییر می‌کند. من همیشه فکر می‌کنم ما کوهنوردی می‌کنیم تا به خودمان صعود کنیم؛ تا از چیزی که قبلاً بوده‌ایم، کمی بالاتر برویم.



شباهت عجیب صعود و کار بانکی

جالب است که بسیاری از اصولی که در صعود استفاده می‌کنیم، در کار بانکی هم کاربرد دارد. در صعود باید ریسک را ارزیابی کرد؛ شرایط آب‌وهوا، توان بدنی، زمان‌بندی و مسیرهای جایگزین. در بانک هم دقیقاً همین نگاه وجود دارد: مدیریت ریسک اعتباری، نقدینگی و عملیات. صعود هم مثل یک فرایند بانکی فازبندی دارد؛ شروع مسیر، ایستگاه‌های استراحت، نقاط کنترل و زمان برگشت. همچنین مدیریت منابع بسیار مهم است؛ در کوه منابعی مثل آب، غذا، انرژی و تجهیزات، و در بانک منابعی مثل سرمایه، نقدینگی، نیروی انسانی و سیستم‌ها. و مهم‌تر از همه داشتن پلن B است؛ همان چیزی که در بانک با عنوان برنامه تداوم کسب‌وکار یا BCP می‌شناسیم.

اشتباهاتی که می‌توانست صعود را متوقف کند

اگر چند اشتباه ساده رخ می‌داد، شاید هرگز به قله نمی‌رسیدم. کم‌اهمیت دانستن هم‌هوایی (اکلیماتایز)، تنظیم نکردن درست سرعت و زمان استراحت، ضعف در تجهیزات و پوشش مناسب، تغذیه نامناسب در مسیر و رعایت نکردن زمان‌بندی‌هایی مثل قانون ساعت ۱۴ می‌توانست صعود را به خطر بیندازد. حتی انتخاب مسیر اشتباه در بخش‌هایی مثل شن‌اسکی هم می‌توانست مشکل‌ساز شود.

سه واژه برای توصیف این صعود

اگر بخوایم صعودم را در سه واژه خلاصه کنم، این‌ها را انتخاب می‌کنم:

سرسختی

در ارتفاع بالا، بیش از آنکه با شیب کوه بجنگی، با ذهن خودت درگیری. کاهش اکسیژن و خستگی شدید تنها با اراده و استمرار قابل عبور است.

فروتنی

وقتی در برابر دماوند می‌ایستی، می‌فهمی انسان چقدر کوچک است. در نهایت این کوه است که اجازه صعود می‌دهد.

شفافیت

در ارتفاعات بالای پنج هزار متر، ذهن به نوعی شفافیت می‌رسد. بسیاری از دغدغه‌های روزمره ناگهان بی‌اهمیت می‌شوند و اولویت‌های زندگی واضح‌تر دیده می‌شوند.



لحظه لمس تابلوی قله

وقتی برای اولین بار تابلوی قله را لمس کردم، اولین فکری که از ذهنم گذشت این بود: «این بیشتر از اینکه فتح دماوند باشد، فتح خودم بود.» در آن لحظه چند حس همزمان سراغم آمد؛ ناباوری، مرور سخت‌ترین لحظه‌های مسیر و یک سؤال ساده اما جدی: حالا بعدش چی؟ وقتی روی بلندترین قله ایران می‌ایستی، ناگهان از خودت می‌پرسی در زندگی روزمره چه قله‌هایی را جدی دنبال می‌کنی و کدام هدف‌ها را نیمه‌کاره رها کرده‌ای.

یک تصمیم سخت در دل مه

یکی از مهم‌ترین درس‌های رهبری را در مسیر صعود گرفتم. نرسیده به جان‌پناه ۴۲۰۰ بودیم؛ حدود ساعت سه بعدازظهر. باد شدید، دید تقریباً صفر و مه غلیظ. چند گروه دیگر هم همان‌جا سردرگم بودند؛ بعضی‌ها می‌خواستند ادامه بدهند و بعضی‌ها مردد بودند. به عنوان سرپرست گروه تصمیم گرفتم ادامه ندهیم. خیلی کوتاه و قاطع گفتم: «هیچ‌کس جلوتر نمی‌رود. ارتفاع کم می‌کنیم و برمی‌گردیم.» آن لحظه فهمیدم در شرایط بحرانی، تصمیم‌گیری سریع و قاطع گاهی مهم‌تر از بحث‌های طولانی است.



چیزی که در عکس‌ها دیده نمی‌شود

دماوند در عکس‌ها زیباست؛ اما حقیقت آن چیز دیگری است. در ارتفاع بالای پنج هزار متر، وقتی سرما به صورتت می‌کوبد، کمبود اکسیژن را در شیب‌های گوگردی حس می‌کنی و باد از هر طرف می‌پیچد، تازه می‌فهمی که کوه موجودی زنده است. آن حس بین ترس و احترام چیزی نیست که در عکس یا روایت دیگران منتقل شود.

تغییری که بعد از صعود در من ایجاد شد

بعد از این صعود یک تغییر مهم در خودم حس کردم: قدرت تحمل بیشتر. در کار، یاد گرفتم نتیجه همیشه فوری به دست نمی‌آید و باید مسیر را به قدم‌های کوچک تقسیم کرد. در زندگی، احترام بیشتری برای فرایندها و زمان قائل شدم. فهمیدم گاهی بزرگ‌ترین پیروزی این است که بدانیم چه زمانی باید ادامه بدهیم و چه زمانی باید عقب‌نشینی کنیم. در روابط هم صبرم بیشتر شده؛ کمتر قضاوت می‌کنم و بیشتر تلاش می‌کنم شرایط دیگران را درک کنم.

پیامی برای همکاران جوان

اگر بخواهم یک پیام برای همکاران جوان بانک بگذارم، این است: پشتکار یعنی هر روز قدم درست برداشتن، حتی وقتی قله هنوز دیده نمی‌شود. با برنامه جلو بروید، انرژی‌تان را مدیریت کنید و اگر جایی دیدید ریسک از کنترل خارج می‌شود، قاطعانه تصمیم بگیرید.

صعود بعدی

صعود بعدی من می‌تواند یک قله دشوارتر باشد؛ مثلاً علم‌کوه از مسیر گرده‌آلمان‌ها یا صعود زمستانی سبلان. از طرفی دوست دارم پروژه سیمرغ کوهنوردی ایران را کامل کنم و دوره‌های تخصصی مثل برف و یخ، نقشه‌خوانی و کار با GPS را هم بگذرانم. برای من کوهنوردی یک مسیر تمام‌نشدنی است؛ مسیری که هر قله آن فقط آغاز یک صعود تازه است. ●

سلامت در پشت میزهای شلوغ بانکی

کارمندان بانک

این ورزش‌ها را جدی بگیرند

کار در بانک نوعی تحمل روزانه فشارهای جسمی و ذهنی است. نشستن‌های طولانی، تمرکزهای سنگین، پاسخ‌گویی مداوم، و ساعت‌ها کار پشت میز باعث می‌شود بدن آرام‌آرام فرسودگی خود را نشان بدهد. درد گردن، خشکی شانه‌ها، کمر دردهای مزمن، خستگی چشم و کاهش انرژی، از رایج‌ترین پیامدهای این سبک کار هستند. در چنین شرایطی، ورزش بخشی ضروری از بهداشت حرفه‌ای کارمندان بانک است. حتی چند حرکت ساده، چند دقیقه پیاده‌روی یا یک بار شنا در هفته می‌تواند بدن را از این چرخه فرسودگی خارج کند.



چرا باید ورزش را جدی گرفت؟

- کاهش درد و تنش عضلات
- بهبود تمرکز و افزایش دقت در انجام امور بانکی
- جلوگیری از خستگی زودرس در شیفت‌های طولانی
- افزایش جریان خون و اکسیژن‌رسانی به مغز
- ایجاد حس نشاط و کاهش استرس
- جلوگیری از مشکلات اسکلتی-عضلانی که در میان بانکی‌ها شایع است

پیاده‌روی؛ یک نسخه ساده و همیشه در دسترس

پیاده‌روی روزانه، حتی ۲۰ تا ۳۰ دقیقه، می‌تواند نقش یک «تنفس دوباره» را برای بدن ایفا کند.

فواید پیاده‌روی:

- بهبود جریان خون پس از ساعت‌ها نشستن
- کاهش استرس ناشی از حجم کاری
- کمک به تنظیم وزن
- افزایش انرژی در نیمه دوم روز کاری

پیشنهاد عملی:

هر ۲ ساعت، ۳ تا ۵ دقیقه قدم بزنید تا عضلات از حالت انقباض خارج شوند.

حرکات کششی؛ نجات بخش اصلی پشت میز

نشستن طولانی پشت میز بانک، شانه‌ها و گردن را تحت فشار قرار می‌دهد. حرکات کششی، کوتاه‌ترین اما موثرترین تمرین‌هایی هستند که می‌توان در محل کار انجام داد.

موارد پیشنهادی:

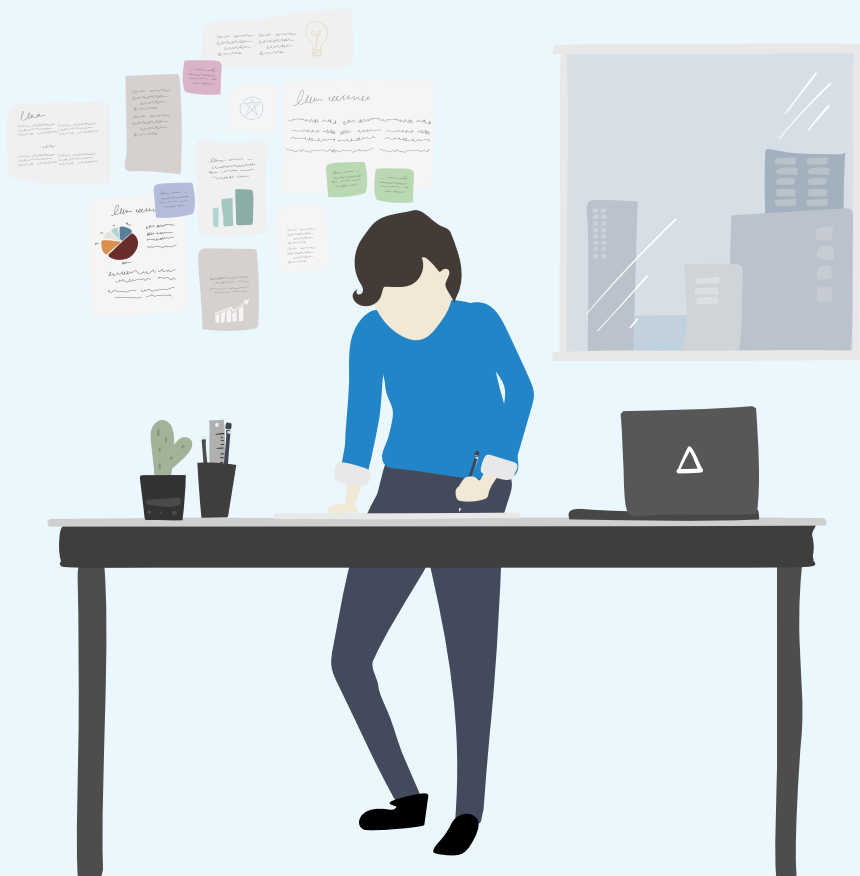
- کشش گردن به چهار جهت
- چرخاندن آرام شانه‌ها
- کشش کمر و ستون فقرات
- کشش مچ و انگشتان برای جلوگیری از دردهای ناشی از کار با کیبورد

مزایا:

- کاهش فوری تنش عضلات
- جلوگیری از دردهای تجمعی آخر هفته
- افزایش تمرکز هنگام انجام امور مالی حساس

دوچرخه‌سواری؛ تقویت قلب و ذهن

دوچرخه‌سواری، چه در پارک، چه در مسیر رفت‌وآمد، یکی از بهترین ورزش‌ها برای افرادی است که بیشتر روز را در محیط بسته می‌گذرانند.



فواید کلیدی:

- تقویت سیستم قلبی-عروقی
 - افزایش استقامت بدن
 - کاهش فشارهای روانی
 - کالری‌سوزی مناسب بدون فشار زیاد روی مفاصل
- اگر آخر هفته‌ها زمانی آزاد دارید، دوچرخه‌سواری می‌تواند روحیه و انرژی هفته بعد را تضمین کند.

شنا؛ کامل‌ترین ورزش برای کارمندان پشت میز

شنا ورزشی است که تقریباً تمام عضلات بدن را درگیر می‌کند و به دلیل بی‌وزنی در آب، برای کمر و ستون فقرات بسیار مفید است.

مزایا:

- بهبود انعطاف‌پذیری
- کاهش فشار و دردهای عضلانی ناشی از نشستن
- تقویت تنفس و سیستم قلبی
- ایجاد آرامش عمیق پس از تمرین

پیشنهاد:

حتی یک جلسه شنا در هفته می‌تواند وضعیت بدن را به‌طور محسوسی بهتر کند.

تمرین‌های کوتاه در محل کار؛ کوچک اما مؤثر

گاهی فرصت باشگاه رفتن نیست، اما چند حرکت بسیار ساده در دل همان ساعت‌های کاری می‌تواند تفاوت بزرگی ایجاد کند.

تمرین‌های پیشنهادی پشت میز:

- بالا آوردن و رها کردن شانه‌ها
 - چرخاندن مچ‌ها و آرنج‌ها
 - کشش پاها زیر میز
 - چرخش ملایم کمر
 - تنفس عمیق و کنترل شده برای کاهش استرس
- این حرکات، فقط ۲ تا ۳ دقیقه زمان می‌برد اما اثر طولانی‌مدت دارد. بدن کارمندان بانک، سرمایه‌ای است که روزانه تحت فشار قرار می‌گیرد. اگر مراقبت نشود، فرسودگی زودرس، کاهش کیفیت زندگی کاری و حتی مشکلات جدی سلامتی در پی خواهد داشت. ●



آن سوی مرزها
نئو بانک



نگاهی وبلاگی به دو ستاره دنیای بانکداری دیجیتال

۱۰ رمز موفقیت نئو بانک های N26 و Revolut

اگر امروز درباره نئو بانک ها حرف می زنیم، بدون شک اسم های Revolut و N26 خیلی زود وسط می آید؛ دو برندی که توانستند برداشت ما از بانک را کاملاً تغییر بدهند. اینکه چطور توانستند میان ده ها فین تک تازه نفس دیده شوند و به بانک های بزرگ اروپا فشار بیاورند، داستانی است که ارزش مرور دارد. در این نوشته، به شکل ساده و بی حاشیه، ۱۰ عامل مهمی را مرور می کنیم که پشت موفقیت این دو نئو بانک قرار دارد.



۴۴

ارتباط
ایران زمین

شماره ۸۵
فروردین ۱۴۰۵

شروع با یک مشکل واقعی

Revolut از همان ابتدا با یک مسئله مشخص وارد میدان شد: در دسرهای تبدیل ارز برای مسافران. N۲۶ هم با تمرکز روی حساب بانکی ساده و بدون کاغذبازی شروع کرد. همین تمرکز روی یک مشکل واقعی باعث شد اولین گروه کاربران خیلی سریع جذب شوند. آنها دقیقاً می‌دانستند برای چه چیزی وارد این سرویس می‌شوند.

تجربه کاربری ساده‌تر از همه بانک‌هایی که دیده بودیم

در دنیایی که هنوز خیلی از بانک‌ها مجبور بودند مشتری را بین منوهای پیچیده بچرخانند، این دو نئوبانک با یک اپ تمیز، سبک و قابل فهم ظاهر شدند. افتتاح حساب چند دقیقه‌ای، گزارش‌های تصویری خرج‌کرد و امکان مدیریت کامل حساب از روی موبایل، همان چیزی بود که کاربران همیشه دنبالش بودند.

شفافیت در قیمت‌گذاری

در سال‌هایی که کارمزدهای پنهان و قوانین پیچیده بانکی مشتری‌ها را سردرگم می‌کرد، Revolut و N۲۶ یک روش متفاوت انتخاب کردند. کارمزدها را دقیق و ساده نوشتند و مدل فریمیوم ارائه دادند: پایه رایگان، امکانات اضافه با پرداخت اشتراک. همین صداقت باعث شد اعتماد اولیه شکل بگیرد.





سرعت در ارائه قابلیت‌های جدید

یکی از ویژگی‌هایی که همیشه درباره این دو نئوبانک گفته می‌شود، سرعت بالای توسعه محصول است. هر چند هفته یک‌بار قابلیت جدید، بخش جدید یا ابزار تازه منتشر می‌کردند. از خرید سهام گرفته تا کیف پول رمزارز یا مدیریت بودجه. این سرعت باعث شد کاربر همیشه احساس کند در حال استفاده از یک سرویس زنده و در حال رشد است.

تمرکز شدید روی امنیت

با اینکه سبک و ساده بودند، امنیت را هیچ‌وقت سبک نگرفتند. تأیید دو مرحله‌ای، هشدار لحظه‌ای تراکنش، امکان قفل کردن کارت از داخل اپ و الگوریتم‌های ضد تقلب، خیال کاربر را راحت کرد. کاربران فهمیدند سادگی به معنای بی‌دقتی نیست.

استفاده هوشمندانه از داده

هر دو نئوبانک از داده‌ها فقط برای گزارش خرج کرد استفاده نکردند؛ بلکه برای پیشنهادها و تجربه شخصی‌سازی شده به کاربر بهره بردند. مثلاً تحلیل الگوهای خرج، دسته‌بندی خودکار تراکنش‌ها و هشدارهای هوشمند. این رفتار باعث شد کاربر حس کند بانک او را «می‌شناسد».

برندینگ جوان و دوستانه

Revolut و N26 از همان روز اول لحن رسمی بانک‌ها را کنار گذاشتند. رنگ‌ها روشن، پیام‌ها کوتاه و لحن، دوستانه و قابل درک بود. برخلاف بانک‌هایی که سعی می‌کردند قدرت خود را نشان دهند، این دو برند سعی کردند کنار مشتری بایستند؛ نه روبه‌رویش.

بدون شعبه بودن یک مزیت شد

نبود شعبه به جای اینکه ضعف باشد، تبدیل به نقطه قوت شد. هزینه‌های عملیاتی پایین‌تر، تمرکز کامل روی موبایل و سرعت بالاتر در بهبود محصول، از مزایای این مدل بودند. کاربران هم به تدریج فهمیدند بیشتر کارهای بانکی در عمل نیازی به حضور فیزیکی ندارد.



گسترش مرحله‌ای و هدفمند

Revolut و N۲۶ به جای اینکه از همان اول بلندپروازی جهانی کنند، با بازارهای محدود شروع کردند و سپس دامنه فعالیت را مرحله‌به‌مرحله گسترش دادند. این روش کنترل ریسک و یادگیری تدریجی در هر بازار جدید، باعث شد منابع هدر نرود و تجربه کاربری آسیب نبیند.

تبدیل شدن به «ابزار روزمره»

بزرگ‌ترین راز موفقیت این دو نئوبانک همین است. آنها فقط یک حساب بانکی ارائه نکردند؛ بلکه ابزارهای روزانه مالی ساختند: بودجه‌بندی، سفر، سرمایه‌گذاری کوچک، انتقال سریع پول و ... وقتی یک اپلیکیشن در طول روز چند بار استفاده شود، دیگر یک «بانک» نیست؛ بخشی از زندگی کاربر است. Revolut و N۲۶ با ترکیب سادگی، سرعت، شفافیت و نوآوری توانستند از یک ایده کوچک به بازیگران مهم بانکداری اروپا تبدیل شوند. آنها برخلاف بانک‌های سنتی، مسیر را از مشتری شروع کردند نه از ساختارهای قدیمی. هرچند هنوز چالش‌های نظارتی و مالی زیادی پیش روی نئوبانک‌هاست، اما تجربه این دو برند نشان می‌دهد اگر یک سرویس مالی واقعاً مشکل واقعی را حل کند و با کاربران صادق باشد، می‌تواند به سرعت محبوب شود. ●



مهارتی تازه برای دنیای دیجیتال امروز

چگونه با هوش مصنوعی درست گفت‌وگو کنیم؟

تعامل با هوش مصنوعی دیگر بخشی از سواد حرفه‌ای هر فردی است که با داده، محصول دیجیتال، تحلیل یا تولید محتوا سروکار دارد. مدل‌های زبانی مانند GPT یا سایر LLMها بر اساس ریاضیات احتمالی کار می‌کنند و به جای «درک انسانی»، الگوهای زبانی و منطقی را یاد گرفته‌اند. بنابراین نحوه صحبت کردن با آنها تعیین می‌کند چه کیفیتی از خروجی دریافت شود. در این بخش، به صورت تخصصی و کاربردی توضیح می‌دهیم چطور با ابزارهای هوش مصنوعی به شکلی مؤثر، دقیق و حرفه‌ای گفت‌وگو کنیم.



* اصل اول

تعریف شفاف «نقش» برای مدل

مدل‌های زبانی بزرگ (LLMها) زمانی خروجی‌های بهتری تولید می‌کنند که نقش مورد انتظار از آن‌ها به وضوح تعریف شده باشد. در طراحی یک پرامپت حرفه‌ای، این نقش باید دارای سه ویژگی کلیدی باشد: مشخص، محدود و قابل اندازه‌گیری. این رویکرد به مدل کمک می‌کند تا هدف و دامنه پاسخ‌گویی خود را دقیقاً بداند و در نتیجه، محتوایی مرتبط‌تر و باکیفیت‌تر تولید کند.

مثال صحیح:

تویک تحلیل‌گر ارشد محصول هستی که روی داده‌های رفتاری کاربران کار می‌کنی. این کار باعث می‌شود مدل خود را به چارچوب آن نقش «هم‌تراز» کند و از دام پاسخ‌های عمومی خارج شود.

* اصل دوم

ورودی باید مسئله‌محور باشد، نه سؤال‌محور

پرامپت ضعیف:

برایم یک گزارش بنویس.

پرامپت حرفه‌ای:

می‌خواهم یک گزارش ۲ صفحه‌ای درباره رفتار کاربران جدید بنویسم. هدف گزارش، کمک به تیم مارکتینگ برای طراحی کمپین است. داده‌ها شامل X، Y، Z هستند. لحن باید رسمی و تصمیم‌ساز باشد. ساختار پیشنهادی چیست؟ در تعامل با هوش مصنوعی، «زمینه» کیفیت خروجی را تعیین می‌کند.

* اصل سوم

محدودیت‌ها را صریح بیان کنید

LLMها عاشق بی‌نهایت هستند! اگر محدودیت ندهید، خروجی یا خیلی طولانی می‌شود یا خیلی سطحی.

چند نمونه محدودیت حرفه‌ای:

- تعداد کلمات
- فرمت (بولت، نثر، جدول...)
- لحن (تحلیلی، داستانی، فنی...)
- حوزه ممنوعه یا بخش‌هایی که نباید ذکر شوند
- سبک استناددهی

این محدودیت‌ها باعث می‌شوند مدل دقیقاً همان چیزی را تحویل دهد که نیاز دارید.

* اصل چهارم

درخواست را به واحدهای کوچکتر بشکنید

مدل‌های زبانی در انجام کارهای «چندمرحله‌ای» عالی هستند، اما به شرطی که مرحله‌بندی را خودتان مشخص کنید.

مثلاً:

- ساختار بده
- تیترها را باز کن
- محتوای خام بده
- لحن را تنظیم کن
- نسخه نهایی را تولید کن

* اصل پنجم

بازخورد مرحله‌ای به مدل بدهید

هوش مصنوعی قابلیت «اصلاح در لحظه» دارد. اگر بخشی از خروجی ضعیف بود: مسیر را تصحیح کنید، محدودیت جدید اضافه کنید، سطح جزئیات را تغییر دهید و به مدل بگویید دقیقاً چه چیزی را دوست نداشتید و چرا. LLMها با بازخورد مرحله‌ای بهترین عملکرد را دارند.

* اصل ششم

از مدل بخواهید «قبل از پاسخ دادن، فکر کند»

این تکنیک پیشرفته باعث می‌شود مدل بدون شتاب‌زدگی، زنجیره استدلال تولید کند.

مثال:

قبل از نوشتن پاسخ نهایی، مراحل فکری خودت را در یک طرح کلی بنویس، اما فقط خروجی نهایی را چاپ کن.

* اصل هفتم

پرامپت‌های «مقایسه‌ای» پرسیدن، خروجی را حرفه‌ای‌تر می‌کند

به جای سؤال مستقیم، از مدل بخواهید گزینه‌های مختلف ارائه بدهد.

مثلاً:

سه روش اجرای این کمپین را پیشنهاد بده و مزایا/ریسک‌های هر کدام را مقایسه کن. این رویکرد باعث می‌شود خروجی از حالت تک‌بعدی خارج شود و شبیه تحلیل انسانی باشد.

* اصل هشتم

برای کارهای تخصصی، منبع یا داده ورودی بدهید

مدل‌ها در جای خالی نوشتن فوق‌العاده‌اند، اما هرچه داده واقعی تزریق کنید، خروجی تخصصی‌تر می‌شود: متن خام، اعداد، نمودار، اهداف پروژه، پرسونا و KPIها. وقتی LLM طبق داده شما حرف می‌زند، خروجی هم مستندتر می‌شود و هم طبیعی‌تر.

* اصل نهم

یک «پرامپت اصلی» برای خودتان بسازید

افراد حرفه‌ای فقط یک‌بار وقت می‌گذارند و یک پرامپت مادر می‌سازند. سپس در هر پروژه فقط جزئیات را تغییر می‌دهند.

پرامپت مادر شامل:

نقش مدل، لحن، فرمت، عمق تحلیل و نحوه استناددهی است. این کار زمان را کاهش می‌دهد و کیفیت را ثابت نگه می‌دارد.

* اصل دهم

از مدل بخواهید ضعف‌های خودش را شناسایی کند

یک تکنیک پیشرفته:

کجای پاسخ ممکن است ناقص یا اشتباه باشد؟ راه‌حل اصلاح چیست؟ این روش کیفیت خروجی را چند سطح بالا می‌برد و خطاهای احتمالی را قبل از استفاده شناسایی می‌کند.

تعامل با هوش مصنوعی یک «مهارت ارتباطی سطح بالا» است. مدل‌های زبانی وقتی بهترین عملکرد را دارند که:

- نقش بدهیم
- زمینه ارائه کنیم
- محدودیت تعریف کنیم
- درخواست را مرحله‌بندی کنیم
- و بازخورد بدهیم.

این قواعد ساده، خروجی هوش مصنوعی را از یک متن معمولی به یک محتوای کاملاً حرفه‌ای و قابل استفاده در سطوح تخصصی تبدیل می‌کند. ●



همه چیز درباره ایجنت‌های هوش مصنوعی

وقتی هوش مصنوعی ترسناک می‌شود...

تا همین چند سال پیش، هوش مصنوعی بیشتر شبیه یک «ابزار پاسخ‌گو» بود؛ چیزی که سؤال می‌پرسیدی و جواب می‌داد. اما امروز با پدیده‌ای روبه‌رو هستیم که ماهیت رابطه انسان و ماشین را تغییر داده است: ایجنت‌های هوش مصنوعی، ایجنت‌ها دیگر منتظر دستور نمی‌مانند؛ آنها هدف می‌گیرند، برنامه می‌ریزند، تصمیم می‌گیرند و عمل می‌کنند. همین جاست که هوش مصنوعی، برای اولین بار، کمی ترسناک می‌شود.



ایجنت هوش مصنوعی دقیقاً چیست؟

به طور ساده، ایجنت هوش مصنوعی سیستمی است که:

- یک هدف مشخص دارد
- می‌تواند محیط را درک کند
- بر اساس داده‌ها تصمیم بگیرد
- و بدون دخالت مستقیم انسان اقدام انجام دهد

برخلاف مدل‌های زبانی معمولی که فقط متن تولید

می‌کنند، ایجنت‌ها می‌توانند:

- با API‌ها کار کنند
 - فایل بسازند یا حذف کنند
 - ایمیل بفرستند
 - کد اجرا کنند
 - سفارش ثبت کنند
 - و حتی با ایجنت‌های دیگر تعامل داشته باشند
- در واقع، ایجنت‌ها «کارمند دیجیتال» هستند. ایجنت‌ها چگونه کار می‌کنند؟

در قلب هر ایجنت، چهار مؤلفه اصلی وجود دارد:

• هدف

چیزی که ایجنت باید به آن برسد (مثلاً کاهش هزینه، افزایش فروش، پاسخ‌گویی به مشتری)

• ادراک

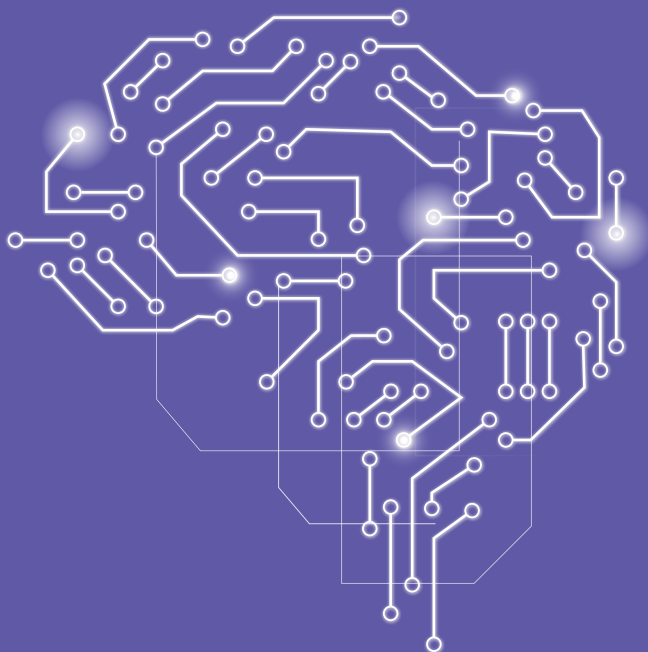
دریافت اطلاعات از محیط: متن، داده، لاگ، پیام، وضعیت سیستم

• تصمیم‌گیری

شکستن هدف به مراحل کوچک‌تر و انتخاب بهترین مسیر

• اقدام

اجرای واقعی کارها از طریق ابزارها، کد یا سرویس‌ها
این چرخه به صورت مداوم تکرار می‌شود تا هدف محقق شود یا محدودیتی اعمال گردد.



چرا ایجنت‌ها ترسناک به نظر می‌رسند؟

ترس از ایجنت‌ها معمولاً از سه جا می‌آید:

• استقلال نسبی

ایجنت‌ها می‌توانند بدون تأیید لحظه‌به‌لحظه انسان تصمیم بگیرند. این یعنی بخشی از «کنترل» واگذار می‌شود.

• سرعت و مقیاس

کاری که یک انسان در چند روز انجام می‌دهد، یک ایجنت می‌تواند در چند دقیقه انجام دهد و آن هم هم‌زمان برای هزاران کار.

• تصمیم‌گیری غیرشفاف

بسیاری از تصمیم‌های ایجنت‌ها بر اساس مدل‌های آماری پیچیده است که توضیح انسانی ساده‌ای ندارند. همین موضوع اعتماد را سخت‌تر می‌کند.

ویژگی	چت‌بات	LLM	ایجنت
پاسخ به سؤال	✓	✓	✓
برنامه‌ریزی	✗	محدود	✓
اقدام عملی	✗	✗	✓
کار بدون دخالت انسان	✗	✗	✓
تعامل با سیستم‌ها	✗	محدود	✓

ایجنت در واقع LLM + ابزار + هدف + اختیار عمل است.

ایجنت‌ها الان کجا استفاده می‌شوند؟

برخلاف تصور، ایجنت‌ها آینده دور نیستند؛ همین حالا فعال‌اند:

- پشتیبانی خودکار مشتریان (حل مسئله بدون اپراتور)
 - ترید الگوریتمی و مدیریت پرتفوی
 - مانیتورینگ امنیت سایبری
 - مدیریت زنجیره تأمین
 - تولید و انتشار خودکار محتوا
 - تحلیل بازار و تصمیم‌سازی مدیریتی
- در برخی سازمان‌ها، یک ایجنت کاری را انجام می‌دهد که قبلاً تیم چند نفره انجام می‌داد.

خطر واقعی کجاست؟

خطر اصلی ایجنت‌ها «هوش بیش از حد» نیست؛ اختیار بدون چارچوب است.

ریسک‌ها شامل:

- تصمیم اشتباه در مقیاس بزرگ
- سوءاستفاده از دسترسی‌ها
- تقویت تعصب‌های داده‌ای
- اجرای اقدام‌های غیرقابل بازگشت

به همین دلیل مفاهیمی مثل:

- Human-in-the-loop
- محدودیت دسترسی
- لاگ و ممیزی تصمیم‌ها
- Kill Switch

به بخش جدانشدنی طراحی ایجنت‌ها تبدیل شده‌اند.

آیا باید از ایجنت‌ها ترسید؟

نه؛ اما باید آنها را جدی گرفت. ایجنت‌های هوش مصنوعی مثل کارمندان بسیار سریع، خستگی‌ناپذیر و ارزان هستند اما بدون اخلاق، بدون شهود انسانی و بدون مسئولیت حقوقی.



تجربه
بازاریابی
^

مروری بر ایده‌هایی که بانکداری را متحول کردند

۷ کمپین موفق بانکی

در صنعت بانکداری، هدف کمپین‌های فروش تغییر رفتار مالی مشتریان، افزایش استفاده از خدمات و تقویت وفاداری است. برخی از بانک‌های بزرگ دنیا با استفاده از ترکیب داده، فناوری، روان‌شناسی رفتار مصرف‌کننده و تجربه کاربری توانسته‌اند کمپین‌هایی اجرا کنند که هم فروش را افزایش داده و هم تصویر برند را تقویت کرده است. در ادامه هفت نمونه از موفق‌ترین این کمپین‌ها را مرور می‌کنیم.

کمپین «Keep the Change» بانک آمریکا (Bank of America)

یکی از معروف‌ترین کمپین‌های بانکی جهان در سال ۲۰۰۵ توسط بانک آمریکا اجرا شد. ایده بسیار ساده بود: هر بار که مشتری با کارت بانکی خرید می‌کند، مبلغ خرید به عدد بالاتر گرد می‌شود و اختلاف آن به حساب پس‌انداز مشتری منتقل می‌شود. مثلاً اگر خرید ۳/۶۵ دلار باشد، بانک آن را به ۴ دلار گرد می‌کند و ۳۵ سنت به حساب پس‌انداز منتقل می‌شود.



نتیجه کمپین: کمپین اجراشده توانست طی چند سال بیش از دوازده میلیون مشتری جدید جذب کند، میلیاردها دلار به حجم حساب‌های پس‌انداز بیفزاید و رشد قابل توجهی در میزان استفاده از کارت‌های بانکی ایجاد کند. راز این موفقیت چشمگیر، اتکا به یک اصل ساده رفتارشناسی مالی بود: «پس‌انداز بدون درد»؛ رویکردی که باعث شد مشتریان بدون احساس فشار، رفتار مالی خود را اصلاح کنند و به‌طور طبیعی به سمت استفاده بیشتر از خدمات بانکی حرکت کنند.

۵۶

ارتباط
ایران زمین

شماره‌ی ۸۵
فروردین ۱۴۰۵

کمپین «Santander 1.2.3 Account» بانک سانتاندر

بانک اسپانیایی سانتاندر با معرفی حساب «۳|۲|۱» مدل جدیدی از فروش خدمات بانکی ایجاد کرده. در این طرح مشتریان برای فعالیت‌های مختلف بانکی پاداش دریافت می‌کردند.



برای مثال:

- سود برای موجودی حساب
- کش‌بک برای پرداخت قبوض
- امتیاز برای استفاده از کارت

نتیجه:

- میلیون‌ها افتتاح حساب جدید در اروپا
 - افزایش چشمگیر نگهداری موجودی در بانک
 - تبدیل حساب جاری به یک محصول درآمدزا
- این کمپین نشان داد که بانک می‌تواند رفتار مشتری را با طراحی مشوق‌ها تغییر دهد.

کمپین «Digibank Launch» بانک DBS سنگاپور

بانک DBS در زمان راه‌اندازی بانک دیجیتال خود در هند کمپینی کاملاً دیجیتال اجرا کرد. شعار اصلی این بود: «بانکی که هیچ شعبه‌ای ندارد، اما همه خدمات را در موبایل ارائه می‌دهد.»

نتیجه:

- بیش از یک میلیون مشتری در مدت کوتاه
- تبدیل DBS به یکی از پیشروترین بانک‌های دیجیتال جهان

تمرکز کمپین بر سه پیام

- افتتاح حساب فوری
- بدون کاغذبازی
- خدمات ۲۴ ساعته





تجربه
بازاریابی
^

کمپین «Chase Freedom Cashback» بانک JPMorgan Chase

چیس برای افزایش استفاده از کارت‌های اعتباری کمپینی طراحی کرد که هر فصل دسته‌ای از خریدها شامل کش‌بک بالا می‌شد. **مثلاً:** خرید سوخت، رستوران، خرید آنلاین و ... مشتری‌ها می‌توانستند تا ۵ درصد بازگشت پول دریافت کنند.



نتیجه:

- رشد شدید استفاده از کارت اعتباری
- افزایش درآمد کارمزد تراکنش‌ها
- جذب مشتریان جوان‌تر

کمپین «Monzo Referral Program» نئوبانک Monzo

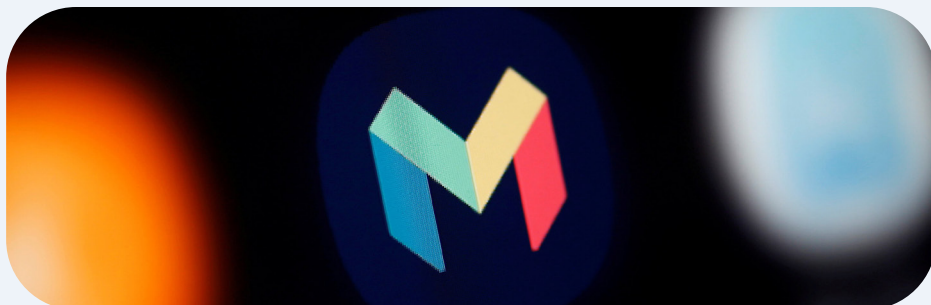
نئوبانک بریتانیایی Monzo برای رشد سریع از یک سیستم دعوت دوستان استفاده کرد.

مکانیسم ساده بود:

اگر مشتری یک دوست را دعوت کند، هر دو نفر پاداش نقدی دریافت می‌کنند. این مدل باعث شد کاربران خودشان به ابزار بازاریابی تبدیل شوند.

نتیجه:

- میلیون‌ها ثبت‌نام در مدت کوتاه
- رشد سریع برند در میان نسل جوان



۵۸

ارتباط
ایران زمین

شماره‌ی ۸۵
فروردین ۱۴۰۵

کمپین «Wells Fargo College Banking» ولزفارگو

ولزفارگو سال‌هاست کمپین هدفمند برای جذب دانشجویان اجرا می‌کند.



در این کمپین:

- حساب دانشجویی بدون کارمزد
- کارت بانکی رایگان
- و آموزش مدیریت مالی
- به دانشجویان ارائه می‌شود.

هدف اصلی: تبدیل دانشجویان به مشتریان بلندمدت بانک.

این کمپین نمونه موفقی از بازاریابی مبتنی بر چرخه عمر مشتری است.

کمپین «ING Orange Account» بانک ING

بانک ING با معرفی حساب پس‌انداز «Orange» یک کمپین جهانی اجرا کرد که بر سادگی و شفافیت تمرکز داشت.

پیام اصلی کمپین این بود: «بانکداری ساده، بدون پیچیدگی و با سود بهتر».

نتیجه: • میلیون‌ها مشتری جدید در اروپا و استرالیا

• تبدیل ING به یکی از برندهای محبوب بانکداری دیجیتال



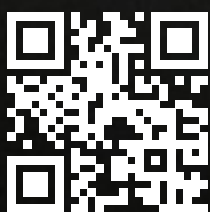
Plastic out of the ocean and into your card

We have launched Ocean Plastic® cards in partnership with conservation organisation Parley for the Oceans. Every new Orange Everyday and Orange One card will now be made with 72% Parley Ocean Plastic®, collected from beaches and coastlines.

Open now

مطالعه کمپین‌های موفق بانکی در جهان نشان می‌دهد که موفقیت آنها معمولاً بر چند اصل مشترک استوار است: طراحی مشوق‌های مالی هوشمند، استفاده از داده‌های رفتاری مشتری، سادگی تجربه کاربری، تمرکز بر یک پیام واضح و استفاده از شبکه مشتریان برای جذب مشتری جدید.

مجله ارتباط ایران زمین شروع یک ارتباط تازه



izbank.ir

بانک ایران زمین
IRAN ZAMIN BANK