



آینده شرکت های PSP و چالش های پیش روی روش های جذب و حفظ پذیرندگان توسط شرکت های PSP

بررسی طرح پاداش
فست فود با رویکرد
نگرش های مشتری



سیستم های بانقداری
و پرداخت الکترونیک در
کشور عراق



آشنایی با مدل تجاری
Paypal



به نام خدا

سال سوم - شماره سی و چهارم، دی ماه ۹۱

نشریه داخلی شرکت کارت اعتباری ایران کیش (سهامی عام)
اولین نشریه تخصصی صنعت PSP کشور

صاحب امتیاز: شرکت کارت اعتباری ایران کیش (سهامی عام)

مدیر مسؤول: محمد تقی واقف

تلفکس: ۸۵۹۴۵۵۱۵ - ۲۱

پست الکترونیک:

yareyaran@kiccc.com - yareyarakiccc@gmail.com

نشانی اینترنتی: www.kiccc.com

نشانی: میدان آرژانتین، خیابان احمدقصر، خیابان ۱۷، شماره ۱۷

مسوول تحریریه: مریم سبزیعلی

هیات تحریریه: معصومه کبلی، ندا پاجا، مازیار باغشاهی، محمدرضا حامدی نژاد،

علیرضا مسگر مقدم

گرافیک و صفحه‌آرایی: مهدی ضرغام، آزیتا کوثری، محمد کیهانی کرجی

امور اداری و دقتی: مریم کریمی

عزیزانی که تمایل به ارتباط با ماهنامه یاریاران دارند می‌توانند از طریق شماره پیامک ۳۰۰۳۳۳ با ما در تماس باشند. در صورت تمایل به دریافت نسخه PDF این ماهنامه کافی است با ارسال پیامکی شامل آدرس ایمیل و شماره ماهنامه درخواستی، آن را از طریق ایمیل خود دریافت نمایید.

متن پیام درخواست ماهنامه:

شماره ماهنامه درخواستی، Yareyaran, E-mail, PDF

همچنین با ارسال پیشنهادات و انتقادات خود از طریق این سامانه، ما را در

بهبود مطالب ماهنامه یاری فرمایید.

متن پیام ارسال نظرات:

نظرات و پیشنهادات، Yareyaran



فهرست مطالب

۲ اخبار جهان

هر شماره، آخرین اخبار پرداخت الکترونیک از سراسر جهان در دو صفحه...

۴ بررسی سیستم بانکداری و پرداخت الکترونیک در کشور عراق

یکی از اهداف اصلی بانک مرکزی عراق، تقویت رشد و رونق پایدار و میثی بر توسعه سیستم مالی رقابتی و بازارمحور است. به منظور تسهیل تحقق این اهداف، بانک مرکزی این کشور یکی از وظایف اصلی خود را بر ایجاد، نظارت و ارتقای یک سیستم جامع پرداخت بنا نهاده است.

۶ روش‌های جذب و حفظ پذیرندگان توسط شرکت‌های PSP

بازاریابی نوین، خدمات ارزش افزوده، برنامه‌های وفاداری و وضوح و شفافیت در قیمت‌گذاری روش‌هایی هستند که برترین PSP‌های جهان با بهره‌گیری از آن‌ها به موفقیت‌های چشمگیر نایل شده‌اند.

۸ گزارشی از دومین همایش بین‌المللی بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت

دومین همایش بین‌المللی بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت با مشارکت پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران و شرکت ملی انفورماتیک در روزهای ۲۶ و ۲۷ دی‌ماه سال جاری در مرکز همایش‌های بین‌المللی صدا و سیما برگزار شد.

۱۰ آشنایی با مدل تجاری PayPal

PayPal یک سرویس پرداخت آنلاین است که امکان نقل و انتقالات وجوه الکترونیک را برای افراد و سازمان‌ها فراهم می‌کند. کاربران می‌توانند از آن برای پرداخت هزینه خریدهای خود در حراجی‌های آنلاین، خرید کالا، خدمات و تهیه هدیه استفاده کنند. همچنین از این سرویس می‌توان برای ارسال پول نقد به دیگران نیز استفاده کرد.

۱۲ Flint برنامه پرداخت آیفون

راهاندازی سیستم Flint Mobile به مالکان گوشی‌های هوشمند کمک می‌کند که بدون نیاز به کارت‌های پرداخت، عملیات پرداخت خود را انجام دهند...

۱۶ آینده شرکت‌های PSP و چالش‌های پیش روی آنها

رشد سریع تجارت الکترونیک در دهه‌های اخیر موجب تحول نقش شرکت‌های PSP شده است. برخی پیش‌بینی می‌کنند تعداد شرکت‌های PSP تا سال ۲۰۱۵ کاهش یافته و روش‌های ایجاد ارزش افزوده برای این شرکت‌ها به‌طور کل تغییر کند...

۱۸ بررسی موردی طرح‌های پاداش فست‌فود در آمریکا با رویکرد نگرش‌های مشتری

در این مقاله به مطالعه موردی طرح‌های پاداش فست‌فودها به‌عنوان یک صنف پردرآمد در آمریکا و تأثیرگذاری آن در خریدهای فروشگاه‌های در سال ۲۰۰۸ براساس نظرسنجی صورت گرفته از جوامع آماری با رویکرد نگرش‌های مشتری، پرداخته شده است.

و مطالب دیگری از قبیل گزارش از همایش هم‌اندیشی ارتقای عملکرد شبکه پذیرندگان و پایانه‌های فروش، مصاحبه با کارکنان ساعی شرکت ایران کیش، مطالب آموزنده و خواندنی صفحه «اندیشه»، صفحه دفاتر و نمایندگی‌ها و...

www.kiccc.com

www.kiccc.com

Kiccc



شرکت کارت اعتباری ایران کیش
(سهامی عام)

www.kiccc.com

www.kiccc.com

بند هفتم منشور رفتاری شرکت

رعایت ادب، نزاکت و انضباط در ارائه خدمات به همکاران

و مشتریان را از جمله وظایف خود می‌دانیم.

www.kiccc.com

www.kiccc.com

ارایه سرویس پذیرش کارت به امریکن اکسپرس توسط Digital River

Digital River، ارایه‌دهنده خدمات تجارت الکترونیک جهانی، سولوشن پرداخت‌های جهانی خود را با افزودن خدمات پذیرش کامل کارت به امریکن اکسپرس، توسعه داد.

طبق این توافقنامه، پرداخت‌های جهانی Digital River به عنوان یک کانکشن عملیاتی، تکنیکی و تجاری به پذیرندگان آنلاینی که قصد افزودن امریکن اکسپرس به فروشگاه‌های الکترونیک خود را دارند، خدمت ارایه می‌دهد.



www.thepayers.com

خرید کیف پول NFC شرکت C-Sam توسط MasterCard

دو شرکت MasterCard و C-Sam به منظور ارایه سولوشن کیف پول موبایلی به اپراتورهای موبایل، بانک‌ها و ارایه‌دهندگان پرداخت در آسیا پاسیفیک، خاورمیانه و منطقه آفریقا قرارداد همکاری امضا کردند.

محصولات C-Sam شامل پلتفرم مدیریتی کیف پول موبایلی، ابزار توسعه نرم‌افزار، نرم‌افزار پشتیبانی NFC، بارکد، QR و تراکنش‌های مبتنی بر رایانش ابری است، همچنین به مشتریان خدماتی نظیر مشوق‌های وفاداری، آپشن‌های پرداخت قبض، بانکداری و تراکنش‌های امن غیر مالی ارایه می‌دهد.



www.nfcworld.com

گزارشات مالی سه ماهه چهارم سال ۲۰۱۲ شرکت Discover

شرکت Discover گزارش مالی سه ماهه چهارم سال ۲۰۱۲ خود را اعلام کرد که بر این اساس مبلغ تراکنش کارت‌های فروش این شرکت رشد ۶ درصدی نسبت به سال پیش داشته و به ۲۶/۵ میلیارد دلار رسیده است.

همچنین وام‌های کارت‌های اعتباری تا پایان این سه ماهه به ۴۹/۶ میلیارد دلار سیده و ۶ درصد نسبت به سال قبل افزایش داشته است. نرخ تخلف وام‌های کارت‌های اعتباری که بیش از ۳۰ روز از موعد پرداخت آن گذشته باشد ۱/۸۶ درصد بوده و نسبت به سال پیش بهبود یافته است. نرخ شارژ کارت‌های اعتباری ۲/۲۹ درصد افزایش یافته است.



www.paymentsnews.com

قرارداد همکاری Visa و یک شبکه تلویزیونی در خاورمیانه

OSN با Visa، شبکه بزرگ تلویزیونی در منطقه خاورمیانه و آفریقای شمالی، قرارداد همکاری منعقد کرد. این همکاری به منظور تسهیل و افزایش آمار خریدهای آنلاین در سراسر این منطقه است.

به‌عنوان بخشی از این قرارداد که از ۳۱ ژانویه ۲۰۱۳ اجرایی شده است، دارندگان کارت نقدی و اعتباری ویزا در صورت استفاده از کارت خود برای پرداخت مستقیم هزینه پکیج‌های OSN، به ویژگی‌های جدیدی دسترسی خواهند داشت. این پیشنهاد در سراسر امارات متحده عربی، قطر، بحرین، کویت، عربستان، عمان، مصر، الجزایر، مراکش، تونس، اردن و لبنان قابل پذیرش خواهد بود.



www.thepayers.com

همکاری PayPal و Wrapp برای صدور کارت‌های هدیه

PayPal توافقنامه‌ای با Wrapp ارایه‌دهنده سوئدی اپلیکیشن‌های ارایه هدیه اجتماعی، امضا کرد. کاربران تمایل بیشتری برای پرداخت هدیه از طریق این سرویس نسبت به کارت اعتباری دارند.

کاربران با استفاده از Wrapp می‌توانند کارت هدیه با اعتبار بالا انتخاب و آن را از طریق کامپیوتر یا اپلیکیشن موبایل به دوستان فیسبوک خود ارسال کنند. دوستان می‌توانند به‌طور مشترک یک کارت هدیه را شارژ کرده و دریافت‌کنندگان می‌توانند کارت را از طریق خرده‌فروشان پذیرنده کارت استفاده کنند.



www.thepayers.com

افزایش ریسک‌های امنیتی دارندگان تلفن هوشمند با خرید از پایانه‌های فروش موبایلی

با فرا رسیدن فصل تعطیلات در آمریکا و افزایش خرید در این دوره زمانی، انتظار می‌رود مبلغ تراکنش در بازار پرداخت‌های موبایلی در این کشور به ۲۰ میلیارد دلار آمریکا برسد بنابراین مشاغل و مصرف‌کنندگان آمریکایی نیازمند دانستن و مکان‌یابی ریسک‌های امنیتی مرتبط با دستگاه‌های موبایل هستند. براساس تحقیقات اخیر، کاربران موبایل از جستجوگر موبایل بیشتر از اپلیکیشن آن برای خرید استفاده می‌کنند. بنابر این گزارش، کاربران آیفون هنگام خرید از جستجوگر موبایل خود ۴۹ درصد بیشتر نسبت به اپلیکیشن موبایل استفاده می‌کنند که این عدد برای کاربران آندروید ۳۸ درصد و برای سایر کاربران ۱۰۷ درصد است. خرید از طریق جستجوگر موبایل ریسک امنیتی بیشتری برای دارندگان تلفن‌های هوشمند به‌همراه دارد. علاوه بر آن، جستجوگرهای موبایل در معرض خطرهای کلاهبرداری بیشتری نسبت به اپلیکیشن‌های موبایل قرار دارند.



www.thepayers.com

شهروندان بلغاری کمترین استفاده‌کنندگان بانکداری آنلاین در اروپا

جدیدترین آمار نشان می‌دهد بلغاری‌ها در مقایسه با سایر شهروندان اروپایی، از بانکداری آنلاین کمتر استفاده می‌کنند. طبق گزارش ارایه شده، فقط ۷ درصد از کاربران اینترنتی در بلغارستان تا به حال از خدمات بانکداری الکترونیک استفاده کرده‌اند.

همچنین این گزارش نشان می‌دهد که بلغاری‌ها در میان سایر اروپایی‌ها کمتر از خدمات آنلاین رزرواسیون و سایر پیشنهادات آنلاین گردشگری استفاده می‌کنند. این رقم برابر ۱۸ درصد است که در مقایسه با ۵۰ درصد سایر کشورهای اروپایی بسیار کم است. نتایج حاکی از آن است که مردم بلغارستان از اینترنت بیشتر برای مطالعه اخبار استفاده می‌کنند.



www.thepayers.com

کاربران بانکداری موبایلی و آنلاین ۶۱ درصد سودآورتر از کاربران آنلاین

یک گزارش تازه منتشر شده در آمریکا حاکی از آن است که کاربرانی که از طریق موبایل و تبلت خود از خدمات بانکداری استفاده می‌کنند، بیشتر از کسانی که دسترسی به بانکداری دیجیتال ندارند، با ارایه‌دهندگان خدمات مالی خود در ارتباط هستند. بر اساس این گزارش، مشتریان از طریق کامپیوتر ۱۰ مرتبه در ماه به اطلاعات مالی خود دسترسی دارند در حالی که کاربران بانکداری موبایلی ۱۹ مرتبه در ماه به این اطلاعات دسترسی پیدا می‌کنند و نتایج نشان می‌دهد که این عدد در تبلت به ۳۱ مرتبه در ماه می‌رسد. نتایج همچنین نشان می‌دهد که استفاده از بانکداری دیجیتال برای گروه سنی بالاتر ملموس‌تر از مشتریان با سن کمتر است. مشتریان بانکی بالای ۵۰ سال، ۱۲ بار در ماه یا هر ۳ روز یک بار، به اطلاعات مالی خود دسترسی پیدا می‌کنند. همین منبع بیان می‌کند که درآمدزایی و سودآوری بانکداری دیجیتال برای بانک‌ها بسیار بالا است و مشتریان بانکداری موبایلی و آنلاین ۶۱ درصد سودآورتر از مشتریان آنلاین هستند.



www.thepayers.com

سود ۷۰ میلیون دلاری PayU در سال ۲۰۱۵

پیش‌بینی می‌شود که شرکت PayU، در سه سال آینده از طریق پلتفرم خود برای انجام تراکنش آنلاین به ۲۰ میلیون خریدار هندی



سرویس داده و ۷۰ میلیون دلار درآمد کسب کند. صاحبان کسب و کار می‌توانند با استفاده از PayU پرداخت‌های کارت اعتباری و نقدی را به‌صورت آنلاین بپذیرند. این شرکت که در ۱۶ کشور فعالیت دارد، در سال ۲۰۱۱ فعالیت خود را در هند با بیش از ۱۵۰۰ پذیرنده آغاز کرد.

www.economictimes.indiatimes.com

همکاری Net Mobile و Google Play برای سرویس صدور صورت حساب مستقیم

Net mobile، ارایه‌دهنده آلمانی خدمات ارزش‌افزوده و سولوشن پرداخت، با Google Play توافقنامه‌ای امضا کرد.



طبق این قرارداد مشترکان اپراتورهای شبکه موبایل در فرانسه می‌توانند کالاهای دیجیتال خود را از فروشگاه Google Play خریداری کرده و هزینه آن را بر قبض تلفن همراه خود دریافت کنند.

www.thepayers.com



- بهبود سیستم‌های انتقال داخلی و بین‌المللی، پردازش چک و انواع سیستم‌های کلیرینگ و تسویه
- تقویت زیرساخت سیستم‌های پرداخت عراق با هدف ارایه مزایای بهتر به مشتری و ایمن کردن بانکداری در عراق
- شرکت آمریکایی MONTRAN به مدت سی سال به‌عنوان یکی از پیشروترین ارایه‌دهندگان راهکارهای سیستم‌های پرداخت در جهان مطرح بوده و محصولات و خدمات این شرکت شامل طراحی، توسعه، اجرا و پشتیبانی سیستم‌های پرداخت و تسویه و ارایه محصولات تکمیلی در صنایع خدمات مالی است. این شرکت در طول فعالیت‌های خود بیش از ۱۰۰ پروژه سیستم‌های پرداخت را در بیش از ۴۰ کشور اجرا کرده است.

شرکت Montran همچنین سیستم فعلی پرداخت عراق (IPS) را توسعه داده و پیاده‌سازی کرده است.

اجزاء IPS عبارتند از:

- سیستم واریز ناخالص آنی RTGS
 - اطلاق کلیرینگ اتوماتیک ACH
 - سیستم ثبت و فروش اوراق بهادار و اوراق قرضه دولتی GSRS
- با این وجود طبق ارزیابی این شرکت، ساختار فعلی بانکداری در عراق فاقد قابلیت‌های تحویل کارآمد خدمات بانکداری است. تمامی بانک‌ها دارای ارتباط اتوماتیک با شبکه مرکزی بانکی نیستند و بسیاری از آن‌ها از ارتباط نیمه اتوماتیک بهره می‌برند.



با توجه به ارزیابی شرکت توسعه‌دهنده سیستم فعلی پرداخت در عراق، از مهم‌ترین اقدامات لازم‌الاجرا در آینده نزدیک به‌منظور تقویت سیستم پرداخت این کشور، راه‌اندازی شبکه پرداخت الکترونیک برای پردازش پرداخت‌های خرد و ایجاد شبکه پایانه‌های فروش و پرداخت کارتی است که در حال حاضر در این کشور به شکل کاملاً محدود و ضعیفی وجود دارد.

◆ جهش بزرگ بانکی در عراق به کمک USAID

بانک مرکزی عراق و USAID میزبان مشترک کنفرانس پروژه توسعه مالی عراق به‌نام «یکپارچه‌سازی بخش بانکداری و سرویس‌های مالی در عراق» بودند. این نشست که در تاریخ ۱۸ و ۱۹ نوامبر ۲۰۱۱ در استانبول برگزار شد، پیرامون تغییرات پیش‌رو در سیستم پرداخت است که پتانسیل ایجاد تحولی انقلابی در بخش بانکداری عراق را دارد.

تغییر نخست معرفی «سوییچ ملی» برای پردازش تراکنش‌های کارت اعتباری و ATM است. این سوییچ موجب اتصال تمامی دستگاه‌های خودپرداز و پایانه‌های فروش کارت اعتباری به یک پلت‌فرم عمومی می‌شود. در حال حاضر، هر بانک صادرکننده کارت سیستم مخصوص خود را دارد و از آنجا که پایانه‌های فروش به تمامی سیستم‌ها متصل نیستند، یک کارت در همه‌جا قابل استفاده نیست و تعجبی ندارد که در حال حاضر در عراق تقریباً بهای همه‌چیز نقدی پرداخت می‌شود.

تغییر دوم راه‌اندازی سیستم پرداخت موبایلی جامع عراق IIMPS^۲ است. این سیستم بانکداری تلفنی را از طریق تلفن همراه برای افرادی که حساب بانکی ندارند میسر می‌کند. کاربران می‌توانند با شماره‌گیری یک عدد و صحبت با نماینده بانک، حساب بانکی باز کنند. سپس با ایجاد سپرده نقدی از طریق شعب و نمایندگی‌های مورد تایید بانک، برداشت انجام دهند. بنابراین پرداخت، چیزی بیش از یک تماس تلفنی برای انتقال وجه به حساب فروشنده نبوده و نیازی به حمل دسته‌های پول برای پرداخت نیست.

انتظار می‌رود که این دو سیستم تا سال ۲۰۱۳ راه‌اندازی شوند. این در حالی است که راه‌اندازی سیستم موبایلی مفیدتر به‌نظر می‌رسد زیرا علی‌رغم وجود سوییچ ملی، ممکن است پذیرندگان تمایلی به قبول کارت‌های اعتباری به‌واسطه هزینه تحمیلی و امکان پیگیری قانونی از طرف اداره مالیات، نداشته باشند. اما می‌توان امید داشت که IIMPS به آسانی توسط افرادی که تلفن همراه دارند، به کار گرفته شود. بدین ترتیب تعداد مشتریان بالقوه بانک‌ها افزایش می‌یابد. هم‌اکنون کاربران تلفن همراه و افراد فاقد حساب بانکی در مجموع ۸۰ درصد جمعیت عراق را تشکیل می‌دهند.

◆ مطالعه موردی: ارزیابی شرکت MONTRAN از وضعیت

سیستم‌های پرداخت در عراق

در این بخش به بررسی ارزیابی شرکت MONTRAN از وضعیت سیستم‌های پرداخت در عراق و راهکارها و دستاوردهای آینده این صنعت می‌پردازیم. شرکت MONTRAN این ارزیابی را با اهداف زیر به انجام رسانده است:



بررسی سیستم‌های بانکداری و پرداخت الکترونیک در کشور عراق

بخش اول

یکی از اهداف اصلی بانک مرکزی عراق، تقویت رشد و رونق پایدار و مبتنی بر توسعه سیستم مالی رقابتی و بازار-محور است. به‌منظور تسهیل تحقق این اهداف، بانک مرکزی این کشور یکی از وظایف اصلی خود را بر محور ایجاد، نظارت و ارتقای یک سیستم جامع پرداخت بنا نهاده است. کانون توجه این برنامه تا به امروز ایجاد و ارتقای زیرساخت‌های اساسی برای سیستم پرداخت ملی بوده است. علی‌رغم این که در اسناد بانک جهانی هیچ اطلاعاتی در مورد سیستم تسویه اوراق بهادار در عراق وجود ندارد، در سال ۲۰۰۸، حدود ۳ میلیون دلار از طریق مهاجران عراقی به این کشور ارسال شده است.

به‌منظور آشنایی با سیستم‌های بانکداری و نظام‌های پرداخت در سراسر جهان مطالعه کاملی در امور روابط عمومی و تبلیغات صورت گرفته است. در مقاله حاضر، به‌عنوان اولین بخش از این مطالعه، به بررسی و تحلیل سیستم‌های بانکداری و پرداخت الکترونیک در کشور عراق پرداخته‌ایم.

◆ سیستم پرداخت خرد در عراق

چارچوب قانونی کارکرد بانک‌ها تحت مجموعه قوانین بانکداری مصوب ۱۹ سپتامبر ۲۰۰۳ و قانون بانک مرکزی عراق مصوب ۶ مارس ۲۰۰۴ تعیین شده است. اجرای این قوانین می‌تواند کشور عراق را در ردیف کشورهای دارای استانداردهای بین‌المللی بانکداری قرار داده و خودکفایی اقتصادی از طریق ایجاد یک سیستم بانکی امن، رقابتی، دقیق و عملیاتی را به ارمغان آورد. یکی از اهداف بانک مرکزی عراق حفظ ارزش پول داخلی و ارتقای سیستم مالی پایدار و رقابتی با کمک همین قوانین است. قوانین ضروری سیستم پرداخت در زمینه قطعیت پرداخت، سیستم‌های پرداخت الکترونیک و نقد کردن چک همچنان در حال توسعه یا تحت بازبینی بانک مرکزی عراق قرار دارد؛ با این وجود توافقات قانونی برای مشارکت در سیستم پرداخت عراق به همه اعضا و مشارکت‌کنندگان اطمینان می‌دهد که حقوق ایشان در داخل سیستم مذکور محفوظ خواهد ماند. به‌علاوه عمل به دستورالعمل‌های بانک مرکزی در زمینه فرآیندها و قوانین سیستم‌های پرداخت، بر اساس توافق‌نامه مشارکت‌کنندگان IPS قانوناً برای مشارکت‌کنندگان الزامی است. قانون اوراق بهادار نیز در سال ۲۰۰۴ منتشر شد اما این قانون جهت پوشش فعالیت‌های بخش خصوصی و همچنین قانون‌گذاری بازارهای اصلی و دوم اوراق بهادار دولتی، نیاز به اصلاح دارد.

براساس اسناد موجود در سایت بانک جهانی، سیستم پرداخت خرد کشور عراق با وجود این که در سال ۲۰۰۶ با مشارکت پنج بانک راه‌اندازی شد اما سیستم مرکز کلیرینگ (ACH) آن تا آغاز سال ۲۰۰۹ به بهره‌برداری کامل نرسید. در حال حاضر ۱۵ بانک برای عضویت در ACH ثبت‌نام شده‌اند و بانک مرکزی این کشور در نظر دارد این سیستم را در تمام استان‌های عراق راه‌اندازی کند. بانک مرکزی با توجه به سیستم RTGS، شعب بانک‌ها را برای ورود به این سیستم آموزش می‌دهد. برای تسهیل سیستم پرداخت خرد نیز یک سیستم اتوماتیک پردازش چک در حال طراحی است.

◆ معرفی سیستم‌های پرداخت در عراق

سیستم پرداخت الکترونیک در عراق به‌عنوان تضمینی برای انجام اتوماتیک سفارشات پرداختی بین بانک‌ها و شبکه‌ای کارآمد و امن طراحی شده است. بانک مرکزی عراق (CBI) تسویه حساب‌ها را مدیریت کرده و امنیت و کارآمدی سیستم پرداخت و عملیات تسویه را تضمین می‌کند.

شبکه پرداخت شامل سیستم‌های زیر است:

۱. سامانه تسویه ناخالص آنی - RTGS

سامانه تسویه ناخالص آنی در ۲۴ اوت ۲۰۰۶ فعال شد. این سامانه بانک مرکزی عراق را با شعب اصلی بانک‌ها و وزارت دارایی برای تبادل تراکنش‌های با ارزش بالا در درون عراق مرتبط می‌کند.

۲. مرکز تسویه اتوماتیک چک - C-Ach

سیستم تسویه اتوماتیک چک به بانک‌های همکار و شعب آن‌ها امکان تبادل اتوماتیک پرداخت را فراهم می‌کند. تسویه نهایی پردازش شده و به سامانه تسویه ناخالص آنی - RTGS فرستاده می‌شود. در این سیستم چک‌های رمزدار تبدیل شده و کپی‌های اصلی چک‌ها در شعبه سپرده نگه‌داری می‌شود سپس نسخه الکترونیک اطلاعات چک از طریق شعبه به سیستم اداری مرکزی ارسال می‌شود. این سیستم در ۱۴ سپتامبر ۲۰۰۶ برای شعب مرکزی بانک‌ها (بانک الرافدین، بانک الرشید، بانک بغداد، بانک تجارت، بانک خاورمیانه) فعال شد. از آن زمان تعداد مشترکین افزایش یافت و اکنون بیش از ۱۹ بانک و شعب آن‌ها با بانک مرکزی عراق همکاری می‌کنند.

۳. سامانه ثبت اوراق بهادار دولتی - GSRS

سامانه ثبت اوراق بهادار دولتی، اوراق بهاداری را که توسط بانک مرکزی عراق و وزارت دارایی منتشر شده است، مدیریت می‌کند. با استفاده از این سامانه بانک مرکزی عراق کنترل بیشتری بر نقدینگی خواهد داشت. این سامانه در نوامبر ۲۰۰۸ فعال سازی شد.

سوییچ ملی عراق موجب اتصال تمامی دستگاه‌های خودپرداز و پایانه‌های فروش کارت اعتباری به یک پلت‌فرم عمومی می‌شود. در حال حاضر، هر بانک صادرکننده کارت سیستم مخصوص خود را دارد و تعجبی ندارد که در عراق تقریباً بهای همه‌چیز نقدی پرداخت می‌شود

1. U.S. Agency for International Development
2. Iraq Interoperable Mobile Payments System

منابع

- "Iraq: Letter of Intent, Memorandum of Economic and Financial Policies, and Technical Memorandum of Understanding." Imf.org. 2011. Web. 5 June 2012.
- "Iraq National Retail Payment Systems Infrastructure." Cbi.iq. Official. 2011. Web. 29 May 2012.
- "Iraq Payment System." Cbi.iq. Official. 2012. Web. 5 June 2012.
- "Leveraging the Iraq Payment Systems Infrastructure to deliver Customer Benefits and Secure Banking in Iraq." Izdihar-iraq.com. Software provider. Web. 29 May 2012.

باشد. اگر آن‌ها دید واضحی نسبت به عملکرد برنامه‌های وفاداری داشته باشند، برای شرکت در این برنامه‌ها بیشتر ترغیب خواهند شد. برنامه‌های وفاداری روی **کلز** (کارت) را جایگزین از برنامه‌های مربوط به کوپن‌های کاغذی اداره می‌شود.

به دلیل سرعت بالای اتصال به IP و رابط‌های کاربرپسند، پایانه فروش ابزاری مناسب برای آرایه تمامی اطلاعات مربوط به برنامه وفاداری به مصرف‌کنندگان است و آن‌ها را بیشتر جذب می‌کند. گذشته از آن، برنامه‌های وفاداری روی کارت ردیابی رفتار، عادات و الگوی خرید مصرف‌کننده را ممکن می‌کند. با این روش پذیرندگان می‌توانند برنامه‌های بازاریابی خاصی را در قالب تخفیف، آرایه هدایای ویژه و... برای گروه خاصی از مشتریان یا یک مشتری ویژه به توجه به عادات خرید وی آرایه کنند. آرایه برنامه‌های وفاداری روی پایانه‌های فروش همچنین به ارتباط متقابل بین پذیرنده و اپراتور برنامه وفاداری انجامیده و این خود می‌تواند به فرصتی برای ارتباطات کاری گسترده‌تر تبدیل شود. برنامه‌های وفاداری روی کوپن‌های کاغذی، هزینه‌های زیادی برای پذیرنده دارند. کوپن باید چاپ و تحویل داده شود. به علاوه امکان ردیابی عادات خرید مصرف‌کنندگان را به پذیرنده نمی‌دهد.

■ وضوح و شفافیت در قیمت‌گذاری

برای پذیرندگان مساله این نیست که تامین‌کننده فرایند کارت اعتباری آنها چه شرکتي است بلکه آن چه حایز اهمیت است دانستن هزینه کارمزدها برای مدیریت و اداره بهتر تجارت آن‌ها است.

شواهد نشان می‌دهد پذیرندگان نسبت به هیچ یک از تامین‌کننده‌ای را بیابند که در رابطه با تعیین نرخ کارمزدها شفاف‌تر و با قیمت پایین‌تر عمل کند، نسبت به تغییر تامین‌کننده خود اقدام خواهند کرد. اما دغدغه اصلی پذیرندگان این است که نمی‌دانند هر روز برای یک کارت مشخص یا برای هر یک از انواع شارژها چه مقدار کارمزد باید بپردازند.

به کار گرفتن ابتکار عمل برای اطلاع‌رسانی به پذیرندگان در مورد کارمزدها می‌تواند موجب افزایش جذب و نگهداری پذیرندگان شود. به عنوان مثال راه‌اندازی وبلاگ‌ها یک ابزار مفید برای نگهداری پذیرندگان از طریق ایجاد ارتباط با آن‌ها و رفع سوالات احتمالی ایشان با بهره‌گیری از کارشناسان متخصص است.

منبع: www.kiccc.com

■ "Loyalty & Marketing," firstdata. Informative, web. 1 May 2012
■ "Iso&Agent," magazine, www.iso&agent.com

در بسیاری موارد پذیرندگان در صورتی که بدانند با پرداخت کارمزد بیشتر، سود بیشتری عایدشان می‌شود مشتاقانه آن را پرداخت خواهند کرد. در حقیقت مردم در صورتی که بدانند سرویس‌های نوآورانه شرکت PSP با خواسته آن‌ها همخوانی دارد از آن استقبال خواهند کرد. به عنوان مثال سرویس ردیابی داده (data capture services)، می‌تواند از طریق ردیابی عادات خرید مشتریان به پذیرندگان برای اتخاذ تصمیمات بهتر کمک کند.

■ برنامه‌های وفاداری

هدف از ایجاد طرح وفاداری، تداوم روند ارتباطی مشتری با پذیرنده است. تراکنش وفاداری شامل افزودن امتیاز (یا مقداری وجه) به حساب مشتری در هنگام خرید است. پایانه فروش مناسب‌ترین وسیله برای انجام این کار است زیرا قابلیت ترکیب پرداخت با محاسبه امتیازهای وفاداری را دارد.

اغلب اوقات پذیرندگان در طرح وفاداری چند-



شواهد نشان می‌دهد پذیرندگان نسبت به هیچ یک از تامین‌کنندگان وفاداری خاصی ندارند. اگر تامین‌کننده‌ای را بیابند که در رابطه با تعیین نرخ کارمزدها شفاف‌تر و با قیمت پایین‌تر عمل کند، نسبت به تغییر تامین‌کننده خود اقدام خواهند کرد.

پذیرندگی شرکت می‌کنند تا از مساعدت دیگر پذیرندگان بهره‌مند شوند. در این گونه موارد، طرح توسط یک نهاد واحد و یک سامانه مرکزی برنامه وفاداری اداره می‌شود که امتیازات جهانی و جزئیات مخصوص به هر برنامه وفاداری را اداره می‌کند. در این شرایط، پایانه فروش به سامانه مرکزی برنامه وفاداری وصل می‌شود. برای دارندگان کارت، برنامه وفاداری با سیستم پرداخت ترکیب شده و اعتماد را برای وی به ارمغان می‌آورد تا تضمینی بر دریافت امتیاز، بعد از هر بار استفاده از کارت پرداخت باشد. با اجرای درست برنامه‌های وفاداری، مشتری ترجیح می‌دهد برای خرید مجدد به همان پذیرنده مراجعه کند و در نتیجه فروش افزایش می‌یابد.

مصرف‌کنندگان می‌خواهند که برنامه‌های وفاداری همیشگی، شفاف و دربرگیرنده پاداش‌های واقعی

بازگردد حفظ خواهد شد. همچنین در مدلی دیگر شرکت‌های PSP دستگاه‌ها را خریداری کرده و آن‌ها را به پذیرندگان با قیمت‌های پایین اجاره می‌دهند. اما مهمترین مساله‌ای که این شرکت‌ها ممکن است با آن مواجه شوند انتظاری است که در میان مشتریان برای واگذاری دستگاه‌ها و تجهیزات رایگان ایجاد می‌شود. با نرخ‌های بالای ویزا و مسترکارت خیران هزینه دستگاه‌ها یک سال به طول می‌انجامد به خصوص اگر حجم تراکنش پذیرندگان کمتر از پنج هزار دلار در ماه باشد. آرایه تجهیزات رایگان هرچند ممکن است تعداد پذیرندگان جدید را افزایش دهد اما هزینه‌ها را نیز افزایش خواهد داد. بنابراین برخی معتقدند تمام شرکت‌های PSP بایستی موضع خود را بر اساس یک استراتژی استاندارد و مبنای حداقلی نسبت به آرایه تجهیزات مشخص کرده و آن‌ها را به صورت رایگان در اختیار پذیرندگان قرار ندهند. شرکت Card Tech Enterprise حداقل هزینه را بابت دستگاه‌ها از پذیرندگان دریافت می‌کند و امیدوار است پذیرندگان جدیدی را از این طریق جذب کند. درصد حفظ پذیرندگان این شرکت در حدود ۹۰ درصد است. حجم تراکنش مشتریان برای این شرکت اهمیتی ندارد زیرا آنها سعی می‌کنند تا پذیرندگان را بدون به خطر انداختن موقعیت خود حفظ کنند. برای اجرای برخی از روش‌های بازاریابی هزینه‌های بالایی مورد نیاز نیست. به عنوان مثال شرکت Atlantic Pacific کارت‌های هوشمند رایگانی با هزینه تنها ۵ دلار در اختیار پذیرندگان قرار می‌دهد. هزینه این نوع بازاریابی در عین حال که بسیار پایین بوده اما این تفکر را در پذیرنده تداعی می‌کند که شرکت PSP مورد نظر یک شرکت پیشرو است.

■ خدمات ارزش افزوده

در دنیای امروز سرویس‌ها و خدمات ارزش افزوده برای پذیرندگان به بخش جدایی‌ناپذیر قراردادهای تبدیل شده است. در حقیقت نیازهای فرعی پذیرندگان به شکل یک نیاز طبیعی و استاندارد درآمده است. البته تمام پذیرندگان تمایل به دریافت بسته‌های یک شکل و یک اندازه ندارند. آن‌ها تمایلی ندارند که شرکت‌های PSP به آن‌ها بگویند که چگونه تجارت خود را راه‌اندازی کنند بلکه می‌خواهند سرویس‌ها و خدمات آرایه شده با سلیقه آن‌ها هماهنگ شود. سلیقه هر یک از مشتریان نسبت به بسته‌های ارزش افزوده متفاوت است و این وظیفه شرکت‌های PSP است تا به آن‌ها کمک کنند که کدام یک از سرویس‌ها می‌تواند موجب توسعه تجارت آن‌ها شود.

روش‌های جذب و حفظ پذیرندگان توسط شرکت‌های PSP



حضور در برد شرکت‌های پیشرو، انتشار مطالعه موردی از مشتریان خود و ... بازاریابی کنند. هزینه تمام این بازاریابی‌ها ناچیز است. تمرکز روی موبایل پذیرندگان در سراسر کشور مانند صنوف جواهرسازی، پیمانکاران، رانندگان مستقل، لوله‌کش‌ها و هنرپیشگان از ابتکارات یکی از شرکت‌های بزرگ در این زمینه به نام «Advanced Merchant Solutions» بوده است زیرا بسیاری از این افراد محل مشخصی برای کار خود ندارند و نمی‌توان با تلفن ثابت با آن‌ها تماس گرفت. در سال‌های اخیر PSPها به پذیرندگان خود پیشنهاد دستگاه‌های رایگان داده‌اند و در قرارداد ثبت می‌کنند تا در صورتی که پذیرنده مورد نظر با شرکت دیگری قرارداد ببندد، بابت دستگاه رایگان از آن‌ها هزینه‌ای دریافت شود. برخی معتقدند وفاداری پذیرندگان تا مدت‌ها بعد از آن که هزینه دستگاه به شرکت

جذب مشتریانش را نمی‌داند می‌تواند از استراتژی رقبای خود بهره‌گیرد. گاهی کاهش هزینه‌ها از طریق ابزارهایی که به ظاهر غیرقابل استفاده‌اند صورت می‌گیرد. به عنوان مثال بازاریابی تلفنی منطقه جغرافیایی بزرگتری را با هزینه کمتری نسبت به بازاریابی حضوری پوشش می‌دهد. بنابراین شرکت‌هایی که دارای واحد کال‌سنتر و لیست پیگیری هستند می‌توانند فعالیت‌های بازاریابی تلفنی خود را نسبت به بازاریابی حضوری بهبود بخشند که البته هر دو (بازاریابی حضوری و تلفنی) موجب افزایش آگاهی عمومی نسبت به نام PSP مورد نظر خواهد شد. به عنوان مثال شرکت‌های PSP می‌توانند لیست ایمیل‌های مورد نظر خود را خریداری و درخواست خود را از طریق ایمیل برای مشتریان ارسال کنند. شرکت‌ها می‌توانند از طریق وب‌سایت خود یا سایر رسانه‌ها،

بازاریابی نوین، خدمات ارزش‌افزوده، برنامه‌های وفاداری و وضوح و شفافیت در قیمت‌گذاری روش‌هایی هستند که برترین PSPهای جهان با بهره‌گیری از آن‌ها به موفقیت‌های چشمگیر نایل شده‌اند. آن چه در ادامه می‌آید مروری است بر روش‌های ساده جذب و حفظ پذیرندگان توسط شرکت‌های PSP.

■ استفاده از روش‌های نوین بازاریابی

در شرایط رکود اقتصادی همه تجارت‌ها در حال تلاش برای کاهش هزینه جذب مشتریان جدید و افزایش درآمدهای حاصل از مشتریان ثابت خود هستند. شرکت‌های PSP باید هزینه جذب مشتریان جدید خود را برآورد کنند. بدون صرف چنین زمانی قدم‌های اولیه برای کاهش هزینه‌ها به درستی برداشته نمی‌شود. اگر یک شرکت PSP هزینه



افتتاحیه نمایشگاه جانبی دومین همایش بین‌المللی بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت

گزارشی از دومین همایش بین‌المللی بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت

www.kiccc.com
شرکت کارت اعتباری ایران کیش (سهام عام)

www.kiccc.com

گزارشی از دومین همایش بین‌المللی بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت



افتتاحیه دومین همایش بین‌المللی بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت در سالن اصلی همایش



غرفه شرکت ایران کیش در سالن ابن سینا در دومین همایش بین‌المللی بانکداری الکترونیک

دومین همایش بین‌المللی بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت با مشارکت پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران و شرکت ملی انفورماتیک در روزهای ۲۶ و ۲۷ دی‌ماه سال جاری در مرکز همایش‌های بین‌المللی صدا و سیما برگزار شد.

بر اساس اعلام دبیرخانه همایش، مهم‌ترین هدف از برگزاری این همایش، آشنایی جامعه بانکی کشور با تحولات جدید در بانکداری الکترونیک، یکسان‌سازی تعاریف این حوزه و معرفی الگوها و زیرساخت‌های ملی و بین‌المللی بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت بوده است.

«بانکداری آینده»، «توسعه زیرساخت‌ها و استانداردها»، «تنظیم مقررات، نظارت و پایش ریسک»، «توسعه محصولات» و «ابعاد فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی» محورهای اصلی این همایش بودند. همچنین یک نمایشگاه و ۲۰ کارگاه تخصصی در ارتباط با موضوعات و محورهای همایش و سایر مباحث مورد نیاز حوزه بانکداری الکترونیک کشور برگزار شد.

در این نمایشگاه شرکت ایران کیش در کنار بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری و شرکت‌هایی که در زمینه ارائه خدمات بانکی فعالیت دارند، حضور یافته و خدمات و محصولات خود را در نمایشگاه جانبی ارائه کرد.

در مراسم افتتاحیه این همایش «فرهاد نیلی» رئیس پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، گفت: «برگزاری اولین همایش بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت باعث شد تا متولیان امور بانکی و مالی، صاحب‌نظران این حوزه و شرکت‌های متخصص و همکار این بخش در فضایی تخصصی و حرفه‌ای و در عین حال صمیمی با هم گفت‌وگو و تبادل نظر کنند».

همچنین «محمود بهمنی» رئیس کل بانک مرکزی، در خصوص دستاوردهای بانکداری الکترونیک در کشور و «محمود احمدی» دبیرکل بانک مرکزی، در خصوص چشم‌انداز بانکداری الکترونیک در دهه ۹۰ و راهبردها سخنرانی کردند. در روز اول برگزاری این همایش، با حضور شرکت‌کنندگان شش نشست تحت عنوان «امنیت در بانکداری الکترونیک»، «کیفیت سرویس و کارایی سیستم‌های بین بانکی»، «رایانش ابری»، «توسعه محصولات»، «ابعاد مدیریتی بانکداری آینده» و نشست «ابعاد فرهنگی و مالی بانکداری الکترونیک» و در روز دوم نیز ۲۱ کارگاه تخصصی در زمینه‌های مرتبط با موضوع همایش برگزار شد.

در مراسم اختتامیه از شرکت ایران کیش به‌عنوان یکی از حامیان این همایش تقدیر به‌عمل آمد و لوح یادبودی به جناب آقای واقف مدیرعامل شرکت، اهدا شد.



لابی اصلی دومین همایش بین‌المللی بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت



یکی از کارگاه‌های برگزار شده در دومین همایش بین‌المللی بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت



بازدید مدیرعامل و همکاران شرکت ایران کیش از دومین همایش بین‌المللی بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت



بانکداری چابک عنوان مقاله جناب آقای مهندس واقف مدیرعامل شرکت ایران کیش همایش بین‌المللی بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت

۱. زمانی که کاربران حساب شخصی خود را به یک حساب تجاری یا برتر ارتقا می‌دهند

۲. زمانی که کاربران درخواست یک محصول جدید می‌کنند نظیر کارت نقدی PayPal

۳. زمانی که PayPal به‌طور منطقی معتقد به وجود ریسک در حساب تجاری یا برتر کاربر است

♦ مجوزهای طرف سوم

اگر کاربر اجازه انجام عملیات ویژه به‌نفع خود، یا دسترسی به اطلاعات ویژه در رابطه با حساب خود را به طرف سوم بدهد، در این صورت PayPal اطلاعات حساب کاربری را برای طرف سوم نمایان می‌کند. اجازه دادن به طرف سوم به‌منظور عملیات ویژه به نفع کاربر باعث سلب مسوولیت از کاربر، در رابطه با این توافقنامه، نمی‌شود. به‌عبارت بیشتر، کاربر تایید و توافق می‌کند که مسوولیت فعالیت‌های طرف سوم را به‌موجب اجازه‌ای که به‌وی داده است می‌پذیرد و در صورت لزوم، خسارت PayPal را پرداخت خواهد کرد. کاربران ممکن است این مجوزها را در هر زمانی به‌وسیله تغییر تنظیمات در پروفایل حساب خود، تغییر یا حذف کنند.

■ روش‌های برداشت وجه از حساب PayPal

روش‌های زیر برای برداشت وجه از حساب PayPal پیشنهاد شده است:

آپشن‌ها	مدت زمان پروسه	هزینه
انتقال وجه به حساب بانکی	۳ الی ۴ روز کاری	رایگان
درخواست چک از PayPal	۱۰ الی ۱۴ روز کاری	۱۵ دلار
خرید با استفاده از کارت نقدی PayPal	آنی	رایگان
دریافت وجه نقد از ATM	آنی	۱ دلار
خرید آنلاین با استفاده از کارت مجازی PayPal	آنی	رایگان
خرید از ۳۲۰۰ فروشگاه PayPal	آنی	رایگان

هر فرد می‌تواند از طریق آدرس ایمیل خود به افراد دیگر، چه حساب PayPal داشته باشند چه نداشته باشند، وجوهی را ارسال کند. به‌محض ارسال وجه فرد

ایده ساده پشت

PayPal استفاده از

نرم‌افزار رمزنگاری

برای فراهم کردن

امکان انتقالات مالی

از طریق کامپیوتر

بوده و به یکی از

روش‌های اصلی در

شبکه آنلاین جهانی

مبدل شده است

وارد کرد، PayPal دو پرداخت خرد، به ارزش ۵ سنت به‌منظور تایید حساب از کاربر درخواست می‌کند (این مقادیر در صورت حساب کاربر ظاهر خواهد شد) بعد از وارد کردن این مقادیر حساب بانکی کاربر آماده استفاده خواهد شد. www.kiccc.com امکان بروزرسانی اطلاعات حساب شخصی در آینده وجود دارد. بدین ترتیب که کاربر به صفحه‌ای در سایت هدایت می‌شود که اطلاعات شخصی مانند نام، آدرس، شماره تلفن و آدرس ایمیل را درخواست می‌کند، همچنین پاسخ دادن به دو سوال امنیتی برای مواقع فراموش کردن رمز عبور الزامی است. در نهایت لازم است کاربر یک رشته تصادفی از اعداد و حروف، برای جلوگیری از جعل و کلاهبرداری، به عنوان رمز عبور وارد کند.

■ مجوزهای PayPal برای تایید حساب

♦ تایید هویت

کاربران به‌صورت مستقیم یا از طریق طرف سوم، به PayPal اجازه انجام هر بررسی به‌منظور تصدیق هویت‌شان را می‌دهند. این امر ممکن است شامل پرسش از کاربر برای اطلاعات بیشتر، درخواست تاریخ تولد کاربر، شماره شناسایی مالیات‌دهنده و سایر اطلاعاتی باشد که به PayPal امکان شناسایی منطقی کاربر را می‌دهد. PayPal از کاربر می‌خواهد که با اتخاذ اقداماتی مالکیت آدرس‌های ایمیل خود یا موسسات مالی را تایید کند، همچنین یک گزارش اعتباری یا تایید اطلاعات کاربر از دیتابیس‌های طرف سوم یا از طریق سایر منابع، را سفارش دهد، همچنین PayPal ممکن است گواهینامه رانندگی یا سایر اسناد شناسایی کاربر را در هر زمانی درخواست کند. در صورت استفاده کاربران از خدمات خاص PayPal، طبق قانون فدرال، PayPal موظف به تایید برخی اطلاعات کاربران (شماره حساب، حق بستن، مسکوت یا محدود کردن دسترسی به حساب کاربران و/یا خدمات PayPal را در مواقعی که قادر به دستیابی یا تایید اطلاعات کاربران نیست، را دارد).

♦ تایید گزارش اعتباری

کاربران با افتتاح حساب تجاری یا برتر، یک ساختار مکتوب و تاییدی گزارش اعتباری شغلی و/یا شخصی خود را برای PayPal فراهم کرده و اجازه دستیابی به گزارش اعتباری شغلی و/یا شخصی خود را تحت شرایط ذیل می‌دهند:

www.kiccc.com

www.kiccc.com

آشنایی با مدل تجاری PayPal

■ چگونه یک حساب PayPal ایجاد کنیم

ایجاد حساب در PayPal سریع بوده و حتی نیازی به وارد کردن اطلاعات بانکی کاربر ندارد اگرچه برای استفاده از سرویس‌های فوق‌العاده PayPal معرفی یک حساب جاری یا اعتباری لازم است. به محض اینکه کاربر حساب خود را از طریق دستورالعمل‌ها تایید کند، نامه‌ای در ایمیل خود مبنی بر ایجاد حساب دریافت خواهد کرد. برای استفاده از خدمات PayPal، کاربر حداقل باید ۱۸ سال تمام داشته و ساکن ایالت متحده آمریکا یا یکی از کشورهای لیست شده در صفحه «PayPal Worldwide» باشد.

سه نوع حساب در PayPal وجود دارد:

- حساب شخص
- حساب تجاری
- حساب برتر (premier)

اگر استفاده کاربر از حساب PayPal فقط به‌منظور خرید از حراجی‌ها و خریدهای آنلاین باشد، انتخاب حساب شخصی انتخاب مناسبی است. اگر کاربر قصد استفاده از PayPal برای دریافت پرداخت‌ها در تجارت شخصی خود را دارد، حساب تجاری یا برتر مناسب‌تر خواهد بود. با افتتاح یک حساب برتر یا تجاری و پذیرش توافقنامه مربوطه، کاربران تعهد می‌کنند که نباید از این حساب برای اهداف شخصی، خانوادگی و فامیلی خود استفاده کنند. کاربران می‌توانند با استفاده از حساب خود پول ارسال یا دریافت کرده و به مانده حساب خود بیافزایند.

برای انتقال وجه میان حساب PayPal و حساب بانکی لازم است حساب کاربر تایید شده باشد. در صورتی که کاربر بخواهد از حساب PayPal خود به حساب بانکی وجهی واریز کند یا بالعکس، بایستی شماره حساب بانکی خود را در PayPal وارد و تایید کند. زمانی که کاربر شماره حساب خود را در PayPal

PayPal یک سرویس پرداخت آنلاین است که امکان نقل و انتقالات وجوه الکترونیک را برای افراد و سازمان‌ها فراهم می‌کند. این سرویس در سال ۱۹۹۸ راه‌اندازی شده است. کاربران می‌توانند از آن برای پرداخت هزینه خریدهای خود در حراجی‌های آنلاین، خرید کالا، خدمات و تهیه هدیه استفاده کنند. همچنین می‌توان این سرویس را برای ارسال پول نقد به دیگران به‌کار برد.

■ PayPal چگونه کار می‌کند

PayPal ارایه‌دهنده خدمات پرداخت است و به کاربران در انجام و پذیرش پرداخت از طرف سوم کمک می‌کند. PayPal یک پیمانکار مستقل برای تمام اهداف است. محافظت حریم خصوصی کاربران برای PayPal بسیار مهم است. اگر کاربری اطلاعاتی در مورد سایر کاربران از طریق سرویس PayPal دریافت کند، بایستی از آن اطلاعات به‌صورت کاملاً محرمانه نگهداری کرده و از آن فقط برای ارتباط با خدمات PayPal استفاده کند. هیچ کاربری هرگز نباید اطلاعات سایر کاربران را به طرف سوم افشا یا توزیع کرده یا از آن اطلاعات برای اهداف بازاریابی، مگر با رضایت خود کاربر، استفاده کند.

ایده ساده پشت PayPal استفاده از نرم‌افزار رمزنگاری برای فراهم کردن امکان انتقالات مالی از طریق کامپیوتر بوده و به یکی از روش‌های اصلی در شبکه آنلاین جهانی مبدل شده است. علی‌رغم تاریخچه پر مخاطره آن، PayPal هم اکنون دارای ۱۰۰ میلیون حساب در سراسر جهان است.

■ مالکیت انحصاری PayPal

«PayPal»، «PayPal.com» و تمام لوگوهای وابسته به سرویس‌های آن مارک تجاری ثبت شده PayPal یا اعطاکننده جواز آن هستند. کاربران مجاز به کپی، تقلید یا استفاده از آنها بدون رضایت مکتوب از پیش تعیین شده PayPal نیستند. به‌علاوه، تمام سربرگ‌ها، گرافیک‌های سفارشی و آیکون‌ها مارک‌های تجاری و/یا پوشش تجاری PayPal هستند. کاربران می‌توانند از لوگوهای HTML فراهم شده توسط PayPal از طریق خدمات پذیرندگان PayPal یا برنامه‌های مربوطه بدون رضایت مکتوب قبلی به‌منظور اتصال به خدمات PayPal استفاده کنند. کاربران نمی‌توانند به هیچ وجه لوگوهای HTML را اصلاح، تعدیل یا تغییر دهند، طوری که PayPal یا خدمات آن را بی‌اعتبار کند.



برنامه پرداخت آیفون Flint



شرکت‌هایی نظیر Square Intuit, First Data, PayPal VeriFone, Adyen عرضه‌کننده نرم‌افزارهای پرداختی هستند که در گوشی‌های موبایل هوشمند به‌منظور تسهیل فرآیند پردازش پرداخت کارتی برای پذیرندگان صاحب فروشگاه کوچک به کار می‌رود.

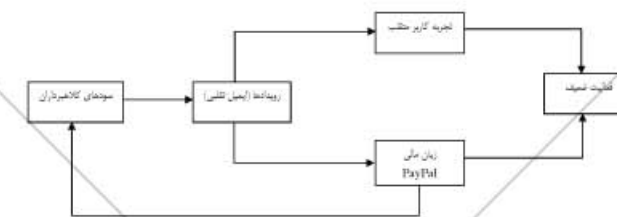
راه‌اندازی سیستم Flint Mobile به مالکان گوشی‌های هوشمند کمک می‌کند که بدون نیاز به کارت‌های بانکی، عملیات پرداخت خود را انجام دهند.

برنامه پرداخت آیفون به‌صورت رایگان از Apple App Store قابل دانلود است. پذیرندگان می‌توانند با استفاده از نرم‌افزار تشخیص شناسه نوری Flint شماره ۱۶ رقمی کارت مشتری را اسکن کرده و تاریخ انقضا، شماره CVV و Zip Code کارت را به‌صورت دستی از طریق صفحه کلید گوشی خود وارد کنند. اطلاعات یا عکس شماره کارت به‌طور دائم بر روی گوشی باقی نمی‌ماند.

این برنامه همچنین قابلیت تولید رسید ایمیل‌هایی نظیر پیام‌های سفارشی بازاریابی یا برنامه‌های وفاداری را دارا است. صاحبان کسب‌وکارها می‌توانند برای بازاریابی بهتر، دیدگاه‌ها و نظرات مشتریان خود را در فیس‌بوک و شبکه‌های اجتماعی پذیرندگان به اشتراک بگذارند.

پذیرندگان می‌توانند تراکنش‌ها، اطلاعات تماس مشتریان و فعالیت‌های فیس‌بوک خود را از طریق سایت Flint مشاهده و مدیریت کنند. کارمزد هر تراکنش کارت‌های نقدی ۱/۹۵ درصد مبلغ تراکنش به‌اضافه ۲۰ سنت و برای کارت‌های اعتباری ۲/۹۵ درصد مبلغ تراکنش به‌اضافه ۲۰ سنت است.

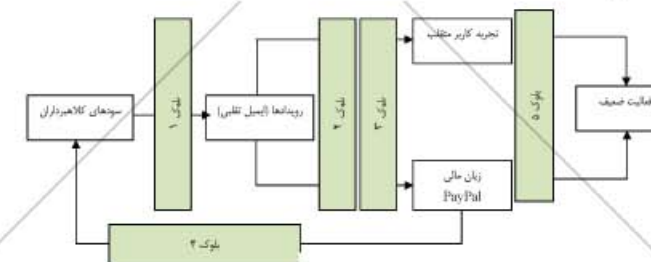
تمامی تراکنش‌ها قبل از ارسال برای تایید به‌طور کامل توسط سرویس مدیریت ریسک خدمات الکترونیک پایش می‌شوند. این شرکت سیستم خود را به یک پایگاه داده تشخیص هویت، برای بررسی تاریخ تولد، آدرس، شماره امنیت اجتماعی و دیگر اطلاعات امنیتی پذیرنده متصل کرده است.



شکل ۱: الگوریتم کلاهبرداری از PayPal

پاسخ به کلاهبرداری

در اینجا ۵ نقطه بلوک‌بندی تعیین می‌شود که در آن نقاط PayPal توانسته است مدل تجاری کلاهبرداران را شکسته و یک استراتژی در برابر هر نقطه اعمال کند.



شکل ۲: پنج منطقه بلوک‌بندی در برابر کلاهبرداری

بلوک	استراتژی	شرح کوتاه
۱	اصلاح ایمیل	جلوگیری از ورود ایمیل تقلبی به صندوق مشتریان
۲	مسکود کردن سایت‌های کلاهبرداری	جلوگیری از نمایش سایت‌های کلاهبرداری به مشتریان
۳	تصدیق کاربران	جلوگیری از به‌کار بردن مجموعه پسرورد افشا شده در PayPal.com
۴	پیگردی	ساخت یک بازدارنده قانونی (یا مشارکت دولت و اقدام قانونی)
۵	بازاریابی برند و مشتری	حفظ مشتریان مورد هدف



گیرنده ایمیلی از PayPal در رابطه با وجوه مورد نظر دریافت کرده و سپس تنها کاری که گیرنده بایستی انجام دهد این است که برای sign up کردن حساب خود اقدام نماید.

وجوه انتقال یافته از طریق PayPal تا زمانی که دارنده وجوه آنها را خرج کند در حساب PayPal باقی می‌ماند. در صورتی که کاربر اطلاعات حساب بانکی گیرنده وجه را وارد و تایید کرده باشد، وجوه می‌تواند به‌صورت مستقیم به حساب بانکی وی انتقال یابد.

دیدگاه PayPal در رابطه با کلاهبرداری (فیشینگ)

مشابه هر تاجر موفق، متقلبانی نیز به‌وسیله سود هدایت می‌شوند. معادله سود آنها یک فرمول ساده به شرح ذیل است:

$$P=V \cdot R \cdot M$$

V = تعداد ایمیل‌های تقلبی فرستاده شده توسط کلاهبرداران

R = درصد قربانیانی که اطلاعات حساب خود را افشا کرده‌اند

M = مقدار درآمد کسب شده از یک حساب به سرقت رفته

P = سود

در گذشته، PayPal توجه موفقیت‌آمیزی به بخش سود کلاهبرداران یعنی «مقدار درآمد کسب شده» از یک حساب به سرقت رفته داشته که این امر تأثیر شگرفی در کاهش سودهای متقلبانی (کاهش تلفات PayPal)، به‌وجود آورده است.

در تصویر زیر نمایی از مشکل کلاهبرداری که PayPal با آن روبرو است، نمایش داده شده است:

شبکه پذیرندگان و پایانه‌های فروش

گزارشی از همایش هم‌اندیشی ارتقای عملکرد



سخنرانی آقای وکیلان، معاونت محترم طرح و برنامه شرکت کارت اعتباری ایران کیش



همایش «هم‌اندیشی ارتقای عملکرد شبکه پذیرندگان و پایانه‌های فروش» با هدف هماهنگی و هم‌افزایی اقدامات بانک صادرات و شرکت کارت اعتباری ایران کیش جهت ارتقای عملکرد شبکه پذیرندگان و همچنین طرح مباحثی نظیر تعیین سیاست‌های بانک صادرات در این زمینه، مولفه‌های بازاریابی پذیرندگان جدید و افزایش نقش شعب در پایش مداوم پذیرندگان با میزبانی شرکت ایران کیش برگزار شد.

این همایش که در محل برگزاری همایش‌های هتل لاله تهران در روز چهارم بهمن‌ماه برگزار شد، با سخنرانی مدیران، معاونان و اعضای هیات‌مدیره بانک صادرات و شرکت ایران کیش همراه بود.

شرکت‌کنندگان در این همایش به‌صورت خود را مطرح و در پایان همایش جلسه پرسش و پاسخ برگزار شد که مدیران و معاونین مربوطه به سوالات شرکت‌کنندگان پاسخ گفتند.

گفتنی است گردهمایی و جلسه پرسش و پاسخ با حضور مدیران، سرپرستان و دبیران دفاتر استانی شرکت ایران کیش نیز با هدف هم‌اندیشی و رفع مشکلات دبیران دفاتر در همان مکان، در روز پنجشنبه، پنجم بهمن‌ماه برگزار شد. برخی از دبیران دفاتر با اعلام نارضایتی از زمان محدود جلسه پرسش و پاسخ خواستار افزایش برگزاری این‌گونه جلسات به‌صورت دوره‌ای شدند.



سخنرانی آقای واقف، مدیر عامل محترم شرکت کارت اعتباری ایران کیش



سخنرانی آقای عرفاتی، رئیس محترم هیات مدیره بانک صادرات ایران



سخنرانی آقای خداحمی، عضو محترم هیات مدیره بانک صادرات ایران

آینده شرکت‌های PSP و چالش‌های پیش روی آن‌ها

دیدگاه‌های کارشناس توسعه شرکت Payvision

«Payvision» یکی از تامین‌کنندگان سولوشن‌های پرداخت به‌خصوص در پردازش کارت‌های بین‌المللی تجارت الکترونیک است که پلت‌فرم‌های پردازش پرداخت‌های بین‌المللی سازگار با استاندارد PCI خود را به بانک‌های عامل، PSPها، ISOها و پذیرندگان عرضه می‌کند. «Michael Burtscher» کارشناس توسعه این کمپانی در جولای ۲۰۱۲ مقاله‌ای تحت عنوان «روش‌های کارآمد برای مقابله شرکت‌های PSP با چالش‌های پیش‌رو در تجارت الکترونیک» ارائه داد. آن‌چه در ادامه می‌آید مصاحبه‌ای است با وی در خصوص آینده شرکت‌های PSP و چالش‌های پیش روی آن‌ها.

پیام مقاله منتشر شده در جولای ۲۰۱۲ توسط شما تحت عنوان «روش‌های کارآمد برای مقابله شرکت‌های PSP با چالش‌های پیش‌رو در تجارت الکترونیک» چیست؟

رشد سریع تجارت الکترونیک در دهه‌های اخیر موجب تحول نقش شرکت‌های PSP شده است. برخی پیش‌بینی می‌کنند تعداد شرکت‌های PSP تا سال ۲۰۱۵ کاهش یافته و روش‌های ایجاد ارزش افزوده برای این شرکت‌ها به‌طور کل تغییر کند. این مقاله نگاه جامعی به چالش‌های مختلفی که سهامداران این شرکت‌ها با آن‌ها مواجه هستند، دارد.

چه پارامترهای کلیدی برای اندازه‌گیری موفقیت‌آمیز بودن استراتژی‌های پرداخت یک شرکت PSP وجود دارد؟

مهم‌ترین پارامتر داشتن یک برنامه تجاری مستمر و دقیق است و این نکته در کاهش ریسک مالی به‌شدت تأثیرگذار است. مساله بعدی سازگاری با استاندارد PCI DSS است. سازگاری با این استاندارد نشان‌دهنده سطح بلوغ سازمان و حفاظت از تمامیت و امنیت اطلاعات دارندگان کارت بوده و در نهایت این‌که PSPها یا سایر نهادهای مشابه بایستی دارای مجوز قانونی مناسب باشند.

رشد بازار PSPها به‌صورت مستقیم به چه فاکتوری وابسته است؟

به نظر من، رشد بازار PSPها تنها به یک فاکتور وابسته نیست؛ اگرچه همان‌طور که قبلاً اشاره شد، پیش‌بینی می‌شود تعداد این شرکت‌ها در آینده رو به کاهش برود. دلیل اصلی، رشد غیرمنتظره تجارت الکترونیک است که باعث شده تا این شرکت‌ها با کشف فرصت‌های جدید و نوآورانه، موجب توسعه تکنولوژی تجارت الکترونیک شوند. در گذشته بانک‌های عامل تنها نیازمند یک مدل پرداخت بودند اما امروزه پذیرندگان به زیرساخت‌های متفاوت و پیچیده

پردازش و تسویه وجوه نیاز دارند.

فاکتور مهم دیگر این است که در دو سال اخیر تعداد زیادی از شرکت‌های PSP به عضویت مستقیم شبکه کارتی درآمده‌اند که این حقیقت هشدار می‌دهد برای بانک‌های عامل که این شرکت‌ها به سطحی از مهارت دست یافته‌اند که قادر به حذف کامل نقش واسطه‌گری بانک‌های عامل به‌خصوص در تجارت الکترونیک خواهند بود.

فاکتورهای مهم برای انتخاب یک PSP از سوی پذیرندگان چیست؟

در درجه اول قیمت خدمات ارایه شده (مانند هزینه هر تراکنش، کارمزد ماهانه و غیره) فاکتور مهمی به‌شمار می‌آید. هرچند برخی پذیرندگان حاضرند برای دریافت خدمات ارزش افزوده (مانند بهینه‌سازی طراحی سایت یا پشتیبانی جغرافیایی مناسب و گسترده) PSP مورد نظر، حتی مبلغ بالاتری را پرداخت کنند. به‌عنوان مثال در اروپا برخی از پذیرندگان حاضرند برای دریافت خدمات ارزش افزوده مبلغ بیشتری را متحمل شوند در عوض از طریق خدمات ارزش افزوده، به فروش بیشتری دست خواهند یافت. فاکتور مهم دیگر ارایه پشتیبانی فعال در مدیریت تراکنش‌های اصلاحی، مغایرت‌های مالی و کلاهبرداری‌های روی داده است. علاوه بر این با گسترش کار پذیرنده‌ها و جهانی شدن خدمات آن‌ها، تمایل به پردازش تراکنش‌های با واحد پولی متفاوت افزایش می‌یابد.

به نظر شما یک شرکت PSP در دنیای امروز، چگونه می‌تواند سهم بازار خود را از منظر استراتژیک حفظ کند؟

شرکت PSP بایستی دارای یک زیرساخت فنی قوی به‌همراه برنامه مدیریت ریسک و ارایه راهکار مقابله با کلاهبرداری و مدیریت تراکنش‌های اصلاحی باشد. همچنین یک PSP بایستی همواره مشاهده و ارزیابی دقیقی از بازار از منظر تکنولوژی و نوآوری‌های به‌روز و گستره جغرافیایی داشته باشد. این رویکرد باعث خواهد شد تا شرکت‌های PSP تصمیمات تجاری عاقلانه‌تری اتخاذ کرده و همواره پیش‌رو باقی بمانند. موفق‌ترین شرکت‌های PSP آن‌هایی هستند که با رویکرد کارآفرینانه به‌صورت مستمر درگیر درک ماهیت و ذات تکامل تدریجی کمپانی خویش هستند. آن‌ها بایستی با ایجاد فرهنگ‌سازی در میان پرسنل شرکت برای رسیدن به اهداف خود اهتمام ورزند. ارتباطات انسانی بسیار حایز اهمیت بوده و نیازمند افراد منعطف، آگاه، حرفه‌ای و عملکردگرا است.

خدمات ارزش افزوده تجارت الکترونیک که تامین‌کنندگان خدمات پرداخت می‌توانند برای بهبود مدل کسب و کار پیشنهاد دهند شامل چه مواردی است؟

توسعه جهانی در کنار چالش‌ها فرصت‌های بسیاری برای پذیرندگان فراهم کرده است. به‌عنوان مثال تسهیل پرداخت با ارزهای مختلف یکی از این موارد است. اخیراً ما برای پذیرندگان فرانسوی خود امکان دسترسی به متدهای

پرداخت متنوع‌تر و توانایی تسویه با ارزهای محلی را فراهم کرده‌ایم که به آن‌ها امکان مدیریت بهتر بازار مبادلات ارزی را فراهم می‌کند.

خدمات صورت‌حساب الکترونیک پیگیری حساب را برای پذیرندگان آسان می‌کند. در صورت پیوند با راه حل end to end، شرکت‌های PSP می‌توانند خدمات مالی و پشتیبانی پیچیده‌تری را برای کاربران خود فراهم کنند. من به تازگی از خدمتی نوین مطلع شده‌ام که به پذیرندگان امکان ذخیره تمام رسیدها در سیستم‌های الکترونیک را فراهم می‌کند. بنابراین چنین ابزارهای بهینه‌سازی و حذف کاغذ بازی از سیستم‌های اداری برای جریان‌های مالی می‌تواند به‌عنوان یک خدمت ارزش افزوده برای مشتریان و پذیرندگان شرکت‌های PSP محسوب شود.

تجزیه و تحلیل اطلاعات و گزارش‌دهی نیز جزو خدمات ارزش افزوده محسوب می‌شوند. شرکت‌های مشهوری مانند Groupon و Starbucks در این حوزه بسیار قوی هستند. این شرکت‌ها بانک اطلاعاتی بزرگی از مشتریان دارند و می‌توانند گزارشات روشن و معنی‌داری از عادات خرید مشتریان برای پذیرندگان خود فراهم کنند. بسیاری از بانک‌های عامل و پذیرندگان، بانک اطلاعاتی گسترده‌ای دارند اما به‌طور مشخص نمی‌دانند چگونه از این اطلاعات بهره‌برداری کنند. یک PSP رقابتی به‌خوبی ارزش چنین تحلیل‌هایی را برای افزایش حجم فروش پذیرندگان می‌داند. چنین تحلیل‌هایی می‌تواند به افزایش وفاداری و اعتماد میان کاربران PSP منجر شود.

با سودآوری بالای اخیر چندین PSP در بازار، به نظر می‌رسد تعداد کمپانی‌هایی که راغب به تأسیس PSP هستند افزایش یافته است، توصیه شما برای PSPهای جدید چیست؟

شرکت‌هایی که راغب به تأسیس PSP هستند بایستی بدانند که در حال حاضر نسبت به ۱۰ سال گذشته فرصت سودآوری کمتری دارند اگرچه توسعه تکنولوژی‌های جدید مانند تجارت الکترونیک همواره فرصت‌های طلایی برای PSPهای نوآور فراهم می‌کند. علاوه بر این از الزاماتی که برای یک PSP بسیار حایز اهمیت است، سازگاری با استاندارد PCI DSS است.

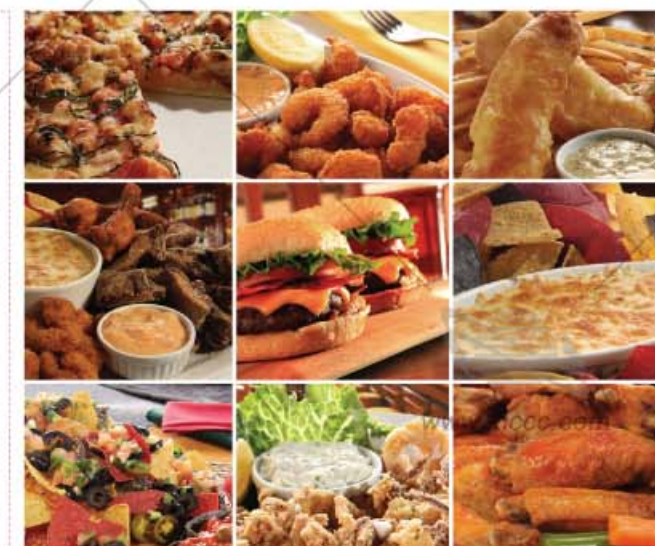
در نهایت اینکه یک PSP بایستی به درستی رقبای خود را بشناسد. برخی از شرکت‌های PSP ممکن است شرکت‌های بزرگی مانند PayPal و Google Wallet را به‌عنوان رقبای خود بشناسند اما بایستی با شناخت واقع‌بینانه و به دور از جاه‌طلبی این رقبا انتخاب شوند. اگر PSP به درستی پیشنهادات، قیمت‌گذاری، تمایلات، نوآوری و استانداردهای تکنولوژی رقبای خود را نداند، نمی‌تواند به پیش‌بینی آن‌چه از عهده رقبا بر می‌آید، بپردازد.

منبع

www.thepayers.com: "PSPs need a rigorous business plan to attain long-term success"

بررسی موردی طرح‌های پاداش فست‌فود در آمریکا با رویکرد نگرش‌های مشتری

یکی از نکات قابل توجه در صنعت پرداخت الکترونیک، روش‌های مورد استفاده و قابل ارایه برای انواع پرداخت و انجام عملیات تراکنش در پایانه فروش است. پذیرندگان مختلف به تناسب نوع صنف، درآمد، علایق و انتظارات خود، از روش‌های پرداخت گوناگونی استفاده می‌کنند که توجه و تمرکز بر رفتارهای پرداخت و الویت‌های آنان و برنامه‌ریزی در این خصوص، در هدایت شرکت‌های ارایه‌دهنده خدمات پرداخت به سمت کسب بازارهای رقابتی، بسیار راهگشا خواهد بود. در این میان تجربه کشورهای پیشرو در این صنعت از قبیل آمریکا و اقدامات انجام شده توسط شرکت‌های ارایه‌دهنده خدمات پرداخت الکترونیک در این کشور می‌تواند به عنوان چراغ راهی برای سایر کشورهای در حال توسعه باشد.



نمونه‌گیری از طرح خرده‌فروشی

از تمام ۵۰۰ پاسخگوی مربوطه، سوالات اصلی در خصوص عضویت و نیازهای طرح جوایز خرده‌فروشی پرسیده شد. پاسخ‌دهندگان به صورت تصادفی به زیرگروه‌هایی جهت پاسخ به سوالات مربوطه تقسیم شدند. جدول ذیل به صورت خلاصه اندازه نمونه انواع طرح‌های خرده‌فروشی را نشان می‌دهد.

اندازه‌های نمونه هر یک از صنایع								
کافی‌شاپ	فروشگاه بزرگ	داروخانه	فروشگاه‌های تخفیف‌دار	فست‌فود	فست‌فود فصلی	گاز/ سوخت	خرده‌فروشی ویژه	خواروبار
n=92	n=71	n=73	n=70	n=46	n=105	n=70	n=146	n=149

نتیجه ۱: سطح پایین عضویت مصرف‌کنندگان در طرح‌های جوایز فست‌فود

فقط ۶ درصد مصرف‌کنندگان به طرح‌های جوایز مربوط به رستوران‌های فست‌فود، با توجه به دسترسی محدود و جدید بودن این طرح، تعلق خاطر دارند. مشتریانی که عضو طرح‌های جوایز فست‌فود هستند به طور متوسط به ۱/۴ طرح‌ها تمایل دارند و معمولاً با بازدید ۴۸ درصدی خود از مکان‌های فست‌فود که عضو آن هستند وفاداری خود را نشان می‌دهند.

عضویت در طرح جوایز خرده‌فروشی			
نوع صنعت	درصد بازدید از فروشگاه‌هایی که از طرح عضویت جوایز استفاده می‌کنند	میانگین تعداد عضویت (برای هر شرکت‌کننده)	درصد افراد متعلق به این طرح
فست‌فود	۴۸٪	۱.۴	۹۰٪
خواروبار	۷۵٪	۲	۹۱٪
خرده‌فروشی ویژه	۷۵٪	۲.۱	۸۹٪
داروخانه	۸۸٪	۱.۲	۹۱٪
فروشگاه بزرگ	۸۳٪	۱.۶	۹۱٪
گاز/سوخت	۷۵٪	۱.۳	۹۳٪
فست‌فود فصلی	۴۸٪	۱.۶	۸۸٪
کافی‌شاپ	۸۳٪	۱.۳	۹۵٪
فروشگاه‌های تخفیف‌دار	۷۲٪	۱.۳	۹۳٪

نتیجه ۲: «بهبود امکانات یا خرید و فروش آزاد» بر طرفدارترین جایزه برای اعضای فست‌فود

در کل، جوایزی که اعضای فست‌فود دریافت می‌کنند همیشه با الویت‌های آن‌ها هماهنگ نیست. «بهبود امکانات یا خرید و فروش آزاد» جایزه سطح بالا و قابل توجهی بوده که از سوی ۶۷ درصد اعضا دریافت می‌شود. دومین جایزه دارای الویت «جوایز بی‌واسطه تخفیف‌های موجود در مکان فروشگاه» است که فقط از سوی ۱۱ درصد اعضا دریافت می‌شود در حالی که ۴۸ درصد اعضا عنوان کرده‌اند «کوین‌های تخفیف اقلام خاص» دریافت می‌کنند که از لحاظ الویت در مکان چهارم قرار دارد.

طرح جوایز فست‌فود (N=۴۶)	
جوایز به ترتیب الویت	درصد دریافت جوایز
(۱) بهبود امکانات یا خرید و فروش آزاد	۶۷٪
(۲) جوایز بی‌واسطه تخفیف‌های موجود در مکان فروشگاه	۱۱٪
(۳) کوین‌های تخفیف در کل خرید	۲۲٪
(۴) پاداش نقدی	۷٪
(۴) تنزیل قیمت	۱۵٪
(۴) امتیازات ویژه اعضا خاص	۱۵٪
(۴) کوین‌های تخفیف اقلام خاص	۴۸٪
(۸) فراهم کردن شرایطی برای تعویض یا بهبود خدمات	۱۷٪
(۹) آرایه تخفیف در پمپ‌های گاز	۲٪
(۹) کارت‌های پیش‌پرداخت/ کارت هدیه	۱۱٪
(۱۰) افزودن پول به کارت هدیه/ پیش‌پرداخت	۲٪

نتیجه ۳: گزینش رستوران فست‌فود تحت تاثیر عضویت در طرح جوایز نیست

فقط ۴ درصد اعضای فست‌فود اظهار داشتند که عضویت آن‌ها در طرح جوایز در گزینش یک رستوران فست‌فود بسیار موثر بوده است. ۴۴ درصد عنوان کردند که عضویت تا حدودی تاثیرگذار است. این مقدار در مقایسه با سایر گروه‌های خرده‌فروشی پایین است (به استثنای فست‌فود فصلی). برای مثال، ۲۴ درصد اعضای جوایز کافی‌شاپ اظهار داشتند که گزینش کافی‌شاپ از سوی آن‌ها بسیار تحت تاثیر عضویت آن‌ها بوده است.



جامعه هدف

شرکت First Data رفتار بیش از ۱۰۰۰ مصرف‌کننده آمریکایی را در جولای ۲۰۰۸ مورد مطالعه قرار داده است. در این مطالعه بر طرح‌های جوایز موسسات مالی، بخش‌های مسافرتی و بخش خرده‌فروشی تمرکز و نگرش‌های مشتری در خصوص جوایز مربوط به بخش‌های خرده‌فروشی مورد توجه قرار گرفته است. نمونه نظرسنجی مربوط به بخش خرده‌فروشی بالغ بر ۵۰۰ نفر بوده است.



www.kiccc.com



www.kiccc.com

چگونه مدیر خود را اداره کنید

بخش نهم

ابتکار را به دست گیرید

نشان دادن قدرت ابتکاران بدون آن که نقش و جایگاه مدیرتان را تصاحب کنید، اقدام متعادل کننده دشواری است. از واکنش های احتمالی مدیرتان به تصمیماتی که می گیرید یا پیشنهادهایی که می دهید آگاه باشید و به کمک های او ارج بگذارید، به نحوی که وی به چشم یک حامی و نه رقیب به شما بنگرد.

به مدیرتان متکی باشید و از او حمایت کنید

همیشه برای مدیرتان ارزش و اعتبار قایل باشید، درست همان گونه که انتظار دارید او به کار و تلاش شما ارج بگذارد. در جلسات، اندیشه های نو و خلاقیت خود را نشان دهید و همزمان با تکیه بر آن چه مدیرتان گفته و پیوند دادن دیدگاه خودتان با سهمی که او در طی مذاکرات داشته است، از وی حمایت کنید. هرگز در جلساتی که دیگران نیز حضور دارند با دیدگاه شناخته شده مدیرتان، حتی اگر حضور نداشته باشد، مخالفت نکنید، ممکن است مدیرتان بعدها از این موضوع اطلاع یابد و آزادی عملتان را محدود سازد.

زیرک و با تدبیر باشید

هنگامی که در سازمان مورد توجه قرار می گیرید و دیگران پیشرفت ها و توفیقات شما را تحسین می کنند، رویکرد مدیرانه حکم می کند که کمک های مدیرتان را به یاد داشته باشید و به آنها ارج بگذارید. قدردانی خود را از حمایت های مدیرتان نشان دهید، بدون آن که از ارزش و اهمیت تلاش های خود بکاهید. پرسیدن و کمک خواستن از او را ادامه دهید، نه این که صرفاً به او بگویید که پس از این چه کاری خواهید کرد. پیروی و اطاعت منطقی از وی و در عین حال داشتن موضعی مستدل و استوار، حامل این پیام برای مدیرتان است که شما حد و مرزهای وفاداریتان را به خوبی می شناسید.

درباره کار جدید کاملاً توجیه شوید

مدیرتان ممکن است از این که کارتان را متکی بر خود و با ابتکار انجام می دهید خوشحال باشد. این نگرش مدیر، تا زمانی که وقت خود را روی کارهای درست صرف می کنید ادامه خواهد داشت. هرگاه مدیرتان شما را به کار جدیدی توجیه می کند، به معیارهای مورد نظر او برای عملکرد مطلوب پی ببرید. بعضی از مدیران، توصیف مختصری از کار یا پروژه جدید می دهند و شما مجبورید برای حصول اطمینان از دریافت کامل کاری که قرار است انجام دهید، سوالات متعددی مطرح کنید. مدیرتان را از روند پیشرفت کارها مطلع کنید و مطمئن شوید که درباره بخش های حیاتی پروژه ها اختلاف نظری با مدیرتان ندارید.

www.kiccc.com

منبع:
ازین کتاب: (www.kiccc.com) چگونه مدیران را اداره کنید: مترجم علی فروزفر، نشر سفلیان

www.kiccc.com



www.kiccc.com

محسوب شد. ۶۷ درصد اعضا اعلام کردند که آن ها این جایزه را دریافت کرده اند.

۳. گزینش رستوران فست فود تحت تاثیر عضویت طرح نیست

۴. جوان تر بودن اعضای جوایز فست فود در مقایسه با سایر طرح های خرده فروشی

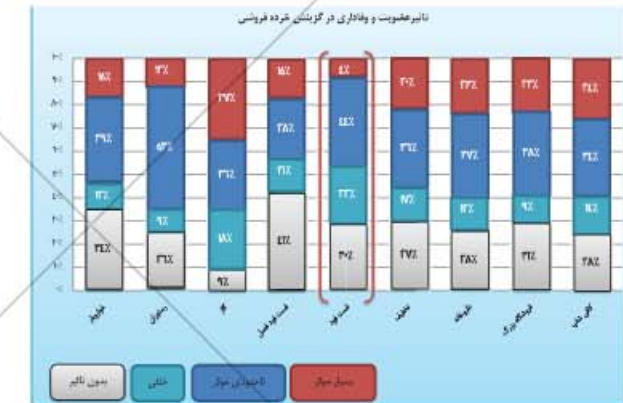
۲۲ درصد اعضای جوایز فست فود، در مقایسه با ۱۰ درصد اعضای کل طرح های خرده فروشی، افراد زیر ۲۵ سال هستند.

۵. نیمی از طرح های جوایز فست فود هنوز از کارتهای پانچ استفاده می کنند

۵۰ درصد مصرف کنندگانی که عضو طرح های جوایز فست فود هستند بیان کردند که در این طرح از کارتهای پانچ برای شناسایی اعضا استفاده می شود.

منبع:

■ "Fast Food (QSR) Rewards Programs Consumer Insights", Sharon Brant, First Data Corporation, 2008.

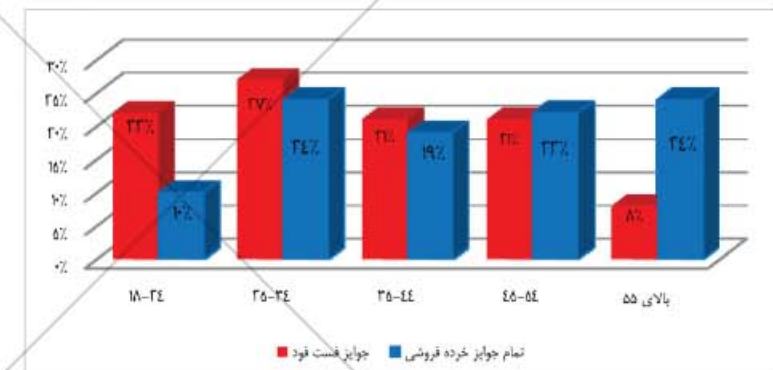


نتیجه ۴: اعضای جوایز فست فود جوان تر از اعضای سایر طرح های خرده فروشی

۲۲ درصد اعضای جوایز فست فود زیر ۲۵ سال هستند (در مقایسه با ۱۰ درصد تمام طرح های خرده فروشی). تنها ۸ درصد از اعضای جوایز فست فود بیش از ۵۵ سال سن دارند (در مقایسه با ۲۴ درصد تمام طرح های جوایز خرده فروشی). ۳۷ درصد اعضای جوایز فست فود در مقایسه با ۲۳ درصد اعضای سایر طرح های خرده فروشی، خانوارهای با تعداد ۴ نفر یا بیشتر هستند.

نتیجه ۵: نیمی از طرح های جوایز فست فود هنوز از کارتهای پانچ استفاده می کنند

۵۰ درصد مصرف کنندگان که عضو طرح های جوایز فست فود هستند اعلام کردند که این طرح از کارتهای پانچ برای شناسایی آن ها به عنوان یک عضو استفاده می کند. فقط ۳۵ درصد طرح های فست فود از نوار مغناطیسی یا تکنولوژی بارکد برای شناسایی اعضای خود استفاده می کنند.



خلاصه نتایج:

۱. سطح پایین عضویت مصرف کنندگان در طرح های جوایز فست فود
تنها ۶ درصد مصرف کنندگان به طرح های پاداش رستوران های فست فود خود تعلق خاطر دارند.

۲. «بهبود امکانات یا خرید و فروش آزاد» پرتعدادترین جایزه برای اعضای فست فود

این پاداش از سویی اعضای طرح های جایزه فست فود به عنوان پرتعدادترین جایزه



مصاحبه با دو تن از کارکنان ساعی ایران کیش

بنابر رسم معمول مجله «یاراران»، گفت و گویی کوتاه با دو تن از کارکنان ساعی خانواده ایران کیش انجام داده ایم. «سحر فرشباف» کارشناس ثبت PM استان آذربایجان شرقی که بعد از کار حسابداری در شرکت شیرین تک و «فضه قاسمی» کارمند دفتری استان آذربایجان شرقی که بعد از کار در قسمت کنترل کیفی شرکت یکتا پخش به ایران کیش آمده اند، همکاران ساعی این شماره هستند.

سحر فرشباف

متولد: ۱۳۶۸ / تبریز

تحصیلات: دانشجوی کارشناسی حسابداری
کارمند واحد پشتیبانی استان آذربایجان شرقی



فضه قاسمی

متولد: ۱۳۶۵ / تبریز

تحصیلات: فوق دیپلم نرم افزار
کارمند واحد پشتیبانی استان آذربایجان شرقی



رمز موفقیت

www.kiccc.com

فرشباف ◀ اول از همه تشویق های بیکران پدر و مادرم، در مرحله بعد رفتن به کلاس های متعدد و کشف و باور استعداد های خودم

قاسمی ◀ احساس مسئولیت و تعهد کاری

پشتیبانی و وفاداری مشتری

فرشباف ◀ این پشتیبان ها هستند که با وفادار کردن مشتریان به شرکت می توانند شرکت را سر بلند کنند.

قاسمی ◀ یک پشتیبان با صداقت و ارتباط دوستانه و ارایه خدمات به موقع می تواند حس وفاداری پذیرنده نسبت به مجموعه را تقویت کند.

خاطره یادماندنی

فرشباف ◀ تمام لحظه هایی که در دفتر هستم بر ایم خاطره است.

قاسمی ◀ در دوره آموزشی به همراه همکارم تمامی مسیرهای شرکت را با آژانس می رفتیم به خیال اینکه شرکت هزینه را پرداخت خواهد کرد و تمام هزینه ها رو همکارم می داد. روز تسویه فقط و فقط بیست هزار تومان پرداخت کردند.

هماهنگی و کار تیمی

www.kiccc.com

فرشباف ◀ در تمام روز هایی که در دفتر هستم به همکارانم کمک می کنم.

قاسمی ◀ هماهنگی و کار تیمی بسیار خوب است و در دفتر ما انجام می شود.

روایه های دست یافتنی

فرشباف ◀ بعد از این که فارغ التحصیل شدم تصمیم دارم با تمام وجود برای رسیدن به آرزویم، که کار کردن در بانک است، بپرسم.

قاسمی ◀ تصمیم دارم درسم را ادامه دهم.

آخرین کتابی که خوانده اید

فرشباف ◀ آخرین کتابی که خواندم کتاب های دانشگاهی ام بود و خواندن کتاب رمز های موفقیت و کتاب های علمی (تغذیه و سلامت) را به خوانندگان پیشنهاد می کنم.

قاسمی ◀ چگونه خود را تغییر دهیم

حرف آخر

فرشباف ◀ تنها بودن قدرت می خواهد و این قدرت را کسی به من داد، که روزی می گفت تنه ایت نمی گذارم.

قاسمی ◀ هرگز امید را از کسی سلب نکنید، شاید تنها چیزی است که دارد.

گلستان

پادشاهی را شنیدم به کشتن اسیری اشارت کرد، بیچاره در آن حالت نومیدی ملک را دشنام دادن گرفت و سقط گفتن که آورده اند هر که دست از جان بشوید هر چه در دل دارد بگوید.

وقت ضرورت چو نمائد گریز دست بگیرد سر شمشیر تیز
ملک پرسید چه می گوید. یکی از وزرای نیک محضر گفت: «ای خداوند همی گوید: والکاملین الغیظ والعافین عن الناس.» ملک را رحمت آمد و از سر خون او درگذشت. وزیر دیگر که ضد او بود گفت: «اینای جنس ما را نشاید در محضر پادشاهان جز به راستی سخن گفتن. این ملک را دشنام داد و ناسزا گفت.» ملک را از این سخن خشم آمد و گفت: «آن دروغ وی پسندیده تر آمد مرا زین راست که تو گفتی که روی آن در مصلحتی بود و بنای این در خبیثی و خردمندان گفته اند: دروغی مصلحت آمیز به که راستی فتنه انگیز»

www.kiccc.com

جوانی خردمند از فنون فضایل حظی وافر داشت و طبعی نافر چندان که در محافل دانشمندان تشستی زبان سخن ببستی. باری پدرش گفت: «ای پسر تو نیز آن چه دانی بگویی.» گفت: «ترسم که بپرسم از آن چه ندانم و شرمساری برم.»

نشیدی که صوفی می کوفت
زیر نعلین خویش میخی چند؟
آستینش گرفت سرهنگی
که بپا نعل بر ستورم بند

www.kiccc.com

پادشاهی را مهمی پیش آمد گفت: «اگر این حالت به مراد من برآید چندین درم دهم زاهدان را.» چون حاجتش برآمد و تشویش خاطرش برفت وفای نذرش به وجود شرط لازم آمد. یکی را از بندگان خاص کیسه درهم داد تا صرف کند بر زاهدان. گویند غلامی عاقل هشیار بود همه روز بگردید و شبانگاه باز آمد و درمها بوسه داد و پیش ملک بنهاد و گفت: «زاهدان را چندان که گردیدم، نیافتم.» ملک گفت: «این چه حکایت است؟ آن چه من دائم در این ملک چهارصد زاهد است.» گفت: «ای خداوند جهان آن که زاهد است نمی ستاند و آن که می ستاند زاهد نیست.» ملک بخندید و ندیمان را گفت: «چندان که مرا در حق خدایرستان ارادت است و اقرار این شوخ دیده را عداوت است و انکار و حق به جانب اوست.»

زاهد که درم گرفت و دینار زاهدتر از او یکی به دست آر

www.kiccc.com

www.kiccc.com

دفتر ایلام، شرکت کارت اعتباری ایران کیش

www.kiccc.com

www.kiccc.com



پل تاریخی گومیشان

www.kiccc.com

www.kiccc.com

ایلام، چهارراه سعدی، خیابان سعدی شمالی، تقاطع پاسداران، مجتمع اسرار، طبقه ۲، واحد ۳

تلفن: ۰۸۴۱-۳۳۳۵۴۵۰

فکس: ۰۸۴۱-۳۳۶۸۶۷۰

www.kiccc.com

..... تولد

جناب آقای مهدی دارابی، جناب آقای مصطفی امیری فخر، جناب آقای مهدی سیرکی، جناب آقای محمدعلی فردوس، جناب آقای مهدی سهرابی اطاقوری

با تقدیم صمیمانه ترین شادباش ها به یمن تولد فرشته کوچکتان، آرزو مندیم لحظات زندگیتان سرشار از شادی های پرهوام باد.



شرکت کارت اعتباری ایران کیش
(سهام عام)

..... تسلیت

سرکار خانم الهام مرادی
سرکار خانم پریسا کمالی

www.kiccc.com

مصیبت وارده را به شما و خانواده محترم تسلیت گفته و از خداوند برایتان شکیبایی و برای آن عزیز آرامش و اجرش طلب می کنیم.

خانواده ایران کیش

..... انتصاب

جناب آقای منصور بیکری (مدیر تضمین کیفیت)

انتصاب شما در پست مربوطه را تبریک گفته و برایتان موفقیت روزافزون خواستاریم.

www.kiccc.com

www.kiccc.com

www.kiccc.com



با خیالی آسوده...
www.kiccc.com

www.kiccc.com

www.kiccc.com

www.kiccc.com

شرکت کارت اعتباری ایران کیم
(تجارت عام)