

سال بیست و یکم، شماره ۲۲۲
آذر ۱۴۰۴

بانک سامان
SamanBank

فصل جدید پرداخت در ایران با کارتخوان های سپ

با فناوری **NFC**؛ بی نیاز از کارت بانکی و اینترنت



برای پرداختن به زندگی ...

اپلیکیشن
۲۲۴ | سپ
SEP



There for you



سال ۱۳۷۶
سال ۱۳۷۷
سال ۱۳۷۸
سال ۱۳۷۹
سال ۱۳۸۰
سال ۱۳۸۱
سال ۱۳۸۲
سال ۱۳۸۳
سال ۱۳۸۴
سال ۱۳۸۵
سال ۱۳۸۶
سال ۱۳۸۷
سال ۱۳۸۸
سال ۱۳۸۹
سال ۱۳۹۰
سال ۱۳۹۱
سال ۱۳۹۲
سال ۱۳۹۳
سال ۱۳۹۴
سال ۱۳۹۵
سال ۱۳۹۶
سال ۱۳۹۷
سال ۱۳۹۸
سال ۱۳۹۹
سال ۱۴۰۰
سال ۱۴۰۱

گروه مالی سامان



بانک سامان
خیابان شریعتی، پایین تر از بزرگراه شهید همت، نبش کوچه اتوبانک، پلاک ۱۰۰۵، برج سامان
تلفن: ۰۲۱-۲۲۳۳۰۰۰۰ (داخلی ۳۶۰۶) شماره: ۰۲۱-۲۲۳۳۰۰۰۰ مرکز سامان ارتباط: ۰۲۱-۶۴۲۲
www.sb24.ir



پرداخت الکترونیک سامان کیش
تهران، خیابان ولیعصر، نرسیده به چهارراه پارک وی (جنوب به شمال)، بن بست ترکش دوز، پلاک ۲
تلفن: ۰۲۱-۸۴۳۴۵۰۰۰ شماره: ۰۲۱-۸۴۰۸۰ مرکز ارتباط با مشتریان: ۰۲۱-۸۸۲۱۹۱۴۰
www.sep.ir



بیمه سامان
تهران، خیابان سیدجمال الدین اسدآبادی، پلاک ۴۳۳
تلفن: ۰۲۱-۸۹۴۳ شماره: ۰۲۱-۸۸۷۰۰۲۰۴
www.si24.ir



کارگزاری بانک سامان
تهران، بلوار آفریقا، خیابان ناهید غربی، پلاک ۳۱
تلفن: ۰۲۱-۴۳۰۲۴۰۰۰ شماره: ۰۲۱-۸۸۷۷۴۶۸۹
www.samanbourse.ir



صرافی سامان
تهران، خیابان شریعتی، بالاتر از سیدخندان، نبش کوچه اتوبانک، برج سامان
تلفن: ۰۲۱-۲۶۳۰۰۰۰ شماره: ۰۲۱-۲۶۷۲۳۱۰۹
www.samanexchange.com



اعتبارسنجی حافظ سامان ایرانیان
تهران، خیابان شریعتی، پایین تر از بزرگراه شهید همت، نبش کوچه اتوبانک، پلاک ۱۰۰۵، برج سامان
تلفن: ۰۲۱-۲۲۳۱۰۰۰۰ شماره: ۰۲۱-۴۱۷۲۶۰۰۱
www.cr24.ir



خدماتی آفتاب تجارت سامان
تهران، خیابان خالد اسلامبولی (وزراء)، کوچه ۲۰ (شهید رفیعی)، پلاک ۴، طبقه اول
تلفن: ۰۲۱-۴۷۷۰۲۰۰۰ شماره: ۰۲۱-۴۷۷۰۲۲۲۲
www.aftabts.com



تأمین سرمایه کاردان
تهران، خیابان نلسون ماندلا، خیابان ظفر غربی پلاک ۲۸۱ کد پستی ۱۹۶۸۶۳۴۷۷۹۵
تلفن: ۰۲۱-۹۶۶۲۱۱۰۰ شماره: ۰۲۱-۹۶۶۲۱۱۳۳
www.kardan.ir



کیش سل پاریس
تهران، سعادت آباد، ضلع شمال شرقی چهارراه سرو، جنب بانک سامان، پلاک ۷۷
تلفن: ۰۲۱-۸۷۶۴۰ شماره: ۰۲۱-۲۶۶۵۴۸۰۹
www.samantel.ir



پردازشگران سامان
تهران، محله امانیه، بلوار نلسون ماندلا، خیابان شهید محمد علی رحیمی، پلاک ۴۳
تلفن: ۰۲۱-۲۶۲۹۳۹۴۲ شماره: ۰۲۱-۲۶۲۹۳۹۴۲
www.samanpr.net



تندر نور
تهران، میدان رسالت، خیابان هنگام، بلوار دلاوران، بین چهارراه آزادگان و تکاوران، پلاک ۳۷۷
تلفن: ۰۲۱-۷۷۴۴۴۴۴۴ شماره: ۰۲۱-۷۷۱۸۲۸۴۴
www.thunder-light.com



راهکارهای مالی هوشمند سامان
تهران، خیابان شریعتی، بالاتر از سیدخندان، نبش کوچه اتوبانک، پلاک ۱۰۰۵، برج سامان، طبقه ۱۰
تلفن: ۰۲۱-۲۲۳۱۰۰۰۰
www.rahkar.team



سامان

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

یادداشت سردبیر..... ۶
مفهوم مدرن محتوا و نقش روابط عمومی در خلق و تولید محتوا در دنیای امروز..... ۸
روند ده ساله فناوری اطلاعات.....

همیشه منتظر آثار شما هستیم

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

نشانی اداره مرکزی و مدیریت روابط عمومی

و صدای مشتریان بانک سامان:

تهران، خیابان شریعتی، نبش کوچه اتوبانک، برج سامان

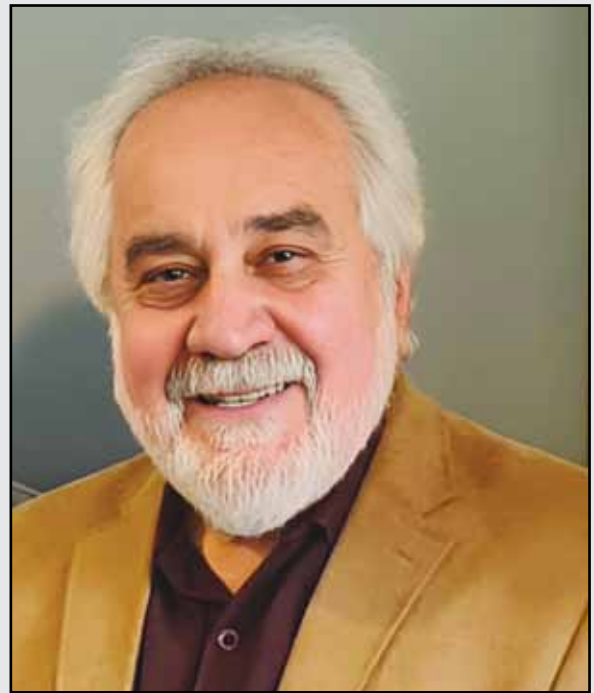
تلفن: ۰۲۱-۲۲۳۳۰۰۰۰ داخلی: ۳۸۴۳ سایت: www.sb24.ir

Email: samanbankmag@gmail.com

نشانی دفتر مجله سامان:

خیابان قائم مقام فراهانی، مقابل خیابان فجر، پلاک ۷۴

تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۴۸۸۷۹ فاکس: ۰۲۱-۸۸۸۳۷۴۸۳



ناصر بزرگمهر

nbozorgmehr@yahoo.com

من هر کجای سازمانم قرار دارم؟

به نام او که هر چه بخواید همان می شود

هر شخصی باید از همان ابتدای استخدام و حضور در یک سازمان از خودش سوال کند که نقش من در این سازمان چیست؟
هر فردی باید از خودش بپرسد که من در کجای این سازمان ایستاده ام؟
و قرار است از چه نقطه ای به سمت چه نقطه ای حرکت کنم؟ تاثیر بود و یا نبود من در سازمانی که بهترین ساعات عمرم را در آن صرف می کنم در چیست؟

این سوالات تنها مختص چند کارمند میانه سازمان ها نیست، باید همه کسانی که در بخش دولتی و یا بخش خصوصی، با یک حکم سازمانی و با قرارداد و بدون قرارداد مشغول کار می شوند و آخر ماه از یک صندوقی، حقوق دریافت می کنند، از کمترین تا مهم ترین مسیول، مرتباً باید این سوال را از خودشان بپرسند.

باید باور کنیم که سوال در مورد اهداف کاری و این که نقش ما در سازمان چیست، مثل سوال از هستی در برابر معمای زندگی است، از کجا آمده ایم؟ آمدنمان بهر چه بود؟

یک انسان طبیعی، هر روز صبح که بیدار می شود باید بداند که برای آن روز چه برنامه ای دارد. وقتی از خانه خارج می شوید، نمی توانید در سر چهارراه، سرگردان بمانید و کاسه چه کنم را در ذهنتان بگیرید. نمی توانید در سر چهارراه زندگی، ندانید که به کدام طرف می خواهید بپیچید، سمت چپ یا طرف راست یا راه مستقیم و یا برگردان، که هر کدام با دیگری، بسیار متفاوت است. انتخاب هر مسیری، ما را به جایی خاص می رساند. باید قبل از هر حرکتی، بدانیم به کجا می خواهیم برویم و چه کاری می خواهیم انجام دهیم.

انسان بدون هدف و راهنما، سرگردان تاریخ می شود، زندگی شخصی و یا

سالی یکی دو باری که فرصت دیدار و گفتگو با جناب آقای مدیرعامل جوان، خوش ذوق و علاقمند به پیشرفت بانک، فراهم می شود، معمولاً در مورد مدیریت، روابط کارکنان، ارتباطات انسانی، مشتری مداری، احترام به افکار عمومی، پاسخگویی، روابط عمومی و تبلیغات، بدون هیچ سانسور ذهنی و گفتاری، به بحث و نظر پردازی می پردازیم.
در آخرین دیدار، بیشتر به موضوع جایگاه کارکنان و نحوه ارتباط مدیریت با آنان و آن ها با مشتریان پرداختیم.

به نظر من، در موضوع کارکنان سازمان ها باید از همان بدو استخدام و گزینش افراد، تصمیمی فراگیر در تعهدات کارکنان پیش بینی شود که:

۱/ چرا استخدام می شوند؟

۲/ از سازمان چه می خواهند؟

۳/ برای پیشرفت سازمان چه ایده ای دارند؟

۴/ خودشان به کجا می خواهند برسند؟

۵/ نگاه شان به مشتری چگونه است؟

۶/ پاسخگویی را از یک تا ده در چه نمره ای می بینند؟

۷/ به افکار عمومی چه نمره ای می دهند؟

و پاسخ به ده ها سوال مشابه در حوزه ارتباطات که باید مهمترین گزینش استخدامی یک فرد تلقی شود.

باید با توجه به تحصیلات، تجربه، خصلت های فردی، روانی، سلامتی و ده ها نکته دیگر، به دیدگاه های اجتماعی و ارتباطی، هر فرد توجه ویژه کرد و بعد حکم کارگزینی را صادر نمود.

مهمترین نکته در سیستم های اجتماعی شغلی، برای هر فردی در جوامع گوناگون، پاسخ به این سوال است که اهداف کاری چیست؟

زندگی کاری، فرقی با هم ندارد، در هر صورت باید بدانیم دلیل انتخاب این راه برای چیست و در مسیر چه بکنیم و چگونه برویم تا به هدف برسیم. زندگی اجتماعی پیچیده تر از آن است که در صحنه نمایش آن بی هدف باشیم و روزها را باری به هر جهت و فقط برای گذران عمر و سیرشدن، خوردن و خوابیدن بگذرانیم.

سازمان ها نیاز به کارکنانی دارند که در مسیر اهداف سازمانی حرکت کرده و تلاش کنند که زودتر به هدف تعیین شده دست پیدا کنند تا از مزایای بیشتری برخوردار شوند.

واژه هایی مثل بهره وری، با تلاش فردی در حرکت جمعی امکان پذیر است.

در یک سازمان موفق و هوشیار، همه افراد به نسبت جایگاه های خود، نقش تعیین کننده و تاثیرگذار دارند.

من به مدیرعامل محترم عرض کردم که از نظر دانش ارتباطات، جایگاه نگهبان در ورودی سازمان، یا تلفنچی، یا کارمند پشت باجه، یا رییس فلان اداره، یا منشی حضر تعالی کمتر از مدیرعامل نیست و همه باید، آموزش ببینند که روابط عمومی سازمان باشند.

حدود ۲۰ سال قبل در مقاله مفصلی در یکی از بانک های دولتی کشور نوشتم که بدون شک برای بررسی ارتباطات در سیستم سازمانی، باید جای خودمان را به عنوان یک نیروی انسانی، یک کارمند، در نموداری که از مدیرعامل شروع شده و به نیروی صف در برخورد با مخاطب ادامه پیدا می کند بشناسیم و ارزیابی کنیم.

نگهبان در ورودی یک سازمان، فقط وظیفه حفاظتی و حراستی ندارد، زیرا اگر قرار بود که نگهبان، فقط کار نرده های آهنی را انجام دهد، چه لزومی دارد که همه دنیا از نیروی انسانی بهره می گیرند؟ می توان نرده آهنی گذاشت، در برقی ایجاد کرد و با دوربین مدار بسته آمد و شد افراد را کنترل کرد، می توان با استفاده از تکنولوژی، نیروی انسانی را به مرور در بخش های مختلف از نگهبانی تا پرداخت و دریافت و سایر موارد بانکی، کم و کم تر کرد.

اما دنیا نشان داده است که حضور تکنولوژی برتر در کشورهای مخترع دستگاه های دریافت و پرداخت و اینترنت و امثالهم، باعث حذف نیروی انسانی در ارتباطات و جذب مشتری نشده است.

تکنولوژی و اینترنت، در خدمت به مشتری و ایجاد شرایط مناسب تر، نقش اساسی پیدا کرده است، اما حذف نیروی انسانی در ارتباطات کاری بخاطر همان یک لبخند، امکان پذیر نیست.

یک لبخند می تواند، به عشق بیانجامد، اثرگذاری یک سلام، راه را برای آینده و حفظ مشتری، بهتر هموار می کند.

باید باور کنیم که نگهبان در ورودی یک سازمان، نقش مدیر روابط عمومی

آن سازمان را بازی می کند، او باید در جایگاه یک مدیرعامل عالی رتبه پاسخگو باشد. نحوه پاسخگویی نگهبان به یک مشتری می تواند آنچنان اثرگذار باشد که برای سالیان طولانی از ذهن مشتری فراموش نشود.

روابط عمومی در سیستم های بدن یک سازمان نقش رگ های عصبی را بازی می کند، در برابر هر ضربه ای حتی کوچک ترین آنها باید واکنش نشان دهد. سیستم های عصبی مربوط به یک نقطه خاص از بدن نیست. سیستم عصبی مربوط به یک اداره و یا یک فرد و یک دایره نیست.

هر بخش از سازمان، روابط عمومی سازمان است. و روابط عمومی یعنی مدیرعامل، یعنی همه کارکنان ستادی و عملیاتی، یعنی نگهبان در ورودی، یعنی منشی و مسئولین همه دفاتر مدیران و هیات مدیره، یعنی اپراتور و تلفنچی سازمان، اگر یک اپراتور در تلفنخانه سازمان یا یک بانک بزرگ، پاسخگویی مناسبی نباشد، تمام برنامه ها و تلاش های مدیران راه حتی در سطوح ارشدیت سازمان به زیر سوال برده و هدر می دهد.

نحوه پاسخگویی تلفنچی و منشی، یعنی ارتباط اولیه یک مشتری بانک که اگر به خوبی با مخاطب برقرار نشود. مشتری مداری تحقق نیافته و نمی توان به اهداف سازمان نایل آمد.

انتخاب نیروهای صف همیشه کار مشکل و حساسی است که متاسفانه گاهی ساده انگاشته شده است، انتخاب نگهبان، تحویلدار، نامرسان، مسوولان دفاتر کار ساده ای نیست. انتخاب مسوولان دفاتر مدیران در همه جای دنیا از جایگاه ویژه برخوردار هستند، می بایست در انتخاب آنها حساسیتی خاص به خرج داد. داشتن دانش عمومی و یا تخصصی در زمینه های مختلف و توانایی استفاده از تکنولوژی های مختلف مانند کامپیوتر، تلفن، سیستم اداری و بایگانی برای مسوولان دفاتر، پنجاه درصد شرایط انتخاب تلقی می شود و پنجاه درصد دیگر فقط به بحث های علوم ارتباطات مانند خوشرویی، پاسخگویی، رازداری و ... مربوط می شود. آیا با چنین تفکری ما مسوولان دفاتر، نگهبانان، تلفنچی و دیگر همکاران خود را انتخاب می کنیم؟

گفتم روابط عمومی یعنی مدیرعامل، یعنی هیات مدیره بانک، یعنی مدیران و روسای ادارات مختلف، یعنی صندوقدار و تحویلدار کارمند شعب، زیرا وقتی که یک شهروند وارد یک شعبه می شود رئیس شعبه را نمی شناسد، نام مدیرعامل و هیات مدیره را نمی داند، اما تحویلدار و متصدیان امور باجه را می شناسد، آنچه تحویلدار متصدی باجه در برخورد با این شهروند عزیز انجام می دهد معنی روابط عمومی دارد.

سلام یک کارمند باجه به مشتری معنی روابط عمومی دارد و برخورد مناسب و احترام به مشتری و قدرشناسی از وی معنی کامل روابط عمومی است و همه کارکنانی که خودشان را روابط عمومی سازمان بدانند، همان کسانی هستند که وقتی صبح از خانه بیرون آمده اند، در سر چهارراه چه کنم گرفتار نیستند و می دانند که از کجا آمده اند و به کجا خواهند رفت.



بانکداری نامرئی؛ آینده‌ای که همین حالا آرام و بی‌صدا، آغاز شده است

درمی‌یابیم چقدر همه چیز تغییر کرده است. امروز دقیقاً در آستانه همان نقطه ایستاده‌ایم؛ جایی که بانکداری نه تنها شکل تازه‌ای پیدا کرده، بلکه ماهیت حضورش در زندگی ما در حال دگرگون شدن است. مسیر تازه‌ای که مفهوم «بانکداری نامرئی» را به تدریج از یک ایده آینده‌نگرانه به یک واقعیت جاری تبدیل کرده است.

بانکداری نامرئی چیست و چرا ماهیتش متفاوت از هر دوره قبلی است؟

اگر بانکداری اینترنتی و سپس بانکداری موبایلی را مرحله‌هایی بدانیم که فناوری صرفاً ابزار ارائه خدمات شد، بانکداری نامرئی مرحله‌ای فراتر از این‌هاست؛ مرحله‌ای که در آن خدمات بانکی نه فقط از فضای شعبه خارج می‌شوند و نه فقط وارد موبایل مشتری، بلکه در دل تجربه روزمره او حل می‌شوند؛ به شکلی که عملیات مالی بدون آنکه حتی احساس شود، و دقیقاً در لحظه و موقعیتی که لازم است، رخ دهد.

در این رویکرد تازه:

۱. عملیات بانکی بدون درخواست صریح مشتری و بر اساس تحلیل هوشمند رفتار او انجام می‌شود. سیستم‌ها خود تشخیص می‌دهند چه زمانی نیاز به جابه‌جایی وجه، تمدید خدمت، یا جایگزینی یک ابزار پرداخت وجود دارد.
۲. سرویس‌های مالی قبل از آن‌که مشتری متوجه نیازش شود، به صورت



رضا رحمانی
رئیس‌اداره روابط عمومی

آینده از جایی شروع می‌شود که کمتر به آن نگاه می‌کنیم.

حدود یک دهه پیش، اگر کسی با اعتمادبه‌نفس می‌گفت روزی فرامی‌رسد که مشتریان بتوانند بدون قدم گذاشتن به داخل شعبه، بدون تماس تلفنی با کارشناس و حتی بدون باز کردن اپلیکیشن بانکی، تقریباً تمام نیازهای مالی‌شان را در همان لحظه‌ای که به آن نیاز پیدا می‌کنند رفع کنند، بسیاری از ما احتمالاً این حرف را بیشتر شبیه یک تخیل جسورانه یا چشم‌اندازی دور از دسترس می‌دانستیم تا واقعیتی قابل تحقق.

با این حال، دنیای فناوری ثابت کرده است که بزرگ‌ترین تغییرات نه با شعارهای پرطمطراق، بلکه با حرکت‌هایی آرام، پیوسته و در ظاهر کوچک آغاز می‌شوند؛ حرکت‌هایی که به دلیل سکوت و ظرافتش، آن‌قدر در تاروپود زندگی ما تنیده می‌شوند که تنها وقتی به عقب برمی‌گردیم،

دقیق و شخصی سازی شده پیشنهاد می شوند. مثل ارائه اعتبار کوتاه مدت در روزهای پایانی ماه یا پیشنهاد پس انداز هوشمند بر اساس الگوی مخارج.

۳. احراز هویت و امنیت در پشت صحنه جریان دارد، بدون آن که کاربر لحظه ای درگیر وارد کردن رمز و کد شود. فناوری تشخیص چهره، بیومتریک رفتاری و الگوهای حرکتی جایگزین روش های سخت و سنتی می شوند.

۴. عملیات مالی در همان جایی رخ می دهد که تصمیم گیری انجام می شود، نه در بستری جداگانه. یعنی بانک جایی فراتر از اپلیکیشن حضور دارد؛ در خرید، در معاملات روزمره، در شبکه های پرداخت و حتی در توصیه های مالی لحظه ای.

به بیان ساده:

بانکداری نامرئی یعنی بانکی که کمتر دیده می شود، اما بیشتر از همیشه حضور دارد.

چرا جهان به سوی این مدل جدید حرکت می کند؟

تغییر رفتار مشتریان و توقع از سرعتی بی وقفه نسل امروز که تجربه کار با اپلیکیشن های فوق سریع و سرویس های یک لیمسی را دارد، دیگر پیچیدگی را نمی پذیرد.

برای این نسل، سرعت نه ویژگی؛ بلکه بدیهی ترین انتظار است. فناوری هایی که توانسته اند رفتار مالی را بهتر از انسان تحلیل کنند. وجود کلان داده، الگوریتم های هوش مصنوعی و سیستم های یادگیری ماشینی این امکان را فراهم کرده که نیازهای مالی کاربران با دقتی بسیار بالا پیش بینی شود.

پیشرفت امنیت بی اصطکاک

دورانی که رمز عبور مانع از دسترسی می شد تمام شده است؛ امنیت امروز دقیق، لایه لایه و پنهان است و همین پنهان بودن، قدرت آن را چند برابر کرده است. رقابتی که دیگر فقط بین بانک ها نیست.

بانک ها امروز با تجربه ای رقابت می کنند که مشتری از ساده ترین سرویس دیجیتال دریافت می کند.

برنده آینده، بانکی است که تجربه را به ساده ترین شکل ممکن ارائه دهد.

نمونه های واقعی و ملموسی که همین حالا در زندگی مردم دیده می شود.

پرداخت های خودکار و بدون لمس

عبور از گیت مترو، پارکینگ یا فروشگاه بدون توقف؛ پرداخت انجام شده، آن هم بدون این که مشتری حتی کیفش را باز کند.

ارائه آئی و ام و اعتبار بر اساس تحلیل هوشمند رفتار مالی

به جای تکمیل فرم های طولانی، سیستم تشخیص می دهد کاربر در چه شرایطی به یک اعتبار کوتاه مدت نیاز دارد و آن را همان لحظه ارائه می دهد.

مدیریت خودکار قبوض، اشتراک ها و هزینه های ماهانه

سیستمی که زمان دقیق شارژها، هزینه های دوره ای و حتی موارد غیرعادی را رصد و مدیریت می کند.

احراز هویت نامرئی و بی اصطکاک

کاربر صرفاً گوشی را در دست می گیرد و سیستم تشخیص می دهد که این الگوی حرکت، فشار انگشت یا نحوه تعامل با صفحه، متعلق به

صاحب واقعی حساب است.

مشاوره مالی ای که پیش از وقوع مشکل هشدار می دهد.

الگوریتم ها مخارج غیرعادی را شناسایی می کنند و پیش از آنکه کاربر دچار مشکل شود، به او هشدار می دهند.

زندگی مردم در عصر بانکداری نامرئی چگونه تغییر می کند؟

زمان مردم آزادتر می شود.

کارهای بانکی که زمانی نیازمند برنامه ریزی و صرف وقت بودند، اکنون در جریان زندگی انجام می شوند.

فشار روانی مالی کاهش می یابد.

داشتن همراهی که قبل از شما نیاز را تشخیص دهد و راه حل بدهد، مدل جدیدی از آرامش را وارد زندگی می کند.

تصمیم های مالی بهتر و دقیق تر می شود.

حتی بدون دانش مالی، مشتری می تواند انتخاب هایی درست تر داشته باشد، چون سیستم تحلیل را به صورت نامرئی انجام می دهد.

دسترسی مالی گسترده تر و عادلانه تر می شود.

الگوریتم های جدید بدون تعصب های انسانی، به بخش های بیشتری از جامعه فرصت می دهند.

نقش جدید بانک ها: از ارائه خدمت به همراهی با زندگی

ساده سازی بنیاد تجربه مشتری

کاربران دیگر نه فقط سرعت، بلکه آرامش و سادگی می خواهند.

بانکی که مراحل اضافی را حذف کند، به طور طبیعی در ذهن مشتری اولویت پیدا می کند.

ترکیب امنیت عمیق با تجربه روان

چالش اصلی بانک های امروز این است که «امنیت سنگین» را با «تجربه سبک» جمع کنند و بانکداری نامرئی راه حل این چالش است.

روابط عمومی ای که از اطلاع رسانی فراتر می رود.

روابط عمومی مدرن، دیگر صرفاً نقش اعلام خبر ندارد؛ بلکه وظیفه اصلی آن ساختن روایت آینده، ایجاد اعتماد و همراه ساختن مشتری با معنای تازه ای از بانک است.

بانکداری نامرئی در نهایت همچنان «بانکداری انسانی» است.

با وجود تمام این فناوری ها، این نکته بسیار مهم است که بانکداری نامرئی قرار نیست ارتباط انسانی بین بانک و مشتری را حذف کند.

این مدل صرفاً تلاش می کند لحظه هایی که نیاز به سرعت و سادگی دارند، با تکنولوژی انجام شوند و لحظه هایی که نیاز به آرامش، مشاوره یا رسیدگی انسانی دارند، با کیفیتی بالاتر و عمیق تر ارائه شوند.

به عبارتی دیگر:

تکنولوژی در لحظه های ساده، انسان در لحظه های حساس.

نتیجه گیری: آینده از همین امروز آغاز شده، حتی اگر آن را نبینیم.

ما اکنون در دوره ای زندگی می کنیم که بانکداری نه تنها دیجیتال شده، بلکه در آستانه نامرئی شدن است. مرحله ای که در آن بانک کمتر دیده می شود؛ ولی بیشتر به کار می آید. مرحله ای که در آن سرویس های مالی

نه مزاحم زندگی، بلکه هم مسیر و همراه آن هستند.

آینده به بانک هایی تعلق دارد که زودتر بفهمند «سادگی» عمیق ترین شکل نوآوری است و بانک هایی که زودتر وارد مسیر بانکداری نامرئی

شوند، در ذهن و زندگی مردم همواره به عنوان همراهانی قابل اعتماد باقی خواهند ماند.



Brand Activation در صنعت تلکام و مخابرات:

استراتژی‌ها و تجربه‌های نوآورانه

مقدمه

صنعت تلکام و مخابرات، به دلیل رقابت شدید و فناوری‌های نو ظهور، نیازمند استراتژی‌های نوآورانه برای متمایز شدن برندها است. فعال‌سازی برند، فرایندی است که با تمرکز بر تجربه مشتری و تعامل مستقیم با مخاطب به ایجاد رابطه عاطفی و شناخت برند کمک می‌کند.

اهمیت Brand Activation در تلکام

در صنعت تلکام، جایی که رقابت شدید و تغییرات فناوری مداوم هستند، Brand Activation دیگر صرفاً یک ابزار تبلیغاتی نیست، بلکه یک ضرورت استراتژیک برای ایجاد تمایز و حفظ سهم بازار محسوب می‌شود. افزایش آگاهی برند از طریق تجربه‌های مستقیم و تعامل‌های حضوری یا دیجیتال، به برند امکان می‌دهد تا ارزش خود را به شکلی ملموس و تجربه‌پذیر به مشتریان منتقل کند، فراتر از آنچه تبلیغات سنتی یا دیجیتال به تنهایی قادر به انجام آن هستند. علاوه بر این، فعال‌سازی برند با ارائه تجربه‌های شخصی‌سازی شده و مثبت، رابطه عاطفی و وفاداری مشتریان را تقویت می‌کند؛ این ارتباط عمیق باعث افزایش نرخ نگهداشت مشتری و کاهش ریزش در بازار رقابتی تلکام می‌شود. هم‌زمان، از طریق ایجاد فرصت‌های تعامل عملی با محصول یا سرویس، فعال‌سازی برند



| آیدا بروسان، مدیر بازاریابی سامانتل |

چکیده

در دنیای رقابتی امروز، Brand Activation به یکی از ابزارهای حیاتی برای شرکت‌های تلکام و مخابرات تبدیل شده است. این فرایند، فراتر از تبلیغات سنتی، با هدف ایجاد تعامل مستقیم با مشتریان، افزایش وفاداری و تقویت تجربه کاربری طراحی می‌شود. مقاله حاضر به بررسی استراتژی‌ها، تکنیک‌ها و نمونه‌های موفق فعال‌سازی برند در صنعت مخابرات پرداخته و چارچوبی عملی برای پیاده‌سازی ارائه می‌دهد.

نقش کلیدی در تبدیل مشتریان بالقوه به واقعی ایفا می‌کند؛ زمانی که کاربران بتوانند خدمات اینترنت پرسرعت، اپلیکیشن‌های مبتنی بر شبکه نسل جدید یا سرویس‌های ارزش افزوده را در محیط واقعی تجربه کنند، احتمال خرید و استفاده مداوم از خدمات برند به شکل قابل توجهی افزایش می‌یابد؛ بنابراین، فعال‌سازی برند نه تنها ابزار ارتباط با مشتری، بلکه یک موتور رشد تجاری و استراتژیک برای برندهای تلکام است.

استراتژی‌های فعال‌سازی برند در حوزه مخابرات: روایت موفقیت Vodafone در فضای رقابتی صنعت تلکام، Brand Activation فراتر از تبلیغات سنتی است و به یک ابزار استراتژیک برای ایجاد تعامل مستقیم با مشتری و مزیت رقابتی پایدار تبدیل شده است. نمونه بارز این موفقیت، تجربه Vodafone است که توانسته با کمپین‌های خلاقانه و فناوری محور، هم آگاهی برند را افزایش دهد و هم وفاداری مشتریان خود را تقویت کند.

رویدادهای تعاملی و تجربه محور (Experiential Events)

اکثر اپراتورها با برگزاری رویدادهای تجربه شبکه 5G و فناوری‌های نوین در شهرهای بزرگ اروپا، امکان تست سرعت اینترنت، تجربه خدمات دیجیتال مبتنی بر واقعیت افزوده و مجازی (AR/VR) و آشنایی با کاربردهای اینترنت اشیا را برای مشتریان فراهم کرد. این تجربه‌های تعاملی نه تنها جذابیت برند را افزایش دادند، بلکه داده‌های ارزشمندی برای تحلیل رفتار مشتری و بهبود کمپین‌ها جمع‌آوری کردند.

کمپین‌های دیجیتال ترکیبی

(Omni-channel Digital Campaigns)

بسیاری از اپراتورهای موفق تلکام در سراسر جهان از استراتژی Omni-channel برای ایجاد تجربه‌های یکپارچه و مستمر برای مشتریان استفاده می‌کنند. در این رویکرد، تعامل با برند صرفاً به یک کانال محدود نمی‌شود و ترکیبی از رسانه‌های اجتماعی، اپلیکیشن موبایل، تبلیغات محیطی و سایر نقاط تماس با مشتری به کار گرفته می‌شود تا کاربران در مسیر تعامل مداوم با برند قرار گیرند. این استراتژی باعث می‌شود نرخ مشارکت و تعامل کاربران افزایش یافته و تجربه اولیه آن‌ها به فرصت تبدیل مشتری بالقوه به واقعی و وفادار تبدیل شود. به‌عنوان مثال، اپراتوری مانند Vodafone با اجرای کمپین‌های دیجیتال و محیطی هم‌زمان، کاربران را تشویق کرد تا از اپلیکیشن موبایل برای فعال‌سازی سرویس، شبکه اجتماعی برای دریافت محتوای ویژه و تبلیغات محیطی برای آشنایی با مزایای جدید شبکه استفاده کنند. نتیجه این تجربه یکپارچه، افزایش تعامل و وفاداری مشتری و ارتقای جایگاه برند در بازار بود. مشابه این رویکرد را اپراتورهای دیگری مثل Telekom و AT&T، Orange نیز به کار گرفته‌اند و نشان داده‌اند که هماهنگی بین کانال‌ها و ارائه تجربه یکپارچه، کلید موفقیت در فعال‌سازی برند و حفظ مشتریان است.

نمونه‌گیری و دموهای عملی (Product Sampling & Demos)

Vodafone با اتخاذ رویکردی تجربه‌محور در معرفی محصولات و خدمات خود، مفهوم فعال‌سازی برند را به شکل عملی و ملموس برای مشتریان بازتعریف کرد. این اپراتور با ارائه سیم‌کارت‌های آزمایشی، دسترسی رایگان به اینترنت پرسرعت و امکان استفاده کوتاه‌مدت از سرویس‌های دیجیتال اختصاصی، به کاربران این فرصت را داد تا پیش از خرید نهایی، عملکرد واقعی شبکه و کیفیت خدمات را تجربه کنند. چنین اقداماتی باعث شد ادراک مشتری از برند از سطح تبلیغات به سطح تجربه واقعی و اعتماد آفرین منتقل شود؛ امری که در صنعت مخابرات با شدت رقابت بالا، به‌عنوان یک مزیت کلیدی شناخته می‌شود. برای مثال، در کمپین معرفی شبکه 5G در بریتانیا و آلمان، این اپراتور

ایستگاه‌هایی در مناطق پرتردد شهری ایجاد کرد که در آن مشتریان می‌توانستند به‌صورت رایگان به این شبکه متصل شوند، سرعت واقعی دانلود و آپلود را مقایسه کنند و در کنار آن از طریق هدست‌های واقعیت مجازی (VR) تجربه تماشای ویدئوهای 360 درجه یا بازی‌های آنلاین با تأخیر صفر را امتحان کنند. این تجربه نه تنها مزیت فنی شبکه را به شکلی عینی نشان می‌داد، بلکه باعث شکل‌گیری درک عاطفی از نوآوری و اعتماد به برند Vodafone شد.

همچنین در اسپانیا، با همکاری پلتفرم‌های محتوایی و OTT مانند HBO Max و Spotify کمپین‌هایی طراحی کرد که طی آن کاربران جدید می‌توانستند با فعال‌سازی سیم‌کارت‌ها از دسترسی رایگان چندماهه به این سرویس‌ها بهره‌مند شوند. این مدل از دمو خدمات دیجیتال، علاوه بر ایجاد تجربه مستقیم، به افزایش ارزش ادراک‌شده برند و رشد نرخ نگهداشت مشتری منجر شد.

از منظر بازاریابی داده‌محور، با تحلیل رفتار کاربران آزمایشی، الگوهای مصرف و شاخص‌های رضایت مشتری را بررسی کرد و از آن داده‌ها برای بهینه‌سازی مسیر تبدیل مشتری بالقوه به واقعی استفاده نمود. در نتیجه، این اپراتور توانست نرخ تبدیل را در بخش‌های خاص بازار تا بیش از 25 درصد افزایش دهد که نشان از تأثیر مستقیم تجربه عملی خدمات بر تصمیم‌گیری کاربران دارد. در مجموع، استراتژی تجربه‌محور Vodafone ثابت کرد که در بازار پیچیده و اشباع‌شده تلکام، اعتمادسازی از طریق تجربه واقعی مشتری، مؤثرترین شکل فعال‌سازی برند است؛ رویکردی که نه با پیام تبلیغاتی، بلکه با عملکرد و کیفیت شبکه در ذهن مشتری تثبیت می‌شود.

برندسازی احساسی (Emotional Branding)

در صنعت تلکام که محصولات و خدمات به‌شدت قابل جایگزین هستند و رقابت عمدتاً بر محور قیمت و کیفیت فنی شکل می‌گیرد، ایجاد تمایز عاطفی یکی از مؤثرترین ابزارهای استراتژیک برای ساخت ارزش پایدار برند است. درک این واقعیت، از برندسازی احساسی به‌عنوان مکملی برای استراتژی‌های عملکردمحور خود بهره‌گرفت و توانست تجربه برند را از سطح خدمات ارتباطی به سطح ارتباط انسانی و معنا محور ارتقا دهد.

در این چارچوب، Vodafone مفهوم برند خود را حول محور Human Connection بازتعریف کرد و با شعارهایی مانند "Together We Can" یا "The Future is Exciting. Ready?" به‌جای تمرکز صرف بر ویژگی‌های فنی شبکه، بر احساس تعلق، اعتماد و قدرت جمعی کاربران تأکید نمود. این رویکرد موجب شد تا برند نه به‌عنوان یک اپراتور، بلکه به‌عنوان یک تسهیل‌گر روابط انسانی و توانمندساز تجربه‌های زندگی دیجیتال درک شود.

در کنار این Vodafone با استفاده از فناوری‌های AI-driven Sentiment Analysis و Social Listening Tools، احساسات کاربران را در شبکه‌های اجتماعی پایش کرد و پیام‌های احساسی کمپین‌ها را بر اساس الگوهای زبانی، منطقه‌ای و فرهنگی شخصی‌سازی نمود. این نوع Adaptive Emotional Targeting موجب شد که ارتباط برند با مخاطبان در سطوح مختلف بازار، از اروپا تا آفریقا و آسیا، هم‌زمان یکپارچه و بومی‌سازی شده باقی بماند. در نهایت، رویکرد Emotional Branding در Vodafone نشان داد که احساس، قدرتمندترین متغیر در تصمیم‌گیری مشتریان تلکام است. زمانی که کاربران حس کنند برند فراتر از فروش خدمات ارتباطی عمل می‌کند و در واقع بخشی از هویت دیجیتال آن‌هاست، وفاداری به برند از سطح عملکردی به سطح ارزشی و هویتی ارتقا می‌یابد.

این دقیقاً همان نقطه‌ای است که برند از Share of Market به Share of Heart می‌رسد جایگاهی که Vodafone با موفقیت در آن تثبیت شده است.



Real-Time Monitoring

Control Environments & Risk Management



World Map Transaction Monitoring



Analytical Layer



Alert and Action Layer

Analytical Layer



سیستم‌های کنترلی؛ چشم بینای بانکداری نسل چهارم

شکل می‌گیرند. برخلاف نسل‌های پیشین که کنترل‌ها معمولاً پس از طراحی فرایند و به صورت دستی یا نیمه‌سیستمی اضافه می‌شدند، در نسل جدید، کنترل‌ها باید از ابتدا به‌عنوان بخشی از هسته عملیات در نظر گرفته شوند.

سیستم‌های کنترلی بر چند ویژگی محوری استوارند. نخست، اینکه مبتنی بر داده بوده و مبتنی بر مشاهده انسانی یا قضاوت فردی نیستند، این کنترل‌ها رفتار مشتری، جریان تراکنش‌ها، جغرافیا، الگوهای زمانی و ده‌ها شاخص دیگر را در زمان واقعی تحلیل می‌کنند. دوم، این کنترل‌ها لحظه‌ای و مداوم بوده و به‌صورت دوره‌ای و مقطعی نمی‌باشند. در محیطی که تراکنش‌ها در چند میلی‌ثانیه انجام می‌شوند، نظارت دوره‌ای عملاً کارکرد خود را از دست می‌دهد و تنها کنترل‌های لحظه‌ای می‌توانند مانع وقوع خطا یا تقلب شوند.

ویژگی دیگر، یکپارچگی و تمرکز سیستم‌های کنترلی است. بانکداری نسل چهارم بر مبنای معماری باز و تعامل گسترده با API‌ها، فین‌تک‌ها و سامانه‌های بیرونی عمل می‌کند، اما این گستردگی نباید به پراکندگی سیستم‌های کنترلی منجر شود. کنترل‌ها می‌بایست به‌جای آنکه در سامانه‌های جداگانه و ناهماهنگ پیاده‌سازی شوند تا حد ممکن در یک بستر متمرکز و تحت مالکیت یک واحد مشخص طراحی و مدیریت شوند، به‌گونه‌ای که خروجی آن برای واحدهای سازمان، حسب نیاز آن واحد اختصاصی شود به‌عبارت دیگر کنترل‌ها باید از نظر طراحی، منطقی،



رؤیا سطوتی

بانکداری نسل چهارم تنها به هوشمندسازی خدمات محدود نمی‌شود؛ بلکه نوعی باز تعریف معماری عملیات، ریسک و نظارت بانکی است. در این نسل، مفهوم «سیستم کنترلی» دیگر به معنای ابزار نیست، بلکه بخشی ذاتی و درهم‌تنیده از بستر عملیاتی بانک است. کنترل‌ها در این فضا به‌صورت دستی و جدا از عملیات نیست، بلکه در قالب سیستمی از گزارش‌ها، جریان‌های داده و مدل‌های هوشمند عمل می‌کنند. برای درک ضرورت استقرار کنترل‌های سیستمی در لایه دوم نظارت (کنترل داخلی)، ابتدا باید ماهیت این سیستم‌های کنترلی در بانکداری نسل چهارم را شناخت و سپس دلیل ضرورت آن را در ساختار کنترلی بانک توضیح داد.

ماهیت سیستم‌های کنترلی در بانکداری نسل چهارم

در بانکداری نسل چهارم، کنترل‌ها ماهیتی «درون‌ساخت» پیدا می‌کنند، یعنی به‌عنوان بخشی از طراحی و معماری سامانه‌ها، فرایندها و داده‌ها

مالکیت و پایش، متمرکز باشند؛ ولی از نظر اجرا سراسری و قابل استفاده توسط تمامی واحدها باشند.

در نهایت، ماهیت سیستم‌های کنترلی در نسل چهارم اقتضا می‌کند که این سیستم‌ها دارای قابلیت ممیزی، ثبت رخدادها، و ساختاردهی مجدد سریع باشند. چون محیط بانکداری نوین دائماً تغییر می‌کند، کنترل‌ها نیز باید قابل اصلاح، توسعه و ارزیابی مستمر باشند.

پیوند ماهیت سیستم‌های کنترلی نسل چهارم با کنترل‌های داخلی

کنترل داخلی، مسئول ایجاد اطمینان نسبت به رعایت قوانین، کیفیت فرایندها و اجرای صحیح عملیات است. اما اگر کنترل‌ها ماهیتی سیستمی، داده‌محور و هوشمند پیدا کرده‌اند، طبیعی است که کنترل داخلی نیز باید خود را با همین ماهیت جدید منطبق کند. کنترل داخلی نمی‌تواند با ابزارهای نسل گذشته مأموریت نسل جدید را انجام دهد.

در واقع کنترل‌های داخلی باید از نظارتی که بر پایه گزارش و ممیزی‌های پسینی است به نظارتی مبتنی بر داده، سیستم و تحلیل پیشگیرانه تبدیل شود. هنگامی که فرایندهای اعتباری، ارزی، پرداخت، حسابداری، کارت و بانکداری باز به‌صورت لحظه‌ای و خودکار انجام می‌شوند، کنترل داخلی دیگر نمی‌تواند تنها با اتکا به کنترل‌های دستی یا کنترل‌های جریان کار، بر کفایت عملیات نظارت کند. کنترل داخلی باید به‌جای تکیه بر خروجی عملیات، بخشی از «سازوکار تولید کنترل» باشد.

این موضوع به‌ویژه در حوزه‌هایی مانند مبارزه با پول‌شویی، تطبیق، اعتبارسنجی مدل‌ها، کنترل کیفیت داده و نظارت بر API‌ها اهمیت اساسی دارد. از آنجاکه بخش عمده ریسک در این حوزه‌ها از دل سامانه‌ها، داده‌ها و فرایندهای دیجیتال ایجاد می‌شود، ماهیت نظارت نیز باید دیجیتال و سیستمی باشد.

کنترل‌های سیستمی ذاتاً وابسته به معماری فناوری، کیفیت داده و منطق‌های پیچیده بیزینس بانک هستند و بدون وجود یک واحد تخصصی، به‌درستی طراحی و پایش نشده و گزارش‌های آن منسجم نخواهند بود.

این واحد کمک می‌کند که کنترل‌های داخلی از یک نظارت صرفاً مستندساز و ممیزی‌محور، به یک نظارت هوشمند، پویا و فعال تبدیل شود. در نبود چنین واحدی، کنترل‌های سیستمی در سامانه‌های مختلف به شکل پراکنده و غیرهماهنگ ایجاد می‌شوند، مالکیت مشخصی ندارند، استاندارد واحدی بر آن‌ها اعمال نمی‌شود و مسئولیتی برای پایش و ارتقای مستمر آن‌ها تعریف نمی‌شود.

از منظر عملیاتی، واحد کنترل‌های سیستمی کمک می‌کند که ریسک‌ها قبل از وقوع شناسایی شوند. ابزارهای این واحد شامل «گزارش‌های کنترلی، داشبوردهای لحظه‌ای، موتورهای تحلیل داده و مدل‌های کشف الگو» امکان می‌دهند که کنترل داخلی نه یک ناظر منفعل، بلکه یک بازیگر فعال در کنار عملیات بانکی باشد.

در پایان اضافه می‌گردد، کنترل‌های سیستمی در بانکداری نسل چهارم بانکداری ابزارهایی در حاشیه عملیات نیستند، بلکه بخشی از معماری اصلی بانک هستند. این کنترل‌ها داده‌محور، لحظه‌ای، هوشمند، یکپارچه و قابل ممیزی‌اند. چنین ماهیتی الزام می‌کند که ساختار کنترل داخلی نیز روز شده و توان نظارت دیجیتال پیدا کند. کنترل‌های سیستمی پاسخی ضروری به این تحول است؛ پاسخی که لایه دوم را از یک نظارت سنتی به یک نظارت زنده، پیشگیرانه و دیجیتال تبدیل می‌کند و مسیر بانک را برای حرکت در فضای رقابتی بانکداری نسل چهارم هموار می‌سازد.



BRAND AWARENESS

یادآوری برند

| مهدی رنجبران، کارشناس عملیات شعبه همدان |

(تلویزیون، بیلبرد، پیامک و دیجیتال) کاربرد دارد. ویژگی‌های کلیدی تبلیغات مبتنی بر یادآوری برند (Brand Recall)

۱ - تکرار (Repetition)

تکرار پیام تبلیغاتی باعث تثبیت نام برند در حافظه بلندمدت می‌شود. مطابق نظریه "Memory Strengthening" در روان‌شناسی شناختی، تکرار باعث تقویت ارتباطات عصبی و این امر موجب سهولت یادآوری می‌شود.

۲ - سازگاری پیام و هویت برند (Consistency)

برای ایجاد یادآوری قوی، برند باید:

- یک لحن ثابت
- یک هویت بصری مشترک
- یک پیام محوری واضح داشته باشد.

۳ - نشانه‌های متمایزکننده (Distinctive Brand Assets)

این نشانه‌ها باعث می‌شوند برند حتی بدون ذکر نام نیز قابل تشخیص باشد. مثل:

- رنگ کوکاکولا
- لوگوی نایکی
- صدای نتفلیکس
- بوی مخصوص استارباکس

در تبلیغات مبتنی بر یادآوری برند، هدف اصلی این است که برند در ذهن مشتری باقی بماند و در زمان نیاز به محصول یا خدمات، نام برند اولین گزینه باشد. این رویکرد بر تقویت حافظه بلندمدت مشتری تمرکز دارد و از طریق تکرار پیام‌های ثابت، تصاویر مرتبط و داستان‌سرایی‌های متمایز کار می‌کند. برند در این نوع تبلیغ به طور خودکار به ذهن مخاطب خطور می‌کند. این فرایند زمانی اثربخشی دارد که تبلیغ علاوه بر یادآوری شناختی، درگیری ذهنی و عاطفی (emotional engagement) ایجاد کند و مصرف‌کننده را نه تنها به یادآوری بلکه به تجربه احساسی مثبت نسبت به برند سوق می‌دهد.

نکات کلیدی

- تکرار پیام‌های ثابت و برندسازی مداوم.
- استفاده از تصاویر و شعارهای منسجم.
- تمرکز بر ارتباط عاطفی و داستان‌سرایی جذاب.
- ارزیابی و اندازه‌گیری نرخ یادآوری و درگیری مشتریان برای اصلاح استراتژی.
- در مجموع، تبلیغات بر اساس یادآوری برند به روشی اثبات‌شده در توسعه شناخت و اعتماد مشتریان کمک می‌کند و در بسترهای مختلف

- بهره‌گیری از داستان‌سرایی و سناریوهای احساسی برای ایجاد رابطه عاطفی.
- استفاده از تبلیغات چندکاناله شامل تلویزیون، دیجیتال، بیرونی و شبکه‌های اجتماعی برای افزایش تماس ذهنی مشتری.
- به‌کارگیری چهره‌ها و شخصیت‌های شناخته‌شده برای افزایش اعتبار و یادآوری نمونه‌های برجسته و تأثیرات عملی
- بانک Capital One کمپین «What's in Your Wallet؟» که با ترکیب طنز، شخصیت‌های مشهور و پیام شفاف، به یکی از ماندگارترین شعارهای تبلیغاتی در عرصه مالی بدل شد. این کمپین نه تنها برند را در ذهن مشتریان حک کرد؛ بلکه منجر به افزایش قابل توجه جذب مشتری و فروش محصولات شد.
- بانک Wells Fargo که پس از بحران اعتماد، با کمپینی شفاف و مسئولانه تحت عنوان «Building Better Every Day» تلاش کرد اعتماد مشتریان را بازسازی کند و یادآوری برند را بهبود دهد.
- TD Bank با کمپین «Bank Human Again» که بر احساس انسانیت و ارتباط نزدیک با مشتری تمرکز داشت، توانست درگیری عاطفی بالایی ایجاد کرده و مشتریان جدید جذب کند.

نمونه‌های موفق تبلیغات بانکی در ایران

۱. کمپین «آهنگ اعتبار در ایران جاری است» - بانک ملت
- بانک ملت از این شعار در یک کمپین تبلیغاتی بزرگ استفاده کرده است
- در طراحی آگهی محیطی، از المانی بصری استفاده شده که «دسته چک» را به ادوات موسیقی شبیه می‌کند. این ترکیب تصویری و شعار موسیقایی باعث می‌شود پیام به‌صورت خاطره‌ساز در ذهن مخاطب بماند
- این شعار دوپهلوی است: «جاری» هم معنای جریان یافتن دارد و هم به معنای «حساب جاری» بانکی، که باعث می‌شود مخاطب بعد از اولین مواجهه، ارتباط بین اعتبار بانک و محصول (حساب جاری الکترونیک) را در ذهن تثبیت کند.

- برخی مشاوران تبلیغاتی نقد کرده‌اند که مفهوم موسیقایی شاید برای برخی مخاطبان در اولین برخورد پیچیده باشد، اما از نظر برند، خلاقیت بالا بوده است که کمک به ماندگاری پیام کرده است.

چرا این کمپین مؤثر در یادآوری برند بوده؟

- استفاده از نشانه متمایزکننده: ترکیب چک + ابزار موسیقی
- شعار قوی و معنایی با لایه دوگانه (اعتبار + حساب جاری)
- تکرار در رسانه‌های مختلف (تلویزیون، محیطی، چاپ) کمک به تثبیت برند در ذهن

منابع:

Keller, K. L. (2013). Strategic Brand Management. Pearson
 Aaker, D. A. (1996). Building Strong Brands. Free Press.
 Sharp, B. (2010). How Brands Grow. Oxford University Press.
 (“Mental Availability”)
 • Heath, R. (2007). Emotional Engagement: How Emotional Responses Influence Recall. Journal of Advertising Research.
 Kahneman, D. (2011). Thinking, Fast and Slow
 Percy, L., & Rosenbaum-Elliott, R. (2016). Strategic Advertising Management.



۴- احساسات (Emotional Encoding)

احساسات نقش اساسی در قدرت یادآوری دارند. تبلیغاتی که احساسات قوی ایجاد می‌کنند، قدرت یادآوری بیشتری دارند.

۵- سادگی پیام

هرچه پیام ساده‌تر و واضح‌تر باشد، پردازش ذهنی سریع‌تر و یادآوری بهتر است.

۶- کاربرد محرک‌های قابل یادآوری (Memorable Cues)

مثال محرک‌ها:

- شعار (Just do it)
- موسیقی ثابت
- ماسکات مشهور مثل Michelin Man

تبلیغات مبتنی بر یادآوری برند در صنعت بانکداری جهان

نقش تبلیغات مبتنی بر یادآوری برند در صنعت بانکداری جهانی نقش مهم در ماندگاری برند در ذهن مشتریان و افزایش وفاداری آن‌ها دارد. در این حوزه، بانک‌های بزرگ و پیشرو جهان با استفاده از ترکیب پیام‌های تکراری، عناصر بصری قوی و برقراری ارتباط عاطفی موفق شده‌اند جایگاه محکم‌تری در بازار به دست آورند.

ویژگی‌های تبلیغات مبتنی بر یادآوری برند در بانکداری جهانی:

- پیام‌های مستمر و تکرارشونده با تأکید بر ارزش‌ها، مزایا و خدمات بانک.



ماتریس SWOT در بانکداری

تمرکز بیش از حد بر بخش خاصی از بازار: مثلاً وابستگی زیاد به درآمدهای حاصل از تسهیلات به یک صنعت خاص.
تجربه کاربری ضعیف: اپلیکیشن یا وبسایت پیچیده، کند و با طراحی نامناسب.
مشکلات نقدینگی: در مدیریت جریان نقدینگی که می‌تواند به بحران منجر شود.
ضعف در مدیریت ریسک: سیستم‌های ناکافی برای ارزیابی ریسک اعتباری، بازار و عملیاتی.

۳. فرصت‌ها (Opportunities) - عوامل بیرونی مثبت

روندها، تحولات و پدیده‌های خارج از بانک

رشد فین‌تک‌ها و امکان همکاری: امکان همکاری با استارت‌آپ‌های فین‌تک برای ارائه خدمات نوین مانند پرداخت آنلاین، وام فوری و غیره.
قوانین جدید بانکداری: (RegTech) مقرراتی که بانک‌ها را به سمت استفاده از فناوری برای نظارت بهتر سوق می‌دهند.
رشد اقتصادی و ظهور طبقه متوسط جدید: افزایش تقاضا برای خدمات مالی پیچیده‌تر مانند سرمایه‌گذاری و بیمه.
حرکت به سمت اقتصاد دیجیتال و بانکداری بدون شعبه: امکان جذب مشتریان جدید با هزینه‌های عملیاتی کمتر.
نیازهای خدماتی جدید: مانند توسعه بانکداری سبز و تأمین مالی پروژه‌های پایدار.
تحریم‌ها (به‌عنوان یک محرک برای نوآوری داخلی): اگرچه یک تهدید است، اما می‌تواند بانک‌ها را به سمت توسعه سیستم‌های پرداخت داخلی و مستقل سوق دهد.

۴. تهدیدها (Threats) - عوامل بیرونی منفی

عوامل خارجی که می‌توانند به موقعیت یا سودآوری بانک آسیب بزنند.
رقابت شدید از سوی فین‌تک‌ها و نئوبانک‌ها: شرکت‌های چابک و مشتری‌محور که خدمات تخصصی و ارزان‌تری ارائه می‌دهند.
تغییرات مقرراتی و نظارتی: افزایش الزامات قانونی که هزینه‌های انطباق را افزایش می‌دهد.
نوسانات اقتصادی (تورم، رکود، بی‌ثباتی نرخ ارز): افزایش ریسک اعتباری و کاهش توان بازپرداخت مشتریان.
حمله‌های سایبری و کلاهبرداری اینترنتی: تهدید دائمی برای امنیت مالی بانک و مشتریان.
تغییر ترجیحات و رفتار مشتریان: تمایل بیشتر نسل جوان به استفاده از خدمات غیر حضوری و دیجیتال.



فاطمه فراهانی | پژوهشگر بازرگانی و بانکداری بین‌المللی

ماتریس SWOT یکی از قدرتمندترین و کاربردی‌ترین ابزارهای برنامه‌ریزی استراتژیک در صنعت بانکداری محسوب می‌شود. در محیط پیچیده و رقابتی امروز، بانک‌ها برای بقا و رشد نیازمند درکی عمیق از وضعیت داخلی و خارجی خود هستند.

کاربرد ماتریس SWOT در بانکداری:

۱. نقاط قوت (Strengths) - عوامل درونی مثبت

مزایا و قابلیت‌های داخلی بانک
شبکه گسترده شعب: داشتن تعداد زیادی شعبه در سراسر کشور برای جذب مشتریان محلی و ارائه خدمات حضوری.
برند معتبر و قابل اعتماد: داشتن سابقه طولانی و اعتماد عمومی که برای جذب سپرده‌ها حیاتی است.
پایگاه مشتریان بزرگ و وفادار: دسترسی به حجم عظیمی از داده‌های مشتریان و امکان فروش (Cross-selling) خدمات.
فناوری اطلاعات و زیرساخت دیجیتال قوی: داشتن اپلیکیشن موبایل و سامانه اینترنت بانک کاربرپسند، امن و پرامکانات.
تنوع محصولات و خدمات: ارائه طیف کاملی از خدمات شامل تسهیلات مختلف، خدمات سرمایه‌گذاری، بیمه، کارت‌های اعتباری و غیره.
سرمایه انسانی متخصص: داشتن نیروی کار آموزش دیده، متعهد و با دانش مالی.

ساختار مالی سالم: داشتن نسبت‌های کفایت سرمایه (Capital Adequacy) قوی و دارایی‌های باکیفیت.

۲. نقاط ضعف (Weaknesses) - عوامل درونی منفی

کمبودها یا مشکلات داخلی بانک

ساختار سازمانی بوروکراتیک و کند: فرایندهای طولانی برای تصویب وام یا راه‌اندازی خدمات جدید.
فناوری‌های قدیمی: سیستم‌های کامپیوتری منسوخ که مانع از نوآوری و یکپارچگی با فناوری‌های جدید می‌شوند.

ورود بازیگران جدید از صنایع دیگر: مثلاً ورود اپراتورهای مخابراتی یا شرکت‌های بزرگ فناوری (مانند اپل یا گوگل) به عرصه خدمات مالی.

کاربرد عملی ماتریس SWOT در بانکداری: تدوین استراتژی

تحلیل SWOT تنها زمانی ارزشمند است که به تدوین استراتژی‌های عملی منجر شود. این استراتژی‌ها از تلفیق چهار بخش فوق به دست می‌آیند:

استراتژی‌های SO

مثال: یک بانک با برند قوی (S) می‌تواند از رشد اقتصاد دیجیتال (O) استفاده کند و یک "نئوبانک" یا برند دیجیتال مستقل راه‌اندازی کند تا مشتریان جوان را جذب کند.

۲. استراتژی‌های ST رقابتی:

مثال: یک بانک با شبکه گسترده شعب برای مقابله با تهدید فین‌تک‌ها، شعب خود را به مراکز ارائه مشاوره مالی تخصصی تبدیل کند، خدمتی که فین‌تک‌ها قادر به ارائه آن نیستند.

استراتژی‌های WO

مثال: بانکی با سیستم‌های قدیم برای بهره‌گیری از فرصت همکاری با فین‌تک‌ها، با یک فین‌تک متخصص در حوزه API همکاری می‌کند تا بدون تعویض کامل سیستم‌های خود، خدمات دیجیتال نوینی ارائه دهد.

استراتژی‌های WT

مثال: بانکی که هم ساختار سازمانی کند دارد و هم با رقابت شدید مواجه است، ممکن است مجبور شود برخی از شعب کم‌بازده را تعطیل کند و بر کاهش هزینه‌ها و تمرکز بر یک بخش خاص و سودآور از بازار تمرکز کند. ماتریس SWOT در بانکداری به‌عنوان یک قطب‌نمای استراتژیک عمل می‌کند که به مدیران کمک می‌کند:

- تصمیمات استراتژیک آگاهانه‌تری بگیرند (مانند ورود به بازار جدید، توسعه محصول یا ادغام و تملیک).
 - منابع خود (انسانی، مالی، فناوری) را به طور بهینه تخصیص دهند.
 - خود را با تحولات سریع صنعت تطبیق دهند.
 - ریسک‌ها را پیش‌بینی و مدیریت کنند.
 - یک مزیت رقابتی پایدار در محیطی پویا و پرچالش ایجاد نمایند.
- بدون استفاده از چنین تحلیلی، بانک‌ها در خطر واکنش نشان دادن به جای اقدام آگاهانه و از دست دادن فرصت‌های کلیدی در بازار هستند.
- با شتاب گرفتن تحول دیجیتال، بسیاری از "مزیت‌های رقابتی" سنتی در بانکداری، دیگر به‌عنوان امتیاز متمایزکننده محسوب نمی‌شوند، بلکه به حداقل نیازهای استاندارد بازار تبدیل شده‌اند.
- در واقع، دیجیتالی شدن، "سطح انتظارات پایه" را به شدت افزایش داده است. موارد زیر دیگر مزیت به حساب نمی‌آیند، بلکه پیش شرط بقا هستند:

۱. دسترسی به خدمات دیجیتال پایه

آنچه بود: داشتن یک وب‌سایت یا یک اپلیکیشن ساده برای مشاهده موجودی، یک مزیت محسوب می‌شد.

آنچه اکنون است: وجود یک اپلیکیشن موبایل و پورتال اینترنتی که امکان انجام تراکنش‌های اولیه (حواله، پرداخت قبوض، کارت به کارت) را فراهم کند، یک امر بدیهی و انتظار حداقلی همه مشتریان است. نداشتن آن، یک نقطه ضعف فاجعه‌بار است.

۲. وجود شعب فیزیکی زیاد

آنچه بود: شبکه گسترده شعب در سراسر کشور، بزرگ‌ترین نقطه قوت یک بانک برای جذب مشتریان محلی بود.

آنچه اکنون است: شعب زیاد، بیشتر به یک‌بار مالی (هزینه عملیاتی بالا)

و یک نقطه ضعف بالقوه تبدیل شده است. مشتریان برای امور روزمره به شعبه مراجعه نمی‌کنند. مزیت واقعی، تبدیل شعب از محل انجام تراکنش‌های تکراری به مراکز مشاوره مالی و فروش خدمات پیچیده (مانند مدیریت ثروت، تسهیلات شرکتی بزرگ) است.

۳. ساعات کار طولانی

آنچه بود: شعبی که تا ساعات بیشتری باز بود، مشتریان بیشتری جذب می‌کرد.

آنچه اکنون است: بانکداری دیجیتال، ۲۴ ساعته و ۷ روز هفته در دسترس است. "ساعات کار" برای اکثر خدمات از واژه‌نامه مشتریان حذف شده است.

۴. ارائه محصولات استاندارد و یکسان

آنچه بود: ارائه وام، حساب قرض‌الحسنه و سپرده‌گذاری با نرخ‌های مشابه رقبا کافی بود.

آنچه اکنون است: محصولات استاندارد، یک کالای عمومی شده‌اند. مزیت واقعی در شخصی‌سازی محصولات و خدمات بر اساس رفتار، نیاز و ریسک هر مشتری است.

۵. تمرکز صرف بر روی فناوری

آنچه بود: سرمایه‌گذاری روی یک سیستم جدید IT، خود یک مزیت بود. آنچه اکنون است: صرفاً داشتن فناوری، کافی نیست. مزیت اصلی در تجربه کاربری، سهولت استفاده و یکپارچگی این فناوری در زندگی مشتری است. یک اپلیکیشن پیچیده و کند، حتی اگر امکانات زیادی داشته باشد، یک نقطه ضعف است.

پس مزیت‌های رقابتی جدید در عصر دیجیتال چیست؟

حال که آن موارد دیگر مزیت نیستند، مزیت‌های واقعی به موارد زیر تغییر کرده‌اند:

۱. تجربه مشتری برتر: سادگی، سرعت، لذت‌بخش بودن تعامل با بانک. طراحی که نیازهای مشتری را پیش‌بینی می‌کند.
۲. شخصی‌سازی عمیق: استفاده از هوش مصنوعی و کلان‌داده‌ها برای ارائه پیشنهادهای و محصولات منحصربه‌فرد به هر مشتری. (مثلاً "پیشنهاد ویژه تو برای خرید از فروشگاه موردعلاقهات")
۳. اکوسیستم خدمات: بانکی که خدماتش را در قالب یک ابربرنامه ارائه می‌دهد که نه تنها بانکداری، بلکه خدمات دیگری مانند خرید آنلاین، رزرو بلیت، پرداخت عوارض و... را در برمی‌گیرد.
۴. سرعت و چابکی: توانایی بانک در عرضه سریع محصولات جدید، پاسخگویی به تغییرات بازار و به‌روزرسانی خدماتش. چیزی که بانک‌های سنتی در آن بسیار کند هستند.
۵. امنیت سایبری و اعتماد: در دنیای دیجیتال، امنیت پیش شرط اعتماد است. داشتن قوی‌ترین لایه‌های امنیتی و پاسخگویی سریع به تهدیدات، یک مزیت حیاتی است.
۶. ادغام با فین‌تک‌ها و زندگی دیجیتال مشتری: بانکی که بتواند به‌راحتی با استارت‌آپ‌ها، بازارهای آنلاین و کیف پول‌های دیجیتال تعامل داشته باشد، برنده است.

جمع‌بندی نهایی:

دیجیتالی شدن، بازی را عوض کرده است. آنچه دیروز "مزیت" بود، امروز "نیاز پایه" است. مزیت رقابتی جدید، دیگر در تأمین خدمات پایه، بلکه در چگونگی ارائه آن خدمات و خلق ارزش و تجربه بی‌نظیر برای مشتری نهفته است. بانک‌ها دیگر فقط ارائه‌دهنده خدمات مالی نیستند، بلکه در حال رقابت با فین‌تک‌ها و غول‌های فناوری در حوزه "تجربه کاربری" هستند.



صندلی سوم



فرهنگ مصرف‌گرایی؛ آیا واقعاً آنچه می‌خریم خوشحالمان می‌کند؟

از لذت لحظه‌ای تا رضایت پایدار

| گروه تولید محتوای آفتاب تجارت سامان |

برای پر کردن خلأهایی که گاهی حتی خودمان هم نامی برایشان نداریم. شبکه‌های اجتماعی با نمایش زندگی‌هایی بی‌نقص، ذهن ما را به این باور می‌کشاند که شاید «داشتن چیزهای بیشتر» ما را به رضایتی که دنبال آن هستیم برساند. اما شادی‌ای که بر پایه خرید ساخته شود، معمولاً کوتاه‌مدت و شکننده است.

مصرف آگاهانه یعنی مکث قبل از هر خرید؛ یعنی پرسیدن اینکه «آیا این وسیله زندگی من را بهتر می‌کند؟ آیا نیاز واقعی است یا یک احساس زودگذر؟» این نگاه ما را از چرخه پایان‌ناپذیر خریدهای هیجانی دور می‌کند و به سمت انتخاب‌های کم‌تر اما باارزش‌تر می‌برد. جایی که شادی از تجربه، معنا و ارتباطات انسانی می‌آید؛ نه از انبار کردن چیزهایی که خیلی زود عادی می‌شوند.

در سال‌هایی که خرید کردن تنها چند کلیک فاصله دارد، فرهنگ مصرف‌گرایی آرام و بی‌صدا در زندگی ما ریشه دوانده است. احساس یک هیجان سریع پس از خرید، ما را متقاعد می‌کند که «داشتن بیشتر» یعنی «شادتر بودن». اما این شادی چقدر دوام دارد و تا چه اندازه واقعی است؟

● بیش از ۷۱٪ مردم ظرف یک هفته پس از خرید، هیجان خود را از دست می‌دهند.

● ۵۴٪ افراد می‌گویند حداقل نیمی از خریدهایشان بر اساس احساس لحظه‌ای بوده نه نیاز واقعی.

● خریدهای هیجانی در پنج سال اخیر بیش از ۳۲٪ افزایش داشته است. مصرف‌گرایی بیش از آنکه به نیازهای ما پاسخ دهد، از احساسات ما تغذیه می‌کند؛ از مقایسه‌های پنهان، از خستگی‌های روزمره و از تلاش



پیشنهاد ماه:

کتاب: مینیمالیسم؛ زندگی کمتر، معنا بیشتر - نویسنده: جاشوا فیلدز میلبرن و رایان نیکودموس مترجم: آذین سرداری

پادکست: زندگی ساده، ذهن آرام: چگونه با مینیمالیسم به خوشبختی برسیم؟
کد QR را اسکن کنید؛ مشخصات کتاب را ببینید و پادکست جذاب این ماه را بشنوید.

«مصرف کمتر، راهی است به سوی دیدن بیشتر؛ دیدن شادی‌هایی که هیچ‌وقت در سبد خرید جا نمی‌شوند.»



تحول دیجیتال باتکیه بر انسان؛ گامی به سوی سازمانی چابک تر

| مهنوش تجلی، مدیر سرمایه انسانی شرکت آفتاب تجارت سامان |

فرایندهای سازمانی داشته باشند.

مرور دستاوردهای این دوره نشان می‌دهد که:

- زمان انجام چرخه‌های اداری کاهش یافته
- شفافیت و قابلیت ردیابی در فرایندها افزایش پیدا کرده
- هزینه‌های ناشی از فرم‌های کاغذی و خطاهای تکراری کاهش یافته
- دسترسی کارکنان به اطلاعات و خدمات سازمانی ساده‌تر و امن‌تر شده
- زیرساخت مناسب برای تحلیل داده و تصمیم‌سازی دقیق فراهم شده است.

این مسیر نشان داد که هرچا فناوری در کنار انسان قرار بگیرد، بهره‌وری واقعی شکل می‌گیرد. آینده سازمان نیز بر همین پایه ساخته خواهد شد: توسعه فناوری‌هایی که فرایندها را ساده‌تر، جریان کار را شفاف‌تر و تجربه کارکنان را حرفه‌ای‌تر می‌کنند؛ بی‌آنکه اصل مهم انسانی بودن سازمان نادیده گرفته شود.

در مسیر تحول دیجیتال، آنچه سازمان را به سوی موفقیت پایدار هدایت می‌کند، نه صرفاً توسعه سامانه‌ها، بلکه نگاهی استراتژیک است که بر یک اصل ساده اما عمیق تکیه دارد: فناوری باید در خدمت انسان باشد. بر پایه همین رویکرد، طی ماه‌های اخیر مجموعه‌ای از پروژه‌های کلیدی در حوزه دیجیتالی‌سازی فرایندها در شرکت آفتاب تجارت سامان اجرا شد. راه‌اندازی سامانه‌های پورتال کارکنان و ستادی، پیاده‌سازی امضای الکترونیکی و حرکت ساختارمند به سوی فرایندهای بدون کاغذ، تنها ابزارهایی برای تسهیل کار نبودند؛ بلکه گام‌هایی بودند برای آزادسازی زمان، انرژی و توان کارکنان تا بتوانند بر فعالیت‌های مهم‌تر، ارزش‌آفرین‌تر و انسانی‌تر تمرکز کنند.

نتیجه این نگاه، ایجاد تحولی آرام اما مؤثر در تجربه کاری همکاران است؛ تجربه‌ای که در آن شفافیت، سرعت و دقت جایگزین پیچیدگی‌های کاغذی گذشته شده و کارکنان می‌توانند ارتباطی روان‌تر و حرفه‌ای‌تر با



افتخار جهانی؛ درخشش سیروس محمدی در مسکو

سیروس محمدی، از کارکنان پرتلاش و توانمند شرکت آفتاب تجارت سامان، در مسابقات بین‌المللی رشته ورزشی WRP و رقابت‌های World Championship XI که در شهر مسکو روسیه برگزار شد، موفق به کسب عنوان قهرمانی گردید. این موفقیت ارزشمند، علاوه بر افتخارآفرینی برای ایشان، موجب سربلندی همکاران و خانواده بزرگ آفتاب تجارت سامان نیز شده است.

کسب این عنوان بین‌المللی در سطح جهانی، نشانه‌ای از پشتکار، انضباط، روحیه تلاش محور و توانایی‌های فردی ایشان است؛ ویژگی‌هایی که کاملاً با فرهنگ‌سازمانی آفتاب تجارت سامان همسو بوده و ارزشمندترین سرمایه ما یعنی نیروی انسانی را یادآوری می‌کند.

مدیرعامل محترم شرکت نیز با حمایت کامل از حضور ایشان در این رقابت‌ها، بار دیگر اهمیت ورزش، تندرستی و نشاط کارکنان را در سیاست‌های سازمانی برجسته کرده است. این همراهی و توجه در چارچوب برنامه‌های رفاهی شرکت، نشان‌دهنده نگاه آینده‌نگر مدیریت ارشد به سلامت کارکنان و نقش مثبت ورزش در افزایش کیفیت زندگی و بهره‌وری است.

موفقیت سیروس محمدی، نمونه‌ای واقعی از پیوند انگیزه فردی و حمایت سازمانی است؛ پیوندی که می‌تواند مسیر رشد و افتخار را برای دیگر اعضای خانواده آفتاب تجارت سامان نیز الهام‌بخش باشد.

برگزیده مسابقه پاییزی «اگر بودی...»

هوای سردی که از لابه‌لای درختان عبور می‌کرد، گونه‌هایم را سرخ و جانم را تازه می‌کرد. راه روستا پر بود از بوی خاک نم‌خورده و چوب خیس، عطری که هیچ عطرساز ماهری در دنیا نمی‌تواند مثلش را بسازد. وقتی به جای همیشگی‌ام کنار چشمه می‌رسیدم، لحظه‌ای می‌ایستادم تا سکوت را بشنوم، سکوتی که فقط صدای آب آن را کامل می‌کرد. گاهی موج کوتاهی روی آب می‌افتاد و تصویری مبهم از آسمان خاکستری پاییز در آن می‌لرزید. همان‌جا می‌نشستم، انگار که دنیا برای چند دقیقه مکث کرده باشد.

برگشتن به خانه، با تمام آن سرمای مطبوع صبحگاهی، فقط یک دلیل شیرین داشت: چای داغ. وارد ایوان چوبی می‌شدم، ایوانی که چند برگ خشک رویش افتاده بود و بوی چوب کهنه از آن بلند می‌شد. سماور روی شعله آرام قل‌قل می‌کرد و بخار چای با هوا مخلوط شده بود، بویی که آدم را ناخوابسته می‌نشاند. فنجانم را پر می‌کردم، دستانم را دورش حلقه می‌کردم تا گرم شود و همان‌جا روی صندلی حصیری می‌نشستم. جرعه‌ای چای می‌نوشیدم و به دوردست نگاه می‌کردم، به کوه‌هایی که پشت پرده مه آرام‌آرام از خواب بیدار می‌شدند، به دود نازکی که از دودکش خانه‌های روستا بالا می‌رفت، به کودکی که از کوچه خاکی می‌گذشت و برگ‌ها زیر پایش می‌رقصیدند.

در چنین روستایی، روزم نه با عجله بلکه با آرامشی بی‌دلیل و لذتی ساده می‌گذشت. شاید عصرها کنار باغ قدم می‌زدم، شاید هنگام غروب هیزم می‌شکستم، شاید شب‌ها کنار بخاری کتاب می‌خواندم... اما صبح‌هایم، همان صبح‌های مه‌آلود با صدای پرندگان و چای داغ در ایوان، قصه‌ای بود که هر روز از نو روایت می‌شد.

اگر زندگی فرصتی بدهد، شاید روزی این سفر خیالی را واقعاً زندگی کنم.

شهلا اوجاقی

معاونت بین‌الملل

در شماره گذشته مجله سامان از شما خواستیم سفر خیالی خود را در یک روستای پاییزی روایت کنید؛ از بیدار شدن در هوای مه‌آلود صبح تا قدم‌زدن میان برگ‌های نارنجی و نوشیدن چای داغ در ایوان. از میان آثار ارسال‌شده، نوشته گرم و تصویرساز شهلا اوجاقی از معاونت بین‌الملل به‌عنوان اثر برگزیده انتخاب شد؛ روایتی که توانست حال‌وهوای یک روز پاییزی را به شکلی زنده و دلنشین برای خواننده مجسم کند.

جایزه این دوره، دو بلیت ویژه تئاتر، به ایشان تقدیم خواهد شد.

اثر برگزیده:

سفر خیالی به یک روستای پاییزی

اگر روزی تقدیر مرا به دل یک روستای پاییزی می‌برد، زندگی‌ام رنگ دیگری پیدا می‌کرد؛ آرام‌تر، عمیق‌تر و نزدیک‌تر به طبیعت. صبح‌ها با صدایی بیدار می‌شدم که در شهر سال‌هاست فراموشش کرده‌ام، آواز پرندگان. صدایی که در هوای خنک و مه‌آلود سپیده‌دم، انگار از لابه‌لای شاخه‌های خیس و از دل جنگل بلند می‌شد و به پنجره چوبی اتاقم می‌رسید. چشم که باز می‌کردم، جهان آرام‌تر از آن بود که عجله‌ای برای آغاز روز داشته باشم.

پتو را کنار می‌زدم، گرمای بخاری هیزمی را پشت سر می‌گذاشتم و پنجره را باز می‌کردم. مه مثل پارچه‌ای نازک روی همه چیز نشسته بود، خانه‌های کاه‌گلی، درختان قدیمی، جویبار باریک پایین‌دست و حتی بام‌های سفالی که قطره‌های شبنم رویشان می‌درخشید. در آن لحظه حس می‌کردم طبیعت، پیش از آن که چشمم را باز کنم، برایم یک نقاشی تازه آماده کرده است.

بعد از پوشیدن یک ژاکت گرم، از خانه بیرون می‌زدم و قدم‌زدن صبحگاهی‌ام را شروع می‌کردم. پاهایم روی برگ‌های زرد و نارنجی که زمین را مثل قالیچه پاییز فرش کرده بودند، خش‌خش‌کنان پیش می‌رفتند.



بوته گل چینه؛ هنر آفرینش لحظه‌های زیبا

از هدیه‌های رسمی و سازمانی گرفته تا سفارش‌های خاص برای رویدادها و مراسم، بوته گل چینه انتخابی مطمئن و لوکس برای کسانی است که کیفیت، زیبایی و طراحی منحصر به فرد برایشان اهمیت دارد.

بوته گل چینه؛ امضای هنری در هر گل. برای مشاهده نمونه کارها و ثبت سفارش: دایرکت اینستاگرام [cheeneh_flowe](https://www.instagram.com/cheeneh_flowe)

نشانی: برج سامان، گذر سامان

«بوته گل چینه» از برندهای خلاق و هنری شرکت آفتاب تجارت سامان است که با طراحی‌های خاص و استفاده از گل‌های ممتاز و کمیاب، تجربه‌ای لوکس و متفاوت از هنر گل‌آرایی را برای کارکنان و مدیران بانک سامان، گروه مالی سامان و مجموعه‌های همکار فراهم می‌کند. در چینه، هر دسته گل، سبد گل یا تاج گل تنها یک محصول نیست؛ یک اثر هنری است. طراحی‌ها بر پایه نقطه‌ثقل‌های خلاقانه و ترکیب‌بندی‌های غیرمتقارن انجام می‌شود؛ امضای ویژه‌ای که سبک چینه را از هر بوته گل دیگری متمایز می‌کند.



نشست پرسش و پاسخ آنلاین سهام داران و مدیران بانک سامان

سال جاری کاهش یافته و بانک همواره در تلاش جهت حفظ این روند می باشد.

۵. برنامه تجدید ارزیابی دارایی های بانک با توجه به بند شرط حسابرس چگونه است؟

از آنجایی که دوره تناوب تجدید ارزیابی دارایی های بانک پنج ساله است و باتوجه به مزایای مالیاتی که در این خصوص وجود دارد، برنامه تجدید ارزیابی و افزایش سرمایه از این محل در سال ۱۴۰۵ خواهد بود.

۶. آیا بانک برنامه یا تصمیمی برای افزایش سرمایه مجدد در سال جاری یا سال ۱۴۰۵ دارد؟

در سال جاری افزایش سرمایه از محل سود انباشته انجام پذیرفته و تا پایان سال بانک برنامه ای بابت افزایش سرمایه ندارد. اما به طور قطع برای سال ۱۴۰۵ پیشنهاد افزایش سرمایه توسط هیئت مدیره بانک مطرح خواهد شد که با توجه به تصمیمات مجمع عمومی فوق العاده اقدامات مقتضی صورت خواهد گرفت. همچنین حداقل سرمایه ۲۰۰ هزار میلیارد ریالی از الزامات بانک محترم مرکزی است که تا پایان سال ۱۴۰۵ می بایست محقق گردد.

۷. برآوردتان از نرخ تسعیر ارز برای پایان سال مالی ۱۴۰۴ چیست؟ همان طور که استحضار دارند تعیین و اعلام نرخ تسعیر همواره از سوی بانک محترم مرکزی انجام می پذیرد. شایان ذکر است طبق روال دوره های قبل، احتمالاً نرخ های مرکز مبادله طلا و ارز به عنوان نرخ تسعیر اعلام خواهد شد؛ لذا انتظار می رود نرخ تسعیر برای پایان سال جاری نیز به همین ترتیب باشد.

۸. در خصوص ذکر نام بانک سامان در نامه اخیر چند تن از نمایندگان مجلس شورای اسلامی به ریاست محترم جمهور از بابت اضافه برداشت بانک ها از منابع بانک مرکزی میزان اضافه برداشت بانک سامان به چه مبلغ می باشد؟

بانک سامان از ابتدای تأسیس تا کنون هیچ گونه اضافه برداشتی از منابع بانک مرکزی نداشته است؛ لذا نام بانک سامان سهواً در نامه نمایندگان محترم مجلس شورای اسلامی قید شده است.

۹. آیا تا کنون در زمینه فروش البرز مال پیشرفتی حاصل شده است؟ در خصوص فروش پروژه البرز مال تاکنون سه مرتبه مزایده برگزار شده که متأسفانه منجر به واگذاری نگردیده است؛ لذا برنامه فروش از طریق برگزاری مزایده و مذاکره با خریداران، کماکان در دستور کار قرار دارد.

به گزارش سامان رسانه، جلسه پرسش و پاسخ این بانک در خصوص عملکرد شش ماهه منتهی به ۱۴۰۴/۰۶/۳۱ رأس ساعت ۱۵ روز دوشنبه به تاریخ ۱۴۰۴/۰۹/۱۷ در ساختمان مرکزی بانک سامان به صورت مجازی با حضور اعضای هیئت عامل و احدی از اعضای هیئت مدیره بانک برگزار شد و به سؤالات مطرح شده از سوی سهام داران پاسخ داده شد.

مشروح سؤالات و پاسخ های ارائه شده به شرح زیر می باشد:

۱. آیا نرخ مصوب سپرده ها و تسهیلات توسط بانک مرکزی بازنگری خواهد شد؟

تصمیم گیری در این حوزه توسط بانک محترم مرکزی صورت می پذیرد و باتوجه به صحبت های مسئولین مربوطه در حال حاضر برنامه ای در این رابطه در دستور کار بانک مرکزی نیست؛ لذا به نظر نمی رسد در کوتاه مدت امکان بازنگری در نرخ سود سپرده ها و تسهیلات وجود داشته باشد.

۲. با توجه به افشای فروش اموال بانک در ماه های اخیر، آیا این فروش ها ادامه دار خواهد بود؟ آیا این فروش ها در سود شهریور ماه اعمال شده است؟

طبق بخشنامه ها و برنامه های موجود، تمامی اموال مازاد بانک همواره از طریق برگزاری مزایده در حال فروش می باشد و این روند ادامه خواهد داشت. سود حاصل از فروش اموالی که قبل از پایان شهریورماه به فروش رفته است در صورت های مالی میان دوره ای شش ماهه ثبت شده است و اموالی هم که پس از شهریورماه فروخته شده است در صورت های مالی پایان سال منعکس خواهد شد.

۳. با توجه به توزیع سهام جایزه در سال جاری آیا برنامه ای برای توزیع سهام جایزه در سال بعد وجود دارد؟

یکی از سیاست های کلی بانک سامان که از بدو تأسیس آن را دنبال نموده، افزایش سرمایه بیشتر از محل اثربخشی فعالیت های بانک بوده است که این امر به خوبی در صورت های مالی سال های گذشته بانک قابل مشاهده است. بانک سامان همواره سعی نموده تا جایی که تصمیمات مجمع عمومی اجازه می دهد با استفاده از معافیت های مالیاتی افزایش سرمایه از محل سود انباشته را انجام دهد.

۴. با توجه به صورت های مالی ۶ ماهه افشا شده در سامانه کدال و گزارش حسابرس روند نسبت مطالبات غیر جاری در ۶ ماهه اول سال ۱۴۰۴ به چه صورت بوده است؟

روند نسبت مطالبات غیر جاری همچون سنوات قبل در شش ماهه نخست

تمدید ریاست «علیرضا معرفت»

برکانون بانک‌ها و مؤسسات

اعتباری خصوصی

مدیرعامل بانک سامان بار دیگر به‌عنوان رئیس کانون بانک‌ها و مؤسسات اعتباری خصوصی کشور انتخاب شد.

به گزارش روابط عمومی بانک سامان، در جلسه اخیر کانون بانک‌ها و مؤسسات اعتباری خصوصی، اعضای کانون بار دیگر به‌اتفاق اکثریت قاطع آراء، علیرضا معرفت را به‌عنوان رئیس کانون بانک‌ها و مؤسسات اعتباری خصوصی انتخاب کردند.

گفتنی است، علیرضا معرفت یکی از مدیران خوشنام صنعت بانکداری کشور است که از سال ۱۳۹۸ مدیرعامل بانک سامان بوده و پیش‌ازاین نیز به‌عنوان مدیر میانی در بخش‌های مختلف بانک سامان مشغول به فعالیت بوده است.

کانون بانک‌ها و مؤسسات اعتباری خصوصی فعالیت خود را در سال ۱۳۸۳ آغاز کرد و تاکنون اقدامات مؤثری در راستای کمک به رشد و توسعه کشور و همچنین رونق تولید داشته است.

شایان‌ذکر است ایجاد هماهنگی، وحدت رویه در عملیات بانکی، همکاری بین اعضای کانون و تلاش در خصوص بهبود کیفیت ارائه خدمات به مشتریان و استقرار روش‌های نوین بانکداری منطبق با بانکداری اسلامی و ضوابط بانک مرکزی از جمله اهداف این کانون است.



زنگ بیمه سامان؛ صدایی برای آگاهی به نسلی آینده ساز و آینده نگر

هم زمان با گرامیداشت هفته بیمه، شرکت بیمه سامان، زنگ بیمه را در استان قزوین به صدا درآورد؛ حرکتی هدفمند که بر تعهد این شرکت به آموزش و فرهنگ سازی در میان نسل آینده تأکید دارد. به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، در این رویداد، جمعی از مدیران این شرکت و رؤسای شعب شرکت های بیمه استان قزوین با حضور در مدرسه دخترانه این استان، پس از نواختن نمادین زنگ بیمه، مجموعه ای از برنامه های آموزشی و سرگرم کننده را برای دانش آموزان تدارک دیدند تا مفاهیم بیمه ای از سنین کودکی در ذهن و رفتار نسل آینده نهادینه شود. در جریان این برنامه ها، آموزش هایی خلاقانه درباره بیمه های عمر، درمان، اتومبیل و حوادث ارائه شد؛ آموزش هایی که به زبان ساده توضیح می داد بیمه چگونه خسارات را جبران و امنیت را برای خانواده ها تضمین می کند. یکی از بخش های مورد توجه دانش آموزان، نمایش های عروسکی بود؛ نمایش هایی شیرین و آموزنده که به صورت داستانی و قابل فهم، پوشش های بیمه ای و روند پرداخت خسارت به زیان دیدگان را روایت می کرد. در کنار برنامه های آموزشی، ویژه نامه ای با شعرها و داستان های ساده و کودکانه نیز میان دانش آموزان توزیع شد تا پیام های بیمه ای به شیوه ای لطیف و اثرگذار در ذهن آنان باقی بماند. رئیس شعبه قزوین بیمه سامان، این رویداد را نمادی از مسئولیت اجتماعی صنعت بیمه دانست و گفت: کودکی بهترین زمان برای آموزش مفاهیم بیمه است. علی محمد قنادی پور با تأکید بر ضرورت طراحی خدمات و محصولات بیمه ای متناسب با نیازهای روز جامعه گفت: شرکت بیمه سامان با تکیه بر تحلیل داده ها و بررسی رفتار بیمه گزاران، همواره در تلاش است محصولات نوآورانه و کارآمدی را به بازار عرضه کند. ما همچنین خود را موظف می دانیم این دانش و تجربه را به نسل های جدید و خانواده های آنان انتقال دهیم. "زنگ بیمه" تنها یک برنامه مناسبتی نیست؛ بلکه گامی پایدار در مسیر ترویج فرهنگ بیمه و ساختن جامعه ای آگاه تر و آینده نگر است.



تقدیر از مدیران بیمه سامان در همایش ملی بیمه و توسعه

در سی و دومین همایش ملی و سیزدهمین همایش بین المللی بیمه و توسعه، دو مدیر از شرکت بیمه سامان در میان برترین های صنعت بیمه کشور قرار گرفتند و با دریافت لوح تقدیر و تندیس ویژه همایش، از آنها تقدیر شد.

به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، در بخش کارکنان برگزیده صنعت بیمه، از میان ۲۱ منتخب شرکت ها و نهادهای مختلف بیمه ای، فریبا نقی پور، مدیر حوزه معاونت بیمه های اموال و مسئولیت بیمه سامان و پرویز مرادی، معاون مدیر بیمه های زندگی به عنوان کارمندان نمونه معرفی شدند. در این مراسم، به پاس تلاش مؤثر، تخصص حرفه ای و نقش برجسته این مدیران در ارتقای سطح دانش و عملکرد صنعت بیمه، لوح تقدیر و تندیس ویژه همایش به آنان اهدا شد.

این موفقیت، بار دیگر جایگاه سرمایه انسانی توانمند و متخصص در بیمه سامان را برجسته کرد و نشان داد که توسعه و پیشرفت در این شرکت، بیش از هر چیز بر شایستگی و عملکرد حرفه ای مدیران و کارکنان تکیه دارد.

سی و دومین همایش ملی و سیزدهمین همایش بین المللی بیمه و توسعه، روز ۱۱ آذرماه در مرکز همایش های برج میلاد و با محوریت «بازاندیشی نظارت در بیمه؛ مسیر نوآورانه برای تنظیم گری مؤثر» برگزار شد. این رویداد، یکی از مهم ترین گردهمایی های سالانه صنعت بیمه است که امسال نیز با حضور مدیران ارشد، کارشناسان و فعالان این حوزه برگزار شد و به بررسی رویکردهای نوین در نظارت و توسعه صنعت بیمه پرداخت.



بیمه سامان با مسابقه کتاب خوانی فرهنگ رهبری فردی را در سازمان نهادینه کرد

"رهبر بدون سَمَت" نقاط مشترک بسیاری با ارزش‌های شرکت بیمه سامان دارد که از جمله آنها می‌توان به «گشودگی و تجربه‌پذیری»، «بی‌حدومرز بودن»، «چابکی»، «کار تیمی مبتنی بر اعتماد» و «مشتری‌مداری» اشاره کرد.

بیمه سامان نیروی انسانی را بسیار ارزشمند می‌داند، از این رو معتقد است آنها باید قابلیت‌های فردی خود را توسعه داده و از بحران‌ها نهراسند؛ باید بلندپروازانه به دنبال تحقق اهداف خود و شرکت باشند، با همکارانشان ارتباط نزدیک داشته باشند و کسب رضایت مشتریان را به‌عنوان دغدغه‌ای ارزشمند تلقی کنند.

پس از بررسی نتایج مسابقه و امتیازات دریافتی، اسامی برندگان مسابقه به شرح زیر مشخص شده است:

نفر اول: فاطمه توسلی

نفرات دوم: نفیسه مینویی - سیدامید میررفیع

نفر سوم: نازنین سادات مقدم

نفر چهارم: اشکان سپهری

نفر پنجم: علی میکائیلی

گفتنی است به برندگان مسابقه جوایزی شامل گجت هوشمند، خدمات رفاهی و بن خرید کتاب به ارزش ۳۰ میلیون ریال اهدا شد.

هم‌زمان با ۱۳ آذر روز ملی بیمه، اسامی برندگان مسابقه بزرگ کتاب‌خوانی شرکت بیمه سامان اعلام شد. به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه سامان، در راستای ترویج ارزش‌های سازمانی بیمه سامان هم‌زمان با هفته کتاب و کتاب‌خوانی، این شرکت اقدام به برگزاری مسابقه کتاب‌خوانی کرد که بیش از ۷۰ نفر از همکاران در آن مشارکت کردند. شرکت‌کنندگان در این مسابقه، مطالعه کتاب «رهبر بدون سَمَت» که به سفارش بیمه سامان تهیه و چاپ شده بود را بر عهده داشتند. این کتاب نوشته «رابین شارما» روایتی داستان‌گونه از زبان شخصیتی است که به دنبال موفقیت حقیقی در عرصه کسب‌وکار و زندگی است.

در مراسم اهدای جوایز این مسابقه، معاون توسعه سازمان و سرمایه‌های انسانی شرکت بیمه سامان با بیان این که هدف از برگزاری این مسابقه، فقط انتخاب برندگان و اهدای جایزه به آنها نبوده است، گفت: هدف اصلی ما سرمایه‌گذاری بر روی سرمایه انسانی به‌عنوان ارزشمندترین دارایی شرکت و تعمیق درک از ارزش‌های محوری شرکت به‌عنوان موضوعی حیاتی بود.

فرزاد فروغی تأکید کرد: کتاب «رهبر بدون سَمَت» به زیبایی توضیح می‌دهد که رهبری یک جایگاه سازمانی نیست، بلکه یک طرز فکر و یک عمل روزانه است و این کتاب مستقیماً به قلب ارزش‌های سازمانی بیمه سامان اشاره می‌کند.

وی افزود: ما معتقدیم که هر فرد در این سازمان، یک رهبر در حوزه مسئولیت خود است و از این رو همکاران با مطالعه این کتاب، نه تنها به دانش خود افزوده‌اند، بلکه به سازمان در مسیر تحقق چشم‌اندازهایش کمک کرده‌اند.

معاون توسعه سازمان و سرمایه‌های انسانی شرکت بیمه سامان با تأکید بر این که مسائل مطرح شده در این کتاب نباید فقط به‌عنوان یک ایده باقی بمانند، ادامه داد: باید تلاش کنیم هر کدام از ما یک «قهرمان» در تیم خود و الگویی در ترویج فرهنگ یادگیری و رشد مستمر باشیم.





پمپیران ۵۰ ساله شد!

همکاری بین‌المللی، مسیر توسعه پمپیران را نمونه‌ای موفق از سرمایه‌گذاری در یکی از صنایع استراتژیک داخلی معرفی کردند.

آقای مهندس چراغ: آغازگر مسیر توسعه و نوآوری

مهندس چراغ، مدیرعامل شرکت پمپ‌سازی ایران (هلدینگ پمپیران)، با نگاهی تاریخی به پنجاه سال فعالیت این شرکت، تأکید کرد که موفقیت پمپیران نتیجه تلاش مستمر، برنامه‌ریزی دقیق و سرمایه‌گذاری بلندمدت بوده است. وی آغاز مسیر پمپیران را در دهه ۱۳۶۰ دهه خودکفایی با قرارداد لیسانس با شرکت KSB آلمان دانست که توانست پایه‌های فنی

سعید ربیعی |

رئیس روابط عمومی و دبیر نکوداشت پنجاهمین سالگرد تأسیس پمپیران |

در همایش نکوداشت پنجاهمین سالگرد تأسیس شرکت پمپیران، دستاوردهای نیم‌قرن فعالیت و تحولات این واحد صنعتی، تولید انواع پمپ‌های آب، نفت و انرژی را با حضور کارفرمایان، پیمانکاران، مهندسين مشاور، نمایندگان بازاریابی و فروش سراسر کشور، تأمین‌کنندگان و سهام‌داران محترم گرامی داشته شد. سخنرانان با تأکید بر اهمیت تداوم مدیریت تحول، نوآوری و



و تکنولوژیک صنعت پمپ کشور را بنیان‌گذاری کند. به گفته ایشان، "دهه اول پربرکت‌ترین دوران بود، زیرا ما توانستیم تکنولوژی پمپ را در کشور نهادینه کنیم."

مهندس چراغ توضیح داد که در دهه‌های بعد، خصوصی‌سازی و رقابت با شرکت‌های تازه‌تأسیس، نیاز به تحول ساختاری و ارتقای ظرفیت‌های تولیدی را ایجاد می‌کرد. ایشان به پروژه‌های بزرگ آب‌رسانی از جمله پروژه انتقال آب خلیج فارس به صنایع شرق کشور و پمپ‌های انتقال نفت خام از گوره به جاسک اشاره کرد که با همکاری شرکت‌های داخلی و بین‌المللی توانسته‌اند دانش ساخت پمپ‌های تا ۵ مگاوات را در کشور فراهم کنند.

وی در خصوص تحولات دهه ۹۰ خاطر نشان کرد که "با ارتقای آزمایشگاه‌ها و خرید ماشین‌آلات پیشرفته، توانستیم پمپ‌های نیروگاهی، از جمله بویلر پمپ‌های پیچیده را تولید و با موفقیت نصب و راه‌اندازی کنیم." ایشان ضمن تأکید بر نقش کارکنان و مهندسان شرکت، گفت که پمپیران با تمرکز بر تحقیق و توسعه، علاوه بر پاسخگویی نیاز داخلی، توانسته استانداردهای بین‌المللی را نیز رعایت نمایند. سخنان وی نشان داد که ترکیب دانش فنی، سرمایه‌گذاری هدفمند و مدیریت هماهنگ، پایه‌های موفقیت پمپیران را تشکیل می‌دهد.

آقای مهندس هیات؛ چشم‌انداز

تحول و توسعه ظرفیت‌ها مبتنی بر نیاز بازار

مهندس هیات، مدیرعامل پمپیران، نگاهی تحلیلی به روند توسعه شرکت در دهه‌های گذشته داشت. او تأکید کرد که ورود وی از سال ۸۴ به پمپیران و رشد سایر پمپ‌سازان در بازار رقابت از دهه ۷۰، با مطالعات بازار و بررسی شرایط اقلیمی کشور و ضرورت تولید پمپ‌های با ظرفیت بالاتر در برنامه پمپیران قرار گرفت. وی گفت: "اولین پروژه‌های ما با ظرفیت هزار کیلووات در سد دوستی با همکاری شرکت KSB آغاز و مسیر توسعه پمپ‌های با ظرفیت بالا تا ۵ مگاوات در دهه ۱۳۹۰ رقم خورد."

ایشان با بیان مراحل احداث و توسعه کارگاه‌های با ماشین‌آلات تا ماشین‌کاری قطعات ۲۰ تنی، ارتقای آزمایشگاه‌ها تا ۵ مگاوات و ۱۱ کیلووات و در حال توسعه تا ۸,۵ مگاوات و ارتقای توانمندی‌های نیروهای

**مهندس ضرابیه،
کارآفرین و سهام‌دار
ارشد پمپیران:
پمپیران نه تنها یک
شرکت تولیدی است،
بلکه میراثی است
که تلاش مدیران و
کارکنان برای کشور باقی
گذاشته است.**

انسانی، ساختار تکنولوژی و سیستم‌های مدیریتی، توضیح داد که این اقدامات قبل از انعقاد قرارداد پمپ‌های مورد نیاز طرح‌های کشور صورت گرفت تا کارفرما و مهندسين مشاور به توانایی شرکت اعتماد پیدا کنند.

وی به پروژه‌های مهمی چون پمپ‌ها انتقال آب‌رسانی بین‌حوزه‌ای نزدیک و دور از جمله پمپ‌های با هد و دبی بالا مربوط به انتقال آب خلیج فارس به صنایع شهر یزد با همکاری شرکت KSB آلمان و پمپ‌های نیروگاهی از جمله بویلر پمپ‌ها و پمپ‌های کنادانس شرکت مپنا بویلر، انواع پمپ‌های آب‌شیرین‌کن از جمله پمپ عمودی ۱۴۰۰۰ مترمکعبی برداشت آب دریا به آب‌شیرین‌کن خلیج فارس و پمپ‌ها با فشار

بالا تا ۲۷۰ بار پوسته‌زدای صنایع فولاد، پمپ‌های فرایندی صنایع نفت و پتروشیمی، پمپ‌های آتش‌نشانی و سایر پمپ‌های یوتیلیتی اشاره و تأکید کرد که "ساخت این پمپ‌ها در شرایط محدودیت‌های تحریمی، تنها با پشتیبانی کارفرمایان، سرمایه‌گذاران با تداوم سرمایه‌گذاری و آموزش عملی مهندسان ایرانی و داشتن استراتژی مبتنی بر بازار ممکن شد."

به گفته ایشان، این پروژه‌ها نه تنها نیازهای کشور را برطرف می‌کرد، بلکه "دانش فنی و ظرفیت داخلی پمپیران را به سطحی رساند که امروز قادر به طراحی و تولید پمپ‌های با ظرفیت و فشار بالا با استانداردهای جهانی هستیم." سخنان وی نشان داد که پمپیران، با نگاه استراتژیک به بازار و آینده کشور، توانسته است توسعه صنعتی و نوآوری فنی را هم‌زمان مدیریت کند. در پایان ایشان به چهار عامل موفقیت پمپیران در طول پنجاه سال عمر اشاره کرد: داشتن استراتژی مستمر مبتنی بر بازار و ثبات مدیریت، سرمایه‌گذار عمده معتقد به توسعه صنعت ملی، کارکنان وفادار و ارزیابی مستمر بر اساس استاندارد EFQM

آقای مهندس محمد ضرابیه؛ کارآفرینی

و عشق به وطن و توسعه سرمایه‌گذاری

مهندس ضرابیه، کارآفرین و سهام‌دار ارشد پمپیران، با نگاهی شخصی و احساسی به فعالیت‌های خود در طول نیم‌قرن گذشته، تأکید کرد که علاقه به وطن و خدمت صادقانه به جامعه، مهم‌تر از جنبه‌های صرفاً اقتصادی است. وی گفت: "این‌ها همه از سرمایه‌گذاری و بحث اقتصادی نیست، بحث علاقه



به وطن و وطن پرستی است."

مهندس ضرابیه با اشاره به تجربه شخصی خود در صنعت نساجی و پمپیران، تصریح کرد ثابت شده که عشق به کار و پیگیری مداوم، حتی در شرایط دشوار، می تواند به توسعه صنایع ملی منجر شود. او افزود که "پمپیران نه تنها یک شرکت تولیدی است، بلکه میراثی است که تلاش مدیران و کارکنان برای کشور باقی گذاشته اند."

وی با اشاره به همکاری مستمر با آقای مهندس چراغ و دیگر سهام داران، تأکید کرد که حفظ و ارتقای ظرفیت های داخلی، عامل ماندگاری و درخشش پمپیران در طول پنجاه سال است.

آقای دکتر نوربخش؛ تأثیر مدیریت و فرهنگ سازمانی بر نوآوری

دکتر نوربخش، استاد بسیار با سابقه دانشگاه تهران و مشاور فنی پمپیران، تجربه خود از بازدید اخیر از کارخانه را با مخاطبان به اشتراک گذاشت. وی اظهار داشت که "آنچه امروز در پمپیران دیدم، قابل مقایسه با گذشته نیست. مدیریت قوی و هماهنگی کارکنان باعث شده است چنین دستاوردهای عظیمی محقق شود."

دکتر نوربخش به اهمیت تربیت نیروی انسانی متخصص و حفظ فرهنگ سازمانی تأکید کرد و گفت: "اگر مدیران در جایگاه خود تقویت شوند و فرصت تولید کار برای جوانان فراهم شود، امکان توسعه صنعتی پایدار و نوآوری وجود دارد."

وی همچنین اشاره کرد که ضعف صنایع مشابه در گذشته ناشی از مدیریت ناکارآمد بود و موفقیت پمپیران نمونه ای از هم افزایی مهندسی، آموزش و مدیریت مؤثر است. سخنان او، نقش فرهنگ سازمانی، انگیزه کارکنان و مدیریت استراتژیک را در خلق موفقیت های صنعت پمپ سازی در کشور برجسته کرد. پنجاهمین سالگرد تأسیس پمپیران، نمادی از پنج دهه تلاش، نوآوری و مدیریت پایدار در یکی از صنایع پمپ سازی کشور بود. این جشن با حضور مدیران صنعت، پیشکسوتان و سهام داران برگزار شد و علاوه بر تقدیر از دستاوردهای فنی و مدیریتی، یادآور عشق به وطن و توانمندی ایرانیان در توسعه صنعت کشور بود.

پنجاه سالگی پمپیران، افتخاری ملی است که نشان می دهد همت و تعهد جمعی می تواند مسیر توسعه صنعتی ایران را هموار کند.



سپاس رفتار حرفه ای

آبان ماه به صورت کتبی تقدیر کرده اند. ما به رسم سپاس و قدردانی، اسامی این عزیزان را در نشریه سامان منتشر می کنیم.

با تشکر
مدیریت سرمایه انسانی بانک سامان

همه شما عزیزان در شعب بانک سامان در جهت رضایت مشتریان تلاش کرده و موجبات خشنودی مشتریان را فراهم می کنید تا آنها بتوانند با خیالی آسوده و امن به امور بانکی خود بپردازند. در این میان برخی از مشتریان از همکاری که حسن خلق و پیگیری مؤثری داشته اند، در

ردیف	نام خانوادگی و نام	محل خدمت
۱	سید محمدحسین نجفی	شعبه بلوار کشاورز
۲	امید خلیلی	شعبه خیابان جمهوری

ردیف	نام خانوادگی و نام	محل خدمت
۱	لیلا ملکی هاشجین	شعبه اردبیل
۲	شهرام سلطانی	شعبه اردبیل



با استفاده از سرویس کهربا،

قابلیت NFC در اپلیکیشن ۷۲۴ و کارت خوان‌های سپ فعال شد

متصل می‌شوند.

امکان پرداخت بدون کارت با فناوری NFC (کهربا) در اپلیکیشن ۷۲۴ و بر بستر کارت خوان‌های سپ فراهم شد.

نحوه پرداخت با کهربا

برای پرداخت با سرویس کهربا، کاربران باید اپلیکیشن ۷۲۴ از طریق سایت ir.724.www را نصب و کارت بانکی خود را (از میان بانک‌های فعال) در آن ثبت کنند. سپس با استفاده از کارت خوان‌های مجهز به کهربا، از طریق گزینه پرداخت NFC یا QRcode تراکنش خود را بدون نیاز به کشیدن کارت نهایی کنند.

کاربران سیستم‌عامل اندرویدی که تلفن همراه آنها از فناوری NFC پشتیبانی می‌کند، امکان استفاده مستقیم از سرویس کهربا را دارند، اما با توجه به محدودیت‌های سیستم‌عامل iOS، گوشی‌های آیفون فعلاً از طریق QR Code می‌توانند تراکنش کهربایی ثبت کنند که امکان آن در نسخه بعدی ۷۲۴ فراهم خواهد شد.

الزامات پذیرندگان کارت خوان

کسب‌وکارهایی که قصد استفاده از این سرویس نوین را دارند، باید اطمینان حاصل کنند که کارتخوان فروشنده‌های آنها به قابلیت NFC مجهز است؛ پس از وارد کردن مبلغ خرید روی کارتخوان، مشتری با نزدیک کردن تلفن همراه خود به کارتخوان، ساده و سریع پرداخت خود را انجام می‌دهد. مراحل تسویه و کارمزد در این روش همانند گذشته است و در عین حال، مشتری نیازی به صدور رسید کاغذی ندارد.

یادآور می‌شود، اپلیکیشن ۷۲۴ هم‌اکنون از طریق وبسایت ir.724 و پلتفرم‌های فروشنده‌های اپلیکیشن (کافه بازار، مایکت و...) در دسترس کاربران است و چنانچه پیشتر گفته شد، فعال‌سازی قابلیت کهربا، تنها با چند مرحله ساده امکان‌پذیر است.

پرداخت الکترونیک سامان (سپ)، با هدف تسهیل پرداخت‌های روزمره و ارتقای امنیت تراکنش‌ها، سرویس پرداخت NFC را با عنوان «کهربا» رونمایی کرد. با نصب اپلیکیشن ۷۲۴ و استفاده از سرویس کهربا، می‌توان بدون نیاز به کارت بانکی و تنها با نزدیک کردن گوشی تلفن همراه به دستگاه کارتخوان، پرداختی ساده، سریع و امن را تجربه کرد.

در این راهکار کاربر با ثبت کارت بانکی خود در اپلیکیشن ۷۲۴ می‌تواند با استفاده از کارتخوان و تلفن همراه مجهز به سرویس NFC (Near Field Communication)، تراکنش خود را انجام دهند.

در این روش، برای انجام ۵ تراکنش خرید تا سقف ۲۰۰ هزار تومان نیازی به وارد کردن رمز نیست و تراکنش‌های با مبلغ بالاتر با وارد کردن رمز اول کارت و بدون نیاز به حضور کارت انجام می‌شود.

مزیت پرداخت با کهربا

سادگی فرایند پرداخت، بالابودن امنیت تراکنش‌ها، رفع دغدغه نگهداشت و تعویض کارت فیزیکی از مهم‌ترین مزایای استفاده از قابلیت کهربا در اپلیکیشن ۷۲۴ است. با استفاده از روش رمزگذاری صورت گرفته، امکان انتقال اطلاعات کارت فیزیکی در این روش وجود ندارد و به این ترتیب احتمال کپی برداری و سوءاستفاده از کارت‌های بانکی به طور چشمگیری کاهش می‌یابد. در حال حاضر بانک‌های رفاه کارگران، ملی، تجارت، ملت، صادرات، توسعه تعاون، کارآفرین، پارسین، پاسارگاد، شهر، رسالت، کشاورزی، ویپاد پاسارگاد، خاورمیانه، گردشگری و مؤسسه ملل از پرداخت کهربا پشتیبانی می‌کنند و به‌زودی، بانک‌های بیشتری به کهربا



سامانیوم
Samanium

برندگان سور سامانی

۱ جایزه بزرگ
۱۰۰ میلیون تومانی

حسن رجبی
شماره مشتری: ۹۱۸۶۲۴

سامانیوم
Samanium

اسامی
برندگان
سور آبان ماه سامانیوم

۱۰۰ جایزه
۵۰۰۰ سامانی

شماره مشتری	اسامی
۱۲۶۱۰۷۷	مهران نوروزی
۵۰۷۳۳۶۳	احمد عین‌علی
۲۵۹۱۳۳۳	فاطمه ابراهیم‌خواه زاربین
۱۸۹۲۳۳۳	مهدی قرایی
۳۳۹۲۳۳۳	علیرضا محمودی
۳۲۲۱۳۳	محمد علی کاشانی
۲۹۲۰۰۷	محمداسین رقبانی
۶۵۳۳۳۳۳	موری محمد علی‌پور
۲۲۱۸۷۷۸	مریم برومند
۳۷۸۲۳۳	ابرج دبیرزاد
۴۹۱۱۳۵۱	مهدی حقانی‌فره
۳۳۳۰۳۳۳	ستاره قدسی مقدم
۳۳۳۳۳۳۷	سکینه قرزانه
۳۳۳۰۳۳۰	علی محمد کریمی زاربین
۱۰۶۱۷۸۳	طناز غدلی

۱۰ جایزه
۱۰ میلیون تومانی

شماره مشتری	اسامی
۱۳۳۳۸۵۲	ناستار حسینی
۴۱۰۷۰۹	مریم احمدی طباطبائی
۱۱۷۵۲۹۱	حسام زارع خورشیدی
۳۳۱۱۳۹۱	امیر قربانعلی‌زاده کاک‌نهره
۳۳۹۰۶۰۵	امید قاسمی‌زاده
۴۲۲۵۲۷۸	حاجیرت زاطریان هفتواگی
۲۵۳۳۳۳۸	امیرحسین قربانعلی
۲۵۳۳۳۳۰	رشاد لیکنراد طهرانی
۳۷۱۷۵۳۳	سحبه خلجی بلتجه
۱۳۳۳۳۳۹	سعد طهرانی

شماره مشتری	اسم
۲۴۹۰۲۸	زهرا شکرانی
۳۸۰۰۴۴۴	مرجان تادری
۲۰۷۰۹۲۴	میرزا حسین
۱۵۲۰۳۸۷	تارین جوانی
۲۴۵۲۱۹	نوادر وفاتی باقری
۲۵۲۱۰۳۲	مرضیه زامون
۲۵۲۰۰۴۵	امیرحسین کوهی
۲۱۴۹۹۹۵	جانی حسن زاده ساقی
۱۸۳۰۰۵۲۰	رضا اصغری سلو
۱۹۹۱۹۴۴	سحر واحد
۸۷۵۲۹	سید حامد میرحسینی
۲۳۰۱۹۱۴	پوزیا یلانی
۲۸۷۵۲۴۸	محمد باقر احمدی ارزانی
۲۸۱۰۱۷۲	آزاده باغالی شوق
۲۲۴۲۲۴۹	جواد شکیب پور
۱۲۳۸۰۰	مهدی هادی
۲۲۵۲۱۹	عادل علی آبادی

شماره مشتری	اسم
۹۵۲۰۲۹	لیلا عباسیان
۲۵۰۱۹۱۸	مهران هاشمی
۲۲۲۹۳۳۰	امیر فریانی
۸۸۷۲۰۱	فریم صالح بحالی
۸۱۷۲۱۰	محمدرضا مصباحی
۲۹۹۰۰	مینو هریسی
۲۲۲۳۵۸۹	پریسا عطایی کجوری
۲۷۰۷۲۰۲	انوشیروان نادرزاده
۴۰۰۴۱۲۵	معمومه مقبوزاده
۲۲۲۲۷۱۳	سید محمد نبوی زاده
۸۲۲۲۲۲	حامد باران پور باستانج
۸۵۰۲۲۹	بارک اکبری
۲۰۵۱۰۲۱	فاطمه موسوی
۲۲۲۹۱۹۴	حامد شیرازی
۱۲۹۱۲۹۱	ولی اله پورحاجیان
۲۵۰۰۲۹۹	محمدرضا گل احمدی
۱۵۲۱۱۵۲۱	جواد صالح پور

شماره مشتری	اسم
۱۳۴۴۰۲۲۵	محمود صالحی باقی
۱۴۵۵۲۴۸	منوچهر عظیمی
۲۸۹۹۱۹۵	آریا پروان شاکس
۲۹۰۰۵۱۷	حسام انصافی
۲۰۴۴۴۰	علی شجاعی
۱۸۹۹۸۳۵	سید مهدی حسینی
۲۸۷۹۳۹	سید علی جلالی
۱۰۲۲۸۹۰	سید عرفان موسوی
۲۲۸۸۰۵۲	جانی مجیدی زاد
۲۲۱۸۱۰۴	غزاله اسماعیلی
۱۳۴۴۱۰۱۴	معمومه پیکردوست
۲۲۲۲۸۵۲	حسینی خودست
۱۰۰۴۱۳۴	شهرام شریف نبوی
۹۰۴۹۸۴	کیان کارگر
۱۳۴۴۱۵۳	محمد رضا احمدزاده
۱۰۳۸۸۲۷	مروارید رستمگانی
۱۳۲۱۷۰۲	مریم سادات مهدی اسلام

شماره مشتری	اسم
۱۵۵۲۰۹۸	حمید همتی
۲۰۵۲۲۲	غیاث الدین زرگریان
۱۲۸۸۱۸۲	پریسا قلی پور
۲۲۵۲۱۲۱	شهاب الدین اسمعیلی
۲۵۵۵۲۲۲	شایان حسینی
۲۱۷۲۲۱۸	اکرم لک
۲۱۲۳۲۱۰	مهدیار رفیعی
۲۸۲۲۲۸۰	لیلا تریان
۲۲۵۲۱۲۲	محمدرضا مرادقلی
۸۸۲۲۲	علی صالح نیک
۲۲۲۲۱۲۲	پوریا شیری
۱۲۹۹۸۸۷	نازانه شاکس
۲۲۲۲۲۰۵	اسد اکبری
۲۲۲۲۲۲۲	فاطمه پازوی
۲۰۹۸۲۲	شاهین هندی
۲۲۰۲۲۲	محمد مصباحی کریمی
۲۲۲۲۲۲۲	جواد اشرفی فر

ما با همه برنده‌ها تماس می‌گیریم،

براشون پیامک برنده شدن رو حتماً می‌فرستیم،

و مبلغ جایزه رو هم خیلی سریع به حسابشون واریز می‌کنیم.

شماره مشتری	اسم
۲۲۱۲۵۱۲	مرتضی مشکین
۲۲۲۲۰۰۳	مریم غفران
۱۸۸۹۲۵	مریم اطمین خانداد
۲۲۲۲۲۲۹	سیدالرضا قصبه سباهگل محله
۲۲۵۱۹۷	سید محمود حسینی
۲۱۰۲۹۱۸	سپاسک میرزائی دیزلی
۲۵۲۲۲۲۹	جواد گنستانی
۲۰۲۸۲۱۵	محسن قلاج نقی
۱۲۲۰۲۲۱	محبوب زاهدی
۲۱۵۲۲۲۹	علی رشیدی
۲۲۲۲۲۲۲	اسما قبل روح بخش چوبه
۲۲۵۲۱۹۷	اکرم حاجی زاده لمرخیزان
۲۲۱۲۲۲۹	زهرا کوهی طاقچه دانش
۱۸۲۲۲۲۱	محمد رضا دیاکوهی
۲۲۰۲۲۲۲	سید محمد باستان خاوری
۱۰۰۲۲۲۸	اله هاشمی
۲۲۵۸۹۱۸	جانی زید

آیین دیدن: تأملی فلسفی در پنج اثر هایپر رئال

| با اجرای حمیدرضا سلیمانی، نقاش و نویسنده |

در جهانی که تصویرها به سرعت مصرف می‌شوند و معنا در سطح می‌ماند، هایپر رئالیسم چونان مقاومت بصری، مخاطب را به مکث و مراقبه دعوت می‌کند. این پنج اثر، نه صرفاً بازنمایی اشیا، بلکه احضار مفاهیم اندک، چیدمان‌هایی که در سکوت خود، فلسفه‌ای از بودن، دیدن و اندیشیدن را زمزمه می‌کنند.

سپید: خلاقیت خاموش، ایجاد و حالت ای یکسان از فرم

آیین ایجاد فرمی منظم در پارچه‌های نامنظم خاطره، پیوند سنت و سکوت و خلق معنا از ماده. در اینجا، سپیدی نه رنگ، بلکه وضعیت ذهنی است.

چرخ خیاطی، در میان پارچه‌های سپید، چونان معبدی برای ایجاد فرم است این اثر، با تکنیک رنگ‌روغن و دقتی هایپر رئال، نه تنها ابزار را نشان می‌دهد، بلکه آیینی را احضار می‌کند؛



هویت: توپ جدا افتاده، استعاره فردیت

رئالیسم، با تأکید بر تفاوت‌های سطح و رنگ، هر توپ را به سوژه‌ای مستقل بدل می‌کند. این اثر، دعوتی است به تأمل در باب تعلق، طرد، و تنهایی انتخاب‌شده.

در «هویت»، توپ‌ها گردآمده‌اند اما توپ راگی در کناری تنهاست. این چیدمان، با دقتی وسواس‌گونه در بافت و نور، پرسشی هستی‌شناختی را مطرح می‌کند: آیا هویت در جمع شکل می‌گیرد یا در جدایی؟ هایپر



ایران: گل بنفشه در کنار همای ایرانی

در «ایران»، گل بنفشه، با لطافتی زنده، در کنار همای سنگی ایستاده است. این تقابل، نه صرفاً زیبایی شناختی، بلکه فلسفی است: طبیعت در برابر تمدن، گل نوروز در کنار همای ایرانی و زندگی در برابر حافظه. گل، نماد ایران زنده و در حال شکوفایی است؛ همای یادگار تاریخ و اسطوره. هایپر رئالیسم، با دقت در بافت خاک و سنگ، این دوگانگی را به آستانه اسطوره می‌برد. این اثر، پرسشی است درباره نسبت ریشه با گل.



خدمت و خیانت: شطرنج مفاهیم، نبرد نمادها

تابلوی شطرنج، با مهره‌هایی انسان‌نما صحنه‌ای از نبرد مفاهیم است. ملکه‌های جدا افتاده، شاید نماد قدرت منزوی یا قربانی بازی باشد. این اثر، با پس‌زمینه‌ای سرخ و تاریک، فضایی می‌سازد که مخاطب را به تأمل در باب اخلاق، موقعیت اجتماعی و بازی‌های قدرت دعوت می‌کند. هایپر رئالیسم، در اینجا نه فقط تکنیک، بلکه ابزار فلسفه است، بازنمایی دقیق فرم‌هایی که حامل معنا شده‌اند و مهره ملکه‌ها که تمام تأثیر و اجرای بازی را داشته و در سایه‌ها و دور از پرسپکتیو قرار گرفته‌اند.



نقاب: چهره‌ای که نگاه می‌کند، اما خود را نمی‌نمایاند

در «نقاب»، چهره گوریل، با تکنیک پاستل گچی، از تاریکی سر برآورده است. نگاه نافذ، پوست چین خورده و سکوت پس‌زمینه، همگی در خدمت خلق پرسشی درباره انسان و حیوان، ظاهر و باطن، و نقاب‌هایی که بر چهره می‌زنیم، هستند. این اثر، دعوتی است به مواجهه با خویشتن پنهان، با آنچه در تاریکی درون، منتظر دیده شدن است.



در این پنج‌گانه، چیدمان نه صرفاً آرایش بصری، بلکه زبان فلسفی اثر است. هر فاصله، هر نور، هر شیء، حامل معناست. رمانتیسم این آثار، در زیبایی‌شناسی فرم و رنگ، مخاطب را جذب می‌کند؛ اما پس از جذب، او را به مواجهه با مفهوم، تاریخ، و پرسش‌های وجودی فرامی‌خواند. هایپر رئالیسم، در اینجا نه تقلید واقعیت، بلکه بازآفرینی آن است، واقعیتی که وزن دارد، معنا دارد، و مخاطب را به تأمل و مکاشفه دعوت می‌کند. این آثار، چونان آینه‌هایی فلسفی، نه تنها آنچه هست را نشان می‌دهند، بلکه آنچه می‌توانست باشد را نیز زمزمه می‌کنند و در پایان یک مفهوم کلی در جریان تمام تابلوهای سلیمانی قرار دارد؛ هنر مانند بال‌های سفید برای کمال یافتن است، بال‌های خود را طراحی کنید به وقت احتیاج پرواز کنید و طعمه تاریکی نشوید.

ویو

فناوری‌های نوین یادگیری این قسمت: او یو

| تولید محتوا: اداره فناوری‌های نوین یادگیری آکادمی سامان |



در آبان، هر قدم یادگیری فقط یک تجربه نیست؛ یک امتیاز که جایگاهت را در رقابت مشخص می‌کند. با هر آموزش، هر آزمون و هر مشارکت، امتیاز جمع می‌کنی و مسیرت به سمت پیشرفت روشن‌تر می‌شود. رقابت سالمی که انگیزه می‌دهد، هیجان میاره و یادگیری را تبدیل به یک بازی جدی می‌کند. راستی همه همکاران میتونن با رمز یکبارمصرف وارد اپلیکیشن بشن؛ البته دقت کنید متناسب با سیستم عامل گوشیتون، نسخه اندروید یا نسخه iOS (PWA) رو از لینک اینترنتی زیر انتخاب و نصب کنید.

Oyan.samanacademy.ir

خوشحال میشیم نظراتتون رو در رابطه با این اپ با داخلی ۳۳۷۸ و ۳۳۷۶ درمیون بذارید. صمیمانه منتظر پیشنهادتون هستیم...



برای نصب اپلیکیشن اسکن کنید
لینک مستقیم:
Oyan.samanacademy.ir



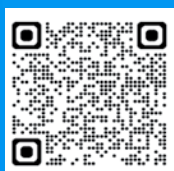
سال تاسیس، ۱۳۷۸



به این اثر رأی می‌دهم.

صدای شما؛ راهنمای ما

بازخوردهای سازنده مشتریان، نه تنها به بهبود عملکرد بانک سامان کمک می‌کند، بلکه زمینه‌ساز ارتقای کلی کیفیت خدمات در شبکه بانکی کشور، افزایش شفافیت، تقویت پاسخگویی و در نهایت، تجربه بهتر بانکداری برای همه هموطنان خواهد شد. از شما دعوت می‌کنیم با صرف تنها چند دقیقه زمان، در این نظرسنجی شرکت کنید و نقش مؤثری در ارزیابی خدمات امروز و شکل‌دهی به آینده خدمات سامان ایفا کنید. برای مشارکت، لطفاً QR Code زیر را اسکن کنید یا از نشانی لینک زیر استفاده نمایید:



<https://cbi.ir/survey/34068.aspx>

بانک سامان با صدور بیانیه‌ای از مشتریان خود دعوت کرد تا از طریق شرکت در نظرسنجی بانک مرکزی، نظر خود را درباره خدمات این بانک اعلام کنند. مشتریان گرامی بانک سامان،

بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، با هدف ارزیابی کیفیت خدمات بانکی و سنجش میزان رضایت مشتریان از عملکرد شبکه بانکی کشور، نظرسنجی سراسری «صیانت از حقوق مشتریان» را از تاریخ ۱۹ آذرماه ۱۴۰۴ آغاز کرده است. این نظرسنجی تا ۱۵ دی‌ماه ادامه دارد و فرصتی ارزشمند برای شنیده شدن صدای شما مشتریان عزیز فراهم می‌آورد.

اهداف اصلی این نظرسنجی، دریافت بازخوردهای مستقیم شما در زمینه‌هایی همچون رفتار و تعامل کارکنان بانک‌ها، سرعت و کیفیت ارائه خدمات، شفافیت اطلاعات، سهولت استفاده از خدمات الکترونیکی و نحوه رسیدگی به شکایات است. اهمیت مشارکت شما در این فرایند بسیار بالا است؛ زیرا



به مناسبت فرارسیدن هفته پژوهش
دانشگاه ملی مهارت واحد پسران بابل برگزار می‌نماید:

نگاهی به سیر پیدایش و تکامل صنعت بانکداری در ایران

سخنران:
دکتر آرش آذین فر
دکتری تخصصی حسابداری، مشاور مالی و مدرس دانشگاه

با محوریت:
۱. شروع یا نفوذ استعمار
۲. اولین چاپ اسکناس در ایران
۳. اولین بانک ایرانی
۴. ورود بانک های خصوصی و بین المللی
۵. رشد قیمت نفت، رونق اقتصادی و توسعه بانکها
۶. انقلاب شکوهمند اسلامی و شروع سیستم جدید
بانکداری بنام بانکداری اسلامی

زمان:
سه شنبه ۱۱ آذر ۱۴۰۴ ساعت ۱۰:۰۰

مکان:
سالن کنفرانس دانشکده

سمینار آموزشی «نگاهی به سیر پیدایش و تکامل صنعت بانکداری در ایران»

دانشگاه ملی مهارت پسران بابل برگزار شد. این برنامه با استقبال دانشجویان و علاقه‌مندان حوزه اقتصاد و مدیریت مالی همراه بود. سخنران این نشست، دکتر آرش آذین فر، از پژوهشگران و متخصصان شناخته‌شده حوزه بانکداری، در ارائه‌ای جامع به بررسی تاریخچه شکل‌گیری نظام بانکی در ایران، روند تکامل آن در دوره‌های مختلف و چالش‌های پیش‌روی این صنعت پرداخت.

سمینار آموزشی «نگاهی به سیر پیدایش و تکامل صنعت بانکداری در ایران» در دانشگاه ملی مهارت واحد پسران بابل امام صادق (ع) توسط همکار سامانی شعبه بابل، آرش آذین فر برگزار شد.

به مناسبت گرامیداشت هفته پژوهش، سمیناری با عنوان «نگاهی به سیر پیدایش و تکامل صنعت بانکداری در ایران» روز سه‌شنبه ۱۱ آذر ۱۴۰۴ در



گفت و گو

بانک سامان
Saman Bank



گفتگو با همکاران شعبه برج سامان

برج سامان؛ نقطه ملاقات حرفه‌ای‌ها با خدمات بانکی

گفت و گو: جعفر تکبیری

عکس‌ها: نیلوفر فیاض



فاطمه حاجی بابایی - رئیس شعبه

کاربران فروش، نیروهای تخصصی و کارشناس مشتریان ویژه در کنار هم فعالیت می‌کنند و بار عملیاتی مهمی را بر عهده دارند.

او در تشریح ترکیب مشتریان گفت: این شعبه بیش از ۱۱ هزار مشتری فعال دارد. حدود ۲۰۰ مشتری خاص و ویژه، ۲۴۰ مشتری SME، ۵۷۰ مشتری ممتاز و بیش از ۴۵۰ کارت‌خوان فعال در حوزه ما قرار دارد. همچنین ۵۰ درصد منابع متعلق به مشتریان SME و ۳۰ درصد مربوط به مشتریان برتر است. این ترکیب باعث می‌شود با نیازهای متنوع و پیچیدگی عملیاتی بالایی مواجه باشیم.

وی درباره نحوه هدایت شعبه بیان کرد: همواره برنامه‌ریزی دقیق بر اساس اهداف ابلاغی انجام می‌دهم. برای هر همکار هدف‌گذاری مشخص تعریف شده و عملکرد تیم به صورت مستمر پایش می‌شود. تمامی فعالیت‌ها با محوریت استراتژی سامان ۱۴۰۴ پیش می‌رود؛ یعنی تجاری‌سازی شعب، توسعه فروش، تمرکز بر مشتریان ویژه، SME و شرکت‌ها، تقویت مهارت‌های فروش همکاران و هدایت مشتریان به سمت ابزارهای غیرحضوری.

او تجربه تعامل با همکاران را این‌گونه توصیف کرد: فضای کاری ما مبتنی بر احترام متقابل، همدلی و همکاری است. تلاش کرده‌ام محیطی فراهم کنم که انرژی مثبت، تمرکز بر کیفیت خدمات و رشد فردی و گروهی در آن جریان داشته باشد.

حاجی بابایی درباره نحوه ارتباط با مشتریان گفت: شاخص‌های مشتری‌مداری شعبه مطلوب است و برای ارتقای آن برنامه‌ریزی مستمر انجام می‌شود. استقبال مشتریان از ابزارهای الکترونیکی بسیار خوب است و ما آموزش استفاده از یوبانک برای مشتریان ویژه و وب‌سرویس برای شرکت‌ها را با جدیت دنبال می‌کنیم.

وی درباره نقش سامانه‌های جدید اظهار داشت: نصب و آموزش اپلیکیشن موبایلت و هدایت مشتریان به سمت خودگردان و خدمات کش‌لس، فشار عملیاتی را کاهش داده و فرصت بیشتری برای تمرکز بر خدمات تخصصی ایجاد کرده است.

او در بخش دیگری از سخنان خود به وضعیت بیمه اشاره کرد و گفت: توسعه فروش بیمه با توجه به ظرفیت مشتریان شعبه در دستور کار قرار دارد و برنامه‌ریزی مشخصی برای تقویت آن انجام شده است.

حاجی بابایی در پایان افزود: از همه همکارانم در شعبه برج سامان و مدیران ارشد صمیمانه تشکر می‌کنم و امیدوارم مسیر پیش روی بانک سامان همچنان با رشد و تعالی همراه باشد.

اولویت من پررنگ کردن مفهوم فروش در ذهن تیم است

غلامرضا خسروشاهی، از نیروهای باسابقه و تعیین‌کننده شعبه برج سامان که هم‌اکنون در سمت معاونت این شعبه مشغول به کار است، در گفت‌وگویی درباره مسیر کاری خود گفت: متولد ۱۱ شهریور ۱۳۵۹ هستم و مدرک کارشناسی مدیریت صنعتی دارم. در سال ۱۳۸۵ وارد بانک سامان شدم و از سال ۱۳۹۳ تاکنون در سمت معاون شعبه در شعب مختلف بانک سامان فعالیت کرده‌ام.

او درباره روزهای آغازین همکاری‌اش با بانک سامان توضیح داد: روزهای نخست کاری را با عشق و اشتیاق آغاز کردم و امروز نیز همچنان به خانواده بزرگ سامانی خود افتخار می‌کنم. عضویت در این مجموعه برای من نه فقط یک شغل، بلکه حس تعلق و همراهی است و با عشق در کنار همکارانم فعالیت می‌کنم.

خسروشاهی درباره چالش‌های روزانه کار در شعبه گفت: طبیعی است که

شعبه برج سامان، با مدیریت باتجربه و تیمی متخصص، نه تنها به مشتریان عادی، بلکه به تمامی کارکنان ستاد بانک سامان و شرکت‌های وابسته خدمات مالی ارائه می‌کند. این شعبه با استانداردهای حرفه‌ای، فضای دوستانه و روی گشاده همواره محلی برای پاسخگویی سریع، مشاوره تخصصی و ارائه خدمات ریالی، ارزی و ویژه بوده و نقش کلیدی در تحقق استراتژی بانک سامان ۱۴۰۴ ایفا می‌کند. از این رو در این شماره از نشریه سامان به گفتگو با تیم خوب و دوست‌داشتنی شعبه برج سامان نشستیم.

فاطمه حاجی بابایی، از رؤسای شعب باتجربه و توانمند بانک سامان، در گفت‌وگویی درباره مسیر کاری و نقش خود در شعبه برج سامان گفت: بنده فارغ‌التحصیل کارشناسی ارشد مدیریت مالی هستم و ۲۰ سال است در بانک سامان فعالیت می‌کنم. از سال ۱۳۹۳ در سمت رئیس شعبه خدمت می‌کنم و پیش از حضور در برج سامان، در شعبی مانند مرکزی، اوین سابق، گیشا، ۲۴ متری سعادت‌آباد، یوسف‌آباد و زرتشت تجربه مدیریت داشته‌ام. در سال ۱۳۹۲ نیز به‌عنوان مدرس نمونه آکادمی سامان انتخاب شدم.

وی درباره اهمیت شعبه برج سامان توضیح داد: این شعبه یکی از مهم‌ترین شعب بانک است؛ زیرا علاوه بر ارائه خدمات کامل ریالی، ارزی و ویژه، به تمام شرکت‌های گروه مالی سامان و کارکنان آنها نیز خدمت‌رسانی می‌کند. همچنین به دلیل استانداردهای ظاهری و موقعیت خاص، همواره محل تصویربرداری، عکاسی و تهیه تیزرها و بروشورهای رسمی بانک سامان بوده است.

حاجی بابایی درباره ویژگی‌های عملیاتی شعبه افزود: شعبه برج سامان نسخه انتقال‌یافته شعبه دهکده المپیک است و از سال ۱۴۰۲ با نام فعلی فعالیت می‌کند. اکنون ۹ نفر از همکاران حرفه‌ای شامل کاربر عملیات،



غلامرضا خسروشاهی - معاون شعبه

در جایگاه بانکدار فروش تخصصی، مهم‌ترین چالشش ایجاد توازن میان مدیریت ریسک و پاسخ‌گویی سریع به مشتریان است. برخی پرونده‌های اعتباری پیچیده به بررسی دقیق و زمان کافی نیاز دارند، اما درعین حال سرعت عمل نیز اهمیت زیادی دارد. جذابیت این جایگاه در پویایی آن است؛ هیچ روزی شبیه روز قبل نیست و هر پرونده دنیایی از یادگیری جدید ایجاد می‌کند.

دولت‌آبادی درباره نحوه تعامل با همکاران و رئیس شعبه گفت: تلاش من همواره بر ایجاد فضایی مبتنی بر احترام، همکاری و هم‌فکری بوده است. اگرچه ساختار مدیریت شعبه گاهی سخت‌گیرانه و دقیق است، اما با حفظ آرامش و گفت‌وگو تلاش می‌کنم تعاملی مؤثر شکل گیرد. رابطه من با همکاران نیز صمیمانه است و در حد توان در رفع چالش‌ها و پیشبرد امور همراه آنها هستم تا کار تیمی روان‌تر و مؤثرتر انجام شود.

وی درباره برنامه خود برای تحقق استراتژی سامان ۱۴۰۴ افزود: تمرکز بر شناخت عمیق‌تر نیازهای مشتریان، ارائه راهکارهای اعتباری کارآمد، افزایش دقت و سرعت در خدمات و به‌روزرسانی دانش تخصصی در حوزه تحلیل اعتباری (ریالی و ارزی) از برنامه‌های اصلی من است. آشنایی با ابزارهای نوین مالی و تقویت نقش شعبه در حوزه مشتریان ویژه، SME و شرکت‌ها بخشی از مسیر تحقق استراتژی‌های بانک است.

او درباره شیوه ارتباط با مشتریان اظهار داشت: مشتریان مهم‌ترین سرمایه بانک هستند و ایجاد رابطه‌ای مبتنی بر اعتماد و شفافیت برای من اولویت دارد. تلاش می‌کنم با دقت و صبر به دغدغه‌های آنها گوش دهم و راهکارهایی ارائه کنم که هم منافع مشتری و هم منافع بانک را تأمین کند. این رویکرد در افزایش حس تعلق مشتریان به شعبه تأثیر قابل توجهی داشته است.

هر شغل، به‌ویژه در حوزه بانکداری، با چالش‌های متعدد و حساسیت‌های مالی همراه باشد. اما وقتی انسان به کاری که انجام می‌دهد علاقه دارد، سختی‌ها در نگاه او کم‌رنگ‌تر می‌شود و تمرکز جای خود را به پیشرفت و مسئولیت‌پذیری می‌دهد.

وی درباره نحوه تعامل خود با همکاران و رئیس شعبه افزود: کسی که سازمان و هم‌تیمی‌های خود را از صمیم قلب دوست دارد، در دلش چیزی جز مهر نسبت به آنها نخواهد داشت. این رابطه برای من بر پایه صداقت، شجاعت در تصمیم‌گیری، دقت و قاطعیت شکل گرفته است؛ اصولی که در کار بانکی اهمیت حیاتی دارد.

او درباره نقش خود در تحقق استراتژی سامان ۱۴۰۴ اظهار کرد: پررنگ‌کردن مفهوم فروش در ذهنیت تیم، یکی از اولویت‌های اصلی ما است. تلاش برای وفادار کردن مشتریان از طریق خلق بهترین تجربه، افزایش توانمندی و دانش همکاران، آزادسازی زمان نیروها با هدایت مشتریان به سمت درگاه‌های غیرحضوری، و در نهایت دستیابی به فروش هوشمندانه و سودمندتر، مسیر روزانه‌ای است که دنبال می‌کنیم.

معاون شعبه برج سامان درباره نحوه تعامل خود با مشتریان گفت: انسان‌ها را دوست دارم و همیشه تلاش کرده‌ام با آنها صادقانه رفتار کنم. حفظ احترام و کرامت انسانی برای من یک اصل غیرقابل مذاکره است. در این ۱۹ سال همیشه سعی کرده‌ام مشتریانی که به شعبه مراجعه می‌کنند، با یک تجربه خوشایند شعبه را ترک کنند. این تجربه خوب همان تصویری است که ما را در دنیای مطلوب آنها قرار می‌دهد و بقای سازمان را تضمین می‌کند.

او درباره شیرین‌ترین خاطره دوران کاری خود توضیح داد: حضور در شعب مختلف و آشنایی با همکاران عزیز و دوست‌داشتنی سامانی، بهترین اتفاقی است که در این ۱۹ سال برای من رقم خورده است. این روابط انسانی، ارزشمندترین بخش تجربه کاری من بوده است.

خسروشاهی در پایان افزود: به وجود تک‌تک اعضای خانواده بزرگ سامان افتخار می‌کنم و ایمان دارم که در کنار هم زیباترین و بهترین اتفاق‌ها را رقم خواهیم زد. بودن در کنار این مجموعه برای من افتخار و لذت است.

از ستاد تا فروش تخصصی در برج سامان

سعید دولت‌آبادی فراهانی، از نیروهای باتجربه و متخصص بانک سامان، در گفت‌وگویی درباره مسیر کاری خود توضیح داد: متولد ۱۳۶۱ هستم و بیش از چهارده سال است که در بانک سامان فعالیت می‌کنم. آغاز همکاری من در سال ۱۳۸۹ با سمت متصدی باجه در شعبه اقدسیه بود. دو سال بعد به ستاد منتقل شدم و در اداره کارشناسی و ارزیابی طرح‌ها فعالیت کردم. پس از آن حضور در بخش اعتبارسنجی، تجربه‌ای ارزشمند برای من بود که نگاه دقیق‌تری نسبت به فرایندهای اعتباری ایجاد کرد. پس از چهار سال مجدداً به شبکه شعب بازگشتم و اکنون به‌عنوان بانکدار فروش تخصصی در شعبه برج سامان مشغول فعالیت هستم. این مسیر متنوع باعث شد هم دید ستادی و هم نگاه شعبه‌ای به بانکداری پیدا کنم و شناخت عمیق‌تری از نیازهای مشتریان داشته باشم.

وی درباره احساس خود نسبت به روزهای نخست استخدام گفت: شروع همکاری با انرژی، انگیزه و اشتیاق فراوان همراه بود و هر پرونده برایم فرصت تازه‌ای برای یادگیری بود. امروز نیز با وجود افزایش چالش‌ها و فشار کاری، نگاه پخته‌تر و عمیق‌تری به مسئولیت‌ها دارم و احساس تعهد و تعلق خاطر من نسبت به بانک سامان بسیار بیشتر از گذشته است.

او در تشریح چالش‌ها و جذابیت‌های نقش فعلی خود توضیح داد:



پونه لطیفی



سعید دولت‌آبادی فراهانی



ساعده حبیب پور

در مجموعه دارد.

وی درباره برنامه خود برای تحقق استراتژی سامان ۱۴۰۴ توضیح داد: محور اصلی این استراتژی بر ایجاد وفاداری پایدار میان مشتریان و کارکنان است. تحقق این هدف زمانی ممکن است که تجربه‌ای متفاوت، سریع و قابل اعتماد برای مشتری ایجاد شود. تلاش می‌کنم با بهره‌گیری از دانش و تجربه کاری خود نقشی مؤثر در مسیر رسیدن به این هدف داشته باشم.

او درباره نحوه ارتباط با مشتریان گفت: اصول احترام، شفافیت و دقت همواره برای من در اولویت قرار دارد. با گوش دادن دقیق به نیازهای مشتری و ارائه بهترین راهکار ممکن، تلاش می‌کنم ارتباطی مبتنی بر اعتماد شکل گیرد؛ ارتباطی که نتیجه آن ایجاد وفاداری بلندمدت است.

لطیفی در تشریح یکی از خاطرات شیرین خود گفت: روزی مشتری با شرایط اضطراری به شعبه مراجعه کرد و با همکاری تیمی و مدیریت درست، در کوتاه‌ترین زمان ممکن مشکل او را حل کردیم. قدردانی صمیمانه آن مشتری یکی از تجربه‌های به‌یادماندنی دوران کاری من در این شعبه است. وی در پایان افزود: باور دارم که بانکداری تنها اعداد و ارقام نیست، بلکه در ارتباط انسانی، اعتماد و همکاری معنا پیدا می‌کند. امیدوارم بتوانم همچنان با بهترین عملکرد خود به رشد و بالندگی خانواده بانک سامان کمک کنم.

حضور در بانک سامان برای من

فرصتی برای رشد و خدمت واقعی است

ساعده حبیب‌پور، از همکاران فعال و متخصص شعبه برج سامان، درباره مسیر حرفه‌ای خود گفت: متولد ۱۳۶۴ هستم و کارشناسی‌ارشد بازرگانی بین‌الملل دارم. از سال ۱۳۸۹ وارد خانواده بانک سامان شدم و اکنون در شعبه برج سامان مشغول فعالیت هستم. خوشحالم که مسیر حرفه‌ای خود را از اینجا آغاز کردم و توانستم رشد کنم.

وی درباره روزهای نخست استخدام و وضعیت فعلی خود افزود: روزهای آغازین پر از استرس و هیجان بود؛ هم خوشحال بودم که در بانک سامان کار می‌کنم، هم نگران مسئولیت‌ها. اما خیلی زود فهمیدم اینجا محیطی واقعی برای یادگیری و رشد است. امروز که بیش از ده سال از آن زمان گذشته، همان انرژی را دارم، اما با تجربه و پختگی بیشتر و خود را جزئی از خانواده‌ای می‌دانم که حرفه‌ای بودن و همدلی در آن موج می‌زند.

حبیب‌پور درباره چالش‌ها و جذابیت‌های کار روزانه توضیح داد: حوزه خدمات ارزی به دلیل تغییرات مستمر، کار را پرچالش می‌کند. جذابیت این

وی در ادامه یک خاطره کاری را چنین تشریح کرد: یکی از تجربه‌های شیرین من مربوط به بررسی یک پرونده اعتباری پیچیده بود که با همکاری تیمی و هم‌افزایی همکاران در زمان بسیار کوتاهی مدیریت و تصویب شد. رضایت مشتری و تقدیر شعبه از این عملکرد، نشان داد که کارگروهی چگونه می‌تواند چالش‌های بزرگ را تبدیل به فرصت کند.

دولت‌آبادی در پایان گفت: کار در بانک سامان برای من تنها یک شغل نیست، بلکه مسیری برای رشد، یادگیری و خلق ارزش است. امیدوارم همراه با همکارانم بتوانم سهم مؤثری در تحقق اهداف بانک و ارتقای جایگاه مجموعه سامان داشته باشم.

بانکداری برای من فقط یک شغل نیست

پونه لطیفی، از همکاران جوان و توانمند شعبه برج سامان، درباره مسیر حرفه‌ای خود توضیح داد: ۳۲ ساله هستم و پیش از حضور در بانک سامان چند سال در دو شرکت مختلف به‌عنوان حسابدار فعالیت داشتم. پس از ورود به حوزه بانکداری، تجربه ارزشمندی در بخش بانکداری شرکتی به دست آوردم و اکنون در کنار هم‌تیمی‌های خود در شعبه برج سامان مشغول فعالیت هستم.

وی درباره احساس روزهای نخست استخدام و نگاه فعلی خود به بانک سامان گفت: شروع همکاری با هیجان و تجربه‌های تازه همراه بود. فضای منظم، استانداردهای حرفه‌ای و فرهنگ شفاف بانک سامان برای من بسیار الهام‌بخش بود. جایگاه و نقش بانوی فرهیخته، خانم ضرابیه، از همان ابتدا برای من برجسته بود؛ مدیری با بینش، جدیت و منش حرفه‌ای متمایز که بسیاری از ارزش‌های جاری در فرهنگ‌سازمانی بانک سامان ریشه در نگاه ایشان دارد. همین موضوع باعث شد از همان ابتدا احساس تعلق و غرور بیشتری نسبت به این مجموعه داشته باشم.

او درباره چالش‌ها و جذابیت کار روزانه اظهار داشت: ارتباط مستمر با مشتریان به طور طبیعی با چالش همراه است، اما مدیریت مدیرانه رئیس و معاون شعبه و همکاری تیمی مؤثر موجب شده فعالیت‌ها در سطح مطلوبی هدایت شود. تلاش برای حفظ کیفیت خدمات و کار تیمی منسجم مهم‌ترین جذابیت کار روزانه من است.

لطیفی درباره تعامل خود با همکاران و رئیس شعبه بیان کرد: تلاش کرده‌ام رابطه‌ای محترمانه، دوستانه و مبتنی بر همکاری با همکاران داشته باشم؛ زیرا موفقیت شعبه حاصل تلاش جمعی است. تعامل حرفه‌ای و صمیمانه با رئیس و معاون شعبه نیز نقش مهمی در پیشبرد اهداف و حفظ همدلی



فاطمه عسکری



مهدي طاهري



نياز خمارلو



هديه مفاخري

وی درباره تعامل با مشتریان گفت: همیشه ابتدا دقیق به نیاز مشتری گوش می‌دهم. وقتی نیاز او را درست فهمیدم، می‌توانم راهکاری شفاف و مطمئن ارائه کنم. این باعث می‌شود مشتری حس کند در بانک سامان فردی واقعی همراه و پاسخگو دارد.

حبیب‌پور یکی از خاطرات شیرین خود را چنین بیان کرد: یکی از بهترین لحظات زمانی است که بتوانیم مشکل یک مشتری را سریع و مؤثر حل کنیم. لحظه‌ای که مشتری با لبخند و آرامش شعبه را ترک می‌کند، بهترین پاداش برای من است و احساس می‌کنم کاری که انجام داده‌ایم تأثیر مستقیم بر آرامش او داشته است.

وی در پایان گفت: واقعاً به حضور در بانک سامان افتخار می‌کنم و باور دارم که در کنار همکارانم در برج سامان می‌توانیم نقش پررنگی در تحقق اهداف بزرگ بانک داشته باشیم و نام بانک سامان را هر روز بیشتر درخشان کنیم.

کار هم در همین تنوع است؛ هر روز با موضوع جدیدی مواجه می‌شویم و باید راه‌حل‌های نو پیدا کنیم، بنابراین هیچ روزی شبیه روز قبل نیست. وی درباره تعامل با همکاران و رئیس شعبه گفت: موفقیت یک شعبه تنها زمانی محقق می‌شود که همکاران کنار هم باشند و مدیر شعبه نقش حمایتی و هدایتگر داشته باشد. در برج سامان این فضا کاملاً مشهود است؛ همدلی، همکاری و تبادل تجربه بین همکاران باعث می‌شود کارها با انگیزه و اثربخشی بیشتر پیش رود.

حبیب‌پور درباره نقش خود در تحقق استراتژی سامان ۱۴۰۴ اظهار داشت: تمرکز اصلی من بر شناخت دقیق نیازهای مشتریان است؛ چه ارزی، چه اعتباری و چه شرکتی. هدفم این است که مشتری هنگام مراجعه به شعبه، خدمات سریع، به‌روز و مطمئن دریافت کند. با بهره‌گیری از فناوری‌های جدید و ارائه مشاوره تخصصی، تلاش می‌کنم شعبه برج سامان را به مکانی تبدیل کنم که مشتریان با اعتماد کامل به آن مراجعه کنند.



دانستنی‌های بانکی



بخش دانستنی‌های بانکی، بخش جدیدی از نشریه سامان است که شامل پاسخ به پرسش‌های بانکی متداول و پرطرف‌داری است که پاسخگوی ابهامات مشتریان خواهد بود. در این صفحه، کارشناسان خبره و متخصص مدیریت بهبود و کیفیت بانک سامان، با اشراف بر آخرین قوانین و فرایندهای بانکی، به پرسش‌های پرتکرار بانکی پاسخ می‌دهند.

(افرادی که گذرنامه جمهوری اسلامی ایران را نداشته باشند یا در گذرنامه ایشان محل اقامت سایر کشورها درج شده باشد).

| مهدیه رحیمی منش، کارشناس ارشد روش‌های اعتباری و ارزی

ارز مسافرتی

ارز مسافرتی، ارزی است که بانک مرکزی ج.ا.ا. به مسافران ایرانی اختصاص می‌دهد تا بخشی از ارز مورد نیاز هزینه‌های سفر خارجی آنان را تأمین کند.

مقدار ارز مسافرتی

تأمین و پرداخت ارز مسافرتی (به صورت اسکناس) یکبار در سال از طریق شبکه بانکی برای مسافران هوایی و حداکثر به میزان ۵۰۰ یورو مجاز است. (هم‌اکنون صرفاً سفرهای هوایی مشمول دریافت ارز مسافری بوده و امکان دریافت ارز مسافرتی برای سفرهای زمینی، ریلی و دریایی وجود ندارد.) با عنایت به اینکه دریافت ارز مسافرتی صرفاً یکبار در سال امکان‌پذیر است، لذا چنانچه تقاضای یک‌مرتبه در طول سال نسبت به دریافت ارز مسافرتی کمتر از حداکثر مجاز (۵۰۰ یورو یا دلار) اقدام کرده باشد، مجاز به دریافت مابه‌التفاوت نیست.

به چه کسانی تعلق می‌گیرد؟

صرفاً متقاضیان بالای ۵ سال امکان دریافت ارز مسافرتی دارند. لازم به ذکر است خرید ارز مسافرتی برای متقاضیان بین ۵ تا ۱۸ سال توسط والدین آن‌ها، پس از ثبت اطلاعات هویتی و با شماره تلفن همراه متعلق به والد امکان‌پذیر است.

فروش ارز مسافرتی به افراد زیر مجاز نیست:

- مسافری با سن قانونی کمتر از ۵ سال؛
- افرادی که اقامت کشور جمهوری اسلامی ایران را نداشته باشند

قیمت و نوع ارز مسافرتی

مبنای محاسبه نرخ ارز مسافرتی، نرخ اسکناس ارزی در مرکز مبادله ارز و طلای ایران است که معمولاً از قیمت ارز بازار آزاد پایین‌تر است. در حال حاضر در سامانه ارز مسافرتی، پرداخت ارز به صورت دلار و یورو انجام می‌شود.

نحوه درخواست ارز مسافرتی

فروش ارز مسافرتی از طریق مراجعه متقاضیان به درگاه اینترنتی «مرکز مبادله ارز و طلای ایران» به آدرس travel.ice.ir امکان‌پذیر است. تمامی مراحل ثبت درخواست، احراز هویت و پیگیری دریافت ارز مسافرتی فقط از طریق این سامانه انجام می‌شود.

زمان درخواست ارز مسافرتی

فروش ارز مسافرتی به متقاضیان، حداکثر ۷ روز تقویمی قبل از تاریخ پرواز انجام می‌پذیرد. افزودنی است متقاضیان در روز پرواز نیز می‌توانند تقاضای ارز مسافرتی خود را در سامانه ثبت نمایند. متقاضیان تنها روزهای شنبه تا چهارشنبه از ساعت ۸ الی ۱۶ و پنجشنبه‌ها از ساعت ۸ الی ۱۴ می‌توانند درخواست ارز مسافرتی خود را در سامانه مرکز مبادله ارز و طلای ایران ثبت نمایند.

نحوه درخواست

در ابتدا متقاضیان باید با وارد کردن شماره تلفن همراه و کد ملی خود در سامانه مذکور ثبت نام و سپس اطلاعات مرتبط با کد ملی، شماره گذرنامه، فرودگاه مبدأ، کشور مقصد و تاریخ پرواز را ثبت و بانک عامل

(منتخب) به منظور تحویل ارز را انتخاب نمایند.

افزودنی است با توجه اینکه ارز مسافرتی پس از گیت خروجی فرودگاه به متقاضیان تحویل می‌شود، نیازی به بارگذاری تصویر مدارک از جمله تصویر گذرنامه، بلیت و... در سامانه مرکز مبادله ارز و طلای ایران نیست. پس از پرداخت بهای ارز و کارمزد مرتبط از طریق کارت بانکی متعلق به ثبت‌کننده درخواست، متقاضیان یک پیامک حاوی کد تحویل ارز دریافت می‌نمایند که با ارائه آن می‌توانند ارز خریداری شده را قبل از پرواز در فرودگاه دریافت نمایند. متقاضیان می‌توانند با این کد، ارز خود را از باجه یا خودپرداز بانک عامل مستقر در فرودگاه (پس از باجه کنترل گذرنامه) دریافت نمایند.

بانک‌های عامل تحویل ارز مسافرتی

بانک‌های عامل تحویل ارز در فرودگاه شامل بانک‌های سامان، ملی و ملت می‌باشد.

همچنین باید متذکر شد که پس از تأیید درخواست در سامانه مرکز مبادله ارز و طلای ایران، امکان تغییر بانک عامل وجود ندارد.

مهلت دریافت ارز مسافرتی

پس از خرید ارز و دریافت کد تحویل، صرفاً تا ۳۰ روز پس از تاریخ پرواز اعلامی در سامانه، امکان دریافت ارز وجود دارد.

در صورت عدم مراجعه متقاضی به بانک عامل تا ۳۰ روز پس از تاریخ پرواز اعلامی، وجوه دریافتی از متقاضی به شماره شبایی که متقاضی به همین منظور در سامانه اعلام می‌نماید، پس از کسر کارمزد انتقال وجه، عودت می‌شود.

کارمزد ارز مسافرتی

کارمزدهای فروش ارز مسافرتی که در زمان ثبت درخواست در درگاه مرکز مبادله ارز و طلای ایران، از متقاضیان دریافت می‌شود به شرح زیر است:

- ۰/۲٪ معادل ریالی ارز قابل تخصیص به‌عنوان سهم بانک؛
- ۱/۷٪ معادل ریالی ارز فروخته‌شده به‌عنوان سهم بانک مرکزی.
- ۰/۱٪ معادل ریالی ارز فروخته‌شده به‌عنوان سهم مرکز مبادله ارز و

طلای ایران.

محل تحویل ارز مسافرتی به متقاضیان

در بانک سامان، تحویل ارز مسافرتی از روش‌های زیر به مشتری امکان‌پذیر است:

• در ترمینال اصلی (ترمینال ۱) فرودگاه بین‌المللی امام خمینی (پس از گیت خروج از کشور) و ترمینال «سلام» فرودگاه بین‌المللی امام خمینی و از طریق مراجعه به خودپرداز ارزی بانک سامان؛

• در ترمینال اصلی (ترمینال ۱) فرودگاه بین‌المللی امام خمینی (پس از گیت خروج از کشور) و از طریق مراجعه حضوری به باجه بانک سامان. همچنین امکان تحویل ارز مسافرتی به مشتریانی که از خدمات تشریفات ویژه فرودگاهی (CIP) استفاده می‌کنند، در محل باجه CIP وجود دارد. متقاضی باید به خودپرداز یا باجه بانک مستقر در فرودگاه (پس از باجه کنترل گذرنامه) مراجعه و با ارائه کد تحویل ارز، نسبت به دریافت ارز خود اقدام نماید.

تحویل ارز تنها توسط بانک عامل انتخاب‌شده در زمان ثبت درخواست امکان‌پذیر است و سایر بانک‌های مستقر در فرودگاه امکان تحویل ارز به متقاضی را ندارند.

نحوه انصراف از دریافت ارز مسافرتی

چنانچه متقاضی به علل شخصی از قبیل لغو پرواز، تغییر تاریخ پرواز و... درخواست انصراف عملیات فروش ارز مسافرتی را داشته باشد، باید شخصاً به درگاه اینترنتی مرکز مبادله ارز و طلای ایران مراجعه و درخواست انصراف خود را ثبت نماید. پس از ثبت درخواست انصراف، معادل ریالی ارز مورد درخواست به شماره شبایی متقاضی عودت می‌شود. شایان‌ذکر است انصراف متقاضی از دریافت ارز، صرفاً تا قبل از مراجعه به بانک عامل و استعلام کد مجوز تأمین ارز توسط بانک، به‌استثنای روز پرواز اعلامی و دو روز پس از آن، از طریق سامانه امکان‌پذیر است.

متقاضیان برای ارتباط با مرکز پاسخگویی مرکز مبادله ارز و طلای ایران می‌توانند از طریق شماره تماس ۰۲۱-۷۲۰۸۷۰۰۰ اقدام نموده یا برای کسب اطلاع از پاسخ پرسش‌های متداول و تکرار درباره ارز مسافرتی به وب‌سایت این مرکز به آدرس travel.ice.ir مراجعه کنند.





بانک سپه: تجسم ناسیونالیسم اقتصادی در ایران عصر رضاشاه

| امین زمردی |

چکیده: تأسیس بانک سپه در ۲۴ اردیبهشت ۱۳۰۴ را باید نقطه عطفی در تاریخ معاصر ایران دانست که آرمان‌های ناسیونالیستی را از عرصه شعار به صحنه عمل اقتصادی منتقل کرد. این مقاله نشان می‌دهد که چگونه ضرورت‌های چندلایه اقتصادی، سیاسی و ایدئولوژیک، ایجاد نخستین نهاد بانکی ملی را به یک اولویت استراتژیک تبدیل کرد و چگونه محمدعلی فروغی، به‌عنوان معمار این پروژه، با عبور از چالش‌های متعدد، نمادی ماندگار از ناسیونالیسم عمل‌گرای ایرانی خلق کرد.

انحصار، ناممکن به نظر می‌رسید.

ضرورت سیاسی: تحقق حاکمیت ملی

از دیدگاه ناسیونالیست‌های ایرانی، وجود یک بانک خارجی که بر اقتصاد کشور حاکم است، توهینی به حاکمیت ملی محسوب می‌شد. سید حسن تقی‌زاده در خاطرات خود می‌نویسد: "وقتی بیگانگان پول ملت ما را کنترل می‌کنند، چگونه می‌توانیم ادعای استقلال داشته باشیم؟" (تقی‌زاده، ۱۳۶۸: ۲۳۴). این احساس تحقیر ملی، محرک قدرتمندی برای ایجاد یک نهاد مالی مستقل بود.

ضرورت ایدئولوژیک: ساختن ایرانی نوین

ناسیونالیسم دوره رضاشاه، خواهان ساختن "ایرانی نوین" بر پایه الگوهای مدرن بود. از دیدگاه روشنفکرانی مانند فروغی، "یک کشور بدون سیستم بانکی مدرن، محکوم به عقب‌ماندگی است" (مکی، ۱۳۷۴: ۲۳۱). بانک سپه، نه فقط یک مؤسسه مالی، بلکه نماد ورود ایران به دنیای مدرن محسوب می‌شد.

مقدمه: بستر تاریخی یک ضرورت ملی

اوایل قرن چهاردهم خورشیدی، ایران در وضعیتی پارادوکسیکال به سر می‌برد. از یک سو، ایده‌های ناسیونالیستی و باور به "دولت-ملت" در میان روشنفکران و سیاست‌مداران نسل جدید در حال شکل‌گیری بود (آبراهامیان، ۱۳۷۸: ۸۹) و از سوی دیگر، ساختار اقتصادی کشور همچنان در سیطره کامل منافع خارجی قرار داشت. در این بستر تاریخی، تأسیس یک "بانک ملی" به ضرورتی چندبعدی تبدیل شد که تنها با فهم عمیق آرمان‌های ناسیونالیستی آن دوره قابل درک است.

ضرورت‌های سه‌گانه تأسیس بانک سپه

ضرورت اقتصادی: شکستن انحصار بانک شاهنشاهی

بانک شاهنشاهی ایران که با امتیازنامه ۱۲۶۸ ه.ق تأسیس شده بود، به "دولتی در سایه" تبدیل شده بود. این بانک نه تنها انحصار نشر اسکناس را در اختیار داشت، بلکه "کلیه مبادلات ارزی، اعتبارات بازرگانی و حتی ذخایر طلای کشور را کنترل می‌کرد" (کاتوزیان، ۱۳۷۲: ۱۵۲). وضعیت به حدی بحرانی بود که هرگونه توسعه اقتصادی بدون عبور از این

محمدعلی فروغی: تبلور ناسیونالیسم فرهنگی-اقتصادی

جهان بینی ناسیونالیستی فروغی

فروغی را باید یکی از برجسته ترین نمایندگان ناسیونالیسم ایرانی دانست که "ترکیبی کم نظیر از سنت گرایی فرهنگی و مدرنیسم اقتصادی" را نمایندگی می کرد (همایون کاتوزیان، ۱۳۹۶: ۱۶۲). او که خود از خانواده ای ادیب و فرهنگ دوست برخاسته بود، به خوبی می دانست که استقلال فرهنگی بدون استقلال اقتصادی ناقص خواهد بود.

درک استراتژیک از روابط بین الملل

فروغی برخلاف بسیاری از ملی گرایان تندرو، به اهمیت دیپلماسی و راه حل های مسالمت آمیز واقف بود. او معتقد بود: "ما باید با هوشمندی، قیودندهای استعماری را پاره کنیم، نه با خشونت" (اسناد منتشر شده وزارت امور خارجه، ۱۳۰۳). این نگاه ظریف، مسیر حرکت او را در پروژه بانک سپه مشخص کرد.

چالش های پیش رو: دیوارهای بلند در مسیر استقلال

چالش حقوقی: ترفندهای قانونی بانک شاهنشاهی

بانک شاهنشاهی با استخدام بهترین حقوق دانان خارجی، پیوسته سعی می کرد با تفسیرهای گسترده از امتیازنامه خود، هرگونه حرکت رقابتی را خنثی کند. آن ها حتی "حق انحصاری خود را به کلیه فعالیت های شبه بانکی نیز تسری می دادند" (Bast, ۲۰۰۹: ۷۵۱).

چالش فنی: فقدان نیروی انسانی متخصص

ایران فاقد کارشناسان بانکی آموزش دیده بود. اولین مدیران بانک سپه را باید از میان صرافان سنتی و محدود تحصیل کردگان خارج گزینش می کردند. "حتی یک نفر هم در کل ایران وجود نداشت که تجربه مدیریت یک بانک مدرن را داشته باشد" (عاقلی، ۱۳۷۶: ۱۹۲).

چالش فرهنگی: بی اعتمادی عمومی

مردم ایران که سال ها شورش های مالی و ورشکستگی دولت ها را دیده بودند، به هر نهاد دولتی با شک می نگریستند. "سپردن پول به بانک دولتی، برای بسیاری شبیه قمار با دارایی خانواده بود" (متینی، ۱۳۵۶: ۶۷).

چالش بین المللی: کارشکنی های دیپلماتیک

دولت بریتانیا از طریق نمایندگان خود در تهران، پیوسته بر دولت ایران فشار می آورد که از "تخلف از تعهدات بین المللی" خودداری کند (محمود، ۱۳۷۲: ۱۶۰).

راهبرد فروغی: ناسیونالیسم هوشمند به جای تقابل جاهلانه

راه حل حقوقی مبتکرانه

فروغی به جای تقابل مستقیم که محکوم به شکست بود، از یک راه حل ظریف حقوقی استفاده کرد. خرید بانک پهلوی قشون - یک بنگاه از پیش موجود - از طریق یک واسطه سوئدی، "نمونه ای درخشان از کاربرد هوش در برابر زور بود" (همایون کاتوزیان، ۱۳۹۶: ۱۶۸).

جلب اعتماد تدریجی

فروغی با جلب حمایت بازرگانان بزرگ و اعیان متمول، سعی کرد

حلقه ای از اعتماد حول بانک ایجاد کند. او شخصاً با بسیاری از این افراد ملاقات کرد و "ضمن تشریح اهداف ملی پروژه، تضمین های لازم را ارائه می داد" (اسناد آرشیو بانک سپه، شماره ۱۲۴-۱۳۰۴).

استفاده از نمادگرایی ملی

انتخاب نام "سپه" که هم اشاره به سپاه داشت و هم به "سپهر" و گستردگی، حرکتی حساب شده برای ایجاد پیوند عاطفی با مردم بود. این نام گذاری "بازتابی از ادبیات ناسیونالیستی آن دوره بود که بر وحدت نظامی-ملی تأکید داشت" (آجودانی، ۱۳۸۲: ۲۴۵).

پیامدها و دستاوردها: تولد یک نماد ملی

دستاورد نمادین

بانک سپه به سرعت به نمادی از استقلال اقتصادی تبدیل شد. باز کردن اولین حساب در این بانک، برای بسیاری "بیانیه ای سیاسی در حمایت از پروژه ملی" محسوب می شد (روزنامه اطلاعات، ۱۵ اردیبهشت ۱۳۰۴).

دستاورد عملی

ظرف کمتر از دو سال، بانک سپه توانست "سهم قابل توجهی از بازار پولی ایران را از آن خود کند" (Abrahamian, ۲۰۰۸: ۷۲). این موفقیت، راه را برای تأسیس دیگر بانک های ایرانی هموار کرد.

تقویت گفتمان ناسیونالیستی

موفقیت بانک سپه به تقویت این باور در میان ایرانیان کمک کرد که "ما می توانیم" و این شاید بزرگ ترین دستاورد این پروژه بود.

نتیجه گیری: ناسیونالیسمی که بانک ساخت

تأسیس بانک سپه را باید یکی از موفق ترین پروژه های ناسیونالیسم ایرانی در دوره مدرن دانست. این موفقیت مرهون چند عامل کلیدی بود: نخست، درک درست از ضرورت های چندبعدی اقتصادی، سیاسی و فرهنگی؛

دوم، رهبری هوشمندانه محمدعلی فروغی که ناسیونالیسم را با واقع بینی و عمل گرایی درآمیخت؛

سوم، انتخاب راهبردهای غیرمستقیم و هوشمندانه برای عبور از موانع عظیم.

بانک سپه ثابت کرد که ناسیونالیسم زمانی موفق است که بتواند آرمان های بزرگ را با راه حل های عملی پیوند زند. این میراث فروغی و هم عصرانش - ترکیب عشق به میهن با خرد عملی - هنوز هم می تواند الهام بخش نسل های بعدی باشد.

منبع:

پولنامه، مرجع تخصصی امور پولی و بانکی



در این نوشتار سعی شده تا در کنار تشریح مختصر تکنیک‌های نقاشی، نمونه‌هایی از این تکنیک‌ها نیز تقدیم هنردوستان شود. تکنیک نقاشی دستورالعملی اصولی است که به هنرمند اجازه می‌دهد تا با استفاده از مواد و ابزار مختلف، ایده‌ها و احساسات خود را روی صفحه نقاشی به تصویر در بیاورد. در هر تکنیک، رنگ‌ها با ترتیب و متد خاصی روی صفحه نقاشی قرار می‌گیرند. انتخاب تکنیک نقاشی مناسب، نقشی کلیدی در خلق آثار هنری ایفا می‌کند. تنوع تکنیک‌ها، دنیای نقاشی را به فضایی شگفت‌انگیز تبدیل می‌کند. از ظرافت و لطافت آبرنگ تا جسارت و برجستگی رنگ‌روغن، از پاستل‌های گچی تا مداد رنگی‌های شاد، در هر تکنیک، دریچه‌ای به سوی خلاقیت و خلق آثار هنری جدید پیدا است. مهم‌ترین تکنیک‌های نقاشی عبارت‌اند از:

تکنیک رنگ‌روغن:

نقاشی‌های رنگ‌روغن رمز و رازهای بزرگی دارند و در ذهن بسیاری از افراد، این روش نقاشی با اعتبارتر از دیگر نقاشی‌ها است. همچنین لذت کار با رنگ‌روغن غیرقابل انکار است. کارکردن با رنگ‌های خالص روغنی با رایحه‌ای خوش، واقعاً خوشایند است. این تکنیک به دلیل آهسته خشک‌شدن رنگ، به هنرمند اجازه می‌دهد تا بر جزئیات تمرکز بیشتری داشته باشد و فرصت برای حذف یا تغییر رنگ یا طرح داشته باشد. ابزار کار با رنگ‌روغن:

- ۱- سه پایه نقاشی
- ۲- بوم نقاشی
- ۳- پالت رنگ
- ۴- رنگ روغن
- ۵- الکل معدنی بی بو برای پاک کردن قلم‌موها
- ۶- روغن بذر کتان به منظور رقیق کردن رنگ‌ها و استفاده مفیدتر و درست‌تر رنگ روی بوم
- ۷- کاغذ یا روزنامه
- ۸- مداد ترجیحاً نرم و نوک پهن برای طراحی اولیه روی بوم



تکنیک‌های نقاشی (بخش اول)



(۱۸۸۹ نقاشی رنگ روغن، شب پر ستاره - وینسنت ونگوگ)



| مهرانوش خالدی |
| کارشناس امور دفتری |

تکنیک آبرنگ:

تکنیک نقاشی آبرنگ یکی از قدیمی ترین و زیباترین روش های خلق آثار هنری است که هنرمندان از آن برای انتقال احساسات و خلق تصاویری با رنگ های شفاف و زنده استفاده می کنند. این تکنیک با ترکیب رنگ ها و آب بر روی کاغذ، به هنرمند اجازه می دهد تا به آثار خود عمق و لطافت خاصی ببخشد.

آبرنگ به دلیل قابلیت های منحصر به فرد خود، مانند انعطاف پذیری و سرعت خشک شدن، در هنرهای تجسمی و طراحی های گرافیکی به محبوبیت زیادی دست یافته است. نقاشی آبرنگ به عنوان یکی از قدیمی ترین و شناخته شده ترین تکنیک های هنری، همچنان در دنیای معاصر کاربردهای متنوعی دارد. این تکنیک، با ویژگی های خاص خود از جمله شفافیت و توانایی خلق افکت های نرم و زیبا، در بسیاری از زمینه های هنری و تجاری مورد استفاده قرار می گیرد.

مخلوط کردن رنگ های آبرنگ به طور دقیق و صحیح یکی از اصول کلیدی در ایجاد رنگ های دلخواه و جالب است. آبرنگ ها معمولاً به راحتی با آب مخلوط می شوند و این ویژگی به شما امکان می دهد تا رنگ های دلخواه خود را با شدت های مختلف و شفافیت های متفاوت خلق کنید.

- تکنیک های کلیدی آبرنگ

● خیس در خیس

کاغذ یا قسمت مورد نظر را مرطوب می کنید و سپس رنگ آبرنگ را روی سطح خیس اعمال می کنید این تکنیک باعث می شود رنگ ها به طور طبیعی با هم مخلوط شده و جلوه هایی نرم، محو و مه آلود ایجاد شود

● خیس در خشک

رنگ مرطوب را مستقیماً بر روی کاغذ خشک اعمال می کنید این روش کنترل بیشتری بر روی رنگ ها و جزئیات به هنرمند می دهد و برای ایجاد لایه های رنگی شفاف و درخشان به کار می رود

● استفاده از نمک

در حالی که رنگ آبرنگ هنوز مرطوب است، کمی نمک روی آن می پاشید بلورهای نمک آب را جذب کرده و الگویی منحصر به فرد از رنگ دانه ها را باقی می گذارند که پس از خشک شدن و پاک کردن نمک، یک بافت جالب ایجاد می شود

● استفاده از چسب ماسک یا چسب مایع

چسب را روی قسمت هایی از کاغذ که نمی خواهید رنگ بخورد، می زنید پس از خشک شدن رنگ و طرح، با پاک کردن لایه چسب، آن قسمت ها به رنگ دلخواه در می آیند یا به صورت سفید باقی می مانند.

● خراشیدن رنگ

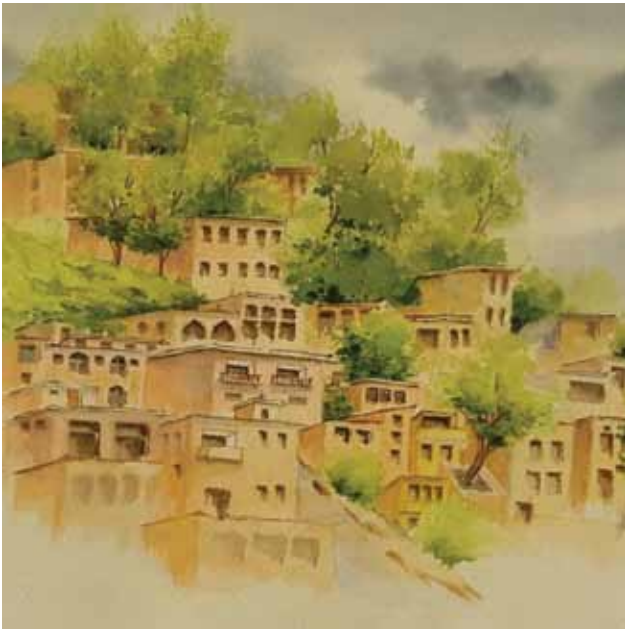
از یک ابزار نوک تیز مانند انتهای قلم مو، سوزن یا ناخن استفاده می کنید سطح کاغذ را در حالی که مرطوب است، خراش می دهید. رنگ دانه ها در قسمت های خراش خورده بیشتر جمع شده و آن بخش ها تیره تر به نظر می رسند

- تکنیک های دیگر آبرنگ:

استفاده از اسفنج ها توصیه می شود. برای ایجاد بافت هایی مانند برگ

درختان، دیوارها یا شن و ماسه.

پاشیدن آب یا الکل استفاده می شود. برای ایجاد طرح های غیر قابل پیش بینی و رنگ های سفید پاشیدن رنگ توصیه می شود. برای ایجاد بافت های انتزاعی یا پس زمینه ها



تکنیک اکریلیک:

تکنیک اکریلیک به فرایند خلق آثار هنری با استفاده از رنگ های اکریلیک گفته می شود که از پلیمرهای اکریلیک ساخته شده و بر پایه آب هستند. این تکنیک به دلیل سرعت خشک شدن بالا، و مقاومت در برابر آب، قابلیت استفاده روی سطوح متنوع مانند بوم، چوب، پارچه و سفال، را دارا است و هنرمندان می توانند با ترکیب رنگ ها و استفاده از ابزارهای مختلف، آثار هنری منحصر به فردی خلق کنند.

ویژگی های اصلی تکنیک اکریلیک:

● سرعت خشک شدن بالا:

برخلاف رنگ روغن، رنگ های اکریلیک به سرعت خشک می شوند و این امکان را به هنرمند می دهد تا لایه های بعدی را بدون تأثیر بر لایه های قبلی روی آن کار کند.

● مقاومت در برابر آب:

پس از خشک شدن، رنگ های اکریلیک در برابر آب مقاوم می شوند که این ویژگی باعث دوام بالای آثار هنری می شود.

● تنوع در غلظت:

رنگ های اکریلیک را می توان به صورت رقیق شده مانند آبرنگ و یا به صورت غلیظ مانند رنگ روغن استفاده کرد و به همین دلیل امکانات زیادی برای خلق آثار هنری فراهم می شود.

● قابلیت انحلال در آب:

این رنگ‌ها در حالت خیس، محلول در آب هستند و به راحتی با آب رقیق یا پاک می‌شوند.

● تطبیق پذیری:

رنگ‌های اکریلیک را می‌توان روی طیف وسیعی از سطوح از جمله بوم، چوب، پارچه، سفال، فلز و دیوار نقاشی کرد.

نکته مهم:

- تمیز کردن ابزارها

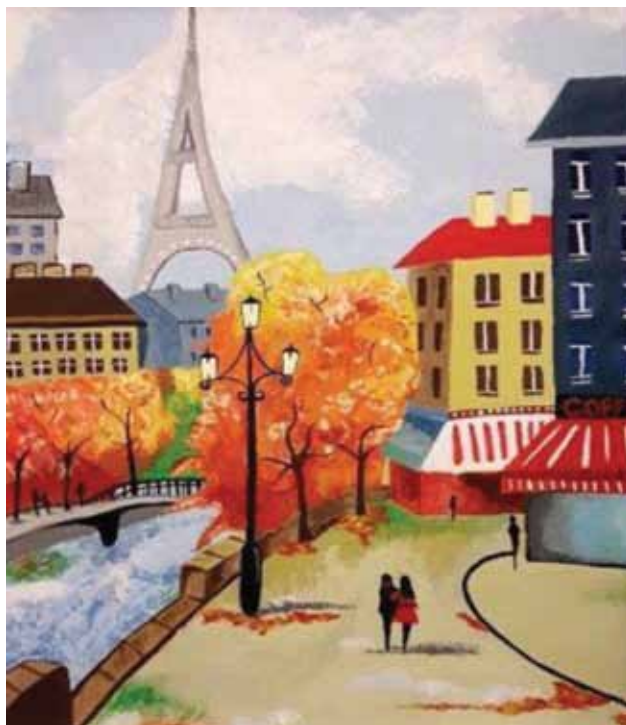
ابزارها باید بلافاصله پس از اتمام کار با آب و صابون شسته شوند، زیرا رنگ پس از خشک شدن پاک نمی‌شود.

- محیط کار

در محیطی فاقد گردوغبار کار کنید؛ زیرا رنگ‌دانه‌های اکریلیک به علت جذب بالای محیط تأثیر ناخوشایندی می‌گیرند.

- دما

دمای ایده‌آل برای نقاشی با اکریلیک بین ۱۸ تا ۲۵ درجه سانتی‌گراد است.



تکنیک قلم و جوهر:

تکنیک قلم و جوهر از جمله تکنیک‌هایی است که می‌توان آن را به خانواده تکنیک آبرنگ ربط داد.

● تمرکز بر خط

این تکنیک به هنرمند اجازه می‌دهد تا با استفاده از خطوط، فرم‌ها، عمق

و بُعد را در اثر خود بیان کند

● استفاده از رنگ‌های تک‌رنگ

معمولاً از جوهر سیاه استفاده می‌شود تا کنتراست بالایی ایجاد شود و جزئیات به خوبی نمایش داده شوند، هرچند می‌توان از رنگ‌های دیگر جوهر نیز استفاده کرد.

● کاربرد در زمینه‌های مختلف

این تکنیک علاوه بر نقاشی، در طراحی معماری، تصویرسازی و حتی خوشنویسی نیز کاربرد دارد.

- انواع ابزار در تکنیک قلم و جوهر

● قلم‌های نوک فلزی

قلم‌هایی با نوک فلزی قابل تعویض که با فروردن در جوهر، خطوطی ثابت و قابل کنترل ایجاد می‌کنند هنرمند می‌تواند با تغییر فشار روی نوک قلم، ضخامت خطوط را تنظیم کند.

● قلم‌های رایپد:

ابزاری با لوله فولادی و یک رشته سوزنی که جوهر را به صورت یکنواخت از محفظه به نوک قلم منتقل می‌کند و خطوطی دقیق و هموار ایجاد می‌نماید.

- تکنیک‌های مرتبط

● هچینگ (Hatching):

تکنیکی که در آن با کشیدن خطوط موازی در یک جهت و بافاصله مناسب، سطوح مختلفی از سایه و تیرگی ایجاد می‌شود.

● آبرنگ جوهری (Ink Wash):

این تکنیک با ترکیب آب و جوهر، سطوح رنگی نرم و بافتی ایجاد می‌کند و به اثر هنری ظرافت و عمق می‌بخشد



تکنیک پاستل:

هنری برای نقاشی با ابزاری رنگ‌دانه‌ای خشک و پودری است که



تکنیک مدادرنگی:

مجموعه‌ای از شیوه‌های اجرایی برای خلق اثر هنری با مدادرنگی است که شامل لایه‌بندی (استفاده از چندین لایه رنگ)، خط‌کشی (استفاده از خطوط موازی و متقاطع) و سایه‌پردازی (محور کردن خطوط برای ایجاد حجم و بافت) می‌شود. هنرمند با به‌کارگیری این تکنیک‌ها و کنترل فشار و جهت حرکت مداد، به رنگ‌آمیزی سطح کاغذ و ایجاد جلوه‌های بصری دلخواه می‌پردازد.

تکنیک‌های اصلی:

● لایه‌بندی:

این تکنیک شامل قراردادن لایه‌های مختلف رنگ روی هم است. - هدف: ایجاد رنگ‌های جدید و دلخواه، افزایش غلظت و تیرگی یا روشن‌تر کردن رنگ‌ها.

- نحوه اجرا: برای تیره‌تر کردن رنگ، یک رنگ تیره‌تر مانند بنفش روی قرمز اضافه کنید و برای روشن‌تر کردن، رنگ روشن‌تر را روی آن بکشید. اضافه کردن لایه سفید، رنگ را روشن و شفاف می‌کند.

● سبک خطی:

در این روش، طرح با استفاده از خطوطی در جهت‌های مختلف ایجاد می‌شود.

- هدف: خلق بافت، درجات تیرگی و روشنی، و حجم.

- نحوه اجرا: خطوط را می‌توان به‌صورت موازی، مورب، یا متقاطع رسم کرد و جهت آن‌ها را متناسب با بافت یا فرم سوژه تنظیم نمود.

● سبک سایه‌پردازی:

در این شیوه، خطوط به‌گونه‌ای رسم و در هم محو می‌شوند که اثری پیوسته و یکنواخت ایجاد شود.

- هدف: ایجاد سایه‌روشن، حجم و یکدست کردن سطح رنگ‌آمیزی. - نحوه اجرا: خطوط به‌صورت موازی و در یک جهت رسم شده و سپس با هم محو می‌شوند و با کم‌وزیاد شدن شدت رنگ، حجم‌ها خلق می‌گردند.

● نکات کاربردی:

● فشار مداد:

به دو دسته کلی پاستل گچی و پاستل روغنی تقسیم می‌شود و هنرمند می‌تواند با لایه‌گذاری، ترکیب رنگ‌ها و ایجاد بافت‌های متنوع بر روی سطوح مختلف به خلق اثر بپردازد. رنگ‌های پاستل به‌راحتی روی هم مخلوط می‌شوند و امکان ایجاد جزئیات دقیق، رنگ‌های عمیق و غنی و طرح‌هایی با بافتی مخملی را فراهم می‌کنند.

- انواع پاستل

● پاستل نرم

دارای رنگ‌دانه‌های زیاد و چسب کمتری است که به‌خوبی با هم ترکیب و لایه‌بندی می‌شود و بافت مخملی ایجاد می‌کند.

● پاستل سخت

دارای چسب و رنگ‌دانه بیشتری است و برای کشیدن خطوط و جزئیات دقیق‌تر مناسب است

● پاستل روغنی

ترکیبی از رنگ‌دانه و ماده روغنی است و بافت و درخشندگی خاص خود را دارد.

● مداد پاستل

شبیه به مداد طراحی است که در چوب محصور شده و برای جزئیات ریز و کنترل بیشتر مناسب است.

تکنیک‌های اصلی نقاشی با پاستل

● لایه‌گذاری

با کشیدن رنگ‌ها روی یکدیگر به‌طور مرحله‌ای، می‌توانید به تدریج عمق و جزئیات را به نقاشی اضافه کنید

- ترکیب رنگ‌ها:

رنگ‌ها مستقیماً روی کاغذ با هم ترکیب می‌شوند، به این معنی که می‌توانید با ترکیب رنگ‌های مختلف، رنگ‌های جدید و ظرافت‌های بیشتری را خلق کنید.

● تراش و مخلوط کردن

با تراشیدن پاستل گچی با چاقو و مخلوط کردن تراشه‌ها با انگشتان، می‌توانید رنگ‌های جدید و بافت‌های جالب ایجاد کنید.

● استفاده از ابزار

برای ترکیب و محور کردن رنگ‌ها و ایجاد بافت‌های نرم، می‌توان از انگشتان یا ابزارهای نقاشی مانند دستمال کاغذی یا قلم‌موهای نرم استفاده کرد.

- مزایای نقاشی با پاستل:

● تنوع در بافت و رنگ

امکان ایجاد طیف وسیعی از بافت‌ها، از مخملی و نرم تا خطوط تیز و دقیق

● کاربرد آسان

به‌سادگی شبیه مداد در دست گرفته می‌شود و کنترل آن نسبتاً آسان است

● قابلیت اصلاح

به دلیل ماهیت خشک و پودری، امکان اصلاح و تغییرات تا حدی وجود دارد.

افزایش فشار مداد، غلظت رنگ را بیشتر می‌کند.

● استفاده از رنگ‌های مکمل:

برای تیره‌تر کردن رنگ‌ها، از رنگ‌های مکمل روی آن‌ها استفاده کنید.

● مداد بی‌رنگ:

برای پر کردن منافذ کاغذ و فید (محو) کردن رنگ‌ها می‌توان از مداد بی‌رنگ استفاده کرد.

● حلال‌ها:

برای محو کردن و ایجاد سطحی یکدست‌تر، می‌توان از حلال‌های هنری مانند الکل با قلم‌مو استفاده کرد.



نور و روشن کردن قسمت‌هایی از تصویر، مانند تار مو یا لایت‌ها به کار می‌روند.

● کاغذ

کاغذهای طراحی مخصوص که برای نگهداری پودر زغال و مداد مناسب هستند.

– چگونگی اجرای تکنیک:

● سایه‌زنی

هنرمند با استفاده از زغال و مداد، طیف‌های مختلف رنگی از سیاه تا سفید را روی کاغذ ایجاد می‌کند تا حجم و بُعد آثار را نشان دهد.

● پاک‌کن‌زنی

از پاک‌کن‌های مخصوص برای برداشتن پودر زغال و ایجاد نقاط نورانی و روشن در تصویر استفاده می‌شود که عموماً این مدل پاک‌کن‌ها قلمی هستند و مانند اتود می‌مانند.

● محو کردن

هنرمندان با ابزارهایی مانند محوکن‌ها، سایه‌ها را ترکیب کرده و ظاهری نرم و یکدست به اثر می‌بخشند. از آنجاکه تکنیک سیاه‌قلم بر پایه نور و سایه است، اصل فرایند شناختی این تکنیک نیز بر روی سایه‌ها و نور می‌باشد.

● ایجاد آثار واقع‌گرایانه

با تمرکز بر جزئیات و تکنیک‌های پیشرفته، هنرمندان می‌توانند آثاری بسیار نزدیکی به واقعیت خلق کنند.

● بیان احساسات:

این تکنیک با استفاده از خطوط، بافت و کنتراست سایه‌روشن، امکان انتقال احساسات عمیق هنرمند را فراهم می‌کند.



● تکنیک نقاشی با زغال:

تکنیک نقاشی با زغال، روشی هنری برای خلق طرح و تصویر با استفاده از زغال‌چوب یا مدادهای زغالی است. این تکنیک امکان ایجاد سایه‌ها، بافت‌ها و کنتراست‌های غنی و متنوع را فراهم می‌کند که قابلیت تغییرپذیری بالا و سهولت در ایجاد خطوط و لایه‌های اولیه، برای هنرمندان محسوب می‌شود و با استفاده از ابزارهایی مانند قلم‌مو، اسفنج، پاک‌کن خمیری، و دستمال‌های مخصوص، امکان خلق آثار هنری با جزئیات و کیفیتی بالاتر را فراهم می‌سازد.

– ابزارهای موردنیاز:

● تکنیک سیاه‌قلم:

تکنیک سیاه‌قلم، سبکی در طراحی و نقاشی است که در آن از ابزارهایی مانند زغال، کتبه، مداد طراحی و مداد گرافیت استفاده کرد این تکنیک، ایجاد آثاری واقع‌گرایانه یا احساسی با تمرکز بر نور و سایه در کار هنرمند ایجاد می‌کند و با خلق حجم و بُعد، به نقاشان کمک می‌کند تا مهارت‌های تمرکز و اجرایی خود را بهبود بخشند.

ابزار و مواد مورد استفاده:

● زغال

انواع مختلف زغال‌چوب و پودر زغال برای ایجاد خطوط تیره و سایه‌پردازی‌های گسترده استفاده می‌شود.

● مداد طراحی

مدادهای با درجات سختی متفاوت، به‌ویژه مدادهای گرافیت برای جزئیات و کشیدن خطوط دقیق به کار می‌روند.

● کتبه

این مداد از زغال یا کربن فشرده ساخته شده و نسبت به مدادهای گرافیت، سیاهی و تیرگی بیشتری ایجاد می‌کند.

● پاک‌کن

پاک‌کن‌های خمیری و اتودی نه تنها برای اصلاح خطا، بلکه برای ایجاد

● انواع زغال:

زغال طبیعی (بید یا قلمی)، زغال فشرده و مداد زغالی

● پاک‌کن:

پاک‌کن خمیری برای ایجاد لایه‌ها و برداشتن زغال‌های اضافی

● محوکن:

دستمال چرمی یا محوکن برای نرم کردن و ترکیب کردن زغال و بافت‌های یکنواخت.

● قلم‌مو و اسفنج:

برای اعمال و پخش پودر زغال و ایجاد سطوح وسیع‌تر بکار می‌رود.

● کاغذ:

کاغذهای متنوع مانند کاغذکاهی، کاغذ رنگی یا کاغذهای بافت‌دار بستر این تکنیک هستند.

– مراحل کلی طراحی با زغال:

● ایجاد طرح اولیه:

با استفاده از زغال قلمی، خطوط اصلی و سایه‌های اولیه را روی کاغذ رسم خواهیم کرد.

● ایجاد لایه‌ها و کتراست:

با افزودن لایه‌های بیشتر زغال در قسمت‌های تاریک‌تر و استفاده از ابزارهای مناسب، تیرگی‌ها و روشنی‌ها شکل می‌گیرد.

● ترکیب و محو کردن:

با استفاده از دستمال چرمی یا محوکن، سطح زغال را به آرامی محو کنید تا بافت‌های نرم و یکنواختی ایجاد شود.

● ایجاد لایه‌ها:

با استفاده از پاک‌کن خمیری، قسمت‌هایی را که نیاز به روشنی دارند، پاک کرده و لایه‌های درستی ایجاد می‌گردد.

● تکمیل جزئیات:

تغییرات کوچک در جزئیات، خطوط و کتراست‌ها برای جذاب‌تر کردن اثر نهایی می‌باشد.

– نکات مهم:

زغال به راحتی لکه‌دار می‌شود و نیاز به مراقبت دارد.

برای تثبیت طرح نهایی و جلوگیری از پاک شدن آن، از اسپری فیکساتیو استفاده می‌شود.

گردوغبار زغال را با فوت کردن پاک نکنید؛ کاغذ را تکان دهید تا غبار اضافی خارج شود.

نقاشی با خودکار:

در این روش از فشار دست و خطوط دور و نزدیک موازی و منحنی اشکالی را با سایه‌روشن و سایه تیره به وجود آورد در کل تکنیک نقاشی با خودکار یک تکنیک ظریف و منحصربه‌فرد است که هنرمند را در پیاده‌سازی کلیه اصول حجم و فرم و سایه زدن‌ها محک می‌زند و بسیار دلنشین است.

– تکنیک‌های اصلی نقاشی با خودکار:

● هچینگ (Hatching)

ایجاد سایه با کشیدن خطوط موازی در یک جهت

● کراس هچینگ (Cross-Hatching)

ایجاد تیرگی و عمق بیشتر با کشیدن خطوط موازی در جهت‌های مختلف بر روی یکدیگر

● استیپلینگ (Stippling)

ایجاد بافت و سایه با استفاده از تعداد زیادی نقطه در نقاط مختلف طرح

● کانتور (Contour)

استفاده از خطوط منحنی که از فرم و شکل شیء پیروی می‌کنند تا به طرح بافت و عمق داده شود.

● خطوط تصادفی و دایره‌ای (Random & Circular Lines)

استفاده از خطوط بی‌نظم یا دایره‌ای برای ایجاد بافت‌های گوناگون و انتقال نور و سایه

– نکات مهم برای اجرای تکنیک:

● کنترل فشار دست

به‌جای فشار زیاد برای ایجاد تیرگی، لایه‌های متعدد جوهر را با فشار کم و یکنواخت روی هم بکشید.

● تمیز کردن نوک خودکار

نوک خودکار را به‌طور مرتب با دستمال تمیز کنید تا از ایجاد لکه جوهر جلوگیری شود.

● استفاده از زاویه مناسب

خودکار را با زاویه حدود ۴۵ درجه نسبت به کاغذ نگه دارید تا خطوط لطیف‌تری ایجاد شود.

● حفظ روشنایی‌ها

هنگام سایه زدن، به سمت مناطق روشن‌تر حرکت کنید و قسمت‌هایی را که کاملاً روشن هستند سفید نگه دارید.

● حوصله و دقت

این تکنیک نیازمند صبر و دقت زیادی است، پس باحوصله و آرامش کار کنید و از عجله پرهیز کنید.

● کاغذ مناسب

از کاغذی ضخیم‌تر و باکیفیت مانند مقوای اشتنباخ استفاده کنید تا جوهر پخش نشود و اثر نهایی تمیزتر باشد.

● استفاده از زیر دست

همیشه یک کاغذ زیر دست خود قرار دهید تا از پخش شدن جوهر به کاغذ اصلی جلوگیری شود.





سامان جمشیدی
مدرس زبان انگلیسی
آکادمی سامان

هوش مصنوعی به عنوان Writing Mentor برای یادگیران زبان انگلیسی

در سال‌های اخیر هوش مصنوعی (AI) به عنوان یکی از تحول‌آفرین‌ترین فناوری‌های آموزشی مطرح شده است. یکی از حوزه‌هایی که بیشترین بهره را از این فناوری برده، آموزش زبان به‌ویژه مهارت نوشتاری (Writing) در زبان انگلیسی است. یادگیری نوشتن به انگلیسی معمولاً فرایندی دشوار است؛ زیرا مستلزم تسلط هم‌زمان بر واژگان، گرامر، انسجام متن و مهارت بیان ایده‌هاست. بسیاری از زبان‌آموزان در این مسیر نیازمند بازخورد فردی (individual feedback) و اصلاح دقیق هستند، اما دسترسی به معلمان متخصص همیشه امکان‌پذیر نیست. در چنین شرایطی، هوش مصنوعی می‌تواند نقش «Writing Mentor» را ایفا کند و به یادگیران کمک کند تا مهارت‌های نوشتاری خود را به شکلی مؤثر، مداوم و ارزان ارتقا دهند.

یکی از مهم‌ترین مزایای استفاده از هوش مصنوعی در نقش مربی نوشتار، ارائه بازخورد فوری (Immediate Feedback) است. زبان‌آموز می‌تواند متن خود را وارد سامانه هوش مصنوعی کند و در چند ثانیه بازخوردی نسبتاً دقیق درباره اشتباهات گرامری، انتخاب واژگان و ساختار جمله دریافت کند. این قابلیت نه تنها سرعت یادگیری را افزایش می‌دهد، بلکه امکان اصلاح فوری اشتباهات را فراهم می‌کند؛ درحالی‌که در روش‌های سنتی ممکن است زبان‌آموز مجبور باشد روزها منتظر بازبینی استاد بماند. بازخورد سریع موجب می‌شود فرایند یادگیری از حالت منفعل به حالت فعال و تعاملی تبدیل شود.

علاوه بر بازخورد گرامری، سامانه‌های پیشرفته هوش مصنوعی قادرند بازخورد معنایی و ساختاری نیز ارائه دهند. برای مثال، می‌توانند میزان انسجام متن، وضوح ایده‌ها، پاراگراف‌بندی و انتخاب سبک مناسب نوشتار را تحلیل کنند. چنین سطحی از تحلیل که در گذشته تنها از طریق دست‌نویس‌های دسترس همگان قرار دارد. این توانایی به‌ویژه برای دانشجویانی که قصد نوشتن مقاله دانشگاهی، ایمیل رسمی یا متن‌های خلاقانه دارند بسیار ارزشمند است.

ویژگی قابل‌توجه دیگر، شخصی‌سازی فرایند یادگیری (Personalization) است. هوش مصنوعی می‌تواند با تحلیل نوشته‌های قبلی زبان‌آموز، الگوهای رایج اشتباهات او را شناسایی کند و توصیه‌هایی اختصاصی ارائه دهد. برای مثال، اگر یک زبان‌آموز در استفاده از زمان‌ها همواره دچار اشتباه می‌شود، سامانه هوش مصنوعی می‌تواند تمرین‌هایی بیشتر و مثال‌هایی هدفمند برای همان بخش تولید کند. این سطح از شخصی‌سازی باعث می‌شود هر یادگیرنده، مسیری منحصر به فرد و سازگار با نیازهای خود طی کند؛ چیزی که در کلاس‌های گروهی سنتی به‌سختی امکان‌پذیر است.

هوش مصنوعی همچنین نقش مهمی در تقویت مهارت تفکر انتقادی در نوشتن دارد. برخلاف تصور عمومی که هوش مصنوعی صرفاً اشتباهات را تصحیح می‌کند، بسیاری از مدل‌های پیشرفته، با طرح پرسش‌های راهبردی، یادگیرنده را تشویق می‌کنند تا متن خود را بازنویسی و بهبود دهد. مثلاً ممکن است بپرسند: «آیا این مثال از ادعای شما پشتیبانی می‌کند؟» یا «آیا می‌توان این پاراگراف را با جمله‌ای روشن‌تر آغاز کرد؟» این نوع بازخورد، مهارت سازمان‌دهی ایده‌ها را در نویسنده تقویت می‌کند و او را به نویسنده‌ای مستقل‌تر تبدیل می‌کند.

از سوی دیگر، هوش مصنوعی می‌تواند در گسترش دایره واژگان و بهبود سبک نوشتار مؤثر باشد. این ابزارها با پیشنهاد کلمات مترادف، ساختارهای پیچیده‌تر یا مثال‌هایی از کاربرد صحیح واژگان، به زبان‌آموز کمک می‌کنند تا

لقمه‌های یادگیری
این قسمت: احوالپرسی

Hello, how have you been?

سلام، حالتان این مدت چطور بوده است؟

It's nice to see you again.

خوشحالم که دوباره شما را می‌بینم.

I hope you're doing well.

امیدوارم حالتان خوب باشد.

How's everything going lately?

اوضاع این روزها چطور پیش می‌رود؟

It's been a while since we last talked.

مدت تقریباً زیادی از آخرین گفت‌وگوی ما گذشته است.

How has your week been so far?

هفته‌تان تا اینجا چطور بوده است؟

I hope your day is going smoothly.

امیدوارم روزتان به‌خوبی پیش برود.

It's great to catch up with you.

این عالی است که دوباره با شما گفتگو می‌کنم.

How are things at work these days?

اوضاع کار این روزها چطور است؟

I've been meaning to ask how you're doing.

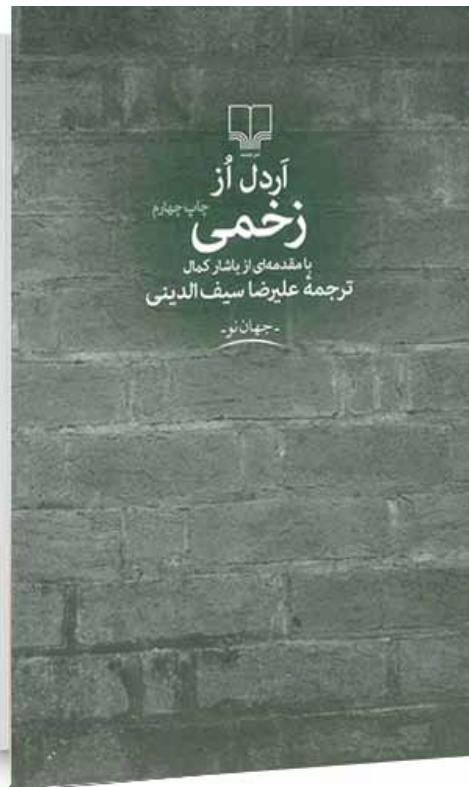
مدتی بود می‌خواستم پرسم حالتان چطور است.



نوشته خود را غنی‌تر و حرفه‌ای‌تر بسازد. چنین قابلیت‌ها، یادگیری واژگان را کاربردی‌تر و پایدارتر می‌کند، زیرا زبان‌آموز، واژه‌ها را در بافت واقعی نوشتن می‌آموزد، نه صرفاً در قالب فهرست‌های حفظ‌کردنی.

با وجود مزایای بسیار، استفاده از هوش مصنوعی به‌عنوان **Writing Mentor** چالش‌هایی نیز دارد. یکی از نگرانی‌ها این است که برخی یادگیران ممکن است بیش از حد به هوش مصنوعی وابسته شوند و بدون تلاش شخصی، از آن برای تولید کامل متن استفاده کنند. در این حالت، به جای یادگیری واقعی، فرایند به‌نوعی اتکا به فناوری تبدیل می‌شود؛ بنابراین ضروری است که استفاده از هوش مصنوعی به‌عنوان ابزاری کمکی، و نه جایگزین اصلی تفکر و تولید محتوا، آموزش داده شود. همچنین، کیفیت بازخوردهای هوش مصنوعی به مدل مورد استفاده بستگی دارد و گاهی ممکن است پیشنهادهایی نامناسب یا بیش از حد پیچیده ارائه دهد؛ لذا نقش معلمان انسانی در نظارت و هدایت همچنان مهم است.

به‌طورکلی، هوش مصنوعی می‌تواند نقش بی‌نظیری در تقویت مهارت نوشتاری زبان‌آموزان ایفا کند. این فناوری با ارائه بازخورد فوری، شخصی‌سازی مسیر یادگیری، تقویت مهارت تفکر انتقادی و غنی‌سازی دایره واژگان، امکان یادگیری مؤثرتر و دسترس‌پذیرتر را فراهم می‌آورد. اگرچه چالش‌هایی مانند احتمال وابستگی بیش از حد به فناوری وجود دارد، اما با مدیریت صحیح، هوش مصنوعی می‌تواند به یکی از کارآمدترین ابزارهای آموزشی در حوزه یادگیری زبان تبدیل شود. آینده آموزش نوشتار بی‌شک از تلفیق هوش انسانی و هوش مصنوعی شکل خواهد گرفت؛ آینده‌ای که در آن یادگیران از هر سطح و موقعیتی می‌توانند مربی نوشتار شخصی خود را در کنارشان داشته باشند.



رضا ایران نژاد،
کارشناس آموزش
آکادمی سامان

یادداشتی بررمان "زخمی" نوشته آردل از پوچی حقیقت

درون گروهی چون آدمیان که دورو و دروغگو هستند گرفتار حقیقتی غیر از خود کرده است. اگر قرار است خود را گرفتار چیزی کنیم نخست باید از خود پرسید که من چیستم؟ وجود چیست؟ و سپس باید دانست که آیا حقیقتی وجود دارد که بخوایم خود و لحظه را گرفتار کنیم و پس از آن بدانیم که آیا حقیقتی وجود دارد که بخوایم مبارز آن حقیقت شوم. رمان زخمی ماجرای جوانی است که به بهانه داشتن کتاب‌هایی ممنوعه به بازداشت می‌رود، شکنجه می‌شود، زخم می‌بیند و در بند مجرمان زندانی می‌شود و به تدریج تبدیل به گونه‌ای از انسان‌ها (نوری‌ها) می‌شود که درون زندان حیات دارند. توصیف‌ها چنان دقیق‌اند که به نمایشی زنده می‌مانند و روایت چنان پاکیزه و روان است که قسمت اضافی در آن نباشد. زخمی از داستان‌های کم‌نظیر است که روایتی ممتاز دارد.

قسمت‌هایی از آن را بخوانیم:

"تصور چراغ‌هایی که در خانه‌ها یکی یکی روشن می‌شوند و پرده‌هایی که هنوز پنجره‌ها را نپوشانده‌اند همچون سعادت دست‌نیافتنی در آغوش می‌گیرد. دلت می‌خواهد دری را بگشایی، پا به اتاقی بگذاری، چراغی را روشن کنی، پنجره‌ای را ببندی، پرده‌ای را بکشی."
"لب‌هایت را از هم می‌گشایی و به این ترتیب مقداری از آب را در دهانت فرو می‌دهی. چه زیبا. آب‌دهانت را فرودادی، با این که خون‌آلود بودن آن را می‌دانستی. خون خودت بود، خونی زیبا و شکست نخورده، فرودادی."

والا ترین باور و ارزش‌ها را از داستان زخمی مبارز آن ارزش به دستان انسان‌ها بسیار تا چنان به ترفندهای گوناگون آلوده‌اش کنند که در ظاهر درخشان بماند و اما فاسد شده و معیوب مانده و بی‌مقدار؛ و این از خواص دست انسان است و به‌عنوان یک انسان و در میان انسان‌های دیگر چه چیز می‌تواند ارزش مبارزه را داشته باشد درحالی که می‌دانی میراث تو را فساد خواهند رساند؟ ستیز با ظلم؟ آیا مظلوم، نقش ظالم را به‌خوبی نمی‌تواند پذیرا شود؟ آن چیست که ارزش مبارزه دارد جز خویشتن؟ مبارز خویشتن می‌شوم. حقیقت‌های اصلی برای مبارز آنان شدن گاه چنان ساده‌اند، از این که چنین نزدیک تواند و نه در اختیار تو و از این که چنین ساده‌اند تنها می‌توان گریست. شکنجه‌گر و شکنجه‌گیر هر دو برای حقیقت در نزاع‌اند. یکی برای حقیقتش جنگیده و اکنون گرفتار و زخمی است، دیگری هیچ حقیقتی ندارد و تنها زخم می‌دهد و زشتی می‌گیرد تا شکنجه‌گیر را اقرار رساند که بله برای فلان حقیقت جنگیده‌ای. آن که شکنجه می‌رساند تکه‌ای از پوچی‌ها است که بر آن انواعی از دروغ و فریب آویخته‌اند تا تمایل به تحرک در آن پایدار بماند که این نشان‌ها که بر تو است همه حقیقت‌اند و برو برای این حقایق بکوش و از این که بر تن دیگری زخم گذاری و گوشت او را بشکافی و دیو شوی شرم مکن و خرسند باش که تویی تنها مبارز حقیقت. هر دو بیهوده کارند و آن که شکنجه می‌بیند بیشتر، چرا که خویشتن را

فناوری‌های پیشرو



پریسا حاجی محمدی |
دکتری کسب و کار حرفه‌ای DBA |



کدام فناوری‌های پیشرو در سال ۲۰۲۵ برای شرکت‌ها بیشترین اهمیت را دارند؟ گزارش سالانه روندهای فناوری مک‌کنزی، جدیدترین پیشرفت‌های فناوری، روندهای استعدادیابی، موارد استفاده فناوری‌های نوین و تأثیر بالقوه آنها بر شرکت‌ها در بخش‌های مختلف را برجسته می‌کند.

چشم‌انداز فناوری جهانی در حال تغییرات قابل توجهی است که توسط نوآوری‌های سریع در فناوری‌ها به پیش می‌رود. این تغییرات شامل افزایش تصاعدی تقاضا برای قدرت محاسباتی، جلب توجه تیم‌های مدیریتی و عموم مردم و تسریع آزمایش‌ها است. این تحولات در پس‌زمینه‌ای از رقابت جهانی روبه‌افزایش رخ می‌دهد، زیرا کشورها و شرکت‌ها برای کسب رهبری در تولید و به‌کارگیری این فناوری‌های استراتژیک با هم رقابت می‌کنند.

چشم‌انداز روندهای فناوری مک‌کنزی امسال، دیدگاه‌های عمیقی در مورد ۱۳ روند فناوری پیشرو - "یک دوجین" - با پتانسیل تغییر تجارت جهانی ارائه می‌دهد. مدیران امروز با وظیفه‌ای برای پیمایش پیچیدگی‌های روبه‌افزایش، مقیاس‌بندی راه‌حل‌های نوظهور و ایجاد اعتماد در جهانی که در آن مرزهای فیزیکی و دیجیتال و همچنین متمرکز و غیرمتمرکز همچنان در حال محو شدن است، روبرو هستند.

بینش‌های موجود در این گزارش می‌تواند به رهبران کسب و کار کمک کند تا با نشان دادن چگونگی شروع به‌کارگیری این فناوری‌های پیشرو توسط دیگران، تصمیم بگیرند کدام یک از این فناوری‌های پیشرو برای روند آتی شرکت‌هایشان بیشترین ارتباط را با موضوع فعالیتشان دارد. این یافته‌ها از تجزیه و تحلیل از معیارهای کمی علاقه، نوآوری، سرمایه‌گذاری سهام و استعدادیابی که زیربنای هر یک از ۱۳ روند است، حاصل شده و فناوری‌های اساسی، عدم قطعیت‌ها و سؤالات پیرامون آنها را بررسی می‌کند.

علاوه بر گسترش روزافزون هوش مصنوعی، روند جدید دیگری که در گزارش امسال برای برجسته‌کردن آن انتخاب شده است، هوش مصنوعی عامل محور است! که به سرعت به‌عنوان یک کانون اصلی علاقه و آزمایش در فناوری‌های سازمانی و مصرفی ظهور کرده است. هوش مصنوعی عامل محور، انعطاف‌پذیری و عمومیت مدل‌های بنیادی هوش مصنوعی را با توانایی عمل در جهان با ایجاد «همکاران مجازی» که می‌توانند به طور مستقل گردش‌های کاری چندمرحله‌ای را برنامه‌ریزی و اجرا کنند، ترکیب می‌کند.

اگرچه معیارهای کمی میزان علاقه و سرمایه‌گذاری سهام در مقایسه با روندهای تثبیت‌شده‌تر هنوز نسبتاً کم است، اما هوش مصنوعی عامل محور در میان سریع‌ترین رشد‌ها در روندهای امسال قرار دارد که نشان‌دهنده

امکانات بالقوه انقلابی آن است.

سازمان عامل‌گرا: خطوط کلی الگوی بعدی برای عصر هوش مصنوعی، بررسی سالانه بانکداری جهانی ۲۰۲۵ است. پتانسیل اقتصادی هوش مصنوعی مولد: مرز بعدی بهره‌وری است و به‌کارگیری هوش مصنوعی عامل‌گرا با ایمنی و امنیت: راهنمای رهبران فناوری خواهد بود.

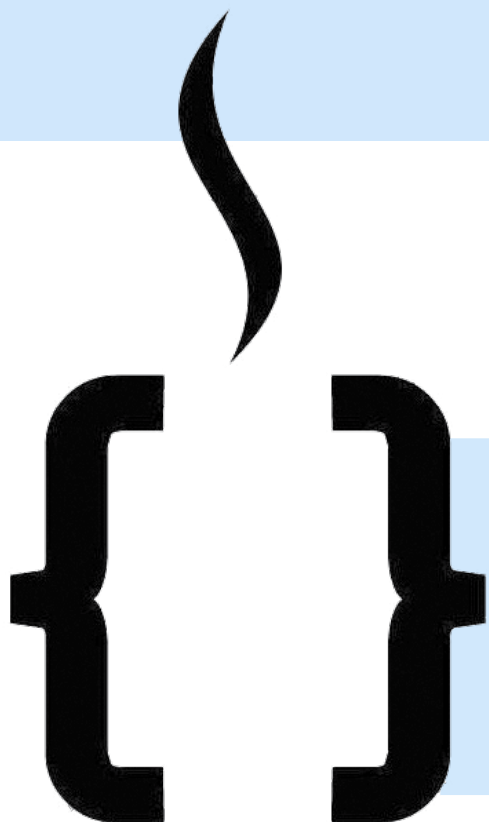
هوش مصنوعی همچنین کاتالیزور اصلی روند دیگری است که امسال بر آن تأکید می‌کنیم: نیمه‌هادی‌های خاص پرکاربرد. درحالی‌که لایه نیمه‌هادی پشته فناوری مدت‌هاست که از عوامل کلیدی سایر روندهای فناوری بوده‌اند، نوآوری‌ها در نیمه‌هادی‌ها همان‌طور که در معیارهای کمی مانند تعداد اختراعات منعکس شده است، افزایش یافته است. این نوآوری‌ها در پاسخ به تقاضاهای فزاینده برای ظرفیت محاسباتی، حافظه و شبکه برای آموزش و استنتاج هوش مصنوعی و همچنین نیاز به مدیریت هزینه، گرما و مصرف برق ایجاد شده‌اند. این امر باعث ایجاد انبوهی از محصولات جدید، رقابتی جدید و اکوسیستم‌های جدید شده است.

روندهای فناوری همچنین در ابعادی که مک‌کنزی تجزیه و تحلیل کرده است، پروفایل‌های متنوعی دارند. هوش مصنوعی یک فناوری همه‌کاره و پرکاربرد است که موارد استفاده آن در هر صنعت و عملکرد تجاری و در نتیجه نوآوری و علاقه فراوان وجود دارد و به سرعت در حال گسترش در سراسر چشم‌انداز تجاری است. فناوری‌های کوانتومی مشخصات متفاوتی دارند. محاسبات کوانتومی پتانسیل تأثیر دگرگون‌کننده‌ای در حوزه‌های حیاتی خاص، مانند رمزنگاری و علوم مواد، دارد و فناوری پایه همچنان در حال توسعه است. اعلامیه‌های اخیر، به‌ویژه توسط غول‌های فناوری، علاقه بیشتری را به این مبحث در همگان برانگیخته است، اما تأثیر تجاری در دنیای واقعی نیاز به پیشرفت‌های فناوری بیشتری برای عملی کردن محاسبات کوانتومی دارد.

سایر روندها و زیرروندها در ابعاد مختلفی که تجزیه و تحلیل شده است، متفاوت هستند و رویکردهای متفاوتی را به رهبران تجاری بسته به صنایع و موقعیت‌های رقابتی خود ارائه می‌دهند.

از ظهور رباتیک و سیستم‌های خودمختار گرفته تا ضرورت نوآوری‌های مسئولانه هوش مصنوعی، پیشرفت‌های فناوری امسال آینده‌ای را برجسته می‌کند که در آن فناوری سازگارتر، مشارکتی‌تر و یکپارچه‌تر برای حل مشکلات جهانی است. این موضوع با موضوعاتی که در روندهای امسال وجود دارد، روشن می‌شود.

کافه تک

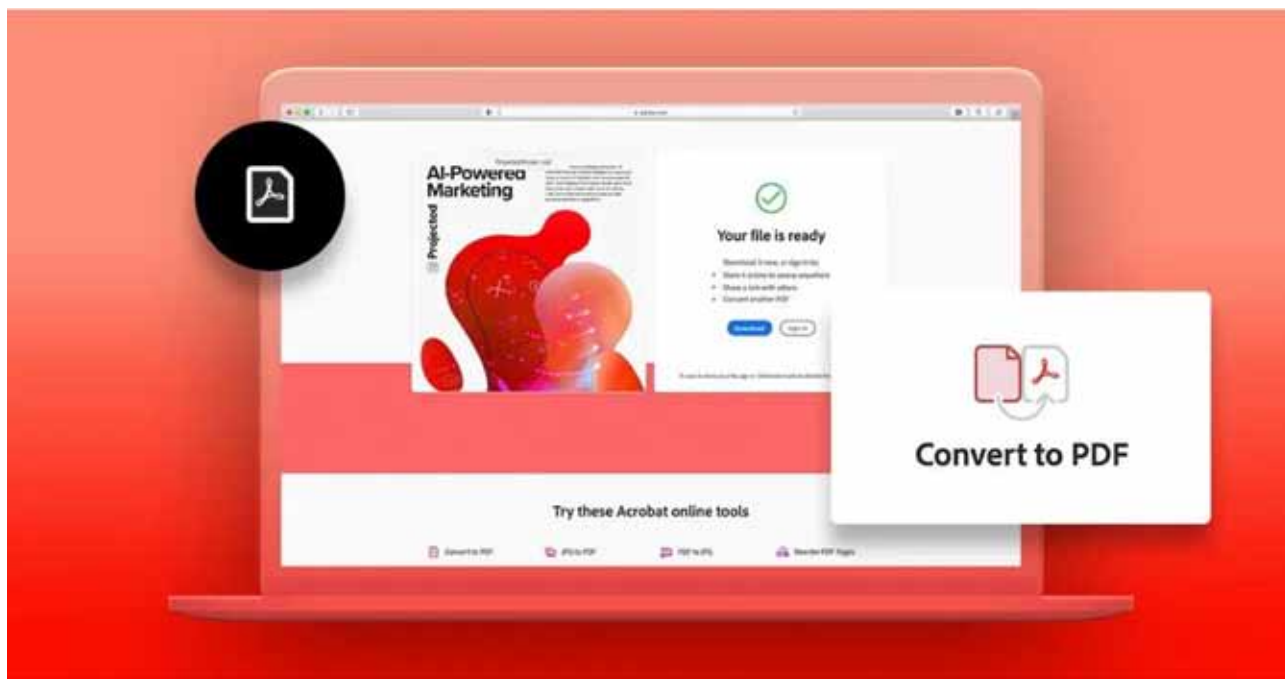


با کافه تک از آخرین اخبار تکنولوژی مطلع شوید و با نرم افزارهای کاربردی آشنا شوید.

مثل ماههای گذشته، سعی می‌کنیم در این بخش نرم افزارهای کاربردی، گجت‌های جدید، پادکست‌های مرتبط و کلی خبرهای جذاب از دنیای تکنولوژی رو با شما در میون بذاریم. خوشحال میشیم شما هم تجربه‌هاتون را برای ما بفرستید و با بقیه به اشتراک بذارید.

| مهرانز تباری |
| کارشناس مدیریت روابط عمومی و صدای مشتریان |

ادوبی آکروبات رایگان به صورت آنلاین
جعبه ابزار کامل و رایگان PDF روی مرورگر شما



ابزارهای حرفه‌ای دسترسی داشته باشید؛ از تبدیل و ویرایش گرفته تا امضا، فشرده‌سازی و مدیریت صفحات. همین سادگی باعث شده Acrobat Online به انتخاب بسیاری از کاربران اداری، بانکی و سازمانی تبدیل شود.

چه ابزارهایی در Acrobat Online وجود دارد؟

ادوبی این سرویس را به گونه‌ای طراحی کرده که تقریباً همه نیازهای روزمره مربوط به PDF را پوشش دهد. ابزارها در چند دسته قابل خلاصه‌سازی هستند:

در فضای کاری امروز که تقریباً همه چیز از گزارش‌های مالی گرفته تا قراردادهای و فرم‌های اداری با فرمت PDF ردوبدل می‌شود، داشتن یک ابزار سریع و قابل اعتماد برای مدیریت این فایل‌ها یک ضرورت است. ادوبی —خالق و مرجع استاندارد PDF— برای همین نیاز، نسخه‌ای آنلاین و رایگان از Acrobat را ارائه کرده که بدون نصب هیچ نرم‌افزاری روی مرورگر کروم و سایر مرورگرها قابل استفاده است. کافی است یک صفحه مرورگر باز کنید تا به مجموعه‌ای از

ابزارهای تبدیل (Convert)	ویرایش و مدیریت PDF	امضا و امنیت
Word به PDF	فشرده سازی PDF	پر کردن فرم‌ها و امضا (Fill & Sign)
JPG به PDF	ویرایش متن و تصویر	درخواست امضای الکترونیکی (Request e-signatures)
Excel به PDF	ادغام چند فایل (Merge)	رمزگذاری و محافظت از PDF (Protect PDF)
PowerPoint به PDF	جداکردن صفحات (Split)	
PDF به Word	کراپ	
JPG و PNG به PDF	حذف، چرخش، استخراج یا اضافه کردن صفحات	
PDF به Excel	مرتب سازی صفحات	
PDF به PowerPoint	شماره گذاری صفحات	
PDF Converter همه منظوره		

XLSX و فایل های تصویری تولید می شوند.

محدودیت های حجم و تعداد صفحات

ادوبی برای نسخه آنلاین محدودیت های منطقی و قابل قبولی تعیین کرده است:

- حداکثر حجم PDF برای بیشتر ابزارها: ۱۰۰ MB
- برای PDF → Word / PPT: تا ۲۰۰ MB
- برای فشرده سازی: تا ۲ GB
- ابزارهای مدیریت صفحات: پشتیبانی تا ۱۵۰۰ صفحه
- Split PDF: فایل تا ۱ GB و ۱۵۰۰ صفحه، امکان تولید تا ۱۹ فایل
- Merge PDF: امکان ادغام تا ۱۰۰ فایل، هر فایل تا ۵۰۰ صفحه، خروجی نهایی ۱۵۰۰ صفحه

یک نکته مهم:

در نسخه رایگان، اگر روی PDF رمز بگذارید، امکان حذف رمز وجود ندارد و برای این کار باید اشتراک Pro فعال باشد یا دوره آزمایشی را شروع کنید.

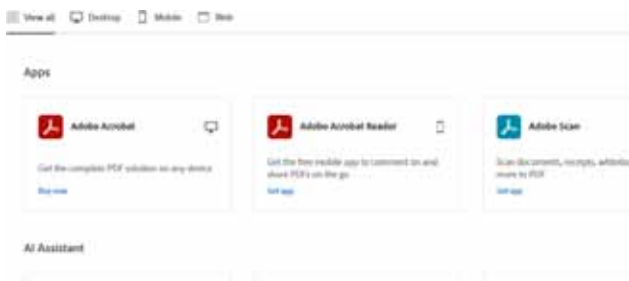
نسخه رایگان؛ چقدر می توانیم استفاده کنیم؟

بدون ورود به حساب:

- یک عملیات رایگان
- یکبار دانلود خروجی

با ورود به حساب:

- پرکردن، امضا، اشتراک گذاری و کامنت گذاری نامحدود و رایگان
- استفاده از یک ابزار پریمیوم هر ۳۰ روز یکبار
- درخواست امضای الکترونیکی ممکن است محدودیت جداگانه داشته باشد
- اگر به سقف رایگان برسید، سرویس خودش به شما اطلاع می دهد.



<https://acrobat.adobe.com/link/tools>

این سبک ابزارها برای وظایفی مثل تهیه گزارش، ارسال اسناد بانکی، تکمیل قراردادها، یا آرشیو سازمانی، کاملاً کافی و کاربردی است.

سازگاری با مرورگرها و دستگاهها

یکی از مزیت های مهم Acrobat Online این است که تقریباً روی هر دستگاهی قابل استفاده است:

دسکتاپ

- Windows ۱۰ و Chrome ۱۱، Firefox، Microsoft Edge
- macOS (۱۱، ۷، ۱۰)، Safari ۱۵، ۲، به بالا، Firefox، Chrome

موبایل

- iOS: Safari
- Android: Chrome

بنابراین چه پشت سیستم محل کار باشید، چه با گوشی خارج از دفتر، ابزار همیشه همراه شماست.

نحوه استفاده و مدیریت داده ها

کار با Acrobat Online بسیار ساده است:

۱. وارد صفحه سرویس شوید.
 ۲. ابزار موردنظر را انتخاب کنید.
 ۳. فایل را آپلود کنید و نتیجه را دریافت کنید.
- فایل ها برای پردازش به فضای ابری ادوبی منتقل می شوند.
- اگر وارد حساب Adobe شوید: فایل در حساب شما ذخیره می شود و امکان اشتراک گذاری یا ادامه کار وجود دارد.
 - اگر وارد حساب نشوید: فایل پس از مدت کوتاهی از سرور حذف می شود، حتی اگر خروجی را دانلود کرده باشید.
- این روش باعث می شود حریم خصوصی کاربر به خوبی حفظ شود.

چه فایل هایی قابل تبدیل اند؟

Acrobat Online از طیف گسترده ای از فرمت ها پشتیبانی می کند، از جمله:

دسته بندی فایل های ورودی:

- متنی: DOCX، RTF، TXT، DOC
- جدول و ارائه: XLS، XLSX، PPT، PPTX
- تصویر: JPG، JPEG، PNG، GIF، BMP، TIFF
- فرمت های حرفه ای ادوبی: PSD AI، INDD، FORM
- برای تبدیل معکوس نیز خروجی ها معمولاً روی فرمت های استاندارد، DOCX،



پرسش و پاسخ

اگردآوری و ویرایش: نیلوفر فیاض |

مثل روال گذشته، قراره هر ماه با طرح به سؤال درباره موضوعات مختلف مثل موضوعات بانکی، کسب و کار، ارتباطات و... نظر همکاران بانک سامان رو در رابطه با اون موضوع دریافت کنیم و از طریق انتشار پاسخها در این صفحه، بتونیم کمک کنیم تا دانش و تجربه هر کدوم از همکاران بانک سامان، به صورت روان تر جریان پیدا کنه و به دست همه خوانندگان نشریه سامان برسه.

پرسش این ماه:

به نظر شما بزرگترین چالش های حفظ سلامت در محیط های کاری چیست؟
برای رفع این چالش چه اقدامی انجام می دهید؟

مهم ترین چالش در محیط های اداری عدم تحرک است، من به شخصه طوری برنامه ریزی می کنم که قبل یا بعد از ساعات اداری، زمانی هر چند محدود پیاده روی کنم.

● **محمد رضا قطب الدینی**

معاون شعبه، شعبه کرمان

مهم ترین چالش های حفظ سلامت در محیط کاری الف: استرس شغلی و فشار کاری ب: شرایط محیطی نامناسب پ: دورکاری و کاهش تحرک: حمل و نقل و جایجایی های نادرست ت: عدم رعایت اصول ایمنی ج: نبود حمایت روانی چ: تعارض میان همکاران یا مشکلات سازمانی

● **محمد جعفر پور**

کارشناس ارشد بررسی مطالبات در معرض ریسک، مدیریت پیگیری مطالبات

بزرگ ترین چالش سلامت از جایی شروع می شه که فضای زندگی بیرون از کار دیگه آروم نیست محیط جامعه هر روز با سورپرایزها و خبرهای تازه ما رو درگیر می کنه و ذهن دائما در حال واکنشه این شلوغی بیرونی اونقدر پررنگ شده که کم کم فرصت باخبر شدن از حال خودمون رو ازمون می گیره انگار همه مون توی خبر و اتفاق زندگی می کنیم و از خودمون عبور می کنیم چون هر روز چیز جدیدی منتظر مونه

● **امیر علی همتی**

کارمند عیب یاب خودپرداز، اداره نقود و اوراق بهادار

بزرگ ترین چالش سلامت تو محیط کار اینه که استرس کاری ول کن نیست، رفت و آمد شلوغ انرژی رو می گیره و گاهی هم جو کاری آدم رو تحت فشار می ذاره. برای بهتر شدنش هم خوبه مرز کار و استراحت رو نگه داریم، روز کاری رو منظم تر جلو ببریم و با برخورد دوستانه تر فضا رو آروم تر کنیم.

● **داریوش جهانگیر مقدم**

بانکدار فروش تخصصی، شعبه حافظ اصفهان

بزرگ ترین چالش در حرفه ما، تضاد بین سکون جسم و طوفان ذهن است. فشارهای عصبی ناشی از تصمیم گیری های حساس و پارادوکس بیولوژیک میان جسم ساکن با آرامش ظاهری و آشوب درونی فکری و ذهن بی قراری که همواره در حال دویدن در یک مارا تن محاسباتی سنگین است، در بدن و جسم ساکن ما حبس می شود و به جای تخلیه شدن، به فرسایشی خاموشی تبدیل می شود که نتیجه ای آن، رسوب استرس در بدن و کاهش سطح تمرکز است. شاید توقف های کوتاهی مانند چند قدم فاصله گرفتن از میز کار، نوشیدن یک لیوان چای گرم یا جرعه ای آب خنک، یک پیام آرام باش به سیستم عصبی و فرصتی برای نفس کشیدن ذهنمان باشد.

● **عادل برزگری**

بانکدار عملیات، شعبه اروند

به نظرم چندتا مورد مهم هست که عرض می کنم خدمتتون: ۱- نداشتن خواب کافی، اولین مشکل سلامت در محیط کار ۲- عدم سلامت روحی و روانی، مهم ترین مشکل سلامت شغلی ۳- نشستن بیشتر از حد برای مدت زیاد موارد دیگری هم هست که به نظرم این موارد از همه مهم تر هستند.

● **مرتضی افشار**

کارشناس ارشد بررسی مطالبات در معرض ریسک، مدیریت پیگیری مطالبات

● علی توسن

بانکدار فروش، شعبه بازار کفاش ها

از نظر من یکی از بزرگترین چالش‌های سلامت در محیط کار نشست‌های طولانی مدت است، این موضوع در بلندمدت می‌تواند باعث مشکلات گردن، شانه‌ها، کمردرد، و افزایش ریسک چربی کبد شود برای مدیریت این چالش می‌توانیم وقفه‌های کوتاه حرکتی در طول روز داشته باشیم (هر یک ساعت چند دقیقه ایستادن و کشش ساده) چیدمان ارگونومیک میز و صندلی را جدی‌تر رعایت کنیم در شعب برنامه‌هایی برای افزایش تحرک کارکنان طراحی شود این اقدامات ساده به حفظ سلامتی بدنی همکاران کمک می‌کند.

● سجاد پیر نجم‌الدین

بانکدار فروش، شعبه حافظ اصفهان

در محیط‌های کاری مثل محیط کار ما در بانک یکی از اعضای همیشه درگیر چشم هست که معمولاً وقتی حرف از آسیب فیزیکی ناشی از کار همیشه، چشم نادیده گرفته می‌شود.

نگاه کردن مستقیم و خیره به مانیتور برای مدت طولانی باعث آسیب جدی به چشم انسان می‌شود.

راهکار: از پلک زدن غافل نشید و اینکه هر چند دقیقه یک‌بار به یک نقطه در چپ یا راست به فاصله ۶ متر نگاه کنید.

هشدار: از فشار دادن چشم‌ها با دستان خود پرهیز کنید.

● علیرضا مقدسی

بانکدار فروش تخصصی، شعبه بازار

به نظر من چالش‌های اصلی سلامت در محیط کار و راهکارهای مناسب آن عبارت‌اند از: ۱. نشست طولانی: استراحت منظم، حرکات کششی، میز ارگونومیک ۲. استرس کاری: مدیریت زمان، مرخصی کوتاه، حمایت روانی ۳. نور و تهویه نامناسب: نور مناسب، تهویه خوب، کاهش نویز ۴. تغذیه ناسالم: میان‌وعده سالم، نوشیدن آب کافی ۵. ارگونومی ضعیف: تنظیم صندلی و مانیتور، موس و کیبورد استاندارد.

● سارا رمضی

بانکدار فروش، شعبه تهرانسر

یکی از مهم‌ترین چالش‌ها در حفظ سلامت در محیط کار، حفظ آرامش، مدیریت استرس و فشارهای کاری است، به ویژه زمانی که شرایط شخصی حساسی مانند بارداری وجود دارد. من برای مراقبت از خود و فرزندم، سعی می‌کنم از فرصت‌های استراحت و مرخصی‌های موجود بهره ببرم، هر چند گاهی با روندها و محدودیت‌های کاری مواجه می‌شوم که نشان می‌دهد همه جوانب شرایط فردی همیشه در نظر گرفته نمی‌شود.

● حامد دورقی نژاد

بانکدار فروش، شعبه اروند

یکی از چالش‌های مهم در حفظ سلامت در محیط کار، عدم آگاهی و آموزش، عدم تعادل بین کار و زندگی، زیرساخت ناکافی، مدیریت استرس و فشار کاری است برای حل این مسئله پیشنهاد می‌شود برنامه روزانه و هفتگی تنظیم کنید از نشست‌های طولانی مدت اجتناب کنیم و با تنفس منظم به کنترل استرس و اضطرابمان کمک کنیم. در آخر؛ چالش‌های محیط کار اجتناب‌ناپذیرند، اما با شناخت و راهکارهای درست می‌توان آن‌ها را به فرصت تبدیل کرد. چه شما کارمند باشید و

چه مدیر، به یاد داشته باشید که ایجاد محیطی سالم، منظم و انگیزه‌بخش به نفع همه است.

● زهرا پروینی قریق

کارشناس پاسخگویی به مراجع قانونی، مدیریت حقوقی

بزرگ‌ترین چالش‌های حفظ سلامت در محیط‌های کاری، نشست‌های طولانی مدت و عدم تحرک، کارکردن مداوم با مانیتور، نور و تهویه نامناسب، استرس و فشار کاری است که با استراحت کوتاه، انجام حرکات ورزشی، داشتن نور و تهویه مناسب و آرامش می‌توان تا حدی از این چالش‌ها عبور کرد.

● محمد شاهماری نمین

مسئول دفتر، مدیریت حراست

بی‌تحرکی: به علت تحرک کم دچار درد گردن و کمر و همچنین وزن بالا می‌شیم خستگی چشم: که ناشی از کار مداوم با مانیتور هست استرس و فشار کاری با انجام حرکات ساده ورزشی در زمان‌های مناسب همیشه از خیلی موارد پیشگیری کرد با انجام کار تیمی می‌توانیم فشار کاری رو به حداقل برسونیم.

● الهام شکر

کارشناس فروش غیر حضوری، مدیریت جذب و فروش

باتوجه به ساعات طولانی کاری و فشارهای حرفه‌ای، توجه به سلامتی در محیط کار بیش از هر زمان دیگری ضروری است. چندین راهکار عملی برای حفظ سلامت خود در محل کار ۱. استراحت‌های منظم: سعی کنید هر ۵۰-۶۰ دقیقه یک‌بار از محل کار خود بلند شوید و چند دقیقه قدم بزنید یا به عضلات خود استراحت دهید. این کار به کاهش استرس و خستگی کمک می‌کند. ۲. فضای کاری مناسب میز و صندلی باید به گونه‌ای تنظیم شوند که فشار کمتری به کمر و گردن وارد کنند. همچنین، نور مناسب و تهویه مناسب فضا نیز اهمیت دارد. ۳. تغذیه سالم: داشتن رژیم غذایی متعادل و سالم می‌تواند تأثیر زیادی بر انرژی و تمرکز شما در طول روز داشته باشد. سعی کنید از غذاهای مغذی و کم‌چرب استفاده کنید و نوشیدنی‌های شیرین را محدود کنید. ۴. ورزش منظم: ورزش یکی از بهترین راه‌ها برای کاهش استرس و بهبود سلامت عمومی است. حتی چند دقیقه تمرین در طول روز می‌تواند تأثیر مثبتی بر روحیه و انرژی شما داشته باشد. ۵. مدیریت استرس: یادگیری تکنیک‌های مدیریت استرس می‌تواند به شما کمک کند تا با چالش‌های محیط کار بهتر کنار بیایید. تکنیک‌های مثل مدیتیشن، تنفس عمیق و یوگا می‌تواند بسیار مؤثر باشد. ۶. برقراری ارتباط: حفظ ارتباطات مثبت با همکاران و مدیران، به ایجاد یک محیط کاری سالم و حمایت‌کننده کمک می‌کند. در صورت نیاز، از دیگران کمک و حمایت بخواهید که به نظر من مورد آخر می‌تونه خیلی تو افزایش اعتماد و احترام بین همکاران و کاهش سوء تفاهمات و افزایش خلاقیت و بهره‌وری و در نتیجه رشد سازمان مؤثر باشه.

● بهزاد شریفی

بانکدار عملیات، شعبه مرزداران

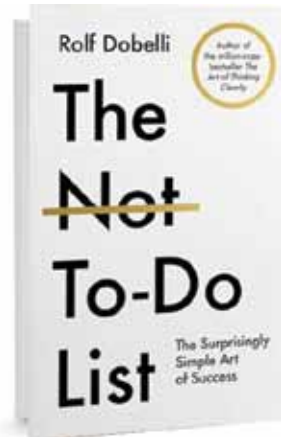
بزرگ‌ترین چالش‌های سلامت در محیط بانک شامل نشست طولانی، استرس کاری، نور و تهویه نامناسب و کمبود تحرک است. برای مقابله با آن‌ها باید ارگونومی مناسب، استراحت‌های کوتاه، بهبود شرایط محیطی، افزایش تحرک و آموزش مدیریت استرس در بانک اجرا شود.

کتاب فهرست کارهای انجام‌دادنی

The Not To Do List: The Surprisingly Simple Art of Success
By: Rolf Dobelli

نویسنده: رولف دوبلی

مترجم: امید حسینی، صدرا صمدی دزفولی
درجه محبوبیت در سایت گود ریدز ۳.۴۲ از ۵



مهرناز تباری |
کارشناس مدیریت روابط عمومی
و صدای مشتریان |

درباره کتاب

مخاطب از دام‌هایی است که معمولاً نادیده گرفته می‌شود و تأکید بر این نکته که دوری از اشتباهات رایج گاهی مهم‌تر از تلاش برای موفقیت است.

این کتاب مناسب چه کسانی است؟

این کتاب به جای ارائه نسخه‌های موفقیت، به مخاطب کمک می‌کند تا اشتباهات رایج و مخربی را که اغلب نادیده گرفته می‌شود، شناسایی کند. ساختار فصل‌بندی‌شده و مثال‌های متنوع باعث می‌شود هر کس بتواند بخشی از رفتارهای خود یا اطرافیانش را در این فهرست پیدا کند و نسبت به آن‌ها آگاه‌تر شود. کتاب فهرست کارهای انجام‌دادنی نه تنها برای کسانی که به دنبال رشد فردی هستند، بلکه برای افرادی که علاقه‌مند به شناخت خطاهای ذهنی و رفتاری‌اند، منبعی آموزنده و کاربردی است. همچنین لحن صمیمانه و روایت‌های کوتاه و مستقل هر فصل، مطالعه کتاب را برای مخاطبان پرمشغله یا کسانی که به دنبال مطالب کوتاه و قابل‌درک هستند، آسان‌تر می‌کند. این کتاب فرصتی است برای بازنگری در عادت‌ها و تصمیم‌ها و یافتن راه‌هایی برای بهبود کیفیت زندگی از مسیر پرهیز از اشتباهات.

خواندن این کتاب به کسانی پیشنهاد می‌شود که دغدغه خودشناسی، بهبود کیفیت زندگی، مدیریت عادت‌ها و پرهیز از اشتباهات رایج را دارند. همچنین این اثر برای علاقه‌مندان به روان‌شناسی، توسعه فردی و کسانی که به دنبال رویکردی متفاوت و طنزآمیز در حوزه موفقیت و زندگی بهتر هستند، مناسب است.

چکیده‌ای از کتاب

کتاب مجموعه‌ای از قوانین و ضدتوصیه‌ها است که هر کدام به‌نوعی به رفتارها و عادت‌هایی می‌پردازد که می‌توانند زندگی را به سمت ناکامی و نارضایتی سوق دهند. رولف دوبلی با رویکردی طنزآمیز و وارونه، به جای آنکه راه‌های موفقیت را آموزش دهد، مسیرهای شکست را به تصویر می‌کشد. او در مقدمه توضیح داده که الهام‌بخش این رویکرد، سخنرانی چارلی مانگر با عنوان چطور زندگی‌ای سرشار از بدبختی بسازیم، بوده است. هر فصل کتاب به یک رفتار یا عادت خاص اختصاص دارد؛

کتاب فهرست کارهای انجام‌دادنی نوشته رولف دوبلی و ترجمه امید حسینی و صدرا صمدی دزفولی، اثری در حوزه خودشناسی و توسعه فردی است که نشر میلکان آن را منتشر کرده است. این کتاب با رویکردی متفاوت و طنزآمیز به‌جای ارائه توصیه‌های مرسوم برای موفقیت و خوشبختی، فهرستی از کارهایی را پیش روی مخاطب می‌گذارد که انجام‌دادنشان می‌تواند زندگی را به سمت ناکامی و نارضایتی سوق دهد. نویسنده با الهام از سخنرانی‌ها و تجربه‌های شخصی و نیز بهره‌گیری از مثال‌های تاریخی و علمی، ۵۲ قانون را مطرح کرده که هر کدام به‌نوعی هشدار یا ضد توصیه هستند. ساختار کتاب به‌گونه‌ای است که هر فصل به یک عادت یا رفتار مخرب می‌پردازد و در پایان هر بخش، با عنوان نجوای عقل، راهکار یا نگاه واقع‌بینانه‌ای ارائه می‌دهد. نسخه الکترونیکی این اثر را می‌توانید از طاقچه خرید و دانلود کنید.

درباره کتاب فهرست کارهای انجام‌دادنی اثر رولف دوبلی

کتاب فهرست کارهای انجام‌دادنی (۵۲ قانون برای اجتناب از اشتباهات بزرگ زندگی) به قلم رولف دوبلی، مجموعه‌ای از ۵۲ فصل کوتاه است که هر کدام به یکی از اشتباهات رایج و مخرب در زندگی فردی و اجتماعی می‌پردازد. نویسنده با نگاهی وارونه به توصیه‌های موفقیت، به‌جای آنکه راه‌های رسیدن به خوشبختی را فهرست کند، مسیرهای شکست و ناکامی را برجسته کرده است. این رویکرد که به وارون‌سازی معروف است، الهام‌گرفته از سخنرانی چارلی مانگر و آموزه‌های فیلسوفان و دانشمندان مختلف است. نویسنده در هر فصل، ابتدا با زبانی طنز و گاهی گزنده، یک رفتار یا عادت منفی را به‌عنوان راهی برای بدبختی معرفی می‌کند و سپس در بخش نجوای عقل، با استدلال و مثال‌های علمی یا تاریخی، اهمیت دوری از آن رفتار را توضیح می‌دهد.

ساختار کتاب فهرست کارهای انجام‌دادنی به‌گونه‌ای است که هر فصل مستقل است و می‌توان آن را به‌صورت پراکنده مطالعه کرد. موضوعات متنوعی از جمله بی‌برنامگی، بدقولی، خودخواهی، پرتوقعی، اعتیاد، دخالت در زندگی دیگران، منفی‌بافی و حتی نحوه برخورد با فضای مجازی در این کتاب بررسی شده است. هدف اصلی کتاب، آگاه کردن

پلتفرم مشهور **getAbstract** را بنیان‌گذاری کرد و بعدها برای تمرکز بر نویسندگی از آن استعفا داد. او همچنین بنیان‌گذار شبکه **World minds** است که میان نخبگان علم، فرهنگ و تجارت ارتباط برقرار می‌کند. دوبلی که خود را یک رواقی‌مدرن می‌داند، در رسانه‌ها به‌ویژه با ایده جنجالی «اخبار نخوانید» شناخته می‌شود و کتاب «اخبار نخوانید» را نیز در همین زمینه منتشر کرده است. از آثار او می‌توان به رمان «سی و پنج»، «شغل شما چیست؟»، «من کیستم؟»، «هنر شفاف اندیشیدن» و «هنر خوب زندگی کردن» اشاره کرد؛ آثاری که عمدتاً بر نقش‌شناسی، خطاهای شناختی و تصمیم‌گیری بهتر تمرکز دارند و در سراسر جهان با استقبال گسترده روبه‌رو شده‌اند.

نظر افراد یا مجله‌های مشهور درباره این کتاب چیست؟

در سایت **blinkist.com** نوشته شده کتاب فهرست کارهای انجام‌نشدنی، رویکردی تازه به بهره‌وری ارائه می‌دهد و بر ضرورت حذف کارهای غیرضروری تأکید می‌کند. رولف دوبلی ما را در اولویت‌بندی آنچه واقعاً اهمیت دارد، راهنمایی می‌کند و به بهبود تمرکز و افزایش کارایی ما یاری می‌رساند. همچنین جان‌اتان هایت (نویسنده نسل مضطرب) معتقد است که دوبلی توانایی ویژه‌ای در شناسایی بهترین ایده‌های جهان دارد. مت ریدلی (نویسنده تکامل همه چیز) باور دارد نویسنده کتاب حاضر یکی از برجسته‌ترین ذهن‌های اروپا را دارد و جاشوا گرین (نویسنده قبیله‌های اخلاقی) او را فردی شناخته که ایده‌ها را به طرز استادانه‌ای تلفیق می‌کند.

چه نسخه‌های دیگری از این کتاب در ایران منتشر شده است؟

این کتاب به‌وسیله نشرهای گوناگونی منتشر شده است؛ برای نمونه می‌توان به فهرست زیر اشاره کرد:

- فهرست نبایدها: هنر ساده اما شگفت‌انگیز موفقیت ترجمه شیلا خداداد، نشر ابوعطا، ۱۴۰۴.

- فهرست کارهای انجام‌نشدنی حاصل ترجمه و تلخیص یاسین قاسمی بجد، نشر کتاب دلبر، ۱۴۰۴.

- کارهایی که نباید بکنی: لیست سیاهی از ۵۲ اشتباه بزرگ زندگی ترجمه الهه رضوانی، نشر کیمیا اندیشه، ۱۴۰۴.

- فهرست کارهای انجام‌نشدنی: ۵۲ قانون برای اجتناب از اشتباهات بزرگ زندگی ترجمه الهام بابایی، نشر سفیر قلم، ۱۴۰۴.

- فهرست کارهایی که نباید انجام داد: هنر شگفت‌انگیز و ساده موفقیت ترجمه‌ی علی‌اکبر قاری‌نیت، نشر نسل نو اندیش، ۱۴۰۴.

منبع انگلیسی

<https://www.goodreads.com/book/show/222216333-the-not-to-do-list>



منبع فارسی
bookcofe.ir



برای مثال بی‌توجهی به نگهداری و ترمیم امور شخصی، میدان‌دادن به تنبلی و بی‌انگیزگی، بدقولی، خودخواهی، پرتوقعی، بی‌برنامگی، تخریب روابط، جازدن در برابر مشکلات، دورویی، چسبیدن به عادت‌های بد، تعیین هدف‌های اشتباه، اعتیاد به الکل و مواد، دخالت در زندگی دیگران، بی‌توجهی به تجربه‌های دیگران، افراط در فضای مجازی، بداخلاقی در رانندگی و جمع کردن آدم‌های منفی دور خود. در هر فصل، ابتدا با زبانی کنایه‌آمیز و گاه اغراق‌آمیز، رفتار مخرب شرح داده می‌شود و سپس در بخش نجوای عقل، نویسنده با استدلال و مثال‌های علمی یا تاریخی، اهمیت دوری از آن رفتار را توضیح می‌دهد. پیام اصلی کتاب این است که بسیاری از اشتباهات و عادت‌های منفی، به‌سادگی قابل‌شناسایی هستند و با پرهیز از آن‌ها می‌توان کیفیت زندگی را به طور چشمگیری بهبود داد. نویسنده تأکید کرده که موفقیت و خوشبختی بیش از آنکه به دنبال کردن توصیه‌های مثبت وابسته باشد، به دوری از دام‌های رایج و پرهیز از اشتباهات تکراری بستگی دارد.

بخشی از کتاب فهرست کارهای انجام‌نشدنی

ازدواج همسایه‌هایتان سال‌هاست دچار بحران شده و هر فرصتی که پیش می‌آید، مثل سگ و گربه به جان هم می‌افتند. دختر بیچاره این زوج پرخاشگر هم بی‌اشتهایی عصبی پیدا کرده و باید توی درمانگاه بستری شود. پسرشان فقط پانزده سال دارد و معلمش را که بیست سال از خودش بزرگ‌تر است، حامله کرده؛ اما معلم حاضر نیست بچه را سقط کند؛ چون یک کاتولیک متعصب است. تازه، این همه اتفاق‌هایی نیست که در محله‌تان می‌افتد. آن پسر که پایین خیابان زندگی می‌کند، سر عروسی خودش نرفته؛ چون عاشق خواهر نامزدش شده. آن مربی فوتبال تیم دسته چهارمی هم هست که انگار برای چندمین بار، از مغازه ابزارفروشی یک جعبه‌ابزار بزرگ با چند تا پیچ‌گوشتی با آب‌کاری نیکل دزدیده تا رختکن باشگاه را با آن‌ها تعمیر کند. تازه، انگار مربی فلوت بچه‌هایتان هم به پرستارشان کمک می‌کرده بند کفشش را ببندد، وقتی بچه‌ها پشت انبار دوچرخه آن دو را با هم دیدند، مربی این‌طوری دست‌به‌سرشان کرده بود.

وا مصیبتا! چه رسوایی‌ها! چه ماجراهایی! نکند یک‌وقت از این ماجراها عقب بمانید! فوری وارد شوید و همه‌جا سرک بکشید؛ هر چه نباشد، شما هم نظرهای خودتان را درباره این قضایا دارید و معمولاً مقصر را می‌شناسید. سعی کنید با همه آدم‌های دخیل، سر صحبت را باز کنید. بگذارید همه طرف‌ها تک‌تک جزئیات را برایتان بگویند؛ حقیقت معمولاً از آنچه فکر می‌کردید هم ناجورتر است. بفهمید آدم‌های مختلف دخیل در این ماجراها چه فکری می‌کنند. بدترین انگیزه‌های ممکن را در ذهنتان پرورش دهید.

درباره نویسنده

رولف دوبلی (Rolf Dobelli) متولد ۱۵ ژوئیه ۱۹۶۶ در لوتسرن سوئیس نویسنده، رمان‌نویس و کارآفرین برجسته سوئیس است که با انتشار کتاب پرفروش «هنر شفاف اندیشیدن» در سال ۲۰۱۱ به شهرت جهانی رسید و مجله تایمز او را «استاد معنوی موردعلاقه آلمانی‌ها» نامید. او فارغ‌التحصیل رشته‌های فلسفه و مدیریت کسب‌وکار از دانشگاه سنت‌گالن است و در سال ۱۹۹۵ دکترای خود را در زمینه «ساخت‌شکنی گفتمان اقتصادی» دریافت کرد. دوبلی پس از فعالیت به‌عنوان مدیر مالی و مدیرعامل در شرکت‌های وابسته به SwissAir، در سال ۱۹۹۹

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه/باجه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمایر	نام مسئول شعب/باجه‌ها
۱	آفریقا	۸۰۱	تهران، بزرگراه آفریقا، نرسیده به چهارراه جهان کودک، پلاک ۳۱	۸۸۷۴۴۵۷-۶۱	۸۸۷۳۳۳۳	نیما گیلانی
۲	مرکزی	۸۰۲	تهران، خیابان انقلاب، بین چهارراه کالج و چهارراه ولیعصر، پلاک ۸۰۳	۶۶۵۸۹۳۳-۶۶۹۵۹۰۰	۶۶۹۷۱۰۶۱	شاهرخ نیری
۳	اصفهان	۸۰۳	اصفهان، خیابان فردوسی، نبش خیابان منوچهری، ساختمان امیر، پلاک ۱۳	۰۳۱-۳۳۳۳۰۴۲۴-۷	۰۳۱-۳۳۳۳۰۴۲۸	جمشید باقری
۴	باغ فردوس	۸۰۴	تهران، خیابان ولیعصر، نرسیده به میدان تجریش، روبروی باغ فردوس، پلاک ۲۹۴۴	۲۳۷۴۰۷۷۵	۲۳۷۴۰۷۱۵	تیمور طاهری
۵	پاسداران	۸۰۵	تهران، خیابان پاسداران، مقابل بوستان ششم، جنب برج سفید، پلاک ۲۵۰	۲۲۵۹۵۶۵۸	۲۲۵۹۷۵۴۰	مهدی عبدلی ویشه
۶	بازار	۸۰۶	تهران، بازار بزرگ، خیابان ۱۵ خرداد غربی، بین چهارراه گل‌بندک و خیابان ابوسعید، پلاک ۶۸۱	۵۵۵۷۵۳۸-۹	۵۵۵۷۶۴۹۵	امین بیگلری
۷	صادقیه	۸۰۷	تهران، ضلع جنوب شرقی فلکه اول صادقیه، پلاک ۹۱۸	۴۴۲۵۴۵۱۸-۲۰	۴۴۲۵۴۵۱۷	شادمان غفوری
۸	اقدسیه	۸۰۸	تهران، خیابان اقدسیه (موحّد دانش)، نبش کوچه نسیم، پلاک ۶۳	۲۲۸۳۳۲۴۹-۵۶-۲۲۸۳۳	۲۲۸۳۳۲۴۵	حیدررسانی فر
۹	میرداماد	۸۰۹	تهران، خیابان میرداماد، نرسیده به میدان مادر، پلاک ۱۴۸	۲۲۹۴۴۵۱-۴	۲۲۹۴۴۶۳	مهدی عامری
۱۰	دکتر فاطمی	۸۱۰	تهران، خیابان دکتر فاطمی، روبروی خیابان کاج، نبش کوچه ششم (شیخ‌الر)، پلاک ۱۴۰	۸۸۹۸۲۱۸۱-۸۴	۸۸۹۸۲۱۹۴	نغمه خسروی
۱۱	سعادت آباد	۸۱۱	تهران، خیابان سعادت آباد، میدان کاج، پلاک ۱۳	۲۲۰۸۱۹۵-۲۰۰	۲۲۰۸۷۷۰۸	فاطمه دولت آبادی فراهانی
۱۲	جنت آباد	۸۱۲	تهران، خیابان جنت آباد جنوبی، پایین تر از میدان چهار باغ، نبش خیابان لاله غربی، ساختمان سمرقند، پلاک ۴۷	۴۴۹۵۲۰۱-۱۲	۴۴۹۵۲۲۸	حمزه قنیتان
۱۳	خیابان دولت	۸۱۳	تهران، خیابان دولت، نرسیده به چهارراه پاسداران، پلاک ۱۸	۲۳۷۴۴۲۸۲-۷	۲۳۷۸۱۰۶۹	مریم بیدی
۱۴	میدان وتک	۸۱۴	تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از میدان وتک، نبش خیابان برادران شریفی، پلاک ۲۴۷۷	۸۸۲۰۵۵۵۵-۹	۸۸۲۰۵۴۴۸	حمید نودست
۱۵	ایران زمین	۸۱۵	تهران، شهرک غرب، خیابان ایران زمین، مجتمع ایران زمین، پلاک ۱۳ و ۱۴	۸۸۵۷۷۲۰-۵-۱۰	۸۸۵۷۱۲۱۵	فرشته قانع
۱۶	اریکه ایرانیان	۸۱۶	تهران، بلوار فرحزادی، نبش اردغوان غربی، مجتمع اریکه ایرانیان، پلاک ۱	۲۳۵۹۲۷۵-۷۸	۲۳۵۳۵۱۶	آزاده روشن
۱۷	یافت آباد	۸۱۷	تهران، بزرگراه آیت اله سعیدی، یافت آباد شرقی، بازار میل ایران، پلاک ۲۰۵ و ۲۰۲	۶۶۲۱۱۰۱۴-۱۷	۶۶۳۳۷۱۰	-
۱۸	شهری	۸۱۸	شهری، میدان شهری، خیابان ۲۴ متری زکریای رازی(بیات)، پلاک ۲۵۷	۵۵۹۷۰۷۳۲-۵۵۹۷۰۷۳۸	۵۵۹۷۰۷۳۰	افشین فرج زاده
۱۹	ظفر	۸۱۹	خیابان ظفر، بعد از خیابان کازرون شمالی، پلاک ۱۲۸	۲۶۶۴۵۹۸۶-۲۶۶۴۵۷۱۵	۲۶۷۰۵۳۲۷	بهنام پویانفر
۲۰	آفریقای شمالی	۸۲۰	تهران، خیابان نلسون ماندلا (آفریقا)، بالاتر از خیابان اسفندیار، نبش شمالی خیابان شهید سعیدی، پلاک ۱۵۸	۲۶۲۱۹۶۵۸-۲۶۲۱۹۹۰۸	۲۶۲۱۹۷۱۲	نسرین خوش صحت
۲۱	جام جم	۸۲۱	تهران، خیابان ولیعصر، نرسیده به چهارراه پارک وی، نبش کوچه ترکش دوز، پلاک ۲	۲۶۲۱۰۹۱۲-۱۴	۲۶۲۱۰۹۱۷	فرهاد عطایی فر
۲۲	پیروزی	۸۲۲	تهران، خیابان پیروزی، نبش خیابان عادل	۳۳۳۳۳۱۴۷-۳۳۳۳۳۰۷۸	۳۳۳۳۳۱۴۳	فرخ فرجی
۲۳	ولنجک	۸۲۳	تهران، خیابان ولنجک، خیابان چهاردهم، پلاک ۷	۲۲۴۲۱۲۳۷-۳۱	۲۲۱۲۳۵۰	امیرعلی جدیدی
۲۴	خیابان آذربایجان	۸۲۴	تهران، خیابان آزادی، نبش خیابان آذربایجان، پلاک ۱۰۴۶	۶۶۰۷۸۸۴۶-۶۶۰۷۸۸۴۰۶	۶۶۰۷۸۸۸۰	محمود لک
۲۵	شهرک اکیاتان	۸۲۵	شهرک اکیاتان، فاز یک، خیابان نفیسی، روبروی مخابرات، پلاک ۵۹	۴۷۰۰۵۰۴۱-۷۷۰۰۵۰۸۳	۴۴۶۹۵۴۳	نیما رسولی
۲۶	میدان آرژانتین	۸۲۶	تهران، میدان آرژانتین، اول خیابان بهی، پلاک ۲۱	۸۸۵۱۷۶۴۰-۸۸۵۱۷۴۱۸	۸۸۵۱۷۳۸۱	علیرضا رشیدی
۲۷	خیابان ملت اکیاتان	۸۲۷	تهران، خیابان سعدی جنوبی، خیابان اکیاتان، پلاک ۹۳	۳۳۹۹۸۰۰۵-۷ و ۱۲	۳۳۹۹۸۰۰۹	حسام حاجی حدیدی
۲۸	قیطریه	۸۲۸	تهران، بلوار ۳۵ متری قیطریه، روبروی پارک قیطریه، پلاک ۸۵	۲۲۳۴۴۲۷-۸	۲۲۳۴۴۵۸	احسان کیانی
۲۹	ملاصدرا	۸۲۹	تهران، خیابان ملاصدرا، بعد از خیابان شیراز، پلاک ۱۳۲	۸۸۱۲۷۵۱۷-۸۸۱۲۷۴۸	۸۸۱۲۷۳۱	فاطمه حیاتی
۳۰	خیابان سید جمال الدین اسدآبادی	۸۳۰	تهران، خیابان سید جمال الدین اسدآبادی، نبش شمالی خیابان ۴۹، پلاک ۴۳۳	۸۸۱۲۷۹۳۵-۸۸۱۲۷۹۶	۸۸۱۲۸۶۳۷	بهنام سغری علویجه
۳۱	میدان قزوین	۸۳۱	تهران، خیابان کارگر جنوبی، ضلع شمال شرقی میدان قزوین، پلاک ۱۸	۵۵۵۸۱۱۲۲-۴-۸	۵۵۵۸۱۱۷۹	مسلم مرتضوی فر
۳۲	خیابان دکتر بهشتی	۸۳۲	تهران، خیابان شهید دکتر بهشتی، بعد از چهارراه سه‌رودی، پلاک ۱۳۸	۸۸۵۱۲۶۰۳-۸	۸۸۵۱۲۶۹۹	سید محمد میرحسینی نیری
۳۳	خیابان کارگر شمالی	۸۳۳	تهران، خیابان کارگر شمالی، بالاتر از خیابان دکتر فاطمی، پلاک ۱۶۱۵	۰۲۱-۸۸۹۸۲۱۸۱-۵	۰۲۱-۸۸۹۸۲۱۹۴	-
۳۴	فلکه سوم تهرانپارس	۸۳۴	تهران، خیابان آیت اله خوشوقت، بالاتر از فلکه سوم تهرانپارس، نبش خیابان ۲۱۴ شرقی، پلاک ۱۳۰	۷۳۳۷۰۱۸۶	۷۳۳۷۰۴۴۱	ارسلان بی آزار
۳۵	خیابان ولیعصر - پارک ساعی	۸۳۵	تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از خیابان شهید دکتر بهشتی، نبش کوچه کوزه گر، پلاک ۲۱۳۳	۸۸۵۵۹۶۶۵-۸۸۷۰۹۴۸۱-۲	۸۸۵۵۹۶۶۶	رضا جلالی
۳۶	فلکه اول تهرانپارس	۸۳۶	تهران، فلکه اول تهرانپارس، ابتدای خیابان آیت اله خوشوقت، نبش خیابان ۱۴۸ غربی، پلاک ۳۲	۷۷۷۲۳۲۵۰-۵۴	۷۷۷۲۳۲۵۵	سلیمان بیات
۳۷	بازار کفاشا	۸۳۷	تهران، بازار بزرگ تهران، سزه میدان، بازار کفاشا، نبش بازار خیاطها، پلاک ۶۴	۵۵۱۵۱۸۰۲-۴-۵	۵۵۸۰۸۵۰۹	وحید میرزاخانی
۳۸	الهیه	۸۳۸	تهران، خیابان ولیعصر، خیابان شهید فیاضی، بعد از خیابان کوهیار، پلاک ۶۹	۲۶۲۰۰۹۶۲-۶۳	-	مژگان طرفه نژاد
۳۹	متبریه	۸۳۹	تهران، خیابان ولیعصر، میدان متبریه، خیابان ممیری، نبش بن بست ناظمی، پلاک ۵۳	۶۶۴۹۱۰۷۵-۸۵-۸۷	۶۶۴۹۱۰۷۳	رامتین سلیمانی
۴۰	شهرک راه آهن	۸۴۰	تهران، اتوبان همت غرب، شهرک گلستان، بلوار امیر کبیر، نرسیده به چهارراه گلهاء، پلاک ۵۳	۴۴۷۳۸۹۵۹-۴۴۷۳۸۹۶۹	۴۴۷۳۷۸۸۸	محسن باقری نیا
۴۱	میدان نبوت	۸۴۱	تهران، بزرگراه رسالت، خیابان آیت، ضلع جنوب غربی میدان نبوت، پلاک ۵۱۰	۹-۷۷۹۴۰۴۲۸	۷۷۹۴۰۴۱۸	علی اکبر فتحی زاده
۴۲	دلاوران	۸۴۲	تهران، میدان رسالت، خیابان هنگام، بلوار دلاوران، بین چهارراه آزادگان و تکاوران، پلاک ۳۷۵	۷۷۲۱۳۸۴۸-۷۷۲۱۸۹۳۹۱	۷۷۲۱۳۷۷۷	زهرا کمرانی پور
۴۳	شهران	۸۴۴	تهران، شهران، فلکه دوم شهران، ابتدای خیابان یکم، شماره ۴	۰۲۱-۴۴۴۹۵۲۰۱-۹	۰۲۱-۴۴۴۹۵۲۲۸	-
۴۴	بلوار فردوس	۸۴۵	تهران، بزرگراه شهید ستاری، بلوار فردوس شرقی، پلاک ۴۳۴	۴۴۰۰۳۸۵-۶	۴۴۰۰۳۸۶	راحله خیر خواه
۴۵	فرودگاه امام خمینی	۸۴۶	تهران، ۳۰ کیلومتر تهران - قم، فرودگاه بین المللی امام خمینی، سان ورودی	۵۵۶۷۸۴۰۸-۹	۵۵۶۷۸۴۱۰	مصطفی گرمی
۴۶	میدان تجریش	۸۴۷	تهران، میدان تجریش، خیابان شهرداری، پلاک ۸۱	۳۶۸۵۸۷۰۶-۳۶۸۵۸۷۰۳	۳۶۸۵۸۳۱۶	رضا جلیل زاده
۴۷	نازی آباد	۸۴۸	تهران، نازی آباد، خیابان مدائن، پلاک ۱۱۶ و ۱۱۸	۵۵۳۳۱۰۰۴-۷	۵۵۳۵۶۰۵۱	محمد رضا البرزی

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه/باجه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمابر	نام مسئول شعب/باجه‌ها
۴۸	سرو	۸۴۹	تهران، سعادت‌آباد، بلوار سرو غربی، نبش شمال شرقی میدان سرو، پلاک ۷۷	۲۲۰۹۴۳۵۶	-	حسن رنجبر قلیچی
۴۹	ترمینال ۲ فرودگاه مهرآباد	۸۵۲	تهران، ابتدای جاده مخصوص کرج، ترمینال شماره ۲ فرودگاه مهرآباد پایین پارکینگ طبقاتی	۰۲۱-۴۴۶۶۹۰۳-۰۲۱-۴۴۶۶۹۰۴ ۰۲۱-۴۴۶۶۹۰۵-۰۲۱-۴۴۶۶۹۰۶ ۰۲۱-۴۴۶۶۹۰۷-۰۲۱-۴۴۶۶۹۰۸	۰۲۱-۴۴۶۶۹۰۳۴۳	-
۵۰	امین حضور	۸۵۳	تهران، میدان بهارستان، خیابان مصطفی خمینی، خیابان امیرکبیر شرقی، نبش کوچه جاویدی، پلاک ۱۴۰	۳۳۴۴۳۷۱۱-۳۳۴۴۳۷۰۴	۳۳۱۳۳۸۱۴	روح اله سیاوشی
۵۱	مولوی	۸۵۴	تهران، خیابان مولوی شرقی، نبش کوچه شهید علی اکبر قاسمی، پلاک ۵۱۸	۵۵۱۵۷۳۷۶-۵۵۱۵۷۱۰۹	۵۵۱۵۷۳۷۹	علی اکبر عینی
۵۲	خیابان لوسانی	۸۵۵	تهران، کمرانیه، خیابان لوسانی غربی، نبش دوراهی آریا، پلاک ۳	۲۲۸۱۶۶۹۲-۳-۵	۲۲۸۱۶۶۸۹	حمید زرهونه
۵۳	تهرانسر	۸۵۶	تهران، تهرانسر، بلوار اصلی، نبش خیابان ۱۴	۴۴۵۸۷۵۹۶-۴۴۵۸۷۵۸۶	۴۴۵۱۷۶۲۲	مجید صادقی دستک
۵۴	هایر استار	۸۵۷	تهران، بزرگراه شهید باکری جنوب، مرکز خرید هایر استار	۰۲۱-۴۴۰۰۳۸۵-۶	۰۲۱-۴۴۰۰۶۸۲۶	-
۵۵	آصف	۸۵۸	تهران، زعفرانیه، بلوار بیزادی، نبش غربی خیابان ماکونی‌پور، پلاک ۱۹	۲۲۸۰۲۳۲۷-۲۲۸۰۲۳۲۰	۲۲۸۰۲۹۰۱	علیرضا رحیمی خو
۵۶	میدان حسین آباد	۸۵۹	تهران، چهارراه پاسداران، میدان حسن آباد، ساختمان مهدی، پلاک ۱۲۰	۲۲۹۶۰۰۱۳-۲۲۹۵۹۹۷۹	۲۲۹۵۹۹۰۹	محمود احسنی
۵۷	مقدس اردبیلی	۸۶۱	تهران، خیابان مقدس اردبیلی، نبش خیابان فرخ، پلاک ۱	۳۶۸۰۲۴۵۳-۳۶۸۰۲۴۰۹	۳۶۸۰۲۴۶۱	میرحسین آقاجانی
۵۸	خیابان ولیعصر - زرتشت	۸۶۲	تهران، بالاتر از میدان ولیعصر، نرسیده به خیابان زرتشت، نبش کوچه ناصر، پلاک ۱۷۷۷	۸۸۸۰۵۷۳۳-۸۸۹۰۶۱۷۸	۸۸۸۰۷۵۹۲	موتا رضایی
۵۹	خیابان دزاشیب - سه راه عمار	۸۶۳	تهران، میدان قدس، انتهای خیابان شهید کبیری (دزاشیب)، سه راه عمار، پلاک ۱۵۸	۲۲۷۵۳۹۱۴-۱۸	۲۲۷۵۳۹۱۳	-
۶۰	خیابان جمهوری	۸۶۵	تهران، خیابان جمهوری، بین خیابان ولی عصر و شیخ هادی، پلاک ۸۵۲	۶۶۹۷۶۳۹۴-۶۶۹۷۶۳۹۲	۶۶۶۵۹۳۸	عباس دانش نفا
۶۱	بهشتی - قائم مقام	۸۶۶	خیابان شهید بهشتی، بعد از بزرگراه مدرس، پلاک ۲۷۵	۸۸۵۳۶۲۸۹-۸۶۱۲۲۱۶۰	-	رضا محمدقاسمی
۶۲	برج سامان	۸۶۷	خیابان شریعتی، بالاتر از پل سدخندان، نرسیده به بزرگراه همت نبش کوچه آنو بانک، پلاک ۱۰۰۵، برج سامان، طبقه اول	۰۲۱-۲۳۳۳۰۰۰۰ داخلی: ۳۹۸۸	۰۲۱-۲۳۳۳۰۰۰۰ داخلی: ۳۹۸۸	فاطمه حاجی بابانی
۶۳	قلهک	۸۶۸	خیابان دکتر شریعتی، بالاتر از دوراهی قلهک، پلاک ۱۴۲۵	۲۲۶۰۱۵۲۷-۲۲۶۰۳۶۱۳	۲۲۶۰۹۷۰۳	هومن رسولی
۶۴	ستارخان	۸۶۹	تهران، محله توحید، خیابان کوثر سوم، خیابان ستارخان، پلاک ۸۰	۶۶۴۳۵۲۳۹-۶۶۹۲۸۱۶۲	۶۶۵۷۶۷۵	بهوش قاسمی
۶۵	پونک	۸۷۰	تهران، بزرگراه اشرافی اصفهانی، بالاتر از میدان پونک، نبش کوچه ۱۹، پلاک ۱	۴۴۴۶۲۵۱۰	۴۴۴۶۲۸۱۵	مهدی طلایی
۶۶	مژده	۸۷۱	تهران، خیابان نیاوران، خیابان شهید مقدسی (مژده)، خیابان میری، پلاک ۴	۲۲۷۱۶۵۱۶-۲۲۷۱۶۳۵۱	۲۲۷۱۶۲۹۳	احمد عهدی
۶۷	لاله زار	۸۷۲	تهران، خیابان لاله‌زارنو، نرسیده به خیابان منوچهری، پلاک ۴۶۱	۳۷۸۷۰۴۵۸-۳۷۸۷۰۳۱۷	۲۲۵۳۰۱۴۶	داریوش خداداد
۶۸	میدان هفت تیر	۸۷۳	میدان هفت تیر، بالاتر از مسجد الجواد، پلاک ۲۷۵	۸۸۸۱۵۳۶۰-۸۸۸۱۵۸۹۰	۸۸۸۴۶۱۹۰	امیر ضیاء
۶۹	نیاوران	۸۷۴	تهران، نیاوران، خیابان شهید باهنر، روبروی پارک باهنر، پلاک ۱۴۸	۲۶۱۱۷۱۹۲-۹۳	۲۶۱۱۷۱۹۵	واله سعیدی
۷۰	بلوار ۲۴ متری سعادت آباد	۸۷۵	تهران، سعادت‌آباد، میدان فرهنگ، بلوار ۲۴ متری، نبش کوچه چهارم غربی، پلاک ۱۸	۲۲۳۷۸۸۵۶-۷	۲۲۳۷۵۷۰۵	بناترین بابانی
۷۱	خیابان آقابزرگی - الهیه	۸۷۶	تهران، الهیه، انتهای خیابان شهید آقابزرگی، نبش خیابان حسن اکبری، پلاک ۸۸	۲۲۳۹۱۳۷۰	۲۲۳۹۶۶۵۳	مهدی سلطانی
۷۲	بزرگراه فتح	۸۷۷	تهران، بزرگراه فتح، جاده قدیم کرج، بعد از شیر پاسنویزه، مجتمع تجاری تهران، پلاک ۲۳۸	۶۶۸۱۵۹۶۹-۶۶۸۱۵۷۹۸	۶۶۸۱۶۰۰۸	عباس آهنگری کیوی
۷۳	شهر قدس	۸۷۸	شهر قدس، بلوار ۴۵ متری انقلاب، روبروی پارک آزادگان، پلاک ۳۶۸	۴۶۸۳۲۲۳۸-۴۶۸۳۲۲۳۸	۴۶۸۳۲۲۴۱	جبار رضائی دره نیجه
۷۴	دروس	۸۷۹	تهران، خیابان شریعتی، منطقه دروس، بلوار شهرزاد، خیابان شیدا، نبش کوچه اسپند، پلاک ۴	۰۲۱-۲۲۵۹۵۶۵۸	۰۲۱-۲۲۵۹۵۶۵۰	-
۷۵	بلوار مرزداران	۸۸۱	تهران، شهرک ژاندارمری، بلوار مرزداران، بین ایثار و دانش، پلاک ۱۳۶	۴۴۲۱۱۰۴۰-۴۴۲۱۲۶۲۹	۴۴۲۱۱۸۴۱	منصوره رضایان مقدم
۷۶	بلوار کشاورز	۸۸۲	تهران، بلوار کشاورز، بین خیابان وصال شیرازی و نادری، پلاک ۱۷۸	۸۸۹۸۳۱۵۴-۶	۸۸۹۸۳۱۵۷	روح اله صفری
۷۷	بلوار دریا	۸۸۳	تهران، خیابان سعادت‌آباد، بلوار دریا، نبش خیابان رامشه، پلاک ۵۰	۸۸۵۸۷۱۷۱-۸۸۰۷۱۲۰۲	۸۸۳۶۶۷۶۹	امیر گیلابی فر
۷۸	گیشا	۸۸۴	تهران، کوی نصر (گیشا)، نبش خیابان نوزدهم، پلاک ۲۶۲	۸۸۴۵۷۵۸۴-۵	۸۸۴۵۷۵۸۷	محمدرضا پیگاه هادیان
۷۹	جهانشهر کرج	۹۰۱	کرج، میدان سپاه، اول بلوار جمهوری، نبش نیلوفر، پلاک ۱	۰۲۶-۴۴۶۶۱۱۵-۱۷۲۰	۳۴۴۸۱۴۴۵-۰۲۶	مهدی تک دهقان
۸۰	میدان توحید کرج	۹۰۲	کرج، خیابان شاه عباسی، بین میدان توحید و میدان قدس، برج سامان، طبقه همکف	۰۲۶-۳۲۲۰۶۴۷۱-۴	۰۲۶-۳۲۲۰۴۸۲۲	مرتضی باغستانی
۸۱	شهریار	۹۰۴	شهریار، خیابان ولیعصر، ضلع شرقی میدان امام خمینی (نبش خیابان محسنی)	۶۵۶۶۹۰۲۱-۲۳-۲۶	۶۵۶۶۹۶۲۲	جواد علی بخشی
۸۲	مهرشهر کرج	۹۰۵	کرج، مهرشهر، بلوار شهرداری، فاز دو، نبش خیابان ۲۰۸، پلاک ۵۴۳	۰۲۶-۳۳۴۱۷۹۰۷	۰۲۶-۳۳۴۱۷۹۰۸	غلامعلی کریمی ایبازنی
۸۳	قم	۹۰۰۱	قم، بلوار امین، نبش کوچه ۴۱	۰۲۵-۳۲۹۴۰۶۰۲ ۰۲۵-۳۲۹۳۳۱۱۳	۰۲۵-۳۲۹۱۶۶۱۶	اکبر مردانی
۸۴	فلکه جهاد - قم	۹۰۰۲	قم، فلکه جهاد، خیابان ۱۹ دی، پلاک ۵۵۵ و ۵۵۷	۰۲۵-۳۷۷۰۸۸۴-۰۲	۰۲۵-۳۷۷۰۵۹۹۶	حامد سرخوش
۸۵	شیراز	۹۱۰۱	شیراز، خیابان زند، حدفاصل خیابان‌های فلسطین و هفت تیر (۲۰متری سینما سندی)، ساختمان پاسارگاد، پلاک ۳۹۶	۰۷۱-۳۳۳۱۹۵۳۲-۵-۶-۷	۰۷۱-۳۳۳۱۹۵۱۳	روح الله پورملاکه

شعب بانک سامان

ردیف	نام شعبه/باجه	کد شعبه	نشانی	شماره تماس	شماره نمابر	نام مسئول شعب/باجه‌ها
۸۶	قصردشت	۹۱۰۳	شیراز، خیابان قصردشت، س‌راه خلد برین، پلاک ۷۵	۰۷۱-۳۶۲۹۱۸۰ ۰۷۱-۳۶۲۹۲۳۶	۰۷۱-۳۶۲۹۱۲۱۶	عبدالکریم ستوده
۸۷	معالی آباد شیراز	۹۱۰۴	شیراز، معالی آباد، بلوار شریعی، نبش کوچه ۲۷	۰۷۱-۳۶۳۴۱۳۹۷	۰۷۱-۳۶۳۴۱۴۰۶	مهدی ملاشفیق
۸۸	پاسداران شیراز	۹۱۰۵	شیراز، بلوار پاسداران، حد فاصل خیابان میعت و تقاطع شهید مطهری، ساختمان سامان	۰۷۱-۳۸۳۳۸۱۱-۳	۰۷۱-۳۸۳۳۷۰۸۰	اصغر یاری
۸۹	بندربعباس	۹۱۲۱	بندربعباس، بلوار امام خمینی، س‌راه دلگشا، برج نیلوفر، طبقه همکف	۰۷۶-۳۲۲۳۰۲۰۳	۰۷۶-۳۲۲۳۰۳۳۰	-
۹۰	زاهدان	۹۱۳۱	زاهدان-خیابان امیرالمومنین مابین امیرالمومنین ۲۷ و ۲۹	۰۵۴-۳۲۲۳۲۷۹	-	حمیده شه بخش
۹۱	یوشهر	۹۱۴۱	یوشهر، میدان امام خمینی، ابتدای خیابان فرودگاه، پلاک ۳۷	۰۷۷-۳۲۵۶۲۳۱۹-۲۴	۰۷۷-۳۲۵۶۲۳۲۵	مجید گزی
۹۲	قزوین	۹۲۰۱	قزوین، خیابان خیام شمالی، پلاک ۵۶۰	۰۲۸-۳۳۳۵۷۳۰-۶	۰۲۸-۳۳۳۵۸۰۹۵	محمد جهانگیری پاشاکی
۹۳	همدان	۹۲۲۱	همدان، خیابان جهان‌نما، روبروی خیابان آزاد همدانی، نبش کوچه سوداگر، پلاک ۱۵۳	۰۸۱-۳۸۲۱۳۲۹-۲	۰۸۱-۳۸۲۱۳۲۸۹	امیر فولادی
۹۴	کرمانشاه	۹۲۴۱	کرمانشاه، میدان فردوسی، جنب بیمارستان معتضدی، پلاک ۱۲	۰۸۳-۳۷۷۵۹۹۵۹-۶۱	۰۸۳-۳۷۷۵۹۹۷۱	مهرداد مرادی
۹۵	ایلام	۹۲۶۱	ایلام، خیابان طالقانی، روبروی فرمانداری، پلاک ۳۵۱	۰۸۴-۳۳۳۳۱۷۳	۰۸۴-۳۳۳۳۱۵۲	سجاد کلهر کاظمی
۹۶	سنندج	۹۲۷۱	سنندج، چهارراه فلسطین، بلوار سید قطب، پلاک ۳	۰۸۷-۳۲۲۴۵۴۳۲-۳	۰۸۷-۳۲۲۴۵۴۲۶	حسین عبدیان
۹۷	خرم آباد	۹۲۸۱	خرم آباد، خیابان علوی، نرسیده به میدان امام، پلاک ۴۲۲	۰۶۶-۳۲۲۳۵۵۹۰-۲	۰۶۶-۳۲۲۳۵۵۹۱	بیژن ابراهیمیان
۹۸	مشهد	۹۳۰۱	مشهد، بلوار احمد آباد، ۳۰ متری اول احمد آباد (خیابان رضا)، نبش کوچه رضای دوم	۰۵۱-۳۸۴۴۳۲۰۳	۰۵۱-۳۸۴۴۳۹۱۴	محمد ممقانی
۹۹	مدرس مشهد	۹۳۰۲	مشهد، بلوار مدرس، نبش مدرس ۵، پلاک ۳۷	۰۵۱-۳۲۲۸۳۸۰-۵	۰۵۱-۳۲۲۴۱۰۴۶	سارا زارعی
۱۰۰	سجاد مشهد	۹۳۰۳	مشهد، بلوار سجاد، نبش سجاد ۸ (خیابان لاله جنوبی)	۰۵۱-۳۷۶۸۲۰۸-۹	۰۵۱-۳۷۶۷۴۰۴۶	الهه سازگار
۱۰۱	قرنی (مشهد)	۹۳۰۴	مشهد، بلوار قرنی، مابین چهارراه ابوطالب و قرنی، پلاک ۲۸	۰۵۱-۳۷۱۲۵۸۰۲-۸	۰۵۱-۳۷۱۲۵۸۰۹	مجید امیری دلونی
۱۰۲	بلوارهاشمیه (مشهد)	۹۳۰۵	بلوار شهید صامی، حدفاصل بلوار کوثر و هاشمیه، بین شهید صامی ۲۴ و ۳۶، پلاک ۱۵۸	۰۵۱-۳۸۸۴۳۳۶۷ ۰۵۱-۳۸۸۴۵۸۱۱	-	امیر رضا زره‌داران
۱۰۳	نیشابور	۹۳۱۶	نیشابور، خیابان امام خمینی(ره)، بین امام خمینی ۲۲ و ۲۴، پلاک ۱۳۸۸	۰۵۱-۳۳۴۹۴۱۳-۱۵	۰۵۱-۳۳۴۹۴۱۶	-
۱۰۴	بجنورد	۹۳۲۱	بجنورد، تقاطع بلوار امام خمینی(ره) و میرزا رضا کرمانی	۰۵۸-۳۲۲۴۴۳۲۰	۰۵۸-۳۲۲۴۷۳۴۸	یاسر محمودخانی
۱۰۵	گلستر رشت	۹۴۰۱	رشت، ابتدای بلوار گلستر، ضلع شرقی میدان باستانی شاعر	۰۱۳-۳۲۱۱۴۷۱۱-۱۲	۰۱۳-۳۲۱۱۴۷۱۳	مسعود تقی زاده
۱۰۶	ساری	۹۴۰۲	ساری، خیابان فرهنگ، بعد از س‌راه قارن، به طرف میدان شهدا	۰۱۱-۳۳۲۵۹۷۲۰-۵	۰۱۱-۳۳۲۵۹۷۱۱	ابوذر اساسه
۱۰۷	بابل	۹۴۲۱	بابل، میدان ولایت، ابتدای خیابان مدرس، روبروی شهرداری	۰۱۱-۳۲۱۹۷۱۴۰-۴۱	۰۱۱-۳۲۱۹۷۱۴۸	سید عبدالحمید ظاهری
۱۰۸	آمل	۹۴۳۱	آمل، خیابان امام خمینی(ره)، حد فاصل آفتاب ۱۸ و ۲۰	۰۱۱-۴۴۲۹۶۲۱۰-۲۷	۰۱۱-۴۴۲۹۶۲۴۵	-
۱۰۹	گرگان	۹۴۴۱	گرگان، خیابان ولیعصر (عج)، بین عدالت ۸ و ۱۰	۰۱۷-۳۲۳۶۹۰۰۲-۵	۰۱۷-۳۲۳۶۹۰۱۶	سمیه نظریان
۱۱۰	سمنان	۹۴۵۱	سمنان، میدان مشاهیر، ابتدای بلوار قدس جنب بانک صادرات	۰۲۳-۳۳۳۶۳۱۸-۱۹-۲۲	-	حمید صوفی آبادی
۱۱۱	کرمان	۹۵۰۱	کرمان، خیابان شهید قرنی، نرسیده به میدان شهید قرنی، نبش کوچه قرنی ۸	۰۳۴-۳۲۲۳۳۲۸۶-۷	۰۳۴-۳۲۲۳۷۹۶۰	حسین شیعی سیمکی
۱۱۲	میدان کوثر (کرمان)	۹۵۰۲	کرمان، میدان کوثر، ابتدای بلوار آزادگان	۰۳۴-۳۲۴۷۶۷۶۱	۰۳۴-۳۲۴۷۶۷۶۲	ملیحه تبریزیان
۱۱۳	رفسنجان	۹۵۱۱	رفسنجان، ابتدای خیابان مطهری، بعد از پل فجر، ساختمان محمد عسگری	۰۳۴-۳۴۲۲۱۰۳-۵	۰۳۴-۳۴۲۲۱۰۲	-
۱۱۴	زاینده رود	۹۵۲۱	اصفهان، خیابان توحید میانی، نبش کوچه شهید تقی آبادی، پلاک ۵	۰۳۱-۳۱۲۲۸۲۵۷۴	۰۳۱-۳۱۲۲۹۱۴۰۹	احسان جمشیدیان
۱۱۵	چهارباغ بالا	۹۵۲۲	اصفهان، میدان آزادی، خیابان چهارباغ بالا، نبش کوچه بهار آزادی، پلاک ۱۶۹	۰۳۱-۳۱۳۳۷۴۴۲-۳	۰۳۱-۳۱۲۶۲۰۷۹	مجید سیف الدینی
۱۱۶	هشت بهشت اصفهان	۹۵۳۳	اصفهان، خیابان بزرگمهر، خیابان هشت بهشت شرقی، پلاک ۵۴۶	۰۲۱-۳۳۳۸۷۸۰-۸۱ ۰۲۱-۳۳۳۸۸۱	-	سمیرا سبزه زار
۱۱۷	خانه اصفهان	۹۵۳۴	اصفهان، شهرک خانه اصفهان، خیابان گلستانه، پلاک ۶۰	۰۲۱-۳۴۳۲۲۲۷۱	۰۲۱-۳۴۴۱۳۶۸۸	علیرضا مستاجران
۱۱۸	سیتی سنتر اصفهان	۹۵۳۵	اصفهان، بزرگراه شهید وحید دستجردی، مقابل ورودی جنوبی سیاهان شهر، مجتمع سیتی سنتر اصفهان، طبقه همکف	۰۳۱-۳۶۱۰۱۶۸۱-۲	۰۳۱-۳۶۱۰۱۶۸۴۳	روزبه سلیمی
۱۱۹	یزد	۹۵۴۱	یزد، خیابان امام خمینی(ره)، نبش کوچه شهید صدوقی، پلاک ۲۷۴	۰۳۵-۳۶۲۲۱۶۹۱-۲	۰۳۵-۳۶۲۲۹۱۵۵	محمدحسین مداح‌زاده
۱۲۰	بلوار جمهوری اسلامی یزد	۹۵۴۲	یزد، بلوار جمهوری اسلامی نبش کوچه محمود آباد، رو به روی برج آسمان	۰۳۵۳۰۳۰۲۱۴۰-۴۹	-	محمدرضا زارع
۱۲۱	اراک	۹۵۶۱	اراک، خیابان شهید رجایی، پلاک ۸۸۲۷	۰۸۶-۳۲۲۱۴۴۰۴-۵	۰۸۶-۳۲۲۲۵۹۵۷	محمد فرح بخش
۱۲۲	تبریز	۹۶۰۱	تبریز، خیابان امام، بالاتر از چهارراه شهید بهشتی، نبش کوی فرهنگ، پلاک ۵۲۱	۰۴۱-۳۳۳۳۷۸۰۰-۲۰	۰۴۱-۳۳۳۳۵۱۶۰	ابراهیم پایداره
۱۲۳	ولیعصر تبریز	۹۶۰۲	تبریز، خیابان ولیعصر(عج)، حدفاصل فلکه بازار و ایرادک، پلاک ۱۶	۰۴۱-۳۳۳۲۲۴۰۹	۰۴۱-۳۳۳۰۱۱۵۵	محمدعلی رضایی اقدم
۱۲۴	۱۷شهریور تبریز	۹۶۰۳	تبریز، خیابان ۱۷شهریور جدید، بلوار شهید قاضی طباطبایی، پلاک ۸۳	۰۴۱۳۵۵۰۰۹۴۱ ۰۴۱۳۵۵۷۳۱۷۲	۰۴۱-۳۵۵۷۳۱۷۳	اروج میرزانی
۱۲۵	استاد شهریار تبریز	۹۶۰۴	تبریز، ابتدای جاده اتل گلی، نبش کوی الهی‌پرست، پلاک ۳	۰۴۱-۳۳۲۹۳۳۶۲	۰۴۱-۳۳۲۹۳۲۱۰	علیرضا محمودی
۱۲۶	بازار تبریز	۹۶۰۵	تبریز، خیابان جمهوری اسلامی، ابتدای خیابان دارانی (شهید مدنی)، پلاک ۱۴۲۷	۰۴۱-۳۵۲۴۴۰۴۹	۰۴۱-۳۵۲۴۲۶۲۳	احمد رنجبری
۱۲۷	ارومیه	۹۶۲۱	ارومیه، خیابان کاشانی، روبروی مرکز بهداشت، پلاک ۱۵۶	۰۴۴-۳۲۲۴۴۳۱۱	۰۴۴-۳۲۲۴۰۳۹۲	شها امامی
۱۲۸	خیابان سرداران ارومیه	۹۶۲۲	ارومیه، خیابان سرداران، جنب کوچه شهید صفوی (کوچه تلفنخانه سابق)، پلاک ۱۶۹	۰۴۴-۳۲۲۵۰۵۳۳-۲۴	۰۴۴-۳۲۲۷۸۴۶	مسعود نامی فر
۱۲۹	اردبیل	۹۶۴۱	اردبیل، خیابان شیخ صفی، پلاک ۱۶۰	۰۴۵-۳۲۲۵۲۶۰۱-۵	۰۴۵-۳۲۲۵۲۵۰۱	ناصر هوشیاری
۱۳۰	زنجان	۹۶۸۱	زنجان، میدان آزادی، ابتدای خیابان امام، ساختمان ممتاز	۰۲۴-۳۳۲۲۰۶۵۴-۵	۰۲۴-۳۳۲۲۷۷۳۳	حمید رضا ففوری
۱۳۱	اهواز	۹۷۰۱	اهواز، خیابان شهید چمران (کیانپارس)، حد فاصل خیابانهای ۳ و ۴ شرقی، پلاک ۳۰۵	۰۶۱-۳۳۹۲۰۵۲۴،۶	۰۶۱-۳۳۹۲۰۷۴۵	حسنت سیندار
۱۳۲	کیش	۹۸۰۱	کیش، خیابان فردوسی، مرکز تجاری کیش، طبقه همکف	۰۷۶-۴۴۴۵۴۹۰-۹۵	۰۷۶-۴۴۴۵۳۲۵۹	محمد سلگی
۱۳۳	قشم	۹۸۲۱	قشم، بلوار ولیعصر (امام قلی خان)، روبروی مجتمع تجاری خلیج فارس، ساختمان گلدیس	۰۷۶-۳۵۲۴۶۶۴۰-۴۱	۰۷۶-۳۵۲۴۶۶۵۰	عباس اطهری
۱۳۴	اروند	۹۸۵۱	آبادان، بلوار شهید منتظری (شاپور سابق)، نبش خیابان امیر کبیر (امیری)	۰۶۱-۵۳۲۲۶۷۲۴-۵	۰۶۱-۵۳۲۲۶۷۳۱	حمید چنگیزیان

شعب بانک سامان پاسنگوی همیشگی شما

ساعت کاری شعب		
۲۴ ساعته		شعبه فرودگاه امام خمینی (ره) و واحد CIP
پنجشنبه	شنبه تا چهارشنبه	شعب
۱۲:۳۰ تا ۰۸:۰۰	۱۴:۳۰ تا ۰۸:۰۰	شعبه کیش
۱۲:۱۵ تا ۰۷:۰۰	۱۳:۰۰ تا ۰۷:۰۰	اروند
۱۲:۱۵ تا ۰۷:۰۰	۱۳:۰۰ تا ۰۷:۰۰	شعبه اهواز
۱۲:۰۰ تا ۰۸:۰۰	۱۳:۳۰ تا ۰۸:۰۰	شعبه قشم
۱۲:۳۰ تا ۰۷:۳۰	۱۴:۳۰ تا ۰۷:۳۰	سایر شعب

سرپرستی‌ها

ردیف	عنوان سرپرستی	نام سرپرست	نشانی	شماره تلفن
۱	سرپرستی ناحیه ۱	الهه میرزایی	تهران، میدان تجریش، خیابان شهرداری، پلاک ۸۱، طبقه سوم	۲۶۸۵۹۲۰۶-۲۶۸۵۹۱۱۵-۲۶۸۵۹۱۱۸
۲	سرپرستی ناحیه ۲	متین اقبال زاده		
۳	سرپرستی ناحیه ۳	علی حمیدیا	بزرگراه رسالت، خیابان آیت، ضلع جنوب غربی میدان نبوت، پلاک ۵۶۰، طبقه فوقانی شعبه میدان نبوت - کد پستی: ۱۶۴۸۸۷۳۱۱	۷۷۹۱۲۱۵۴-۷۷۹۱۰۱۱۹-۷۷۹۱۵۰۰۹
۴	سرپرستی ناحیه ۴	بهاره علیاری		۷۷۹۱۷۱۳۱
۵	سرپرستی ناحیه ۵	بابک برومند		۷۷۹۱۰۱۱۲
۶	سرپرستی ناحیه ۶	مهدی باقی	خیابان سید جمال الدین اسدآبادی، نیش کوچه چهل و نهم، پلاک ۴۳۳، نیم طبقه شعبه سیدجمال الدین اسدآبادی - کد پستی: ۱۴۳۴۹۳۳۵۷۳	۸۸۶۱۶۴۸۵-۸۸۶۲۹۰۶۷-۸۸۰۴۲۳۱۴
۷	سرپرستی ناحیه ۷	مریم طرفی نژاد		۸۸۰۳۳۱۴۴-۸۸۰۶۲۸۸۳
۸	سرپرستی ناحیه ۸	مجتبی قنبرزاده	بزرگراه همت غرب، شهرک گلستان، بلوار امیر کبیر، نرسیده به چهارراه گلها، پلاک ۵۳، طبقه فوقانی شعبه شهرک راه آهن - کد پستی: ۱۴۹۴۷۱۴۴۴۱	۴۴۷۳۹۱۱۱-۴۴۷۶۸۷۸۹
۹	سرپرستی ناحیه ۹	مهدی احمدی		۴۴۷۳۷۹۸۰-۴۴۷۶۸۷۴۷
۱۰	سرپرستی ناحیه ۱۰	برج سامان، طبقه ۱۵، مدیریت جذب و فروش		
۱۱	سرپرستی شعب استان‌های شمال	محمود ملکی	ساری خیابان فرهنگ بعد از سه راه قارن به طرف میدان شهدا	۰۱۱-۳۳۲۵۹۷۸۱-۳۳۲۵۹۷۸۶-۳۳۲۵۹۷۸۴
۱۲	سرپرستی شعب استان‌های شمال غرب	غلامرضا نیکمهد	تبریز خیابان امام بالاتر از چهارراه شهید بهشتی نیش کوی فرهنگ پلاک ۵۲۱	۰۴۱-۳۳۳۷۳۴۰۰-۰۴۱-۳۳۳۷۳۴۸
۱۳	سرپرستی شعب استان‌های شرق و شمال شرق	مهدی تونزنده جانی	مشهد، بلوار سجاد، نیش سجاد ۸، ط اول	۱۱۲-۱۱۴-داخلی-۰۵۱-۳۷۶۷۹۱۴۴۰۵
۱۴	سرپرستی شعب استانهای مرکز	مجاهدی	اصفهان خیابان توحید میانی نیش کوچه شهید تقی آبادی پلاک ۵	۰۳۱۳-۶۲۸۲۱۱۲-۰۳۱۳-۶۲۸۲۱۱۰
۱۵	سرپرستی ناحیه ۱۵	برج سامان، طبقه ۱۵، مدیریت جذب و فروش		
۱۶	سرپرستی شعب استان‌های جنوب و جنوب غرب	مهرزاد نظری	شیراز-بلوار پاسداران (زرهی)، حدفاصل خیابان بعثت و تقاطع مطهری، ساختمان سامان، طبقه اول کد پستی: ۷۱۸۵۷۳۳۹۵	۰۷۱-۳۸۴۴۶۶۷۲-۰۷۱-۳۸۴۴۶۶۷۰-۷۲
۱۷	سرپرستی استانهای جنوب شرق	کرمان، خیابان سپهبد قرنی، نرسیده به میدان سپهبد قرنی، نیش کوچه قرنی ۸		۰۳۴۴-۲۲۳۸۷۹۴

دفاتر بانکداری اختصاصی

نام دفتر	نام مسئول دفتر	کد دفتر	نشانی	شماره تماس
سرپرستی دفاتر بانکداری اختصاصی	محمد حسین افضلی	-	تهران-خیابان شریعتی-بالا تر از سیدخندان-نیش کوچه اتوبانک- پلاک ۱۰۰۵- برج سامان- طبقه ۱۵	۰۲۱-۲۲۳۳۰۰۰۰ (داخلی ۳۹۱۱)
دفتر بانکداری اختصاصی زعفرانیه	احسان مهدی پور	۸۶۴	تهران-زعفرانیه-خیابان یکتا- ابتدای خیابان طاهری- پلاک ۳	۰۲۱-۲۲۷۱۶۵۳۸
دفتر بانکداری اختصاصی تبریز	نادر جهانگیرزاده سوره	۸۶۴۱	تبریز-خیابان ولیعصر- فلکه ایرداک- اول خیابان سعدی- برج مبین - طبقه ۸	۰۴۱-۳۳۳۱۶۲۲۰
دفتر بانکداری اختصاصی مشهد	حمید طوسی	۸۶۴۲	مشهد- بلوار سجاد- نیش سجاد هشتم- ساختمان بانک سامان- طبقه هفتم	۰۵۱-۳۷۶۸۱۷۱۶
دفتر بانکداری اختصاصی قم	امیر محمد هاشمی	۸۶۴۳	قم- بلوار امین-نیش کوچه ۴۱ ساختمان بانک سامان- طبقه دوم	۰۲۵-۳۲۴۰۰۴۴۱
دفتر بانکداری اختصاصی اصفهان	صابر ملبوس باف	۸۶۴۴	اصفهان-خ توحید جنوبی- بعد از چهار راه پلیس - ساختمان زیوار- طبقه پنج - واحد ۵۰۱	۰۳۱-۳۱۳۲۲۴۴۷

دفاتر بانکداری شرکتی بانک سامان

نام دفتر	نشانی	تلفن	نمابر	نام رئیس
دفتر بانکداری شرکتی شهر مشهد	مشهد، بلوار سجاد، بین چهارراه بزرگمهر و بهار، نیش خ لاله، ساختمان بانک سامان، طبقه دوم	۰۵۱-۳۷۶۷۹۱۳۹ و ۰۵۱-۳۷۶۷۹۱۴۰	۰۵۱-۳۷۶۷۹۱۴۰	نقیسه سلماسی
دفتر بانکداری شرکتی واحد اصفهان	اصفهان، خیابان توحید میانی، نیش کوچه تقی آبادی، ساختمان بانک سامان، طبقه اول	۰۳۱-۳۶۲۷۴۰۷۰	۰۳۱-۳۶۲۸۶۰۲۸	زهرا ایلخانی
دفتر بانکداری شرکتی تهران	تهران، خیابان شریعتی، نیش کوچه اتو بانک، پلاک ۱۰۰۵، برج سامان	۰۲۱-۲۲۳۳۰۰۰۰	-----	آقای عرب اسدی

دوباره زمستون با جایزه های فراوون

در سوردی ماه سامانیوم

یک جایزه ۱۰۰ میلیون تومانی | ده جایزه ۱۰ میلیون تومانی
صد جایزه ۵۰۰۰۰ سامانی



جایزه‌های گل یا پوچ (زمستان)

۳ کد هدیه ۱۰ میلیون تومنی، ۳ کد هدیه ۵ میلیون تومنی
و کدهای هدیه ۱۰۰ هزار تومنی خرید از دیجی کالا
۳ عدد مودم سامانتل





سال تاسیس: ۱۳۷۸



به این اثر رأی می‌دهم.

باشما هستیم

مرکز سامان ارتباط: ۰۲۱-۶۴۲۲

www.sb24.ir

با اسکن QR Code روبه‌رو و شرکت در نظرسنجی بانک مرکزی ما را در شناخت بهتر دیدگاه خود نسبت به خدمات بانک سامان یاری کنید.

