



نشریه الکترونیکی بانک ایران زمین
مهر ۱۴۰۱. سال هشتم . شماره ۵۳



- ◆ سواد دیجیتال خود را افزایش دهید
- ◆ تأثیر راهبردهای بازاریابی مشتری محور در جذب و وفاداری سازی مشتریان
- ◆ با مخاطب شناسی هوشمندانه می توان خدمات بانک را به نحو مطلوب معرفی کرد

فهرست



سرمقاله	۳
همراه با ایران زمین	۵
مقاله	۱۴
گفت‌وگو	۲۴
اقتصادی	۳۳
همراه با جهان	۳۵

فرهنگی	۴۱
سلامت	۵۰

صاحب امتیاز: بانک ایران زمین | سردبیر: سید محمد حسین استاد
تحریریه: افسانه پورمراد، امید طاهری، صبا شکوهمند | خبرنگار و ویراستار: اعظم رضانی
طراح گرافیک: وحید هروی | صفحه‌آرا: سمیه حسنی | مدیر هنری: زهرا الهی

خدمت شما مخاطبان فرهیخته نشریه ارتباط ایران زمین؛ همچنین مشتریان ارجمند این نهاد مالی، سلام عرض می‌کنم. این روزها مطالب فراوانی درباره سواد دیجیتال یا سواد فناورانه در رسانه‌ها منتشر می‌شود. بسامد بالای این مطالب نشان می‌دهد ما برای زندگی در دنیای دیجیتال و استفاده از ابزارهای فناوری، بیش از هر زمان دیگر به مهارت نیاز داریم.

دیر نیست که سازمان بهداشت جهانی، داشتن سواد دیجیتال را به مهارت‌های ده‌گانه ضروری برای زندگی اضافه کند؛ اما مسأله‌ای که طرح آن در این نوشتار کوتاه ضروری به نظر آمد، اهمیت بالاتر رفتن سطح سواد دیجیتال همکاران در بانک‌هایی است که به سمت دیجیتالی‌شدن حرکت می‌کنند.

اکنون که مشتری‌مداری رکن اصلی بانکداری مدرن است و مشتری در یک نهاد مالی محور اصلی تصمیم‌گیری است، مدیران و تمام کارکنان شبکه بانکی در جایگاه‌های متنوع خود در صف، ستاد و باجه، زیر نظر مشتریان هستند. وانگهی خروجی تدبیر مدیران، در

دیر نیست که
سازمان بهداشت
جهانی، داشتن
سواد دیجیتال را به
مهارت‌های ده‌گانه
ضروری برای زندگی
اضافه کند.

نحوه عملکرد نیروهای سازمانی خلاصه می‌شود؛ بنابراین لازم است که همکاران این موضوع مهم را مدنظر داشته باشند. خوشبختانه تحقیقات و رصد میدانی، در کنار مشاهده دقیق رفتار مشتریان در بسترهای مجازی مرتبط با بانک، نشان می‌دهد عملکرد عزیزان در شعب و... رضایت‌بخش بوده است و ما توانسته‌ایم در ارائه خدمات نوین بانکی و انتقال دانش دیجیتال به مشتری، از ایشان نمره قبولی بگیریم.

به‌روز بودن برای بانکی که به سوی دیجیتالی‌شدن حرکت می‌کند یک اصل و مقابله با شکاف دیجیتالی و ایجاد فاصله بین دانش یک کارمند بانک با مشتری یک ضرورت است. اگر ما قلباً به این نتیجه برسیم که نگاه مشتری همیشه به سطح دانش و عملکرد ماست، آن وقت یک روز هم خود را از فضای آموزش و تازه‌سازی دانش بانکی و دیجیتالی دور نخواهیم کرد.

البته تأثیرپذیری مشتریان از کارکنان یک بانک، به این امر محدود نمی‌شود. مشتری پیش از آزمودن دانش همکاران در شعبه، به نحوه پوشش او و میزان آراستگی یک شعبه امتیاز می‌دهد. مصاحبه‌های متعدد و مداوم همکاران بنده در واحد روابط عمومی از مدیران، معاونان و دیگر همکاران موفق در شعب تهران و شعب استانی و درج آن در این نشریه، گواه این سخن است.

در انتها لازم می‌دانم کمی هم از خدمت جدیدی که به‌زودی در اختیار مشتریان عزیز بانک قرار می‌دهد صحبت کنم. در آینده نزدیک، کارت مجازی نقدی بانک ایران‌زمین در اختیار متقاضیان قرار می‌گیرد. این کارت موجودیت فیزیکی ندارد و صرفاً یک کارت مجازی و الکترونیکی است که بر روی سپرده حقیقی مشترک صادر می‌شود و شماره آن در اختیار اشخاص متقاضی قرار می‌گیرد. امیدوارم عزیزان از یکایک خدمات ارائه‌شده از سوی بانک مردمی و خدمت‌گزار ایران‌زمین، نهایت استفاده را ببرند. پیروز و سربلند باشید.

به‌روز بودن برای بانکی که به سوی دیجیتالی‌شدن حرکت می‌کند یک اصل و مقابله با شکاف دیجیتالی و ایجاد فاصله بین دانش یک کارمند بانک با مشتری یک ضرورت است.

همراه با ایران زمین



مدیران

رادیو آوای ایران زمین

با استان‌ها

دوره آموزشی اعتبارات اسنادی داخلی

ایران زمین در رسانه‌ها



مدیران

روحیه تیمی و ورزشی همکاران تحسین برانگیز است

دیدار مدیرعامل بانک با بازیکنان تیم فوتسال ایران زمین

عرصه رقابت، زمین بازی شعب و ستاد بانک هستند و باید با همدلی، همراهی و اتحاد در بازار رقابت، همان طور که تا به امروز پیروز بودیم، به موفقیت‌های بیشتری برسیم.

مدیرعامل بانک کارکنان این نهاد مالی را سرمایه‌هایی ارزشمند برای پیشرفت آتی بانک اعلام و خاطرنشان کرد: روحیه و نوع نگرش همکاران بر پایه همکاری است. این روحیه می‌تواند بانک را در برابر تمام فراز و نشیب‌ها حفظ کند و به نتایج قابل‌توجهی برساند.

تیم بانک ایران زمین، چندی پیش در مسابقات جام فوتسال بتیس، با شکست رقبا به مقام قهرمانی این جام رسید. در پایان این مراسم، از بازیکنان تیم فوتسال بانک ایران زمین قدردانی شد.

مراسم قدردانی از بازیکنان تیم فوتسال بانک ایران زمین، با حضور مدیرعامل، مدیران امور توسعه سرمایه انسانی، پشتیبانی و مهندسی، روابط عمومی و رؤسای ادارات حوزه مدیریت، امور کارکنان، ارزیابی عملکرد کارکنان و بازیکنان این تیم برگزار شد.

در این دیدار عبدالمجید پورسعید، مدیرعامل بانک، ضمن ابراز خرسندی از حضور در جمع ورزشکاران، قهرمانی تیم فوتسال بانک را در جام بتیس باارزش دانست و گفت: داشتن روحیه ورزشی و حفظ سلامتی بین همکاران، ارزشمند و تحسین‌برانگیز است.

پورسعید رمز موفقیت را وجود هماهنگی و همکاری در کنار کار تیمی برشمرد و افزود: در

قوت و ضعف؛ همچنین ارائه اطلاعات به موقع، نقش مؤثری در کاهش آسیب پذیری مجموعه و حفاظت از سرمایه های مشتریان داشته باشد. وی در پایان، هوشیاری بیش از پیش همکاران را در مقام امانت داران سرمایه مردم نزد بانک، خواستار شد.

در این دیدار حسینی کنارویی، مدیر امور شعب استان ها نیز، ضمن بررسی عملکرد شعب استان های غرب کشور، ظرفیت این منطقه را مطلوب ارزیابی کرد و گفت: با وجود همکاران متعهد و سخت کوش در شعب استان های غرب کشور، مشتریان از خدمات با کیفیت بانک ایران زمین بهره مند خواهند شد.

در پایان فتاحی، مدیر امور توسعه سرمایه انسانی، مطالبی را درباره وضعیت رفاهی کارکنان و اهداف آتی بانک بیان کرد و افزود: همکاران با حضور در دوره های آموزشی می توانند علاوه بر بالا بردن سطح دانش خود، خدمات بانک را به بهترین شکل به مشتریان معرفی کنند و این موضوع از اولویتهای سرمایه انسانی است.

به منظور بازدید از شعب و دیدار با همکاران مدیریت شعب استان های غرب کشور، مدیر امور شعب استان ها، مدیر امور حراست و مدیر امور توسعه سرمایه انسانی بانک، به این استان ها سفر کردند.

بر اساس این گزارش، مدیران ارشد بانک در این سفر از شعب تحت پوشش مدیریت غرب در استان های کرمانشاه، ایلام، کردستان و همدان بازدید کردند و ضمن دیدار با همکاران، از نزدیک در جریان مسائل و دیدگاه های آنها قرار گرفتند.

در ادامه به منظور بررسی عملکرد شعب در نیمه نخست سال جاری، جلسه ای با موضوع تأثیر نیروی انسانی ماهر در تحقق اهداف تعیین شده، با حضور رؤسا و معاونان شعب برگزار شد.

یارقلی، مدیر امور حراست بانک، در این بازدیدها با تأکید بر نقش محوری حراست در جلوگیری از هرگونه مسأله حفاظتی گفت: این مدیریت در جایگاه مشاوره امین و مورد اعتماد می تواند با شناسایی تهدیدها، آسیب ها و نقاط



رادیو آوای ایران زمین

تغییر ساختار در پادکست کافه بانک و پویایی بیشتر در انتخاب محتوا



فرهنگی و ادبی رادیو نیز، با قدرت بیشتر و البته رویکرد جدید، به کار خود ادامه خواهند داد. خبر خوب اینکه؛ بخش پرداختن به رویدادهای شگفت‌انگیز جهانی به کنداکتور برنامه‌های امسال اضافه‌شده و بخش آموزشی نیز با ساختار جدید و به‌صورت مجزا در اختیار شما علاقه‌مندان قرار خواهد گرفت.

این را نیز اضافه کنم که پادکست‌های آموزشی رادیو آوای ایران‌زمین با پرداختی خلاقانه‌تر برای شما عزیزان ساخته خواهد شد. استقبال از بخش‌های آموزشی این رسانه در سال گذشته بسیار بالا بود و همین موضوع مسؤولیت عوامل برنامه‌ساز این رسانه را سنگین‌تر کرده است؛ به

مدیران محترم، همکاران، مشتریان ارجمند و مخاطبان ارزشمند نشریه ارتباط ایران‌زمین سلام؛ خبرنگار این نشریه هستم و برایتان روزگاری آرام و سرشار از مهر آرزو می‌کنم.

همان‌گونه که در شماره‌های پیشین نیز نوشتم، رادیو آوای ایران‌زمین در پنجمین سال متوالی فعالیت خود، سال ۱۴۰۱ را با تغییر و تحولات عمده در کنداکتور برنامه‌هایش آغاز کرد و شما نمود بارز این تحولات را از اوایل ماه اردیبهشت در برنامه‌های این رسانه بانکی، احساس کردید.

سیاست این رادیو در سال جاری، تکیه بر پادکست و طرح مباحث اقتصادی خرد و کلان؛ به‌ویژه اقتصاد دیجیتال است. بخش‌های

به وجود آمد، بارگذاری برنامه‌های این رادیو نیز کاهش یافت. در این ماه پادکست کافه بانک در بسترهای تعریف‌شده بانک بارگذاری نشد، بارگذاری برنامه معرفی کتاب نیز با محدودیت‌هایی روبه‌رو شد و تنها پادکست چشم سوم بود که به بنا بر ذات اطلاع‌رسانی خود، در اختیار علاقه‌مندان قرار گرفت.

پادکست چشم سوم برنامه‌ای اقتصادی با تحلیل بازارهای مالی ایران و جهان، تحولات بازار بورس و ارز، مسکن، سکه، طلا، خودرو، رمز ارزها، ارزهای دیجیتال و آخرین رویدادهای اقتصادی است. عوامل رادیو آوای ایران زمین، تمام تلاش خود را برای جلب رضایت حداکثری شما به کار بسته‌اند. با این امید که این برنامه‌ها بتوانند حال خوب را برای شما به ارمغان آورند و سطح آگاهی‌های مالی و اقتصادی شما را نیز ارتقا بخشند. همچنان با ما و کنار ما بمانید. چون همیشه از همراهی همدلانه و صمیمانه شما سپاسگزاریم.



همین دلیل، تلاش متولیان امر بر جلب رضایت حداکثری شما استوار خواهد بود.

نکته مهم دیگر اینکه؛ چندی پیش در اتاق فکر رادیو آوای ایران زمین، بنا بر این گذاشته شد که ساختار پادکست‌های ادبی این رسانه تغییر کند. البته تغییر از ابتدای سال به‌تدریج و به شکل نامحسوس در این پادکست آغاز شده بود؛ اما از ابتدای ماه مهر و با تصویب ساخت آرم جدید برای برنامه و رفتن به سمت پویایی بیشتر در انتخاب محتوا، این تغییرات سرعت بیشتری به خود گرفت. در سری پادکست‌های ادبی جدید، بخش حاشیه‌های زندگی شاعران و نویسندگان بزرگ ایران زمین که به خلق اثر ارزشمند ادبی منجر شده است نیز، برای شما شنیدنی خواهد بود.

در ادامه برنامه‌های پخش شده در ماه مهر رادیو آوای ایران زمین را با یکدیگر مرور می‌کنیم.

ماه مهر به دلیل وجود برخی ناآرامی‌ها در کشور و شرایط خاصی که برای اینترنت بین‌الملل و یکی دو شبکه اجتماعی پرکاربرد

با استان‌ها

شناخت ظرفیت استان‌ها به پیشرفت بانک کمک می‌کند

استان‌های اصفهان، قم، مرکزی و چهارمحال و بختیاری



علیزاده:
پشتیبانی از تولید
ملی، پشتیبانی
از کار و سرمایه
ایرانی است



مدیریت شعب استان‌های اصفهان، قم، مرکزی و چهارمحال و بختیاری بانک، در ردیف مدیریت‌های وسیع استانی بانک قرار دارد و علاوه بر جذب تعداد قابل‌توجهی از مشتریان، از ظرفیت‌های فراوان مالی و سرمایه‌گذاری نیز بهره‌مند است؛ از این‌رو علیزاده، مدیر شعب استان، در جلسه‌ای با همکاران شعب، بر تلاش و برنامه‌ریزی کارکنان به‌منظور ارائه خدمات باکیفیت به مشتریان تأکید کرد و گفت: همکاران باید با رفتار حرفه‌ای، علاقه‌مندی را بسنجند و با توجه به سلیقه و نیازهای او، بسته‌های خدماتی متنوع را پیشنهاد کنند.

این مدیر بانکی مشارکت و ارائه راهکار از سوی همکاران را در امور مختلف عاملی مؤثر در مسیر جلب اعتماد مشتریان بیان کرد و افزود: تسلط کلیه کارکنان بر محصولات بانک؛ به‌ویژه خدمات بانکداری مدرن، آگاهی کامل مشتریان و استفاده از خدمات بانکداری دیجیتال را در تلفن‌های همراه خود در پی خواهد داشت. ترویجی، معاون اداری و مالی شعب استان نیز، تلاش و برنامه‌ریزی را شاخص حرکت همکاران به سوی موفقیت‌های بیشتر دانست و خاطرنشان کرد: معرفی دقیق محصولات بانک و نیروی انسانی بانگیزه و آگاه، ترکیبی است که باعث جذب مشتری و رضایت آن‌ها از بانک خواهد بود.

ششمین گردهمایی رؤسای شعب استان برگزار شد

استان‌های فارس، بوشهر و کهگیلویه و بویراحمد



در مسیر اجرای برنامه جامع عملیاتی سال جاری و پیرو برگزاری جلسه شورای مدیران، ششمین گردهمایی رؤسای شعب مدیریت شعب استان‌های فارس، بوشهر، کهگیلویه و بویراحمد برگزار شد. حسن‌شاهی، مدیر استان ضمن بررسی و تحلیل عملکرد استان نسبت به سایر بانک‌ها، از همکاران خواست بیش‌ازپیش تلاش کنند و مسیر پیشرفت و موفقیت را با سرعت بیشتری پیمایند.



این مدیر بانکی، ضمن اشاره به اهمیت مبحث بانکداری مدرن در پیشبرد اهداف بانک و نقش مؤثر آن در رتبه‌بندی و ارزیابی

شعب، گفت: شایسته است شعب **مدیر استان: معرفی**
بیش‌ازپیش در بخش بانکداری مدرن **صحیح خدمات بانکداری**
و معرفی آن به مشتریان بکوشند. **مدرن ما به مشتری**
حسن‌شاهی در ادامه و در جمع **احساس تمایز را در او**
رؤسای شعب این استان‌ها بر معرفی **ماندگار می‌کند**



صحیح خدمات بانکداری مدرن به مشتریان تأکید کرد و گفت: کارکنان بانک ایران‌زمین، در مقام بانک پیشتاز، در ارائه خدمات بانکداری دیجیتال باید با معرفی صحیح و دقیق خدمات بانکداری مدرن و دیجیتال به مشتریان، علاوه بر جلب رضایت آن‌ها، برای مشتریان تمایز و تجربه متفاوت ایجاد کنند.



وی پیرو بازدید مدیران شعب استان‌ها از هلدینگ فناوری اطلاعات بانک افزود: بانک ایران‌زمین با شخصی‌سازی خدمات برای مشتریان، گامی مؤثر در ارائه خدمات بانکی برداشته است و مشتریان می‌توانند با توجه به نیاز خود، خدمات مورد نظر را از بانک دریافت کنند. در پایان سید مهدی فاطمی، معاون شعب استان، همراهی ستاد با کارکنان شعب را

حسن‌شاهی:
باید در پی ایجاد
احساس تمایز در
مشتری بود



ضروری دانست و گفت: به‌طورقطع همراهی همکاران در ستاد با شعب می‌تواند در روند ارائه خدمات باکیفیت به مشتریان مؤثر باشد؛ همچنین نرم‌افزار فراز ایران‌زمین با امکانات بانکی متنوع می‌تواند در امتداد فناوری روز ایران‌زمین، بسیاری از خدمات بانکی را به مشتریان خود ارائه کند.

ارائه خدمت مناسب، مستلزم حضور نیروهای متخصص است

استان‌های مازندران، گلستان و سمنان

یکی از مدیریت‌های شعب فعال بانک ایران‌زمین در شمال کشور، مدیریت امور شعب استان‌های مازندران، گلستان و سمنان است. این مدیریت با ۲۹ شعبه در منطقه، کلیه خدمات بانکی و بانکداری دیجیتال را به هم‌شهریان ارائه می‌کند.

سلیم بهرامی، مدیر شعب استان‌های مازندران، گلستان و سمنان، معتقد است؛ لازمه ارائه خدمت مناسب به مشتریان، داشتن نیروهای متخصص و متعهد است و همبستگی تمام کارکنان همراه با ارائه خدمات و محصولات متنوع، کلید موفقیت بانک بوده است. وی در جمع رؤسا و معاونان شعب خود، آموزش حین خدمت همکاران را گامی مؤثر در مسیر معرفی هرچه بهتر خدمات بانک به مشتریان و افزایش کیفیت خدمت‌رسانی برشمرد و گفت: همکاران باید با برگزاری جلسات روزانه، اطلاعات خود را برای ارائه خدمات بهتر به مشتریان به‌روز کنند و از آخرین دستورالعمل‌های بانک آگاه شوند.



سلیم بهرامی:
روند آموزش برای
یک نیروی خلاق
سازمانی، دائمی
است

جدیت در کار عامل اصلی رشد و موفقیت است

استان یزد



استان یزد با ظرفیت بالای گردشگری و مردم خونگرم و میهمان‌نواز با گویشی شیرین، در ردیف استان‌های پرجاذبه کشور قرار دارد. ۱۲ شعبه بانک ایران‌زمین در یزد، ابرکوه، اردکان، بافق و میبد، پذیرای شهروندان و میهمانان در استان یزد هستند. بر همین اساس، پورحسینی مدیر شعب استان، در جمع رؤسای شعب، جدیت در کار را عامل اصلی رشد و موفقیت برشمرد و گفت: برای رشد سازمان مهم‌ترین نکته، جدیت و برنامه‌ریزی دقیق است؛

پورحسینی:
آراستگی شعب و
همکاران، احترام به
مشتری است

به همین دلیل، همکاران باید با بازاریابی مستمر و معرفی دقیق محصولات، مشتریان را با خدمات بانک آشنا کنند. وی آراستگی شعب و همکاران را احترام به مشتری دانست و بر نظارت بر این موضوع از سوی رؤسای شعب تأکید کرد.



دوره آموزشی اعتبارات اسنادی داخلی

دوره ضمانت نامه و اعتبار اسنادی بانک برگزار شد

خراسان جنوبی، سیستان بلوچستان و استان یزد



به گزارش خبرنگار ارتباط ایران زمین، در این صفحه خبر دوره‌های آموزشی کلیدی و پراهمیتی که چندی پیش در شعب استانی بانک برگزار شده بود، بازنشر می‌شود.

دوره آموزشی نحوه صدور اعتبار اسنادی، به صورت کارگاهی، در دو نوبت با حضور رؤسا و معاونان شعب استان‌های خراسان جنوبی و سیستان و بلوچستان برگزار شد. حسن رضا یزدانی، مدیر شعب استان، ضمن ابراز خرسندی از نحوه تدریس از سوی کارشناس مدیریت امور اعتبارات به صورت تئوری و عملی؛ همچنین مشارکت حداکثری همکاران در این دوره گفت: آموزش نحوه صدور اعتبار اسنادی، قدمی مؤثر در مسیر ارائه خدمات باکیفیت‌تر به مشتریان بانک است.

و کارشناسان ستادی در استان یزد، برگزار شد. در ابتدای این دوره، پورحسینی، مدیر شعب استان یزد، به فرصت‌ها و ظرفیت موجود در استان اشاره کرد و گفت: حضور در دوره‌های آموزشی بانک و افزایش آگاهی در حوزه بانکداری، گامی مؤثر در مسیر ارائه خدمات باکیفیت به مشتریان بانک است. دوره آموزشی ضمانت‌نامه و اعتبار اسنادی از سوی رئیس اداره آمار و اطلاعات اعتباری بانک تدریس و مباحث به صورت عملی و کارگاهی برای همکاران اجرا شد.

دوره ضمانت‌نامه و اعتبار اسنادی بانک برگزار شد

دوره آموزشی ضمانت‌نامه و اعتبار اسنادی با حضور رؤسای دوایر شعب، رؤسای شعب، معاونان



ایران زمین در رسانه‌ها

ایران زمین در رسانه‌ها



مشتریان این بانک دریافت می‌کنند. یادآور می‌شود؛ در ماه مهر، خبرهای مربوط به وام ازدواج، اجرای مسؤلیت اجتماعی سازمانی بانک، قهرمانی بانک در مسابقات فوتسال جام بیتس، معرفی خدمات بانکداری مدرن این بانک، شکستن رکورد درآمدهای تسهیلاتی و خبر جهش ۱۹۴ درصدی درآمد تسهیلات اعطایی، 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 جهش ۱۹۴ درصدی درآمد تسهیلات اعطایی، سپرده‌گذاری و اوراق بدهی بانک ایران زمین در **نقدینه، ایستا نیوز و ۳ سایت دیگر**؛

♦ خبر بانک ایران زمین قهرمان مسابقات فوتسال جام بیتس شد در **خبرگزاری تابناک، مثلث آنلاین، فرارو، نبض بازار و ۳۳ سایت دیگر**؛

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 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 پی ریخت و امروز ثمره این تدبیر هوشمندانه را

- ◆ خبر ساتنا، ابزار الکترونیکی مبادلات بین‌بانکی در بانک ایران‌زمین در **نبض بورس**؛
- ◆ خبر شناخت ظرفیت‌ها استان‌ها، موجب پیشرفت بانک خواهد شد در **روزنامه نوآوران و ۲۷ سایت دیگر**؛
- ◆ خبر تسریع در مبادلات پولی بین‌بانکی در سامانه پایای بانک ایران‌زمین در **نبض بورس**؛
- ◆ خبر «سحاب»، سامانه‌ای از بانکداری مدرن بانک ایران‌زمین، در **ایستا نیوز و نبض بورس**؛
- ◆ خبر کارنامه درخشان بانک ایران‌زمین در ایفای مسئولیت اجتماعی در **اقتصاد تهران**؛
- ◆ خبر رشد ۳۸۲ درصدی تسهیلات ازدواج و فرزندآوری در ایران‌زمین در **خبرگزاری تابناک**؛
- ◆ خبر معرفی چهره جدید بانکداری در ایران‌زمین و خبر ایران‌زمین **۱۲۱۴** عدد وام ازدواج و فرزندآوری داد در **اخبار بانگ**.
- ◆ خبر فرهنگ‌سازی بانک ایران‌زمین درباره ارتقای امنیت معاملات با استفاده از چک صیادی در **خبرگزاری تابناک**؛
- ◆ خبر پشت تولیدکننده به بانک ایران‌زمین گرم است در **اقتصاد تهران**؛
- ◆ خبر طراحی بانک ایران‌زمین برای چک‌های جدید در **پول نیوز**؛
- ◆ تجربه متفاوتی با معرفی سرویس‌های بانکداری مدرن بانک ایران‌زمین در **خبرگزاری فارس، تیترا ۲۰ و ۳ سایت دیگر**؛
- ◆ خبر سرویس‌دهی مناسب مستلزم نیروهای متعهد و متخصص است در **خبرگزاری تابناک، تیترا ۲۰ و ۲۵ سایت دیگر**؛
- ◆ بانک ایران‌زمین ۱۳ ملک مازاد خود را به مزایده می‌گذارد، در **نقدینه، خبرگزاری اقتصادی ایران، نبض بازار و ۲۲ سایت دیگر**؛



مقاله



◆ تأثیر راهبردهای بازاریابی مشتری محور در جذب و وفاداری سازی مشتریان (قسمت اول)

سید زمان موسوی میرکلایی | شعبه نوشهر، کد ۱۱۵۴



◆ بازاریابی نسل پنجم (قسمت آخر)

نویسنده: پروانه بهرامی زنوز

تأثیر راهبردهای بازاریابی مشتری محور در جذب و وفاداری سازی مشتریان

(قسمت اول)

سید زمان موسوی میرکلایی | شعبه نوشهر، کد ۱۱۵۴

مقاله

از سطح انتظارات او، محرک اصلی تحرک و فعالیت بانکی است.

تعریف مشتریمداری

♦ مشتریمداری به معنای تمایل برای پیش‌بینی کردن نیازهای مشتری و ارائه محصولات و خدماتی خارج از انتظار مشتریان است. این رفتار مناسب با مشتریان و ارزش‌گذاری به آن‌ها، مشتریان را خشنود و آن‌ها را به طرفداران پر و پا قرص یک سازمان تبدیل می‌کند.

در تعریفی دیگر، مشتریمداری عبارت است از به‌کارگیری روش‌هایی که قبل یا بعد از انجام فرایند خدمت مشتری به کار گرفته می‌شوند تا تجربه‌ای مثبت را برای مشتری رقم بزنند؛ به‌این‌ترتیب، مشتری تشویق می‌شود تجربه خود را تکرار کند و وفاداری او و سود برای سازمان تضمین می‌شود؛ اما موضوع این است که یک بانک یا کسب‌وکار با راهبرد مشتریمداری، چیزی بیشتر از سازمانی است که فقط خدماتی قابل‌قبول ارائه می‌کند.

سازمان‌هایی نظیر **Amazon** و **Apple**، مثال‌های برجسته‌ای از راهبرد مشتریمداری متعالی هستند. این سازمان‌ها سال‌های طولانی را صرف ایجاد راهبرد مشتریمداری و توجه به نیازهای مشتریان کرده‌اند. تعهد سازمان‌های نامبرده در ایجاد و ارائه ارزش به مشتریان مثال‌زدنی است و

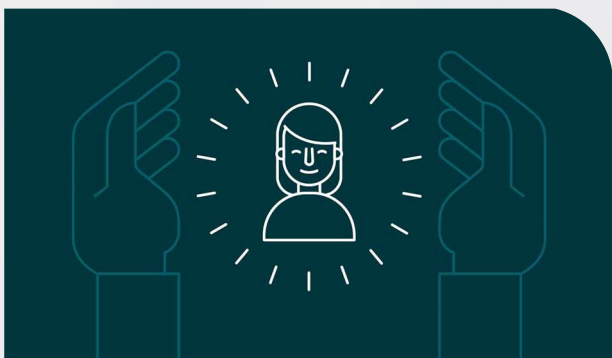
فرایند راهبردهای بازاریابی مشتریمدار با مطالعه و بررسی نیازها و خواست مشتریان آغاز می‌شود و با طراحی محصول، تولید و فروش و در نهایت نیز با سنجش رضایت مشتری در جایگاه شاخص اصلی عملکرد ادامه می‌یابد. پایه و اساس انجام تمامی مراحل عملیات

سازمان، داده‌های کسب‌شده از مشتری است؛ در واقع درون‌داد مشتری، مهم‌ترین ورودی سیستم سازمان‌های مشتریمدار است و مشتری، محور حرکت این نوع سازمان‌هاست.

توجه به خواست و انتظار مشتری، چراغ راهنمای عملیات و اکسیر حیات و بقای سازمان است. خدمات، پاسخ بانک یا هر سازمان دیگری به خواست مشتریان است و بر اساس انتظارات آن‌ها طراحی تولید و عرضه می‌شوند. در اولویت قرار دادن مشتری در همه امور و برنامه‌ها؛ همچنین پاسخ‌گویی مؤثر به نیازها و خواسته‌های او، سرآغاز رویکرد نوین بازاریابی است. مشتری عامل اصلی حیات، بقا، رشد و توسعه هر سازمان تجاری است. هدف اساسی سازمان مشتریمدار نیز، ایجاد و حفظ مشتری خوشحال است. در این مسیر، بالا بردن سطح رضایت مشتری و فراتر رفتن



سید زمان موسوی
میرکلایی



در این نوشتار، مفهوم ضمنی تأکید بر مشتریان کلیدی است. در مدیریت ارتباط با مشتری، تأکید تنها بر مشتریان کلیدی یا مشتریانی است که برای سازمان سودآورترند. اهمیت سودآوری هر یک از مشتریان به حدی است که اکنون در مباحث مدیریت ارتباط با مشتری، مفهومی با عنوان ارزش حیات مشتریان مطرح شده است که در جایگاه یکی از ارکان چهارگانه تمرکز بر مشتریان قرار می‌گیرد.

سازمان‌ها بر اساس معیارهای مختلفی همچون هزینه‌های جذب، هزینه‌های حفظ و عایدات ناشی از هر مشتری، در انتخاب مشتریان کلیدی تلاش می‌کنند؛ به این ترتیب، سازمان‌ها با شناسایی مشتریان کلیدی، تمام تمرکز بازاریابی خود را بر این دسته از مشتریان استوار می‌سازند. بازاریابی مشتری محور که در هزاره جدید نیز شتاب بیشتری به خود گرفته است، تلاشی در مسیر درک و ارضای نیازها، خواسته‌ها و تقاضای تک تک مصرف‌کنندگان برگزیده است.

فلسفه وجودی هر سازمان و هر کسب‌وکار، برآورده ساختن یک یا چند نیاز از مجموعه نیازهای جامعه است و افراد هر جامعه، بنا بر سطح نیازمندی به خدمات ارائه‌شده، در طبقه مشتریان بالقوه یا بالفعل آن کسب‌وکار خاص قرار می‌گیرند.

اساساً این راهبرد بر مبنای مقدم دانستن مشتری و خواست او بنا شده و او را محور و هسته مرکزی هر کسب‌وکاری در نظر می‌گیرد. اعتقاد به مشتری‌مداری و ترکیب آن با مدیریت ارتباط با مشتری، این امکان را برای هر سازمانی فراهم می‌کند که به اطلاعات بسیار زیادی دسترسی داشته باشد و چشم‌اندازی ۳۶۰ درجه از مشتری به دست آورد؛ چنین چشم‌اندازی برای بالا بردن سطح تجربه مشتری، ضروری است.

اهمیت بازاریابی مشتری محور

♦ مدیران امروز به‌درستی اهمیت تمرکز بر مشتریان را برای رشد سازمان و رقابت درک کرده‌اند. درهرحال مشتری‌محوری و تلاش در جلب رضایت مشتریان، اکنون به یک باور فراگیر تبدیل شده است و سازمان‌های بسیاری در عرصه عمل از این رویکرد سود می‌جویند؛ با وجود این و علی‌رغم تلاش‌های گسترده در زمینه مشتری‌محور کردن یک سازمان، باز هم نتایج مورد نظر کمتر به دست می‌آید. به‌راستی دلیل آن چه می‌تواند باشد؟! بر اساس تحقیق کارشناسان حوزه بازاریابی، دلیل اصلی آن، درک سطحی از معنای واقعی تمرکز بر مشتری است.

نکته ظریف این‌جاست که سازمان‌های معدودی هستند که به وسیله روش‌ها، محصولات و خدمات نوین و از طریق تغییرات گسترده و جامع، بر تمرکز عمیق بر مشتریان دست می‌یابند. روندهایی که اساساً غیرقابل تقلید نیز هستند و برای هر سازمانی منحصر به فرد است.

در ادامه باید افزود، مشتری در مدیریت ارتباط با مشتری مفهومی ویژه‌ای دارد. تأکید بر مشتری

تأثیر راهبردهای بازاریابی مشتری محور در جذب و وفاداری سازی مشتریان (۱)

سید زمان موسوی میرکلایی | شعبه نوشهر، کد ۱۱۵۴

ج. زمان: زمان بندی نیز بسیار مهم است و بازاریابی درون گرا به مشتری احتمالی این توان را می دهد که هر زمان آماده بود خرید کند؛ ضمن اینکه تولید محتوای به موقع، اعتماد و ارتباط بیشتری بین تولیدکننده و مشتریان ایجاد می کند. در این مرحله مشتری احساس می کند محتوای خریداری شده واقعاً به او کمک می کند.

پیاده سازی بازاریابی مشتری محور

◆ این روش بر این موضوع تأکید می کند که بر اساس شخصیت مخاطب و نقشه سفر وی، باید برای هر مرحله (جذب، تبدیل، نزدیک شدن و شاد کردن) محتوای مناسب او تولید شود؛ محتوایی که مخاطب را از هر مرحله به مرحله بعد ببرد. اگر محتوایی تولید شود که بر اساس نیاز مخاطب و متناسب با هر مرحله نباشد، مخاطب از دست خواهد رفت.

مرحله نخست: جذب کردن

◆ قطعاً نباید به دنبال جذب هر نوع مشتری بود. مشتری باید هدفمند و مناسب باشد. یک بازاریاب هوشمند باید به دنبال افرادی باشد که بعد از جذب شدن، سازمان یا شرکت او را دنبال کنند، مشتری آن شوند و حتی آن سازمان یا محصول را به دیگران معرفی کنند.

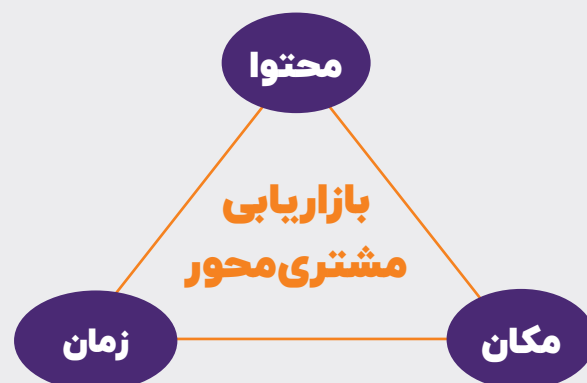
برای جذب این نوع خاص از مخاطب باید کارهای زیر انجام شود:

بلاگ: به دلیل اینکه بلاگ بهترین راه برای جذب مخاطب به سایت است، بازاریابی مشتری محور با بلاگ شروع می شود. شما برای اینکه مخاطبان درستی را به سایت جذب کنید، باید محتوای

این مطلب در قانون ۲۰/ ۸۰ پارتو نیز فراوان است. ۸۰ درصد سود یک بنگاه از ۲۰ درصد مشتریان آن به دست می آید؛ بنابراین، برگزیدن دقیق مشتریان اصلی مستلزم آن است که یک شرکت مبتنی بر مدیریت روابط با مشتری، تمام تلاش خود را در مسیر درک نیازها و خواسته های مشتریان به کار گیرد؛ چنین تلاش هایی برای توسعه روابط پایدار با مشتریان ضروری است.

ارکان اصلی بازاریابی بر اساس مشتری مداری

◆ سه عنصر اساسی در بازاریابی مشتری محور، «محتوا، مکان و زمان» است که برای موفقیت باید به آن توجه کرد. در ادامه توضیحات مختصری در مورد این سه اصل ارائه می شود.



الف. محتوا: بدون محتوا بازاریابی مشتری محور وجود ندارد؛ در حقیقت، محتوا سوخت بازاریابی درون گراست. زمانی که شما محتوای درستی تولید می کنید، مشتری های احتمالی را جذب، آن ها را تبدیل به دنبال کننده و در مرحله بعد، به مشتری و مشتری وفادار تبدیل خواهید کرد.

ب. مکان: محتوا فقط در مکان های درست پیدا می شود و مکان درست محتوا، جایی است که مشتری بالقوه شما در آنجا در حال گذراندن است.

از روش‌های ارتباط با مشتری به شما کمک می‌کند مطمئن شوید اطلاعاتی را که از مشتری در اختیار دارید، درست است.

ب. ایمیل: باید محتوای کاربردی و آموزشی از طریق ایمیل برای مشتریان فرستاده شود تا مخاطب به ما اعتماد کند و از ما خدمات بخواهد.

مرحله چهارم: شاد کردن

♦ خرید کردن یا درخواست خدمات و ارائه آن، به معنای اتمام کار نیست. باید مشتری را شاد و سرگرم کرد و فروش‌های بیشتری را رقم زد تا مشتری ابتدا به سازمان و صاحب کسب‌وکار حس وفاداری پیدا کند و در گام بعد، آن را به دیگران نیز معرفی کند.

بهترین راه برای فهمیدن اینکه مشتری چه نیازی دارد، طرح پرسشنامه است؛ به این ترتیب، نیازهای مشتری شناسایی می‌شود و توانایی سازمان در رفع آن‌ها به او اطلاع داده خواهد شد. دو نکته مهم دیگر در انتهای این نوشتار پیشنهاد می‌شود: نخست اینکه، محتوا باید هوشمندانه ایجاد شود؛ زیرا مشتری نسبت به قبل آگاهی بیشتری پیدا کرده است؛ همچنین در مرحله جدیدی از نقشه سفر خویش است؛ پس باید مناسب با وضعیت وی، خدمت جدیدی به او معرفی کرد و همچنان او را سرگرم نگه داشت.

نظارت بر شبکه‌های اجتماعی نیز، بر گفت‌وگوهایی که به سازنده محتوا مربوط می‌شود انگشت می‌گذارد؛ پس باید به آن‌ها بسیار توجه کرد. در پایان اظهارنظرها و پرسش‌ها باید بررسی شوند و محتوایی متناسب با نیاز مشتری برای آن‌ها تولید شود.

آموزشی و کاربردی مناسبی را تولید کنید که نیازها، مشکلات و کمبودهایشان را برطرف کند.

کلمات کلیدی: مشتریان معمولاً فرایند جست‌وجوی آنلاین را از طریق جست‌وجو کردن سؤالات و نیازهای خود در موتورهای جست‌وجو آغاز می‌کنند. این بسیار مهم است که بدانیم مخاطب چه چیزی را کی و کجا جست‌وجو می‌کند و بر این اساس کلمات کلیدی خود را مشخص کنیم.

نشر اجتماعی: یک راهبرد موفق بازاریابی مشتری محور مرتبط با محتوای عالی و جالب توجه است؛ بنابراین باید محتوایی عالی تولید کرد و آن را از طریق شبکه‌های اجتماعی به اشتراک گذاشت.

مرحله دوم: تبدیل کردن

♦ اکنون مخاطب جذب شده را چگونه به دنبال کننده تبدیل کنیم؟!

الف. فرم‌ها: برای اینکه مخاطبان بتوانند شما را دنبال کنند، باید اطلاعات تماس خود را در فرم‌هایی وارد کنند تا شما اطلاعات مورد نیازشان را مرتب برای آن‌ها بفرستید.

ب. Call To Action CTA: دکمه یا لینکی است که مخاطب را به انجام کاری تشویق می‌کند؛ برای مثال، «این کتاب الکترونیکی را دانلود کنید» یا «در وبینار این هفته شرکت کنید».

ج. صفحات فرود یا Landing Pages: صفحه فرود، آن صفحه‌ای است که مخاطب بعد از کلیک روی یک CTA وارد آن می‌شود. با ورود اطلاعات مشتری به این صفحه، وی به یک دنبال کننده تبدیل می‌شود.

مرحله سوم: نزدیک شدن

♦ الف. مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) استفاده

بازاریابی نسل پنجم

(قسمت آخر)

نویسنده: پروانه بهرامی زنوز

مقاله



پروانه بهرامی زنوز

به گزارش خبرنگار ارتباط ایران زمین، بخش نخست مقاله مهم بازاریابی نسل پنجم در شماره ماه مرداد به شما تقدیم شد. در شماره ماه شهریور نیز، مفهوم کلیدی و ارزشمند بازاریابی نسل پنجم برای شما مخاطبان ارجمند باز شد و در این شماره، سخن از این نوع خاص از بازاریابی به پایان می‌رسد. از اینکه در سه شماره پیاپی همراه ما بودید، از شما سپاسگزاریم.

فناوری چگونه می‌تواند به پیشرفت بازاریابی

کمک کند؟

◆ ظهور بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی و بازاریابی موتورهای جست‌وجوگر؛ همچنین رشد تصاعدی تجارت الکترونیکی، بازاریابان را با مزایای دیجیتالی آشنا کرده است؛ اما بازاریابی در زمینه دیجیتال چیزی بیشتر از مهاجرت مشتریان به کانال‌های دیجیتال یا صرف هزینه بیشتر در رسانه‌های دیجیتال نیست. فناوری

دیجیتال می‌تواند انقلابی در نحوه کار بازاریابان از طریق افزایش اثربخشی این حرفه ایجاد کند. فناوری به پنج روش می‌تواند فعالیت‌های بازاریابی را تقویت کند.

روش نخست: اتخاذ تصمیمات مناسب‌تر با اتکا

بر کلان داده‌ها

◆ بزرگ‌ترین محصول جانبی فرایند دیجیتالی شدن، ظهور کلان داده‌هاست. در مدل تجارت دیجیتال، تمام اطلاعات مربوط به نقل‌وانتقال پول، تماس‌ها و پیام‌های الکترونیک مشتریان، ثبت می‌شود؛ علاوه بر این، مشتریان هنگام جست‌وجو در اینترنت و ارسال مطالب در شبکه‌های اجتماعی، از خود رد پاهای الکترونیک بر جای می‌گذارند. اگر نگرانی‌هایی را که در مورد حریم خصوصی افراد مطرح می‌شوند کنار بگذاریم، خواهیم دید این اطلاعات و رد پاهای الکترونیک چه بینش و درون‌بینی عظیمی در مورد مشتری‌ها برای ما فراهم خواهند آورد. دسترسی به چنین منبعی از اطلاعات می‌تواند به بازاریابان در ارزیابی انفرادی مشتریان یاری برساند و بازاریابی را در مقیاس فردی تقویت کند.

روش دوم: پیش‌بینی پیامدهای راهبردها و

روش‌های بازاریابی

◆ سرمایه‌گذاری در زمینه بازاریابی به‌هیچ‌عنوان سود قطعی نخواهد داشت و در بازاریابی هیچ نوع سرمایه‌گذاری ای مطمئن نیست؛ با این حال، توانایی پیش‌بینی نتایج برنامه‌ها و فرایندهای دخیل در این امر می‌تواند به انجام بازاریابی دقیق‌تر کمک کند. رشد هوش مصنوعی و تحلیل‌های دیجیتال به بازاریابان این قابلیت را می‌دهد تا بتوانند پیش از تولید یک محصول یا اتخاذ یک تصمیم



اقتصادی، پیامدهای مرتبط با آن را در سطح جامعه بررسی کنند. مدل‌های پیش‌بینی‌کننده در این مورد بر اساس یافتن الگوی رفتاری پیشین مشتری‌ها و ارائه بهترین برنامه بازاریابی عمل می‌کنند. این مدل‌ها به نشان‌های تجاری این قابلیت را می‌دهند که جلوتر از منحنی‌های آماری باشند و دچار شکست‌های احتمالی نشوند.

روش سوم: آوردن تجربه

تجارت دیجیتال به دنیای

واقعی

♦ پیگیری فعالیت الکترونیک مشتریان به بازاریابان این امکان را می‌دهد تا بتوانند به شکل اختصاصی عمل کنند و در زمینه صفحات، تبلیغ‌ها و محتوای دیجیتال، برای هر فرد به شکل انفرادی طرح و برنامه بریزند. این امر تقویت شرکت‌های آشنا با روش‌های دیجیتال را در برابر رقیبان‌شان در پی خواهد داشت. امروزه ارتباط دیجیتالی که میان اجزای مختلف و گیرنده‌ها وجود دارد - که به اختصار بهتر است به آن اینترنت اشیا بگوییم - می‌تواند تجارت را در نقاط

مختلف تقویت کند و به‌طور هم‌زمان به هم‌سطح‌سازی تجارت و تسهیل بازاریابی از طریق کانال‌های دیجیتال بپردازد. گیرنده‌ها این امکان را فراهم می‌کنند تا ما بتوانیم تشخیص دهیم چه کسی قرار است وارد بازار شود تا با توجه به خلقیات اختصاصی وی به بازاریابی بپردازیم.

روش چهارم: تقویت بازاریاب‌های خط مقدم بازار برای ارائه ارزش

♦ به جای پرداختن به جدال انسان علیه ماشین، بازاریابان می‌توانند بر یافتن راه‌های جدید برای استفاده بهینه از فناوری در راستای تقویت روش‌های خود تمرکز کنند. هوش مصنوعی می‌تواند در کنار پردازش طبیعی زبان (NLP)، عملیات برخورد با مشتری را از طریق پرداختن به عملیات سطح پایین و کمک به بازاریاب‌های خط مقدم بازار در چگونگی برخورد با مشتری، بهبود ببخشد. ربات‌های پاسخ‌گو می‌توانند با دادن پاسخ‌های سریع، بار انجام گفت‌وگوهای طولانی؛ ولی ساده با مشتری‌ها را از دوش بازاریاب‌ها بردارند. استفاده از فناوری‌های واقعیت مجازی یا واقعیت افزوده (VR) و (AR) می‌تواند به شرکت‌های تجاری در ارائه محصولاتشان به مشتری‌ها، با کمترین دخالت انسانی، کمک کند تا بازاریاب‌های خط مقدم، تنها در صورت نیاز به برقراری ارتباط در سطوح پیچیده‌تر اجتماعی با مشتریان بپردازند.

روش پنجم. تسریع فرایند بازاریابی

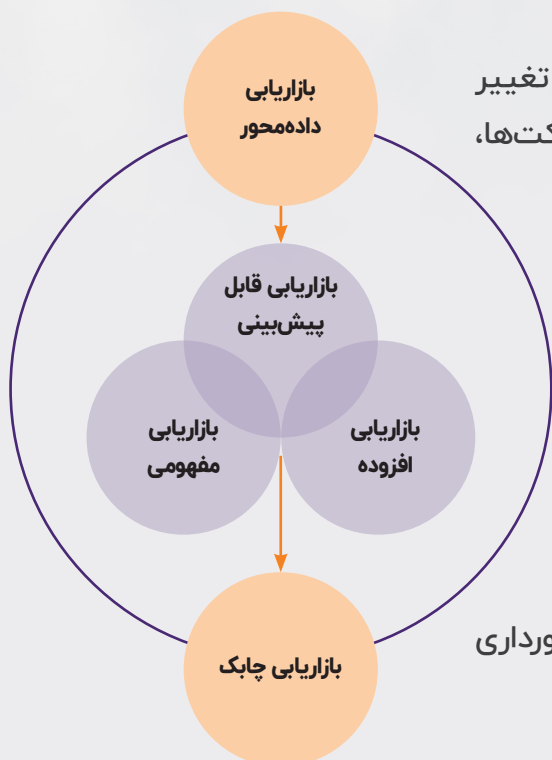
♦ اولویت‌های مشتری‌های همیشه آنلاین، همواره در حال تغییر است و همین موضوع باعث می‌شود فشار زیادی بر شرکت‌ها، برای دستیابی به سود اقتصادی کوتاه‌مدت، وجود داشته باشد. برای کنار آمدن با این مسأله، شرکت‌ها می‌توانند از روش‌های زیرکانه کسب‌وکارهای نوپا و تازه‌نفس الگو بگیرند. این کسب‌وکارها برای انجام بازاریابی و اعتبارسنجی آنی، به شدت به فناوری وابسته هستند. در این شرکت‌ها به جای تولید محصولات یا طرح برنامه‌های تجاری از پایه، از برنامه‌های متن باز و هم‌سازی با سایر شرکت‌ها برای ورود به بازار استفاده می‌شود؛ با وجود این، بهره‌مندی از این رویکرد نه تنها به برخورداری از فناوری لازم؛ بلکه به چابکی و زیرکی بالا نیز نیازمند است.

پنج مؤلفه بازاریابی نسل پنجم

♦ در کل استفاده از فناوری می‌تواند به تبدیل بازاریابی به یک فرایند متکی بر داده، قابل‌پیش‌بینی، شفاف، تقویت‌شده و سریع، کمک کند. بر اساس راه‌هایی که فناوری می‌تواند به ایجاد ارزش افزوده در بازاریابی کمک کند، پنج مؤلفه بازاریابی نسل پنجم مطرح می‌شود. بازاریابی نسل پنجم بر سه رویکرد مرتبط با یکدیگر متمرکز است: بازاریابی پیش‌گویانه، بازاریابی مفهومی و بازاریابی افزوده. این فرایندها نیز بر اساس دو عنصر سازمانی دیگر مطرح شده‌اند: بازاریابی داده‌محور و بازاریابی چابک.

رویکرد اول: بازاریابی قابل پیش‌بینی

♦ این رویکرد شامل فرایند طراحی و استفاده از تحلیل‌های قابل پیش‌بینی‌ای هستند که گاهی با استفاده از یادگیری ماشینی انجام شده‌اند و برای پیش‌بینی پیامدهای مرتبط با فعالیت‌های بازاریابی پیش از شروع تولید یا اتخاذ تصمیم‌ها در نظر گرفته می‌شوند. این رویکرد به شرکت‌ها اجازه می‌دهد بتوانند چگونگی



پنج عنصر بازاریابی نسل ۵

پاسخ بازار را به تصمیم‌های خود پیش‌بینی کنند و آن را تحت تأثیر قرار دهند.

رویکرد دوم: بازاریابی مفهومی

♦ این رویکرد شامل شناسایی و ارزیابی انفرادی؛ همچنین برخورد اختصاصی با مشتریان با استفاده از گیرنده‌ها و رابط‌های دیجیتال در دنیای واقعی است. این نوع بازاریابی، شاکله اصلی تشکیل‌دهنده بازاریابی در لحظه بر اساس خواسته‌های مشتری است.

رویکرد سوم: بازاریابی افزوده

♦ بازاریابی افزوده شامل استفاده از فناوری در مسیر بهبود عملکرد بازاریابان یا فناوری‌های مقلد انسان، مانند ربات‌های پاسخ‌گو یا دستیاران مجازی، در برخورد با مشتری‌هاست. این رویکرد به بازاریابان امکان می‌دهد بتوانند سرعت عمل روش‌های دیجیتال را با صمیمیت روابط انسانی ترکیب کنند.

این سه رویکرد با یکدیگر مرتبط هستند و از همین رو نباید به‌تنهایی به آن‌ها توجه کرد؛ برای نمونه، به مثالی که در ادامه آورده می‌شود توجه کنید: شرکت X یک مدل بازاریابی قابل پیش‌بینی را طراحی می‌کند که با استفاده از آن می‌تواند محصول مورد نظر یک مشتری با ویژگی‌های جمعیتی به‌خصوص را پیش‌بینی کند. در این مدل بازاریابی، این شرکت باید از گیرنده‌های متعددی در مسیر فروش که شامل دوربین‌های دارای قابلیت تشخیص چهره که به کیوسک‌های دیجیتال متصل هستند، استفاده کند. هنگامی که یک مشتری با ویژگی‌های جمعیتی مطلوب به کیوسک نزدیک می‌شود، دوربین با استفاده از فناوری تشخیص چهره او را شناسایی می‌کند و بعد یک پیام تبلیغاتی مناسب بر روی صفحه‌نمایش کیوسک نمایان خواهد شد تا نظر مشتری به محصولی که به لطف مدل‌های پیش‌بینی، برای او در نظر قرار گرفته است، جلب شود. این مشتری؛ همچنین می‌تواند هر طور که مناسب می‌بیند با این فناوری‌ها برخورد کند و در صورتی که این موضوع رضایت او را جلب نکرد، شرکت X می‌تواند

از کارکنانی که از واقعیت مجازی استفاده می‌کنند برای ارتباط با وی استفاده کند.

عنصر اول: بازاریابی داده‌محور

♦ این نوع بازاریابی بر جمع‌آوری و تحلیل کلان داده‌های به دست آمده از منابع مختلف داخلی و خارجی و ساخت یک اکوسیستم از داده‌ها جهت اتخاذ بهترین تصمیم‌های مرتبط با بازاریابی استوار است. اولین دستورالعمل نسل پنجم عبارت است از اینکه، هر تصمیم‌گیری باید بر مبنای میزان کافی از داده‌های در دسترس گرفته شود.

عنصر دوم: بازاریابی سریع یا چابک

♦ بازاریابی چابک، شامل استفاده از گروه‌های عملکردی غیر مرکزی‌ای است که به طرح، طراحی، تولید و اعتبارسنجی سریع محصولات یا برنامه‌های تجاری می‌پردازند. سرعت در برخورد با بازار همیشه در حال تغییر، دومین رویکرد و عنصر مطرح‌شده در کتاب بازاریابی پنج. صفر، برای یاری رساندن به شرکت‌هاست.

و نکته آخر: دوازده تصور نادرست درباره بازاریابی

۱. کسب‌وکارهای کوچک یا تازه‌کار به بازاریابی نیاز ندارند؛
۲. تبلیغات همان بازاریابی است یا برای بازاریابی کفایت می‌کند؛
۳. شناختن مشتری کار دشواری نیست؛
۴. بازاریابی برای مشتریان قبلی یا وفادار ضرورتی ندارد؛
۵. بازاریابی همیشه به صرف هزینه‌های سنگین و وقت زیادی نیاز دارد؛
۶. شبکه‌های اجتماعی کودکانه‌اند و جای خوبی

ارائه و افزایش ارزش در تجربه کلی مشتری تعریف می‌شود. این کار با ترسیم نقشه سفر مشتری و شناسایی موقعیت‌هایی آغاز می‌شود که فناوری‌های بازاریابی می‌توانند ارزش افزوده ایجاد کنند و عملکرد بازاریابان انسانی را بهبود بخشند. شرکت‌هایی که از بازاریابی نسل پنجم استفاده می‌کنند، باید از آغاز داده‌محور باشند. ایجاد اکوسیستم داده‌ها، پیش‌شرط اجرای موارد استفاده از بازاریابی نسل پنجم است. این کار به بازاریابان اجازه می‌دهد بازاریابی پیش‌گویانه را برای تخمین بازده بالقوه هر نوع سرمایه‌گذاری در بازاریابی به کار گیرند؛ همچنین به بازاریابان امکان می‌دهد بازاریابی مفهومی و شخصی‌سازی شده را به هر مشتری در نقطه فروش اختصاص دهند. سرانجام، بازاریابان خط مقدم می‌توانند با استفاده از بازاریابی افزوده، تعامل یکپارچه‌ای با مشتریان برقرار کنند. همه این عناصر اجرایی، به چابکی شرکت نیاز دارند تا بتوانند در لحظه به تغییرات بازار پاسخ دهند.

برای بازاریابی رسمی و جدی نیستند؛
 ۷. اگر بازاریابی را به‌درستی انجام دهید به‌سرعت نتیجه می‌دهد؛
 ۸. یکپارچگی در کانال‌های مختلف اهمیت ندارد؛
 ۹. اگر محصول شما خوب و فوق‌العاده باشد، اصلاً به بازاریابی نیازی نخواهید داشت؛
 ۱۰. پایین آوردن قیمت باعث افزایش فروش می‌شود و بهترین بازاریابی است؛
 ۱۱. هدف از بازاریابی، صرفاً جذب مشتریان جدید است؛
 ۱۲. هیچ‌کدام از ابزارهای قدیمی بازاریابی دیگر مثرتر نیستند.

جمع‌بندی

♦ بازاریابی نسل پنجم بر اساس ویژگی انسان‌محور بازاریابی نسل سوم و تخصص‌گرایی فناورانه در بازاریابی نسل چهارم بنا شده است. بازاریابی نسل پنجم به صورت استفاده از فناوری‌های مقلد فعالیت‌های انسانی برای ایجاد، برقراری ارتباط، ارائه و افزایش ارزش در تجربه کلی مشتری تعریف می‌شود.

نقشه سفر مشتری



بازاریابی نسل پنجم
 به صورت استفاده
 از فناوری‌های مقلد
 فعالیت‌های انسانی برای
 ایجاد، برقراری ارتباط،
 ارائه و افزایش ارزش در
 تجربه کلی مشتری تعریف
 می‌شود.

گفت‌و‌گو



◆ **مشتریان بزرگ‌ترین و ارزنده‌ترین سرمایه‌های بانک هستند**
معصومه شفیعی (رئیس شعبه یوسف‌آباد)



◆ **با مخاطب‌شناسی هوشمندانه می‌توان خدمات بانک را به نحو مطلوب معرفی کرد**
غلامرضا قابله‌باشی (رئیس شعبه)

گفت‌وگو

مشتریان بزرگ‌ترین و ارزنده‌ترین سرمایه‌های بانک هستند

معصومه شفیعی (رئیس شعبه یوسف‌آباد)

بانک ایران زمین
IRAN ZEMIN BANK



به گزارش خبرنگار ارتباط ایران‌زمین، 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.

و کارشناس ارشد مدیریت هستم و از سال ۱۳۸۷ با افتخار عضو خانواده بزرگ بانک ایران‌زمین هستم. **◆ هم‌اکنون در چه سمت و در کدام شعبه فعالیت می‌کنید و چند همکار دارید؟** **◆** تا این مقطع در سمت معاونت شعب میرداماد، خیابان پارک؛ همچنین مسؤول شعبه خیابان پارک و یوسف‌آباد فعالیت کرده‌ام. در سال ۱۳۹۹ نیز در

◆ درود بر شما. از اینکه وقت خود را در اختیار نشریه ارتباط ایران‌زمین قرار دادید، سپاسگزارم. لطفاً خود را به‌اجمال برای مخاطبان معرفی کنید و از تحصیلات و سوابق شغلی خود بگویید. **◆** به نام خداوند جان و خرد / کزین برتر از اندیشه بر نگذرد. با سلام و احترام. این‌جانب معصومه شفیعی، مسؤول شعبه یوسف‌آباد تهران کد ۱۰۱

♦ از نگاه بنده، شعبه بانک خانه دوم هر کارمند است و هرچه نشاط در آن بیشتر باشد و فضای مناسب‌تری داشته باشد، آرامش همکاران بیشتر خواهد بود؛ در نتیجه، این حس به مشتریان القا می‌شود که ارائه خدمات به آن‌ها با کیفیت‌تر است.

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

♦ آموزش به‌وقت و متناسب با مسؤولیت شغلی هر یک از کارکنان، یکی از چالش‌های مهم بنده در راه رسیدن به توفیق بوده است؛ ضمن اینکه خدمات ارائه‌شده به مشتریان بانک اعم از حقیقی و حقوقی در عرصه رقابت با دیگر هم‌تایان، شایسته نام بزرگ بانک ایران‌زمین نیست و با توجه به اینکه شعار بانک، بانکداری دیجیتال است، امیدوارم این فاصله نیز با تلاش همه‌جانبه همکاران، کاهش یابد.

♦ مستحضر هستید که یکی از موارد بسیار مهم در پیشبرد اهداف یک نهاد مالی، معرفی خلاقانه خدمات آن نهاد است. شما خدمات بانک ایران‌زمین را چگونه به مشتریان معرفی می‌کنید؟

♦ بله؛ زمانی که بازاریابی‌های میدانی انجام می‌شود، یکی از موارد قابل‌تأمل و بحث، معرفی کلیه خدمات بانک به مشتری است. تمام تلاش بنده و همکارانم این است که این معرفی در کمال دقت و درعین‌حال با بیانی ساده و واضح انجام گیرد؛ در معرفی این خدمات به مراجعان حضوری شعبه

جایگاه مسؤول شعبه برتر بانک ایران‌زمین به بانک مرکزی معرفی شدم که این انتخاب را مدیون و مرهون اعتماد هیأت مدیره بانک و مدیریت امور شعب استان تهران هستم.

♦ در جایگاه یک مدیر زن موفق، دلایل توفیق شعبه تحت مسؤولیت را در چه می‌دانید؟

♦ از عمده دلایل موفقیت بنده و شعبه تحت مسؤولیت، می‌توان به این موارد اشاره کرد: شناسایی میدانی منطقه شعب، بازاریابی‌های میدانی و فرامیدانی، شناخت نیاز مشتری، تفکیک خدمات مورد نیاز مشتریان حقیقی و حقوقی، همکاری و کار گروهی در شعبه، دعوت از مشتریانی که تاکنون فعالیت نداشته‌اند و ترسیم هدف برای خود و تلاش، پشتکار و صبوری در راه رسیدن به اهداف مشخص‌شده.

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

♦ اقداماتی که در خصوص جذب منابع ارزان‌قیمت از سوی شعبه انجام شد به‌طور خلاصه عبارتند از: تشویق مشتریان به منابع ارزان‌قیمت، ارائه خدمات بهتر و مناسب‌تر در قبال آن‌ها، استفاده از حساب‌های جاری به‌عنوان سپرده و واریز سود سپرده‌ها.

♦ از نظر شما جانمایی مناسب و زیبایی‌های بصری یک شعبه را چقدر در توفیق آن مؤثر می‌دانید؟

بدون تردید این امر به افزایش بهره‌وری و بالا رفتن روحیه کارکنان منجر می‌شود و خدمات مناسب‌تر و با کیفیت‌تر را به مشتریان به ارائه می‌کند.

♦ در جایگاه یک مدیر، تا چه حد به نحوه برخورد به مشتریان اهمیت می‌دهید و شخصاً برای رضایت مشتری چه اقداماتی انجام می‌دهید؟

♦ مشتریان بزرگ‌ترین و ارزنده‌ترین سرمایه‌های بانک هستند که با توجه به عرصه رقابت در بین کلیه رقبای، شایسته است حفظ و جذب مشتریان در کلیه همکاران بانک؛ اعم از صف و ستاد نهادینه شود؛ در ضمن، مشتری‌مداری باید سرلوحه کلیه امور در مجموعه بانک ایران‌زمین قرار گیرد و در مسیر ارائه خدمات بهتر، با کیفیت‌تر و با انعطاف‌پذیری بیشتر به مشتریان، از هیچ تلاشی دریغ نکنیم.

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

♦ از مدیران ارجمند و همکاران پرتلاش سپاسگزارم. در پایان سخنانم، دو عبارت را که برای بنده در راه رسیدن به هدف بسیار راهگشا بوده‌اند، به دوستان تقدیم می‌کنم.

– به «خواستن توانستن است»، ایمان قلبی پیدا کنیم و در راه رسیدن به اهداف، محکم و استوار قدم برداریم.

– «نباید هیچ انتهایی برای تلاش بشر وجود داشته باشد. شاید زندگی سخت به نظر بیاید؛ اما هر جا امید هست، زندگی هم هست.»

نیز از همین روش استفاده می‌شود و خوشبختانه نتیجه‌بخش بوده است.

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

♦ معتقدم در راه رسیدن به هر موفقیتی باید ابتدا مسیر و ابزارهای راه را شناخت تا بتوان در زمان مناسب از آن‌ها به نحو شایسته استفاده کرد؛ بنابراین، لازم است کلیه خدمات؛ به‌ویژه خدمات بانکداری دیجیتال را شناخت و بر آن آگاهی و تسلط کامل یافت تا بتوان به نحو احسن آن‌ها را به مراجعان و مشتریان معرفی کرد.

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

♦ بعد از فرستاده شدن هر بخشنامه به شعبه با کلیه همکاران به‌صورت هفتگی و گروهی آن را مطالعه و از پیشنهادهای عزیزان در مسیر اجرای بهتر آن استفاده می‌کنیم. معتقدم شنیدن نظر یکایک همکاران درباره بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌ها، ذهنیت بازتر و شفاف‌تری به ما می‌دهد و اجرای آن را نیز آسان‌تر می‌کند.

♦ از نگاه شما آراستگی شعبه و مدیر آن چه نقشی می‌تواند در عملکرد شعبه داشته باشد؟

♦ از آنجایی که آراستگی نقش مهم و کلیدی در عملکرد شعب و بالطبع بانک دارد؛ بنابراین، باید این امر کلیدی در کلیه شعب و کارکنان نهادینه شود.

گفت‌وگو

با مخاطب‌شناسی هوشمندانه می‌توان خدمات بانک را به نحو مطلوب معرفی کرد

غلامرضا قابله‌باشی (رئیس شعبه)



به گزارش خبرنگار ارتباط ایران‌زمین، نظر به اهمیت آشنایی با اعضای موفق خانواده بزرگ بانک ایران‌زمین 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 خواهیم شد. بدیهی است مطالعه روش‌های کارآمد این عزیزان در طی کردن مسیر موفقیت، می‌تواند الگویی شایسته برای سایر همکاران استانی در بانک مردمی ایران‌زمین باشد.

و در سال ۱۳۹۱ با سمت متصدی امور بانکی به استخدام بانک ایران‌زمین درآمد. در بدو استخدام با مدرک کارشناسی مدیریت صنعتی خدمت خود را آغاز کردم؛ در ادامه موفق شدم مدرک کارشناسی ارشد مدیریت دولتی را با گرایش مالی دریافت کنم.

♦ درود بر شما. از اینکه وقت خود را در اختیار نشریه ارتباط ایران‌زمین قرار دادید، سپاسگزاریم. لطفاً خود را به اجمال معرفی کنید و از تحصیلات و سوابق شغلی خود بگویید.
♦ با سلام به شما و همکاران پرتلاش در تحریریه. غلامرضا قابله‌باشی هستم. متولد ۱۳۶۵/۰۲/۰۲

دلایل توفیق در هر مجموعه‌ای است که سبب می‌شود یک شعبه از دید مشتری برجسته و نمونه جلوه کند.

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

♦ خلاصه عرض می‌کنم: نوسانات اقتصادی و هیجانات ناشی از بازارهای مالی در سال‌های اخیر.

♦ **مستحضر هستید که یکی از موارد بسیار مهم در پیشبرد اهداف یک نهاد مالی، معرفی خلاقانه خدمات آن نهاد است. شما خدمات بانک ایران‌زمین را چگونه به مشتریان معرفی می‌کنید؟**

♦ درست است. بنده ابتدا تلاش می‌کردم مشتری مورد نظر را خوب بشناسم و نیازهای مالی او را به درستی درک کنم. با شناخت مشتری و یک نوع مخاطب‌شناسی هوشمندانه، گام بعدی را - که گرفتن ارتباط مناسب با او بود - برمی‌داشتم و تلاش می‌کردم بتوانم به نحو احسن خدمات بانکی مورد نیاز هر مشتری را به او معرفی کنم.

♦ **آیا به اندازه کافی با بانکداری دیجیتال آشنا هستید؟ این مدل از بانکداری را چگونه به مشتریان معرفی می‌کنید؟**

♦ بله و جالب است بدانید آشنایی با بانکداری دیجیتال و ارائه خدمات مالی از طریق ابزارهای الکترونیک به مشتریان سبب شده در شعبه‌ای که

♦ **هم‌اکنون در چه سمت و در کدام شعبه**

فعالیت می‌کنید و چند همکار دارید؟

♦ هم‌اکنون در شعبه آران و بیدگل کد ۲۸۱۰ و با سمت رئیس شعبه، همراه با پنج نفر از همکاران خود، به فعالیت و خدمت مشغول هستم.

♦ **در جایگاه فعلی، دلایل توفیق شعبه تحت مسؤلیت را در چه می‌دانید؟**

♦ بدون تردید پس از توکل و امید به درگاه خدای متعال؛ انگیزه، تلاش، صداقت و دوری از تمامی حواشی شغلی را در رسیدن شعبه آران و بیدگل به این جایگاه، مؤثر می‌دانم.

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

♦ از آغاز فعالیت خود در جایگاه رئیس شعبه، تلاش کردم با جذب منابع ارزان‌قیمت و بازاریابی شرکتی و شناسایی مشتریان و کسبه منطقه بتوانم توازن را بین منابع ایجاد کنم. خوشبختانه شعبه آران و بیدگل همیشه جزو سه شعبه برتر استان از لحاظ جذب منابع ارزان‌قیمت بوده است.

♦ **در جایگاه یک مدیر موفق، چنانچه مناسب و زیبایی‌های بصری یک شعبه را چقدر در توفیق آن مؤثر می‌دانید؟**

♦ از نگاه بنده تأثیر آن غیر قابل‌انکار است. نظافت و آراستگی شعبه در کنار نظم بانکی، از



این‌جانب انجام‌وظیفه می‌کنم، به نحو مطلوبی از مراجعات حضوری غیرضروری جلوگیری شود؛ به‌ویژه در دوره اپیدمی کرونا این موضوع به سلامت همکاران بسیار کمک کرد.

◆ نحوه یادگیری بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌های بانک در شعبه چگونه انجام می‌شود؟
 ◆ معمولاً پس از اینکه بخشنامه‌ها و اطلاعیه‌ها از طریق اتوماسیون دریافت می‌شود، بلافاصله بر اساس اهمیت زمینه اجرایی آن نامه طبقه‌بندی صورت می‌گیرد و در جلسه پایان روز با تمامی کارکنان مجدد بررسی می‌شود؛ به‌نحوی که چند بار یک موضوع مرور شود تا همکاران به موضوع مورد بحث در بخشنامه‌ها اشراف کامل پیدا کنند.

◆ تا چه حد به نحوه برخورد به مشتریان اهمیت می‌دهید و برای رضایت مشتری چه اقداماتی انجام می‌دهید؟
 ◆ از نگاه من، مهم‌ترین ابزار

برای جذب و رضایتمندی مشتری، برخورد منعطف، پاسخ‌گو بودن و راهنمایی دقیق و درست مشتری است و همیشه تلاش کرده‌ام وقت کافی برای مشتری اختصاص دهم و رضایت مشتری را جلب کنم.

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

◆ از مدیران و اولیای بانک سپاسگزارم که طی چند سال اخیر؛ به‌ویژه در دو سال گذشته، شبانه‌روز برای بانک و همکاران زیرمجموعه زحمت کشیدند. از همکاران خود نیز در جایگاه یک عضو کوچک از مجموعه بزرگ بانک ایران‌زمین درخواست می‌کنم با انگیزه و تلاش و دور از حواشی، به فعالیت خود برای بانک تا رسیدن به بالاترین جایگاه ممکن ادامه دهند. پیروزی و افتخار برای یک مجموعه به دست نمی‌آید؛ مگر با زحمت و از خودگذشتگی نیروی انسانی آن سازمان.

اقتصادی

♦ دانستنی‌های مالی و بانکی



دانشتني هاي مالي و بانكي

پرداخت قبوض از کانال بانک ایران زمین



به گزارش خبرنگار ارتباط ایران زمین، بانک ایران زمین به نمایندگی از سازمان های ذی ربط، به ارائه خدمت قبول و دریافت وجوه تمامی قبوض آب، برق، گاز، تلفن ثابت و همراه انواع اپراتورها، جرائم رانندگی، عوارض شهری و مالیات از طریق درگاه های غیرحضوری (اینترنت بانک/ همراه بانک/ تلفن بانک) و درگاه حضوری (ATM/PINPAD/KIOSK/POS) اقدام کرده است و خدمات مکانیزه شامل استعلام و پرداخت سریع قبوض (به صورت تکی و دسته ای)، ثبت سوابق پرداخت قبوض و امکان گزارش گیری از قبوض پرداخت شده را ارائه می کند.

در ادامه ذکر چند نکته خالی از لطف نیست.

الف. راحتی: پرداخت آنلاین از طریق نرم افزارها کار را برای شما راحت تر می کند. در حالت عادی، برای استفاده از خدمات مختلف باید وارد وبسایت های جداگانه شوید؛ برای مثال، برای خرید شارژ به یک وبسایت وارد شوید، برای خرید طرح ترافیک به یک وبسایت دیگر وارد شوید و...؛ اما نرم افزارهای پرداخت آنلاین، تمامی این خدمات را یکجا به شما ارائه می کنند؛ حتی لازم نیست دیگر از منزل خارج شوید. کافی است نرم افزار مورد نظر را بر روی تلفن همراه خود نصب و در هنگام نیاز از آن استفاده کنید؛ همچنین شما می توانید زمان پرداخت صورت حساب را برنامه ریزی کنید. در بسیاری از اوقات، ما به خاطر دیرکرد در پرداخت صورت حساب جریمه می شویم. برای حل این موضوع نرم افزارهای پرداخت اینترنتی قبوض این امکان را فراهم کرده اند که صورت حساب های خود

را برنامه ریزی کنید تا در تاریخ مقرر شده پرداخت انجام شود.

ب. امنیت: با پیشرفت فناوری، امنیت این نرم افزارها ارتقا پیدا کرده است و از پروتکل های مختلفی برای حفظ امنیت در نرم افزار پرداخت قبض استفاده می شود؛ مانند استفاده از نام کاربری و رمز عبور، رمزنگاری اطلاعات دریافتی و ارسال، ورود با اثر انگشت و... .

ج. مدیریت پول: مزیت دیگر این نرم افزارها مدیریت صورت حساب است. شما می توانید با کلیک بر روی یک دکمه، مانده حساب خود را بررسی کنید. مزایای دیگر این نرم افزارها برای مدیریت پول عبارتند از: جست و جوی پرداخت هایی که تا به حال انجام داده اید، دسترسی به تاریخچه پرداخت و تنظیم هشدار برای یادآوری موعد صورت حساب. شما در این نرم افزارها می توانید به تاریخچه پرداخت خود دسترسی داشته باشید؛ بنابراین، می توانید تمامی قبض های پرداخت شده یا قبض هایی را که قرار است پرداخت شود، با جزئیات مشاهده کنید.

همراه با جهان



◆ بانک های جهانی

پی تی بانک سنترال: هوای تازه در کسب و کارهای
نوپای اندونزی



◆ فناوری

برخی از بهترین لپ تاپ های مخصوص بازی



بانک‌های جهانی

پی‌تی‌بانک سنترال؛ هوای تازه در کسب‌وکارهای نوپای اندونزی

شاخصی بودند که موفق شدند نظر مساعد مدیران فین‌تکی بانک را به ایده‌های نوین خود جلب کنند. با پیدایش کووید-۱۹، مقامات بانک تصمیم گرفتند با گسترش دامنه حمایت‌ها، به کسب‌وکارهای نوپای حوزه سلامت نیز توجه ویژه داشته باشند و از سال ۲۰۲۰ به بعد، کسب‌وکارهای نوپای فعال در زمینه بهداشت و سلامت نیز توانستند در دمو دی (Demo Day) شرکت کنند و با هدف جلب حمایت همه‌جانبه بانک، توانمندی‌های خود را در حل معضلات به شیوه نوین به نمایش بگذارند؛ همچنین به مناسبت روز سامپا پمودا (Sumpah Pemuda Day) که روز بزرگداشت جوانان در این کشور است، این بانک با برپایی نخستین رویداد «استارت‌آپ ویکند» به نام NextGen Orientation Day در نخستین روز اکتبر سال ۲۰۲۰، تلاش کرد

به گزارش خبرنگار ارتباط ایران زمین به نقل از کارآفرین نیوز، پی‌تی‌بانک سنترال آسیا، بزرگ‌ترین بانک خصوصی در آسیاست. مدیران بانک با آگاهی از اهمیت همگامی با فناوری‌های نوین مالی، در سال ۲۰۱۷ به راه‌اندازی مرکز سرمایه‌گذاری فین‌تکی Central Capital Ventura اقدام کردند تا حامی کسب‌وکارهای نوپایی باشند که فعالیت آن‌ها بر فناوری‌های متمایز بانکی متمرکز شده است. نخستین مرحله افزایش سرمایه بازوی فناوری بانک، نزدیک به ۱۵ میلیون دلار بود.

نکته مهم اینکه؛ ۲۶ کسب‌وکار نوپا در همان سال اول، تحت حمایت و نظارت بانک BCA قرار گرفتند که پلتفرم بیمه Qoala، شرکت پرداخت Oy و دو شرکت تسهیلات دهی هم‌تا به هم‌تا به نام‌های Akseleran و KlikA2C از جمله کسب‌وکارهای



جنبش، «کتاب؛ دریچه‌ای به جهان ناشناخته‌ها» اعلام شده است؛ همچنین با راه‌اندازی سایت bukuuntukindonesia.com، سازمان‌ها و افراد را به اهدای کتاب برای کودکان و نوجوانان کم‌بضاعت دعوت کرده است.

نوريسا سيف‌الدین (Norisa Saifuddin)، مدیر مسؤوّل جنبش کتاب‌خوانی بانک، با برگزاری جلسات مستمر با دانشجویان موفق دانشگاه‌های اندونزی، تلاش می‌کند از آن‌ها برای ترویج فرهنگ کتاب‌خوانی و ایجاد انگیزه و رغبت در کودکان اندونزیایی برای روی آوردن به مطالعه کمک بگیرد. وی معتقد است؛ بنیادی‌ترین گام برای پیشرفت همه‌جانبه و رسیدن به سطح پیشگامی اقتصاد دیجیتال در منطقه در آینده نزدیک، مستلزم آگاهی بخشی و توانمندسازی کودکان امروز از طریق مطالعه است.

این بانک حامی کارآفرینی، به دلیل عملکرد درخشان چندجانبه در سطح ملی و بین‌المللی، برای سومین سال پیاپی در سال ۲۰۱۸، به‌عنوان برترین بانک آسیا در میان هجده کشور منطقه شناخته شد که در تمام شاخص‌ها نظیر بازگشت و بازدهی سرمایه و بازدهی هر سهم، به ترتیب ۱۸ و ۲۷ درصد افزایش در نرخ رشد سالانه ثبت کرده است.

موتور محرک برای جوانانی باشد که ایده‌های نوین در سر دارند؛ اما هیچ اقدامی برای عملی ساختن آن انجام نداده‌اند.

این رویداد که به دلیل شرایط پاندمی به صورت مجازی برگزار شد، میزبان بیش از هزار دانشجوی نخبه از بیست دانشگاه بزرگ اندونزی بود. استقبال بی‌نظیر جوانان از این رویداد، رونق اقتصاد دیجیتال را در اندونزی نوید داد و تکرار این رویداد را به صورت ماهانه در اندونزی در پی داشت.

به موازات برنامه‌های حمایتی دولت اندونزی از کسب و کارهای نوپا، این بانک به راه‌اندازی برنامه شتاب‌دهی SYNRGY اقدام کرد؛ همچنین پلتفرم مشارکتی شتاب‌دهی طراحی شد تا رشد و نوآوری را در روند امور شتاب‌دهی کسب و کارهای نوپا و تحول در دنیای دیجیتال سرعت ببخشد. تا پایان چهارمین سری این برنامه شتاب‌دهی در پایان سال ۲۰۲۱ به صورت رسمی، ۲۸ کسب و کار نوپا توانستند به مرحله تاب‌آوری بین‌الملل برسند و پس‌از آن، به صورت مستقل و بدون نیاز به حمایت، به فعالیت در سطح بین‌الملل می‌پردازند. در ابتدای سال ۲۰۲۲ نیز ۴۰۰ میلیارد روپیه (حدود ۲۷.۸ میلیون دلار به نرخ روز) به بازوی سرمایه‌گذاری استارت‌آپی خود تزریق کرد و حمایت از کسب و کارهای نوپا در زمینه لجستیک، بهداشت و تجارت را نیز در دستور کار این مرکز قرار داد.

جنبش کتاب‌خوانی؛ مسؤوّلیت اجتماعی

این بانک در راستای عمل به مسؤوّلیت اجتماعی خود و با هدف افزایش سطح سواد و آگاهی در جامعه، جنبش کتاب‌خوانی را با عنوان «کتاب برای اندونزی» آغاز کرده است. شعار این

برخی از بهترین لپ‌تاپ‌های مخصوص بازی؛ بدانید، بازی کنید و حسابی لذت ببرید!

نویسنده: مهدی حدیدی



گرافیک دستگاه توجه کنید. به هیچ‌وجه سراغ لپ‌تاپ‌هایی نروید که کارت گرافیک جدا ندارند و از پردازنده گرافیکی یکپارچه با CPU استفاده می‌کنند؛ زیرا فقط می‌توانید بازی‌های قدیمی را در پایین‌ترین سطح تنظیمات گرافیکی اجرا کنید؛ پس در یک قاعده کلی، بهترین لپ‌تاپ مخصوص بازی، مدلی است که توانمندترین پردازنده گرافیکی را به همراه داشته باشد. در مراحل بعدی سراغ کیفیت بهتر نمایشگر، رم بیشتر و پردازنده مرکزی قدرتمندتر بروید.

موضوع مهمی که باید در مورد لپ‌تاپ مخصوص بازی؛ به‌ویژه مدل‌های قدرتمند و گران‌قیمت بدانید

لپ‌تاپ‌های مخصوص بازی، دستگاه‌هایی جذاب؛ اما متنوع هستند و انتخاب مدل ایده‌آل مطابق با بودجه و نیازهای هر کاربر، امر دشواری است. در این مقاله قصد داریم برخی از بهترین لپ‌تاپ‌های گیمینگ بازار ایران را به شما معرفی کنیم.

البته این را هم بگوییم که در گام نخست، پرسش مهم این است که چقدر می‌خواهید هزینه کنید؟ لپ‌تاپ‌های مخصوص بازی را می‌توانیم گران‌ترین رسته از لپ‌تاپ‌ها بنامیم. اگر قیمت لپ‌تاپ‌های موجود در بازار ایران را بررسی کنید، متوجه می‌شوید که برخی از لپ‌تاپ‌های گیمینگ، قیمتی مشابه خودروهای تولید داخل دارند!

برای یک «پی‌سی گیمر»، فردی که کامپیوتر را برای بازی انتخاب کرده است، فقط یک چیز اهمیت دارد: کارت گرافیک! در نهایت این کارت گرافیک است که مشخص می‌کند چه بازی‌هایی را با چه کیفیتی می‌توانید اجرا کنید؛ بنابراین هنگام خرید لپ‌تاپ گیمینگ باید پیش از هر چیز به کارت



بهره‌مندی از CPU و GPU توانمند، برای اموری مانند کاربری‌های سنگین ویرایش ویدئو و انجام محاسبات مهندسی هم گزینه مناسبی به شمار می‌روند؛ اما ایده‌آل نیستند و اگر بازی بخشی از کاربری‌تان به شمار نمی‌رود، گزینه‌های بهتری با توان پردازشی بالا وجود دارد. در ادامه می‌خواهیم برخی از بهترین لپ‌تاپ‌های گیمینگ بازار ایران را به شما معرفی کنیم.

لنوو IdeaPad Gaming 3-Q؛ بهترین لپ‌تاپ‌های

گیمینگ – لنوو آیدیپد گیمینگ ۳: لنوو در صنعت کامپیوترهای شخصی همان نقشی را بازی می‌کند که شیائومی در صنعت گوشی‌های موبایل دارد؛ یعنی دستگاه‌های جذابی را با ارزش خرید زیاد وارد بازار می‌کند. «لنوو آیدیپد گیمینگ ۳» جزو اقتصادی‌ترین لپ‌تاپ‌های مخصوص بازی موجود در بازار ایران است که مدل‌های مختلفی با سخت‌افزار متنوع دارد. لپ‌تاپ لنوو آیدیپد گیمینگ ۳ با پردازنده اینتل Core i5-11300H و گرافیک انویدیا RTX 3050 قدرت کافی را برای اجرای بازی‌ها با تنظیمات حداقلی و انجام برخی

این است که آن‌ها برای جایگزینی کامپیوتر رومیزی طراحی شده‌اند و به اصطلاح، Desktop Replacement نام دارند. چنین لپ‌تاپ‌هایی سنگین هستند و باتری آن‌ها نیز شارژدهی ضعیفی دارد. شما به احتمال زیاد مجبور می‌شوید همیشه از آداپتور برق آن‌ها استفاده کنید؛ پس خیلی روی «قابل حمل» بودنشان حساب نکنید. مشخصه‌های اصلی لپ‌تاپ‌های مخصوص بازی به‌طور خلاصه عبارتند از:

- ◆ بهره‌مندی از پردازنده‌های توانمند؛
 - ◆ مجهز به توانمندترین پردازنده‌های گرافیکی؛
 - ◆ استفاده از حافظه SSD در کنار حافظه حجیم HDD؛
 - ◆ نمایشگر با رزولوشن و نرخ نوسازی بالا؛ اما نه با کیفیت در نمایش دقیق رنگ‌ها؛
 - ◆ طراحی زمخت (به دلیل تعبیه سیستم خنک‌کننده قوی)؛
 - ◆ زبان طراحی خاص و فضایی با نورپردازی RGB؛
 - ◆ عمر باتری بسیار اندک؛
 - ◆ وزن زیاد و قابلیت حمل پایین.
- لپ‌تاپ‌های مخصوص بازی به دلیل



◆ لنوو IdeaPad Gaming 3-Q

برخی از بهترین لپ‌تاپ‌های مخصوص بازی؛ بدانید، بازی کنید و حسابی لذت ببرید!

نویسنده: مهدی حدیری

پردازنده i5-12450H (نسل دوازدهم اینتل) و ویندوز ۱۱ پیش‌فرض، همان امکانات را در اختیار کاربر قرار می‌دهد؛ البته طراحی به‌روز و لوکس‌تر، نمایشگر ۱۲۰ هرتز ۶/۱۵ اینچ IPS LCD با وضوح FHD، گرافیک انویدیا RTX 3050 (توان ۸۵ وات)، ۱۶ گیگابایت رم و یک ترابایت SSD، از دیگر امکانات لپ‌تاپ گیمینگ لنوو است که می‌توان انواع بازی‌ها را روی آن با تنظیمات گرافیکی و نرخ‌فریم معمولی تا خوب اجرا کرد.

ایسوس مدل ROG Strix G15 G513RC-HN101؛ ایسوس جی ۱۵ | Asus G15: لپ‌تاپ زیبا و قدرتمند «ایسوس ROG Strix G15» با پردازنده Ryzen 7 6800H ای‌ام‌دی و گرافیک RTX 3050 انویدیا (۹۵ وات) از توان پردازشی و گرافیکی خوبی برای انجام کارهای گرافیکی و اجرای بازی‌های سنگین بهره می‌برد. رم ۸ گیگابایت و حافظه ۵۱۲ گیگابایت SSD نیز به نظر کافی می‌رسند که البته بعد از خرید این دستگاه و در صورت امکان، حتماً به فکر ارتقای دوبرابری هریک باشید.

از کارهای گرافیکی نیمه‌سنگین خواهد داشت؛ همچنین ۸ گیگابایت رم DDR4 همراه با ۲۵۶ گیگابایت SSD، نمایشگر ۱۵/۶ اینچ مات FHD با نرخ نوسازی ۱۲۰ هرتز، دو درگاه USB ۳/۰ و یک درگاه تایپ C از دیگر امکانات این لپ‌تاپ گیمینگ اقتصادی هستند.

اگرچه بهتر است هنگام اجرای بازی‌ها لپ‌تاپ را به برق متصل کنید؛ اما باتری ۴۵ وات ساعتی ایدیاپد گیمینگ ۳، حدود دو تا چهار ساعت در کاربری‌های معمولی کاربر را همراهی می‌کند؛ بنابراین، پیشنهاد می‌شود در اولین فرصت و پس از خرید لپ‌تاپ گیمینگ لنوو ایدیاپد ۳، حتماً رم و فضای ذخیره‌سازی دستگاه را حداقل تا دو برابر ارتقا دهید.

لنوو IdeaPad Gaming 3-VA؛ بهترین لپ‌تاپ گیمینگ - لنوو ایدیا پد 3 گیمینگ - Idea Pad Gaming 3 Lenovo رنگ مشکی: نسخه ۲۰۲۲ مدل محبوب «IdeaPad Gaming 3» لنوو تفاوت‌های زیادی با نسل پیشین خود ندارد و به غیر از



ایسوس ROG Strix G15 G513RC-HN101

فرهنگی



ایران شناسی

ساحل صخره ای و زیبای بنود در عسلویه



حافظ حافظه ماست

مضامین مهم شعر شاعر تراز اول ایران زمین



مناسبت ها

روز جهانی و هفته ملی گاهش اترات
بلایای طبیعی



ایران شناسی

ساحل صخره‌ای و زیبای بنود در عسلویه

بنود از روستاها و جاذبه‌های گردشگری در جنوب شرقی بوشهر است که دلیل شهرت آن، داشتن ساحل صخره‌ای و فاصله کم آن با دریاست؛ علاوه بر آن، یکی از دلایل علاقه گردشگران به این ساحل بکر و زیبا را می‌توان غارهایی دانست که دهانه‌ای رو به دریا و ساحل دارند. در ادامه شما را با «ساحل بنود عسلویه» آشنا خواهیم کرد.

معرفی ساحل بنود

♦ اگر شب را در ساحل بنود بمانید، می‌توانید در تاریکی و زیر نور ماه کمپ بزنید و آتش روشن کنید؛ همچنین می‌توانید روی صخره‌ها بنشینید و شنای فیتوپلانکتون‌ها را تماشا کنید و این در حالی است که به صدای دلنواز موج‌ها گوش می‌دهید و پایین رفتن ماه در دریا نیز، زیبایی صحنه را کامل کرده است. شاید جذاب‌ترین بخش کمپ زدن در تاریکی شب، ذوق دیدن

مناظر اطراف در روشنایی روز باشد تا ببینید چه شگفتی‌هایی را پیشکش شما خواهد کرد. پس از گشت‌وگذار در ساحل کوچک بنود، به اطراف آن نیز سری بزنید تا به تپه‌ای کوچک برسید. در صورتی که بتوانید با طناب پایین بروید، در سمت چپ غاری کوچک را خواهید دید که با ورود به آن به غاری بزرگ‌تر می‌رسید که موج‌های ساحل و نور خورشید از طریق دو دهانه آن، وارد غار می‌شوند و زیبایی وصفناپذیری را

طی کرد؛ اما به دلیل خرابی بخش‌هایی از مسیر، احتمال آسیب به خودروی شما زیاد است. در صورتی هم که گذرتان به فرودگاه بین‌المللی خلیج فارس افتاد، می‌توانید از فرصت استفاده کنید و راهی ساحل بنود شوید؛ چراکه در فاصله یازده کیلومتری آن قرار دارد.

بهترین زمان سفر به ساحل بنود

♦ ساحل بنود یکی از بکرترین مقاصد گردشگری است که درست مثل سایر مناطق جنوبی ایران در اواخر بهار و تابستان، هوایی بسیار گرم و طاقت‌فرسا دارد. بهترین زمان سفر به ساحل بنود، اواخر پاییز، زمستان و اوایل بهار است؛ درست همان چیزی که گردشگران به دنبالش هستند. پیشنهاد ما به شما این است که وسط هفته را برای بازدید از ساحل بنود انتخاب کنید؛ زیرا آخر هفته‌ها اغلب مملو از مردم بومی می‌شود.

تجهیزات لازم برای سفر به ساحل بنود

♦ با توجه به اینکه ساحل بنود هیچ‌گونه امکاناتی ندارد، حتماً آب و مواد غذایی با خود ببرید. وسایل مورد نیازتان را می‌توانید

مقابل چشمانتان قرار می‌دهند. غار بنود بدون تردید یکی از جاذبه‌های اصلی این منطقه و محل مناسبی برای عکاسی و ثبت لحظه‌های ناب است. به همین خاطر بدون دیدن آن سرفرتان به بنود کامل نخواهد شد.

ساحل بنود کجاست؟

♦ ساحل زیبای بنود در مجاورت روستای بنود و در ۳۵ کیلومتری عسلویه استان بوشهر قرار دارد. این ساحل زیبا در جنوبی‌ترین نقطه از استان بوشهر جای گرفته است و می‌توانید آن را در شش کیلومتری چاه مبارک شهرستان عسلویه پیدا کنید.

دسترسی به ساحل بنود

♦ اگر از عسلویه به سمت ساحل بنود می‌روید، وارد بلوار خلیج فارس شوید و مسیر خود را به سمت چاه مبارک ادامه دهید. با توجه به مسیر دسترسی نامناسبی که به روستای بنود وجود دارد، ترجیحاً از روستای چاه مبارک، وانت کرایه کنید و راهی ساحل بنود شوید. با اینکه می‌توان این مسیر را با خودروی شخصی نیز





جاذبه‌های اطراف ساحل بنود

روستای بندو: روستای بندو در جنوبی‌ترین نقطه استان بوشهر و در مرز استان بوشهر و هرمزگان قرار دارد. این روستا به خاطر بقایای یک آبگیر ساسانی، آسیاب‌های آبی، سد بندو و چشمه نهیر، از حیث تاریخی قدمت بسیار زیادی دارد. چشمه‌های آب و برکه‌های اطراف روستای بندو و همین‌طور درختان نخل آن، فرصتی ایده‌آل برای گردشگران به وجود آورده‌اند تا فارغ از هیاهوی زندگی شهری، دمی به آسایش برسند.

روستای کلات: روستای کلات در نزدیکی منطقه عسلویه قرار گرفته است و طبیعت آن به حدی چشم‌نواز است که باور نمی‌کنید این روستا در منطقه‌ای صنعتی و مملو از سکوه‌های گازی و نفتی قرار دارد. علاوه بر کوه‌ها و صخره‌های شگفت‌انگیز و طبیعت دیدنی و سرسبز، چشمه پرآبی نیز دارد که گردشگران زیادی به قصد دیدن آن، پا به این روستا می‌گذارند.

از عسلویه یا روستای بنود تهیه کنید. اگر در فصل گردشگری به این ساحل رفتید، در جریان باشید که هنگام غروب، هوا سردتر می‌شود و به لباس گرم نیاز خواهید داشت؛ علاوه بر این، پشه‌ها نیز با غروب خورشید پدیدار می‌شوند و برای اینکه از شر آن‌ها در امان بمانید، ترجیحاً اسپری دفع حشرات با خود ببرید. در صورتی هم که به فکر کمپ زدن در این ساحل زیبا هستید، با تجهیزات کامل به این منطقه بروید.

تفریح در ساحل بنود

♦ اگر گذرتان به ساحل بنود افتاد، تفریح‌هایی همچون والیبال، فوتبال ساحلی و قلعه‌سازی کودکانه را تجربه کنید یا فقط زیر نور خورشید دراز بکشید و آفتاب بگیرید. از آنجا که آب دریا حاشیه این ساحل تقریباً تمیز است، با پرس‌وجو از مردم محلی و آشنا به محیط، محل مناسبی برای شنا و آب‌تنی پیدا کنید؛ علاوه بر این، قایق‌سواری در این منطقه نیز حسابی لذت‌بخش است و برای این منظور می‌توانید قایق صیادها را از آن‌ها اجاره کنید.

اقامت در ساحل بنود

♦ در صورت تمایل می‌توانید شب را در ساحل بنود کمپ بزنید و اقامتی به‌یادماندنی در دل طبیعت داشته باشید. در غیر این صورت می‌توانید برای اقامت راهی عسلویه یا بندر سیراف (در فاصله ۷۵ کیلومتری) شوید یا حتی به دهکده گردشگری بازارگاد عسلویه سری بزنید و در سراچه‌ها و ویلاهای آن اقامت کنید.

ساحل صخره‌ای و زیبای بنود در عسلویه

نوشیدن یک فنجان چای یا قهوه در کافی‌شاپ لنجی، ماهی‌گیری، پیست اسکیت، پیاده‌روی و دوچرخه‌سواری، باشگاه بدن‌سازی، ورزش‌ها و تفریح‌های آبی و...؛ امکانات ورزشی منطقه ساحلی نخل تقی هستند.

پارک ملی نایبند: پارک ملی نایبند نخستین پارک ملی دریایی کشور و منطقه حفاظت‌شده سازمان حفاظت محیط‌زیست ایران در استان بوشهر است که به دلیل پوشش گیاهی و حیات‌وحش متنوع، همین‌طور طبیعت، کوه و دریا، جلوه‌ای زیبا در سواحل خلیج فارس به وجود آورده است. این منطقه ساحلی خلیج فارس که پیشینه تاریخی طولانی نیز دارد، فقط به اندازه ۱۴ کیلومتر با ساحل بنود فاصله دارد و می‌تواند گزینه‌ای عالی برای گشت‌وگذار باشد.

دهکده گردشگری بازارگاد عسلویه: دهکده گردشگری بازارگاد در حدود ۵۵ کیلومتری ساحل بنود قرار دارد و شامل مجموعه کاملی از فضاهای بازی کودکان و شهربازی‌ها، رستوران‌های ساحلی، جامپینگ، هانیبال، پیست اسکیت، تفریح‌های دریایی نظیر جت اسکی، پاراسل و غواصی و سینمای شش بعدی می‌شود؛ هرچند که در فصول مختلف سال، به‌ویژه ایام عید می‌توانید شاهد اجرای برنامه‌ها و کنسرت‌های گوناگون نیز باشید.

پارک ساحلی نخل تقی: پارک ساحلی نخل تقی که فقط به اندازه ۳۳ کیلومتری با ساحل بنود فاصله دارد؛ یکی دیگر از گزینه‌های جذاب پیش روی گردشگران است؛ به‌ویژه که با مساحت حدود ۱۶ هکتار، بزرگ‌ترین پارک ساحلی جنوب ایران به شمار می‌رود. بازدید از فانوس دریایی،



حافظ حافظه ماست

مضامین مهم شعر شاعر تراز اول ایران زمین

شعر حافظ در عصر معاصر که آدمی از جنگ، خشونت، تعصب و زندگی پرشتاب رنج می‌برد، مرهم و مسکنی برای دردهای روح است؛ زیرا بیش از هر چیز از مدارا و دوستی، صفا و صمیمیت، رعایت ادب و حرمت انسان‌ها و پرهیز از خشونت سخن گفته است. در ادامه به بررسی برخی مضامین مهم شعر حافظ می‌پردازیم.

امیدواری: حافظ امیدبخش و شیرین است. امیدوارانه سخن می‌گوید و شاید یکی از دلایلی که به دیوان او تفاعل می‌زنند، همین باشد. بهاءالدین خرمشاهی-حافظ پژوه- می‌گوید: «هیچ‌گاه حافظ نخوانده‌ام که اندوهگین شوم. شعر حافظ سرشار از شور و حیات است.»
از نظر روان‌شناسان، امیدوار بودن و رضایت از

به گزارش خبرنگار ارتباط ایران‌زمین، بیستم مهر روز بزرگداشت حضرت حافظ، خواجه بزرگوار شیراز است و به قول یکی از نویسندگان خوش‌ذوق، در ادبیات ایران‌زمین، کمتر شاعری توانسته است بخت و اقبالی چون حافظ بیابد. او شاعری است برای تمام فصول، برای همه احساسات و عواطف بشری. شعر حافظ هیچ‌گاه کهنه نمی‌شود. در هر دوره‌ای می‌توان آن را با عینک و فکر همان زمان خواند. شعری که تاریخ انقضا ندارد و برای همه قابل‌فهم و شیرین است؛ بنابراین همچون رودخانه‌ای است که در آن می‌توان آلودگی‌های زندگی مدرن و عصر سیمان، آهن و سنگ را شست‌وشو داد و در پرتو مفاهیم زیبایش با معنا و خشنود زندگی کردن را تمرین کرد.



نیست که دم، غنیمت است یا امروز را دریاب؛ بلکه دیدگاه حافظ وسیع‌تر و عمیق‌تر است و آن نصیب حسی و روحانی از عمر و فرصت زندگی است. «به عبارت دیگر، گذر عمر به بی‌حاصلی حافظ را به غنیمت شمردن وقت و برخورداری از موهبت‌های خداوند و زیبایی‌های جهان آفرینش فرا می‌خواند: «نوبهار است در آن کوش که خوش دل باشی / که بسی گل بدمد باز و تو در گل باشی». حافظ بارها توصیه می‌کند قدر وقت و زندگی را بدانید: «وقت را غنیمت دان آن قدر که بتوانی / حاصل از حیات ای جان این است تا دانی»

عشق‌ورزی: در تمام دیوان حافظ عشق موج می‌زند؛ عشقی که چندان دور از ذهن نیست و گاهی نه تنها حافظ؛ بلکه همه بشریت را شامل می‌شود. در دیوان حافظ عشق به دیگران و مهر ورزیدن جنبه اجتماعی پررنگی دارد. عشق؛ متضاد خشم، ناامیدی، آزار و افسردگی است. جهان پرآشوب امروز، بیش از هر چیز مشتاق و محتاج

زندگی را بهترین راه حل برای مقابله با افسردگی است. «ریتا اتکنیسون» در کتاب «زمینه روان‌شناسی» می‌نویسد: «دو مشخصه اساسی افسردگی، ناامیدی و غمگینی است. شخص رکود وحشتناکی احساس می‌کند و نمی‌تواند تصمیمی بگیرد یا فعالیت‌های خود را شروع کند یا به چیزی علاقه‌مند شود.» حافظ همیشه در غزل‌هایش به لطف پنهان و آشکار خداوند ایمان دارد. در اوج روزگار تلخ و گرفتاری‌های اجتماعی و حوادث مایوس‌کننده، تلاش می‌کند جرعه امید بیابد. غم‌ها را گذرا و کوتاه نشان دهد و در برابر ناپایداری و فناپذیری هستی واکنشی مثبت نشان دهد و شادی حقیقی را در رسیدن به آرامش قلبی بداند؛ از این رو در اوج بادهای سرد ناامیدی، دل خود را با گل و نسترن خوش می‌کند: «از این سموم که بر طرف بوستان بگذشت / عجب که بوی گلی هست و رنگ نسترنی»

غنیمت دانستن وقت: برای انسان معاصر همه امکانات و مقدمات زندگی راحت و خوش فراهم شده است؛ با این حال، گویی او نحوه زیستن درست را فراموش کرده است. جامعه امروز به شدت مضطرب، افسرده و تلخ است؛ درحالی‌که پیام‌های معرفتی حافظ می‌تواند به زندگی پرشتاب امروز ما معنا و رضایت‌مندی بیشتری ببخشد؛ انسانی که همواره در عصر دیجیتال تلاش می‌کند به مفهوم عمیقی از زمان و فرصت دست یابد.

دکتر اسلامی ندوشن در این باره می‌نویسد: «اغتنام فرصت در دیوان حافظ بر اساس اندیشه اپیکور نیست که بنوشیم و بخوریم که فردا خواهیم مرد؛ همچنین مطابق تعاریف هوراس هم

حسن انوری نیز درباره این شاعر تراز اول معتقد است: «حافظ مردمی‌ترین شاعر ایران است. هیچ شاعری به اندازه حافظ میان مردم راه پیدا نکرده است. وقتی شما روزنامه‌ها را می‌خوانید، می‌بینید شعری از حافظ در آن‌ها درج شده است. روزنامه همشهری هر روز در صفحه آخر یک شعری از حافظ چاپ می‌کند. رادیو را که روشن می‌کنید، شعر حافظ را می‌شنوید. از این‌ها بالاتر، وقتی در خیابان، در چهارراه پشت چراغ‌قرمز می‌ایستید، شعر حافظ به صورت فال به شما عرضه می‌شود. شعر حافظ در حدی است که در هفت‌سین نوروز، دیوان حافظ کنار قرآن مجید گذاشته می‌شود. این توفیق برای هیچ‌کدام از شعرای شاعران زبان فارسی دست نداده است. صحبت سر این است که این محبوبیت و مقبولیت از کجا سرچشمه می‌گیرد؟! از اینکه حافظ به آخرین درجه شاعرانگی دست پیدا کرده است.»

عشق ورزیدن است. حافظ معتقد است اگر انسان به جای اذیت و آزار دیگران آن‌ها را دوست بدارد، خوشبخت خواهد بود و به معنای عمیقی از زندگی دست خواهد یافت: «مباش در پی آزار و هرچه خواهی کن/ که در شریعت ما غیر این گناهی نیست» حافظ می‌گوید در پرتو عشق، ترس از مرگ، رنگ می‌بازد؛ زیرا آدمی دلش با عشق به جاودانگی می‌رسد: «هرگز نمیرد آنکه دلش زنده شد به عشق/ ثبت است بر جریده عالم دوام ما» بنا به گفته خرمشاهی: «حافظ، حافظه ماست»؛ زیرا نه‌تنها در غزل‌هایش با ما سخن می‌گوید بلکه از ما و از جانب ما هم سخن می‌گوید؛ به عبارت دیگر، غزل حافظ ترجمان حرف دل ماست و توانسته فاصله‌ای را که بین ادبیات و زندگی بوده، از میان بردارد. با شعر حافظ و پیام‌های معرفتی آن می‌توان در عصر دود و ماشین برای مدتی هرچند کوتاه، به آرامشی عمیق دست یافت.





به گزارش خبرنگار ارتباط ایران‌زمین، حادثه خبر نمی‌کند و انسان‌ها همیشه باید برای حوادث طبیعی و غیرطبیعی آماده باشند. بانک ایران‌زمین نیز در یکی از زیرشاخه‌های عمل به مسؤولیت‌های اجتماعی خود، یعنی حمایت از محیط‌زیست و کاهش اثرات بلایای طبیعی، همواره بر این امر مهم تأکید می‌کند.

روز پنجم دی، مصادف با واقعه زلزله بم، در تقویم رسمی کشور، روز ملی ایمنی در برابر زلزله نام‌گذاری شده است. پژوهشگاه بین‌المللی زلزله‌شناسی و مهندسی زلزله، با توجه به ضرورت آگاه‌سازی و ارتقای فرهنگ عمومی در برابر زلزله، با پیشنهاد نام‌گذاری این روز با نام «روز ملی ایمنی در برابر زلزله»، فرصتی فراهم کرد تا هرساله با

برگزاری برنامه‌ها و فعالیت‌های آموزشی و ترویجی متنوع در این روز، ضمن گرمی‌داشتن یاد و خاطره چند ده‌هزار قربانی این فاجعه تلخ، زمینه بالا رفتن سطح آگاهی عمومی و شاخص‌های ایمنی در برابر زمین‌لرزه در کشور فراهم شود. سیزده اکتبر مصادف با ۲۱ مهر روز بین‌المللی و پنجم دی روز ملی کاهش اثرات بلایای طبیعی در کشور است.

شعار روز جهانی کاهش خطر بلایا در سال ۲۰۲۲

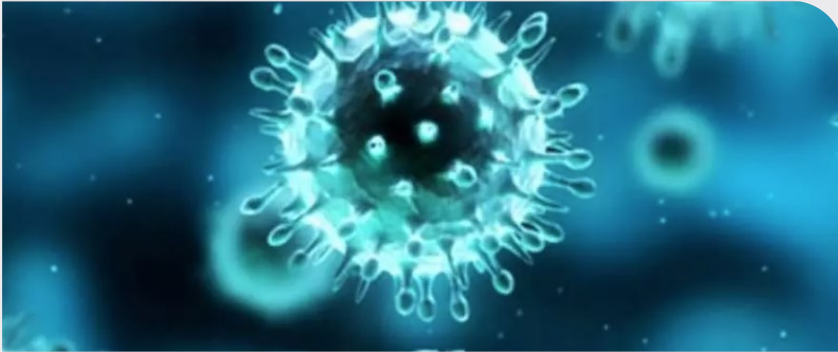
هشدار سریع، اقدام فوری برای همه

مدیریت اطلاعات، اطلاع‌رسانی به موقع خطر در حوادث و بلایا	۱۴۰۱/۰۷/۲۰
حوادث و بلایا، هشدار سریع، مسؤولیت، دانش و مهارت فردی	۱۴۰۱/۰۷/۲۱
حوادث و بلایا، هشدار سریع، مسؤولیت اجتماعی	۱۴۰۱/۰۷/۲۲
حوادث و بلایا، هشدار سریع، تداوم ارائه خدمات سلامت	۱۴۰۱/۰۷/۲۳
حوادث و بلایا، هشدار سریع، استفاده بهینه از فضای مجازی	۱۴۰۱/۰۷/۲۴
حوادث و بلایا، هشدار سریع، استفاده از ظرفیت رسانه‌های جمعی	۱۴۰۱/۰۷/۲۵
حوادث و بلایا، هشدار سریع، کاهش آسیب و خسارات	۱۴۰۱/۰۷/۲۶

سلامت

راه‌های پیشگیری از آنفلوانزا





به گزارش خبرنگار ارتباط ایران زمین به نقل از ایسنا، آنفلوانزا یک بیماری حاد تنفسی و به شدت واگیردار است و با وجود سرمایه‌گذاری‌ها و تحقیقات گسترده، هنوز کنترل نشده است. پزشکان تأکید می‌کنند برای پیشگیری از آنفلوانزا؛ به ویژه آنفلوانزای نوع A با نسخه ویروسی H1N1، روش‌های متنوع و بدون هزینه‌ای وجود دارد که مهم‌ترین آن‌ها به شرح زیر است:

از تماس نزدیک دوری کنید:

از تماس نزدیک با افرادی که بیمار هستند خودداری کنید. زمانی که بیمار هستید، فاصله خود را از دیگران حفظ کنید تا از بیمار شدن آن‌ها نیز جلوگیری کنید.

زمانی که بیمار هستید،

خانه بمانید: در صورت امکان هنگامی که بیمار هستید، از رفتن به کار، مدرسه، دانشگاه و مأموریت‌های خود اجتناب کنید. این کار از سرایت بیماری شما به دیگران نیز جلوگیری خواهد کرد.

دهان و بینی خود را بپوشانید: هنگام سرفه یا عطسه، دهان و بینی خود را با یک پارچه بپوشانید. این کار ممکن است مانع از بیمار شدن اطرافیان شما شود. آنفلوانزا و دیگر بیماری‌های تنفسی حاد با سرفه، عطسه و یا دست‌های آلوده پخش می‌شوند.

دستان خود را تمیز کنید: شستن دست‌ها اغلب به حفاظت از شما در برابر میکروب‌ها کمک می‌کند. اگر صابون و آب در دسترس نیستند، از مواد الکلی استفاده کنید. دستان تمیز، زندگی شما را نجات می‌دهند.

از لمس چشم‌ها، بینی یا دهان خود پرهیز کنید: میکروب‌ها اغلب وقتی پخش می‌شوند که فردی چیزی را لمس می‌کند که با میکروب‌ها آلوده است، سپس چشم‌ها، بینی یا دهانش را لمس می‌کند.

پیشگیری از آنفلوانزا در محل کار: به طور معمول، اشیا و سطوح از جمله کیبورد و تلفن‌ها را تمیز کنید. دقت کنید که محل کار شما منبع کافی از دستمال کاغذی، صابون، حوله کاغذی، پاک‌کننده الکلی و دستمال‌های مرطوب مصرفی داشته باشد. اگر حین کار احساس ناخوشی داشتید، هرچه زودتر به خانه برگردید.

عادت‌های خوب سلامتی را تمرین کنید: تمیز کردن و ضد عفونی کردن سطوح در خانه، کار یا مدرسه؛ به‌ویژه زمانی که کسی بیمار است، مهم است. خوب بخوابید، فعال باشید، نگرانی خود را مدیریت کنید، مایعات زیادی بنوشید و غذاهای مغذی بخورید.

نکات بهداشتی برای پیشگیری از ابتلا به بیماری آنفلوانزا

۴۸ ساعت در خارج از بدن انسان به حیات خود ادامه دهد. پس هر وسیله‌ای که دست دیگران به آن خورده باشد، در معرض آلودگی است.

پرهیز از استعمال دخانیات: استعمال دخانیات نیز عامل تخریب مژک‌ها و مخاط مجاری تنفسی است که از ورود باکتری‌ها، میکروب‌ها و ویروس‌ها به بدن جلوگیری می‌کنند. همین امر خطر ابتلا به آنفلوانزا را تشدید می‌کند.

تفاوت سرماخوردگی و آنفلوانزا: سرماخوردگی و آنفلوانزا نشانه‌های مشابهی دارند.

سرماخوردگی معمولاً خفیف‌تر است در حالی که آنفلوانزا نشانه‌های شدیدتری دارد. سرماخوردگی معمولاً علاوه بر احساس خستگی، با عطسه، سرفه و آبریزش بینی همراه است. ممکن است با تب همراه نبوده یا تب پایین وجود داشته باشد. همچنین ممکن است کوفتگی عضلانی یا سوزش گلو، اشک ریزش و سردرد هم دیده شود. آنفلوانزا معمولاً به طور ناگهانی شروع می‌شود و بسیار آزاردهنده است. نشانه‌های دیگر شامل سرفه‌های خشک، آبریزش از بینی، لرز، درد عضلانی، سردرد شدید، درد چشم و گلودرد است. نتیجه اینکه مدت زمان بیشتری طول می‌کشد تا آنفلوانزا کاملاً خوب شود، اما در سرماخوردگی این مدت کوتاه‌تر است. اگرچه مردم اغلب واژه آنفلوانزا را برای هر نوع بیماری به کار می‌برند؛ اما آن یک بیماری ویروسی مجزا با نشانه‌های ویژه خود است و به‌طور معمول در زمان‌های ویژه‌ای از سال، یعنی پایان پاییز و طی زمستان رخ می‌دهد.

به اندازه کافی بخوابید: خواب کافی نه تنها باعث می‌شود در طول روز شاداب و هوشیار باشید، بلکه به نیرومند ماندن سیستم دفاعی نیز کمک می‌کند.

به اندازه آب مصرف کنید: نوشیدن آب سیستم بدن‌تان را شست‌وشو می‌دهد و برای حفظ یک رژیم غذایی سالم و سلامتی شما لازم است.

در استفاده از لوازم شخصی حساس باشید: تا می‌توانید از استفاده چند نفره از لیوان یا سایر ظروف غذا خودداری کنید؛ به خصوص زمانی که نشانه‌های بیماری را در فرد مقابل متوجه شدید. **محیط‌های بسته:** محیط‌های بسته‌ای مثل اداره و اتوبوس، محل مناسبی برای رشد میکروب است؛ پس اگر دیدید کسی در این محیط‌ها عطسه می‌کند، از او دوری کنید و بعد از فاصله گرفتن از او حتماً دست‌هایتان را با آب و صابون بشویید.

ورزش کنید و از استرس و فشارهای روحی دوری کنید: با ورزش کردن علاوه بر آنکه قدرت بدن خود را افزایش می‌دهید، موجب تقویت سیستم دفاعی آن هم می‌شوید از طرفی نگرانی اصلاً برای سلامتی شما خوب نیست.

مراقبت به هنگام استفاده از وسایل مشترک: دستگیره‌های در، نرده‌ها، دسته‌های صندلی، سطح روی پیشخوان‌ها و نوشت‌افزارها، آلوده به انواع میکروب‌ها هستند، پس بعد از تماس با آن‌ها بلافاصله دست‌های خود را با آب و صابون بشویید. ویروس آنفلوانزا قادر است بیش از



رادیو آوای ایران زمین

رادیوی اختصاصی بانک ایران زمین



بانک ایران زمین، بانک دیجیتال

radio.ava.izbank

۰۲۱-۲۴۱۰۹ | مرکز ارتباط با مشتریان | izbank.ir | ertebat@izmail.ir