

مدیریت ذهنیت مشتری، ساختن تصویری بهتر از واقعیت

مدیریت ذهنیت
ساختن تصویری بهتر

مدیریت ذهنیت مشتری،
ساختن تصویری بهتر از واقعیت





شرکت کارت اعتباری ایران کیش
(سهامی عام)

به نام خدا

سال چهارم – شماره چهل و هفت، بهمن ماه ۱۳۹۲

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: محسن قادری

تلفکس: ۰۲۱-۸۵۹۴۴۵۳۰

پست الکترونیک:

yareyan@kiccc.com - yareyan@kiccc@gmail.com

نشانی اینترنتی: www.IranKish-co.ir

نشانی: میدان آرژانتین، خیابان احمدقصر، خیابان ۸، شماره ۲۸

مسئول تحریریه: مریم سبزلعلی

هیأت تحریریه: ندا بیات، مریم باغشاهی، محمدرضا حامدی‌نژاد

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

امور اداری و دفتری: 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, Yareyan, 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, Yareyan,



فهرست مطالب

۲ اخبار جهان



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

۴ پایانه فروش؛ ابزاری برای توسعه صنایع



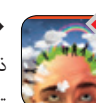
اولین سیستم‌های POS در دهه ۱۹۷۰ توسط شرکت IBM به بازار معرفی شد و از بین اولین شرکت‌هایی که به این تکنولوژی روی آوردند می‌توان از فروشگاه‌های زنجیره‌ای Pathmark در نیویورک و نیوجرسی و Dillards در کالیفرنیا نام برد...

۸ در جشنواره ایران کیش، ما به همه ذی‌نفعان خود اندیشیده‌ایم...



پس از برگزاری ۵ طرح تشویقی موفق، شرکت ایران کیش مفتخر به برگزاری طرح‌ها و جشنواره‌های جدید خود شد تا بار دیگر همه اعضای خانواده را در سود خود شریک کند.

۱۰ مدیریت ذهنیت مشتری؛ ساختن تصویری بهتر از واقعیت



ذهنیت مشتری شامل مجموعه‌ای از تصورات، شناخت و قضاوتی است که وی با توجه به تجربیات و تعاملات خود با یک شرکت، بدست آورده و در ذهن پرورش داده است بنابراین بخش اصلی و ضروری «مدیریت ارتباط با مشتری» (CRM) است.

۱۲ قطار تحولات «ایران کیش» روی ریل افتاد



«محسن قادری» مدیرعامل شرکت کارت اعتباری ایران کیش، پس از مدت‌ها انتظار برای بهینه‌سازی زیرساخت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری این شرکت، از راه‌اندازی و بهره‌برداری چهار نرم‌افزار ویژه خبر داد.

۱۳ اپلیکیشن‌های کاربردی اندروید



تاثیر سیستم‌عامل اندروید در زندگی روزمره در حال افزایش بوده و استفاده از این سیستم‌عامل می‌تواند در مدیریت و برنامه‌ریزی صحیح شغلی تاثیر مثبتی داشته باشد. رییس دفتر استان فارس نسیم اسکندری، در چند شماره از ماهنامه هر ماه یک اپلیکیشن اندرویدی با کاربری مناسب جهت استفاده همکاران ایران کیش معرفی خواهد کرد.

۱۴ چه عواملی افراد را از خرید یا بکارگیری فناوری‌های جدید باز می‌دارد



بر اساس معدود مطالعاتی که در زمینه شناسایی عوامل تسهیل‌کننده یا بازدارنده استقبال از فناوری‌های جدید یا نوآوری (به ویژه در زمینه ابزار الکترونیک) انجام شده، «مقاومت مشتری» یکی از مهمترین عوامل قابل توجه است که خود منشا آزمون نظریه‌های مختلف و انجام تحقیقات متعدد بوده است.

۱۶ دانستنی‌های صنعت پرداخت



اگر به دنبال منبعی برای افزایش اطلاعات و معرفی اصطلاحات پرکاربرد صنعت پرداخت الکترونیک هستید، مطالعه این صفحه و دنبال کردن آن را به شما پیشنهاد می‌کنیم.

و مطالب دیگری از قبیل «اندیشه»، «اخبار مشتریان»، «کاریکاتور» و...



شرکت کارت اعتباری ایران کیش
(سهامی عام)

بند منشور رفتاری شرکت

برای برخورد و حل مسئله در ابتدا به دنبال پاسخ «چرا» و پس از آن به دنبال پاسخ «چگونه» خواهیم بود.

KiCCC

تایید هویت صوتی برای پذیرش کارت‌های اعتباری



طرح تایید هویت صوتی برای log in شدن به حساب‌های کارت اعتباری روی موبایل در یک بانک آمریکایی به صورت پایلوت اجرا شد. کارکنان شرکت کننده

در این طرح پایلوت با استفاده از یک رمز صوتی همچون «صدای من پسورد من است» به حساب‌های خود دسترسی یافته و قادرند موجودی حساب خود را چک کرده و تراکنش‌ها را جستجو کنند و همچنین پرداخت انجام دهند. سخنگوی این بانک گفت: «تنها کارکنان این بانک که دارای کارت‌های ویژه سفر ویزا هستند در حال حاضر امکان استفاده از این پسورد صوتی را دارند.» این تکنولوژی همچنین برای مراکز تماس، سیستم‌های IVR و اپلیکیشن‌های موبایلی یا وب‌محور نیز قابل استفاده است. مشتریان به تدریج به استفاده از این پسورد صوتی برای تعامل با گوشی‌های هوشمند خود عادت کرده‌اند و از وارد کردن پسورد با کیبورد فاصله گرفته‌اند. توسعه عبارات پسورد صوتی قدم بعدی این بانک عنوان شده است.

www.mobilepaymentstoday.com

مشارکت Adyen و Klarna برای تسهیل پرداخت بلیت هواپیما



«Adyen» و «Klarna» در همکاری مشترکی خدمتی نوین و در خور شایسته برای سولوشن‌های پرداخت، بر پایه صورتحساب برای پذیرندگان خطوط هوایی و مسافرتی ارائه دادند. در این سولوشن جدید، مسافران می‌توانند به‌صورت آنلاین و اقساط هزینه سفر خود را پرداخت کنند. اولین خط هوایی که این آپشن را به مشتریان ارائه داده است هواپیمایی اسکاندیناوی است. مسافران می‌توانند هزینه بلیت خود را تا ۲۴ ماه بعد از خرید به‌صورت اقساط پرداخت کنند.

www.thepaypers.com

افزایش کارت‌های EMV؛ افزایش امکان کلاهبرداری‌های آنلاین



طبق برنامه زمانبندی شده سال ۲۰۱۵ جهت انتقال به‌سوی کارت‌های نقدی و اعتباری با تکنولوژی چیپ و PIN، پیش‌بینی می‌شود در حالیکه میزان کلاهبرداری در خریدهای

آنلاین افزایش یابد، کلاهبرداری در مغازه‌ها کاهش خواهد یافت. کارت‌های EMV که برای سال‌ها در اروپا استفاده شده‌اند نیازمند وارد کردن PIN برای تکمیل تراکنش هستند اما کارت‌هایی که امروزه مورد استفاده قرار می‌گیرند دارای یک نوار مغنتیک برای ذخیره اطلاعات هستند که بر پایه یک تکنولوژی قدیمی است که هکرها به راحتی با ساخت کارت‌های جعلی در آن نفوذ می‌کنند. با حرکت به سمت EMV پیش‌بینی می‌شود کلاهبرداری در داخل مغازه با کارت‌های جعلی کاهش یابد. برعکس برای خرده‌فروشان آنلاین پیش‌بینی می‌شود با توجه به اینکه هیچ پیشرفت قابل ملاحظه‌ای از نظر امنیتی صورت نگرفته است، این رقم افزایش یابد. به جای استفاده از شماره کارت‌های اعتباری سرقت شده در مغازه‌ها، مجرمان چنین فعالیت‌های آنلاینی را تشدید خواهند کرد زیرا وب‌سایت‌ها نیازمند PIN قبل از تکمیل تراکنش هستند و هکرها می‌توانند به راحتی اطلاعات همراه شماره کارت را از سیستم آن‌ها سرقت کنند.

www.thepaypers.com

پارلمان اروپا با تمدید مهلت انتقال به SEPA موافقت کرد



با موافقت پارلمان اروپا مدت زمان انتقال به وضعیت سازگار با SEPA به مدت شش ماه تا آگوست ۲۰۱۴ تمدید شد.

در نتیجه، تمامی کسب و کارها در دوره تمدید شده شش ماهه فرصت دارند تا قبل از بلاک شدن، برای آنکه بتوانند تراکنش‌های اعتباری و نقدی SEPA را پذیرش کنند سیستم خود را با قوانین SEPA سازگار کنند.

این تصمیم بعد از اینکه تعداد زیادی از شرکت‌ها نتوانستند تا یکم فوریه به طور کامل به سیستم جدید سوییچ کنند، اتخاذ شد.

www.thepaypers.com

مراکز مبارزه با جرایم سایبری نسبت به رشد نرم‌افزارهای مخرب هشدار دادند

یک مرکز مبارزه با جرایم سایبری به کاربران اینترنتی نسبت به رشد نرم‌افزار مخربی به نام «گروگان‌گیر» در اروپا هشدار داد. این نرم‌افزار مخرب نوعی کلاهبرداری آنلاین است که مجرمان به‌واسطه آن، سیستم کاربران را از کار انداخته و هشدارهایی را روی سیستم آن‌ها فعال می‌کنند که به نظر می‌آید از طرف یک مرجع قانونی صادر شده است. قابل ذکر است تمام کاربران در معرض این ریسک قرار دارند؛ نه تنها کاربران سرویس‌های حساس بلکه کاربران خدمات عمومی و تجاری.

www.thepaypers.com

پیش‌بینی ۱۸ میلیارد دلاری برای تجارت الکترونیک در هند



تجارت الکترونیک در هندوستان با رشد ۳۰ درصدی از سال ۲۰۰۹ همراه بوده و پیش‌بینی شده است این رقم به ۱۸ میلیارد دلار آمریکا تا پایان سال ۲۰۱۵ برسد.

تجارت الکترونیک در هندوستان هنوز دوران طفولیت خود را سپری می‌کند. تجارت

الکترونیک تنها ۶ دهم درصد از سهم GDP هندوستان را به خود اختصاص داده است که این رقم برای سایر کشورها با تنها ۱۲ درصد جمعیت آنلاین برابر ۱ تا ۳ درصد است.

همین منبع اظهار می‌کند که این رشد از شرکت‌هایی که بر اطلاعات عموم مردم تکیه دارند، ناشی می‌شود. در محاسبه این نرخ تنها به نام دو کمپانی بزرگ اینترنتی اشاره شده است، یکی با نام «Infoedge» که بزرگترین پورتال شغلی هند و دیگری «justdial» که بزرگترین وب‌سایت جستجوی محلی هند است.

www.thepaypers.com

مشتریان مالزیایی پول نقد را به کارت ترجیح می‌دهند



مردم کشور مالزی از جمله بی‌اعتمادترین مردم جهان نسبت به پرداخت آنلاین محسوب می‌شوند.

نتایج یک نظرسنجی حاکی است از هر ۱۰ نفر شش نفر پرداخت نقدی را ترجیح می‌دهند. در واقع ۶۰ درصد آن‌ها

پرداخت کاغذی را به پرداخت پلاستیکی و با کارت ترجیح داده‌اند. همچنین تحقیقات نشان می‌دهد بیش از پنجاه درصد مالزیایی‌ها در مورد خرید آنلاین و استفاده از اطلاعات کارت پرداخت روی گوشی‌های هوشمند و تبلت تردید دارند، هرچند اطلاعات فردی آن‌ها محافظت شود. جالب است بدانید مردم کشورهای

سنگاپور، اندونزی و ویتنام نیز نظری مشابه داشته‌اند.

لازم به ذکر است، ۴۲ درصد مردم مالزی تنها یک کارت دارند، ۴۰ درصد دو کارت و تنها ۱۱ درصد سه کارت دارند.

www.thepaypers.com

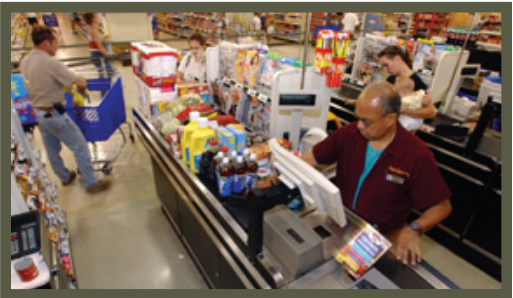
بانک استاندارد، پورتال بیت‌کوین را تست می‌کند



موسسه مالی آفریقای جنوبی با نام «استاندارد بانک» حساب جاری متصل به کیف پول بیت‌کوینی که توسط یک کمپانی آفریقای جنوبی فعال شده است، را به‌صورت آزمایشی بررسی می‌کند. این سولوشن به کاربران امکان خرید، فروش و ذخیره بیت‌کوین توسط پورتال آنلاین بانکداری بانک استاندارد را می‌دهد. اعتبارنامه بانکداری آنلاین در این روش برای شناسایی هویت دارندگان کیف پول بیت‌کوینی استفاده می‌شود. این اولین بار است که یک بانک اصلی، سیستم یکپارچه بیت‌کوینی را تست می‌کند. تمام آنچه لازم است، تایید ناظر است که شرکت‌ها امیدوارند به زودی آن را دریافت کنند.

www.thepaypers.com

خرید حضوری بر خرید آنلاین چیره خواهد شد



سیما نادر، سرپرست پژوهشی بخش خدمات تجاری و خرده‌فروشی آی‌بی‌ام می‌گوید: «برخی از رویکردهای فناوری دوباره ما را به گذشته پیوند خواهند زد تا باز به دوران شرکت‌ها و فروشگاه‌های خشتی و آجری (فیزیکی) بازگردیم؛ البته این‌بار یک چیز متفاوت خواهد بود؛ در آینده خرده‌فروشی‌ها، فرآیند و تجربه خرید را برای مشتریان‌شان به‌طرز فزاینده‌ای اختصاصی‌تر و مقبول‌تر خواهند کرد و برای این منظور سرانجام احساس خوشایند خرید فیزیکی را با غنای خریدهای آنلاین درهم می‌آمیزند تا مردم هم از لذت خرید حضوری برخوردار شوند و هم از تحویل سریع کالا در همان روز خرید.»

www.way2pay.ir



پایانه فروش؛ ابزاری برای توسعه صنایع

اولین سیستم‌های POS در دهه ۱۹۷۰ توسط شرکت IBM به بازار معرفی شد و از بین اولین شرکت‌هایی که به این تکنولوژی روی آوردند می‌توان از فروشگاه‌های زنجیره‌ای Pathmark در نیویورک و نیوجرسی و Dillards در کالیفرنیا نام برد. در همین زمان بسیاری از فروشگاه‌های کوچک همچنان از صندوق‌های قدیمی یا صندوق‌های جدید الکترونیک استفاده می‌کردند که مثل ماشین تایپ برقی دارای ماشین حساب بودند. در ایران یکی از اولین بانک‌هایی که اقدام به نصب POS در فروشگاه‌ها کرد بانک ملی بود اما این POSها در آن زمان در شعب وصل شدند و با خطوط تلفنی بانک کار می‌کردند. اولین پایانه‌های فروشگاه‌های، پایانه‌های به جا مانده از زمان پذیرش کارت Visa از سوی POSهای بانک ملی بود که پس از تحریم‌های

سال ۷۳-۷۲ به تدریج از فروشگاه‌ها جمع شدند. نصب پایانه‌فروش به تدریج از سال‌های ۸۵ و ۸۴ رونق گرفت و برخی شرکت‌های تازه تاسیس گوی سبقت را از بانک‌های پیشرو در زمینه بانکداری الکترونیک ربودند. با گذشت زمان پایانه‌های فروش تغییرات زیادی کرده‌اند. به جای ایستادن در صف جهت استفاده از پایانه‌ها، پایانه‌ها به هر کجا که مشتریان هستند منتقل می‌شوند و این امر را تکنولوژی بی‌سیم میسر ساخته است. این تکنولوژی باعث جلب رضایت مشتریان، سرعت بخشیدن به فرایند تراکنش و استفاده کمتر از پرسنل جهت کنترل شده است. با پیشرفت تکنولوژی POS باید توجه بیشتری معطوف به انتظارات مشتری و این که مشتری واقعاً چه می‌خواهد، نمود.

■ صنعت تاکسیرانی

تولیدکننده‌های دستگاه‌های POS راهکارهای خاصی را برای استفاده در صنعت



تاکسیرانی توسعه داده‌اند که راحتی و خدمات بیشتر را به رانندگان تاکسی و مشتریان آن‌ها ارائه می‌کند. به طور معمول پایانه فروش اختصاص داده شده به تاکسی از دو بخش مجزا ساخته شده است: بخش راننده که شامل صفحه کلید و صفحه نمایش است و به راننده اجازه می‌دهد اطلاعاتی مانند میزان کرایه، انعام و جزییات کرایه را وارد دستگاه POS کند.

بخش مسافر که شامل یک صفحه نمایش لمسی بزرگ و کارت‌خوان می‌شود. این به مسافر اجازه می‌دهد بدون نیاز به تحویل کارت به راننده پرداخت را انجام دهد و در صورت تمایل مبلغ آن‌را به منظور پرداخت انعام افزایش دهد. همچنین صفحه رنگی بزرگ امکان نمایش محتوای تبلیغاتی یا اطلاعات مرتبط با مسیر و زمان سواری را با کیفیت بالا فراهم می‌کند.

پایانه‌های مورد استفاده در تاکسی‌ها، خدمات جانبی جالبی مثل دسترسی به اینترنت از طریق پایانه‌فروش به‌منظور کسب اطلاعات در مورد مسیر سفر، دسترسی به ویدئو کانال‌های درخواستی یا تبلیغاتی و اطلاعات ضروری دیگر را هم برای مسافر و هم برای راننده فراهم می‌آورد که راهی عالی برای راضی نگه‌داشتن و سرگرم کردن مسافران در طول مسیر رانندگی است.

علاوه بر این مسافران اغلب اطلاعاتی درباره موقعیت خود در حین مسافرت با تاکسی خصوصاً در مکان‌های جدید ندارند. استفاده از سیستم GPS دستگاه POS برای نشان دادن مسیر حرکت تاکسی، مقصد و موقعیت فعلی راهی است که به مسافر احساس امنیت و آرامش می‌دهد. امنیت همچنین از نگرانی‌های رانندگان تاکسی است. دریافت کرایه‌ها با استفاده از پایانه فروش و حمل مقدار کمتری پول نقد می‌تواند وسوسه سرقت از تاکسی‌ها را کاهش دهد. گذشته از این تمام خدمات پایانه فروش که در بخش‌های پیشین به آن‌ها اشاره شد، مانند شارژ تلفن همراه، پرداخت قبض یا خرید بلیت، در تاکسی‌ها نیز قابل ارائه هستند.

■ صنعت بهداشت و درمان

بسیاری از سیستم‌های بهداشت و درمان در سراسر دنیا از سیستم پرداخت الکترونیک برای ارائه خدمات بیشتر به بیماران استفاده می‌کنند. در بسیاری از موارد پایانه‌های فروش ترکیبی از سرویس‌های خدمات بهداشت و درمان را با سرویس‌های پرداخت کارتی ارائه می‌دهند.

در تعداد فزاینده‌ای از برنامه‌های بهداشت و درمان، کارت بیمار حاوی اطلاعات پزشکی مربوط به وی است. از این طریق بیمار اطلاعات پزشکی خود را کنترل می‌کند و به داده‌های مربوط به آن دسترسی دارد.

همچنین از این طریق، نسخه توسط متخصص بهداشت و درمان بر روی کارت ثبت شده و پس از ارائه کارت به داروخانه، بیمار می‌تواند داروهای خود را تهیه کند. برای ارائه چنین سرویسی، یک پایانه فروش باید قابلیت‌های ارتباطی مخصوصاً ارتباط با سرعت بالا جهت ارسال و دریافت تصاویر پزشکی به سرور بانک اطلاعات بیماران را داشته باشد. کارت‌های بهداشتی همچنین اطلاعات هویتی بیمار را ذخیره و پرداخت مستقیم خدمات پزشکی توسط شرکت بیمه خصوصی یا دولتی را برای پزشک متخصص یا بیمارستان فراهم می‌کنند. کارت‌خوان‌های سه شکافه به‌گونه‌ای طراحی شده‌اند که توانایی خوانش همزمان و تبادل اطلاعات بین کارت پزشکی بیمار، کارت پرداخت وی و کارت متخصص بهداشت را دارند. در این حالت و به لطف استفاده از دستگاه‌های POS خاص، تراکنش بین پذیرنده (پزشک یا بیمارستان)، بیمار و شرکت بیمه در زمان تراکنش تقسیم می‌شود.

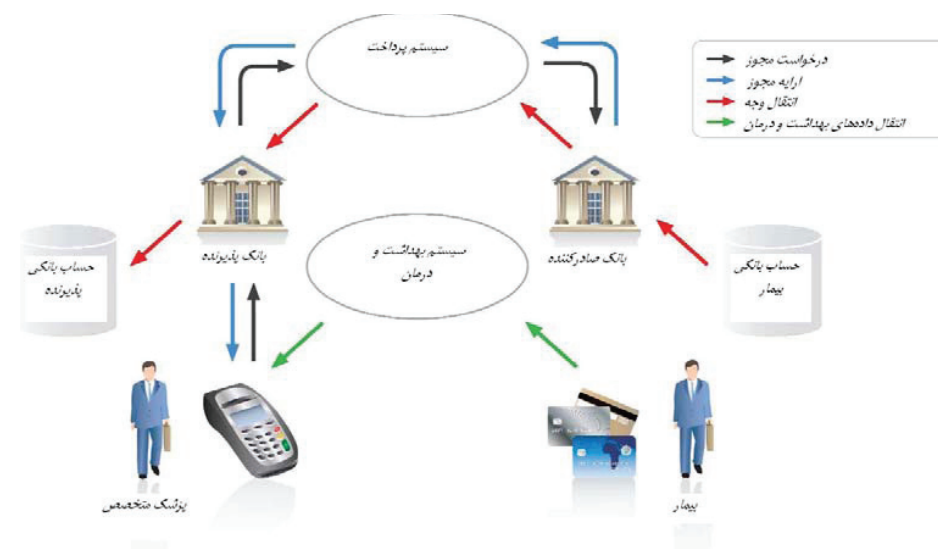
بیماران کارت‌های بهداشت و درمان را به‌عنوان وسیله‌ای مطمئن برای پرداخت هزینه‌های درمانی شناخته‌اند اما آن‌ها همچنین انتظار دارند که این سیستم بیشتر اتوماتیک و کمتر وابسته به بوروکراسی باشد. به همین دلیل، تقاضای ثبت نسخه بر روی کارت در کشورهای توسعه‌یافته رو به افزایش است و این به معنی نیاز متخصصان



بهداشت و داروخانه‌ها به مجهز شدن به دستگاه POS است.

محاسبه جزییات تراکنش‌ها در زمان انجام آن، بهترین اطمینان برای یک بیمار است. شرایط و جزییات محاسبات بیمه بهداشت و درمان معمولاً بسیار پیچیده است و بیمار تمایل دارد بداند که چه مقدار از هزینه‌های درمانی را شرکت بیمه به‌عهده می‌گیرد و چه مقدار به‌عهده خود بیمار است. دستگاه POS بهترین وسیله برای ثبت و مشاهده کلیه جزییات یک جلسه درمانی است و اتصال آن به سرور شرکت بیمه اجازه خواهد داد که تراکنش‌ها با رعایت تمامی جزییات و به‌صورت آنی انجام گیرد.

در اغلب موارد پزشکان نیاز دارند هویت بیمار را



معرفی بازارهای جدید

برخی خدمات از جمله انتقال وجه، انتقال اعتبار، پرداخت صورت‌حساب، ارائه کارت‌های پیش پرداخت، فروش بلیت و قرعه‌کشی، برنامه‌های وفاداری و... در نگاه پذیرندگان به عنوان راه‌هایی برای تنوع بخشیدن به پیشنهادهایشان و در نتیجه متمایز شدن در بازار و ایجاد جریان‌های جدید درآمد هستند. بنابراین پایانه فروش دیگر تنها یک وسیله برای پذیرش پرداخت‌های کارتی در صنایع فعلی نیست بلکه ابزاری برای گسترش صنایع فعلی و توسعه زمینه‌های تجاری جدید است.



برای اطمینان از داشتن حق بیمه معتبر کنترل کنند. در این گونه موارد استفاده از دستگاه POS بهترین راه برای انجام پروسه تایید هویت است به طور مثال وارد کردن PIN یا در مواردی که به امنیت بیشتری احتیاج باشد، استفاده از کارت‌خوان‌های دارای خوانشگر اثرانگشت مناسب‌ترین راه‌حل برای احراز هویت بیمار است. دستگاه POS این کنترل را به صورت محلی با کارت بیمار یا با ایجاد ارتباط با سرور شرکت بیمه انجام می‌دهد. در شکل زیر شمای کلی چرخه پرداخت و ثبت الکترونیک اطلاعات درمانی بیمار به تصویر کشیده شده است.

■ صنعت هتلداری و صنایع غذایی

صنعت هتلداری و صنایع غذایی سالانه جذب‌کننده میلیاردها عملیات پرداخت در سراسر جهان است اما بخش بزرگی از این پرداخت‌ها به‌خصوص در رستوران‌ها، با استفاده از پول نقد انجام می‌شود. ورود دستگاه POS به این صنعت، علاوه بر مزایای بسیار، پاسخ مناسبی به نیازهای مشتریان و پذیرندگان است.

پرداخت صورت‌حساب سر میز رستوران مخصوصاً هنگامی که احتیاج به وارد کردن PIN است، از جمله خدمات ایده‌آل برای مشتریان است که آنان را از انتظار پای صندوق پرداخت خلاص می‌کند. امکان انجام این پرداخت‌ها اکنون با وجود انواع پایانه‌های بی‌سیم با استفاده از تکنولوژی‌های بلوتوث، WiFi و GPRS فراهم شده است. امروزه مشتریان با ثبت سفارش بر روی پایانه، از سرعت فرایند سفارش و دریافت خدمات بهتر لذت می‌برند. پایانه‌های فروش انعطاف‌پذیری لازم برای توسعه چنین نرم‌افزارهایی را دارند و برای ارتباط با شبکه محلی از WiFi و Bluetooth و برای ارتباط با فواصل طولانی‌تر از GPRS و ۳G استفاده می‌کنند.

■ صنعت عرضه سوخت

صنعت سوخت نیاز ویژه‌ای به پایانه‌های فروش هم در زمینه پذیرش کارت به‌عنوان ابزار پرداخت در شرایط مختلف و هم به‌عنوان ابزاری برای آرایه خدمات ارزش افزوده دارد. در مورد جایگاه پخش سوخت، پایانه فروش بر روی دستگاه جایگاه سوخت یا در کنار آن نصب می‌شود اما نیاز به مطابقت با قوانین مخصوص ایمنی دارد. به‌عنوان مثال، آن‌ها باید در برابر نشت گاز مقاوم باشند و تجهیزات مخصوص برای جلوگیری از خطر آتش‌سوزی باید نصب شود. نصب دستگاه سوخت سلف سرویس مجهز به دستگاه POS بهترین روش برای حصول اطمینان از یک عملیات سریع تحویل و پرداخت سوخت از طرف مالک جایگاه است. تجهیز جایگاه سوخت به پایانه فروش، از طرف دیگر باعث متمایز شدن خدمات آن می‌شود؛ مشتریان علاوه بر پرداخت سوخت، می‌توانند در حین سوخت‌گیری، خرید شارژ تلفن همراه یا هر گونه پرداخت دیگر را از طریق دستگاه POS انجام دهند.

■ صنعت توربسم و گردشگری

استفاده از POS در صنعت گردشگری، به لطف کاربری متنوع و مجموعه اپلیکیشن‌های جدید در حال افزایش است. مهم‌ترین پرداخت در این زمینه، پرداخت بلیت است که این فرایند به چندین حالت انجام می‌گیرد. معمول‌ترین راه این است که مسافر به صورت نقدی یا با کارت در محل آژانس مسافرتی یا فرودگاه بهای بلیت را پرداخت کند. این خرید می‌تواند از طریق موبایل، POS یا اینترنت

انجام شود اما پایانه فروش مناسب‌ترین ابزاری است که می‌توان خدمات مسافرتی را از طریق آن آرایه کرد.

به عنوان مثال این پایانه می‌تواند یک بلیت را بخواند، کارت پرواز را چاپ کند یا تغییراتی را در هنگام Check-in مسافر اعمال کند. در هنگام خرید بلیت، Check-in یا در هر مرحله‌ای از تنظیم برنامه سفر، مسافر می‌تواند خدمات اضافی مانند انتخاب غذا در طول پرواز، انتخاب صندلی یا گزینه‌های مختلف مربوط به بار و چمدان را دریافت کند.

امروزه مسافران انتظار دارند خدمات مسافرتی خود را از کانال‌های مختلف (آژانس مسافرتی، اینترنت، تلفن، ماشین‌های اتوماتیک و...) و با روش‌های متنوع خریداری کنند. یک دستگاه POS سیار می‌تواند بهترین راه‌حل برای پاسخ‌گویی به نیازهای مشتریان و انجام انواع عملیات شامل رزرو بلیت، صدور آن و انجام پرداخت باشد.

دستگاه POS
بهترین وسیله برای ثبت و مشاهده کلیه جزییات یک جلسه درمانی است و اتصال آن به سرور شرکت بیمه اجازه خواهد داد که تراکنش‌ها با رعایت تمامی جزییات و به‌صورت آنی انجام گیرد.

به‌عنوان مثال شرکت حمل‌ونقل ریلی Veolia فرانسه از پایانه‌های فروش متحرک مبتنی بر تکنولوژی PDA^۲ در بخش صدور بلیت خود چه در ایستگاه‌ها و چه در درون قطار استفاده می‌کند. گذشته از این، خرید بدون مالیات کالا و خدمات در درون هواپیما، به کسب درآمد مضاعفی برای شرکت‌های هوایی منجر می‌شود. برای انجام بهینه این امر، شرکت‌ها باید ابزارهای پذیرش پرداخت‌ها با انواع کارت‌ها را در طول سفر فراهم کنند.

■ صنعت خرده‌فروشی

درحالی‌که فعالیت‌های خرده‌فروشان هر روز

متنوع‌تر می‌شود، نیاز ایشان به خدمات پرداخت و ارزش افزوده بر روی POS نیز افزایش می‌یابد. خرده‌فروش‌های بزرگ به پرداخت به عنوان یک نرم‌افزار کاربردی می‌نگرند نه این‌که به دستگاه کارتخوان به عنوان یک سخت‌افزار نگاه کنند. معیارهای آن‌ها برای ارزیابی یک سیستم پرداخت عبارت است از:

⚡ سرعت: در فروشگاه‌های بزرگ، توان عملیاتی تاثیر زیادی بر میزان فروش دارد بنابراین خرده‌فروش‌ها مایلند تراکنش‌هایشان با بالاترین سرعت ممکن انجام شود.

📶 قابلیت اعتماد: دستگاه‌های کارتخوان نقش مهمی در فرایند فروش خرده‌فروشی‌های بزرگ ایفا می‌کنند بنابراین توقف در سیستم پرداخت به ویژه در ساعات و روزهای اوج فروش مثل ساعت صرف ناهار و شام در رستوران‌ها، آخر هفته‌ها و تعطیلات سال نو، به هیچ وجه قابل تحمل نیست.

🔄 نیرومندی: POS در هر فروشگاه به سروری متصل است که به نوبه خود به پردازنده پرداخت متصل است. این زنجیره عملیات باید بتواند حجم بالای تراکنش‌ها را حمایت کند.

👤 وفاداری: برنامه‌های وفاداری و کوپن‌های تشویقی باید با عملیات پرداخت یکپارچه باشد.

👤 مدیریت: فروشگاه‌های بزرگ می‌خواهند که دستگاه کارتخوان به سیستم مدیریت فروشگاه متصل و یکپارچه باشد.

🛒 نرم‌افزارهای ویژه: فروشگاه‌های بزرگ می‌خواهند که برای فعالیت‌های خاص مثلاً حمایت از کمپین بازاریابی، قابلیت توسعه برنامه در هر زمانی را داشته باشند.

موسسات مالی مایلند که شمار مشتریان خود اعم از پذیرندگان و دارندگان کارت را افزایش دهند. وقتی پذیرنده‌های کوچک به دستگاه‌های کارتخوان مجهز شده و بخش بزرگی از درآمد‌هایشان را از طریق پذیرش کارت دریافت کنند، در واقع سود قابل توجه و پایداری را نیز نصیب پردازشگران پرداخت می‌کنند.

از سوی دیگر دولت‌ها در تلاش برای اتوماتیک کردن جمع‌آوری مالیات فروش هستند. برای مثال پایانه فروش می‌تواند مالیات فروش را از کل درآمد جدا کند و به عنوان بخشی از پردازش پرداخت، مستقیماً فرم‌های مالیات فروش را برای خرده‌فروش تکمیل کند. پر کردن فرم‌های مالیات فروش کار پذیرنده را راحت‌تر ساخته و دولت

می‌تواند فرار از پرداخت مالیات را محدود کند.

نتیجه‌گیری

بسیاری از بازارهای اختصاصی هنوز به پایانه‌های پرداخت مجهز نشده‌اند، بنابراین ظرفیت پذیرفتن کارت‌های پرداخت را ندارند. به‌طور مثال در بسیاری از کشورها، تاکسی‌ها کارت را به‌عنوان روشی برای پرداخت قبول نمی‌کنند چون مجهز به پایانه‌های پرداخت نیستند. همچنین، اکثر پذیرنده‌های سیار به پایانه فروش مجهز نیستند که این امر منجر به از دست رفتن بسیاری از فرصت‌های فروش

می‌شود. اگر پذیرنده‌ها متقاعد شوند که مجهز شدن به پایانه‌های فروش برای آنها ارزش بیشتری از طریق آرایه خدمات گسترده‌تر به‌همراه می‌آورد، به‌طور حتم برای در اختیار گرفتن این تکنولوژی تمایل بیشتری از خود نشان خواهند داد.

منبع:
 ■ "bill payment solution", First Data. Informative, web. 1 May 2012.
 ■ "debit solutions", First Data. Informative, web. 1 May 2012.

پاورقی‌ها:
 1. Global Positioning System
 2. Personal Digital Assistant



در جشنواره ایران کیش، مابه‌همه‌ذی‌نفعان خوداندیشیده‌ایم...

جشنواره پیشواز عید نوروز

روزانه به ۳۳ نفر از پذیرندگانی که در روز حداقل ۱۰ تراکنش بالای ۲۰ هزار تومان داشته باشند مبلغ ۱,۰۰۰,۳۳۳ ریال اهدا می‌شود.

طرح ۷ سین ایران کیش

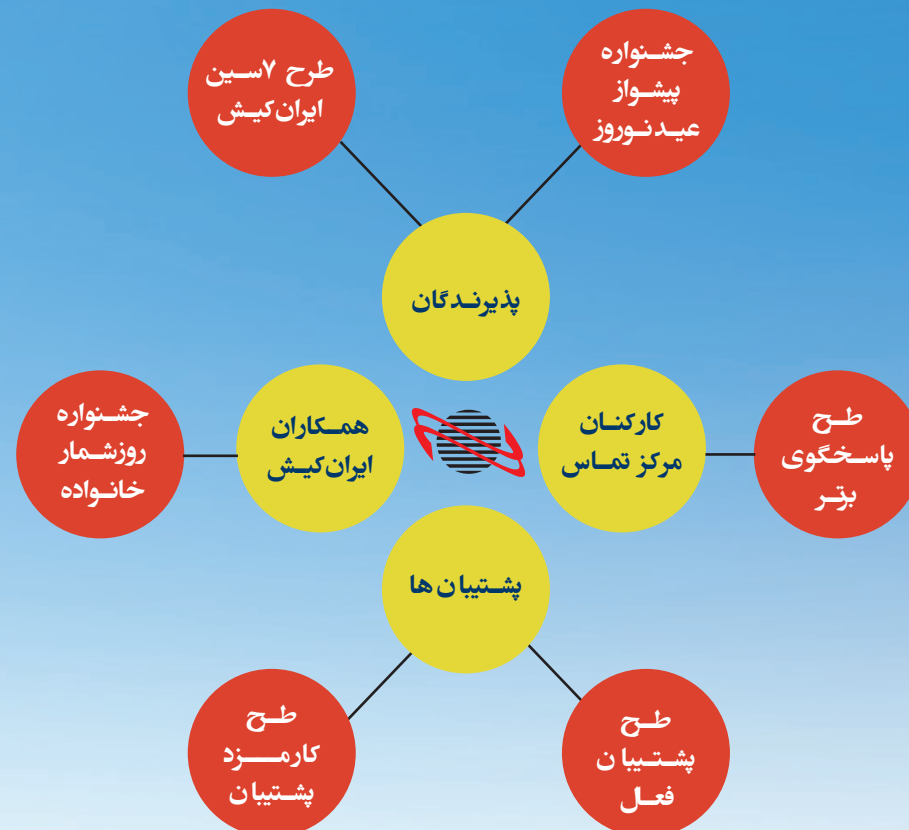
پذیرندگانی که بتوانند با شرایط ذیل حداقل ۲۰۰۰ امتیاز کسب کنند:

۱. هر تراکنش بالای ۲۰ هزار تومان، ۱ امتیاز
۲. هر ۱۰۰,۰۰۰ تومان ۱ امتیاز، به شرط انجام حداقل ۱۰۰ تراکنش بالای ۲۰ هزار تومان در ماه
۳. هر ۸۰ تراکنش بالای ۲۰ هزار تومان در روز ۱۰۰ امتیاز در قرعه‌کشی ۷ سین ایران کیش شرکت داده می‌شوند. جوایز این جشنواره عبارتند از:

- ❖ ۱ دستگاه خودروی سمند
- ❖ ۲ سفر به جزیره کیش به همراه یکی از اعضای خانواده
- ❖ ۳ دستگاه سینمای خانگی
- ❖ ۴ سکه تمام بهار آزادی
- ❖ ۵ سپرده ۵,۰۰۰,۰۰۰ ریالی
- ❖ ۶ عدد ساعت مچی به ارزش ۳,۰۰۰,۰۰۰ ریال
- ❖ ۷ عدد سکه نیم بهار آزادی

طرح پاسخگوی برتر

تا پایان سال، روزانه به یک نفر از پرسنل کالسنتر که به عنوان برترین پاسخگو انتخاب شود مبلغ ۵۰۰,۰۰۰ ریال اهدا می‌شود.



پس از برگزاری ۵ طرح تشویقی موفق، شرکت ایران کیش مفتخر به برگزاری طرح‌ها و جشنواره‌های جدید خود شد تا بار دیگر همه اعضای خانواده خود را در سود خود شریک کند. به خانواده ایران کیش بپیوندید شاید شما نیز یکی از برندگان ما باشید.

جشنواره روزشمار خانواده ایران کیش

هر روز تمامی همکاران ایران کیش که با دستگاه کارتخوان صادرات، تراکنش بالای ده هزار تومان انجام داده باشند، در قرعه‌کشی شرکت داده شده و به قید قرعه به چهار نفر از برندگان ۵۰ هزار تومان اهدا می‌شود.

طرح کارمزد پشتیبان

به ازای هر تراکنش بالای ۲۰ هزار تومان و بیشتر از الگوی زیر، مبلغ ۲۰۰ ریال به حساب پشتیبان و مبلغ ۶۰ ریال به حساب دفتر/پیمانکار واریز می‌شود.

❖ طبق روند سال‌های پیش، درصد رشد بهمن به دی ماه ۲۱ درصد و درصد رشد اسفند به دی‌ماه ۷۰ درصد است بنابراین فقط تراکنش‌هایی که از این حد بالاتر باشند، مشمول دریافت کارمزد خواهد شد.

طرح پشتیبان فعال

در پایان سال، به یکی از ۱۰ پشتیبانی که شرایط ذیل را کسب نماید، به قید قرعه، یک دستگاه خودروی سمند تعلق می‌گیرد:

۱. تعداد تراکنش‌های دستگاه‌های مربوط به ایشان بیشترین افزایش را نسبت به هفته شروع طرح (هفته آخر دی‌ماه) داشته باشد.
۲. درصد پایانه‌های فاقد تراکنش وی بیش از ۱۰ درصد نباشد
۳. حداقل ۸۰ درصد از سایر پشتیبانان آن دفتر نیز جزو ۵۰ درصد پشتیبانان با بیشترین رشد تراکنشی باشند.

در ضمن به دفتر مربوطه نیز مبلغ ۴ میلیون تومان اهدا می‌شود.



ذهنیت مشتری شامل مجموعه‌ای از تصورات، شناخت و قضاوتی است که وی با توجه به تجربیات و تعاملات خود با یک شرکت، بدست آورده و در ذهن پرورش داده است بنابراین بخش اصلی و ضروری «مدیریت ارتباط با مشتری» (CRM) است. این ذهنیت شامل مراحل مختلف مواجهه مشتری با کالا یا خدمات (شناخت، نوآوری، جذابیت، خرید و استفاده) و کیفیت ادامه این ارتباط در مراحل توسعه و پشتیبانی است. بنابراین «مدیریت ذهنیت مشتری» عبارتی است که برای توصیف ارتباط مشتری با یک کسب‌وکار استفاده می‌شود.

مدیریت ذهنیت مشتری

Customer Experience Management

ساختن تصویری بهتر از واقعیت

اهمیت این بخش از آنجاست که هرچه ذهنیت مشتری مثبت‌تر باشد، وفاداری وی بیشتر خواهد بود. در بدو امر شاید ذهنیت مشتری با «مدیریت ارتباط با مشتری» (Customer Relationship Management) یکی پنداشته شود اما کارشناسان و تحلیلگران بیش از پیش به اهمیت مدیریت ذهنیت مشتری پی برده و بر آن تاکید می‌کنند. آنچه در اینجا ذهنیت مشتری عنوان می‌شود، نگرش مشتری نسبت به یک شرکت و تصور ذهنی مثبت یا منفی وی از مجموعه‌ای است که کیفیت کالا و خدمات، خوشنامی، لوگو، اسم، خدمات پشتیبانی و ... را در بر می‌گیرد.

میزان توانایی یک شرکت در شکل دادن به ذهنیت مشتری به‌گونه‌ای که در نظر ایشان کاملاً متمایز و متفاوت با رقبا باشد، می‌تواند در سوق دادن مشتری به خرید بیشتر از آن شرکت و البته افزایش وفاداری وی موثر باشد. به اعتقاد کارشناسان خبره بازاریابی، امروزه «وفاداری» کاملاً تحت تاثیر تعاملات یک شرکت با مشتریان آن بوده و به کیفیت پاسخگویی به خواسته‌ها و نیازهای ایشان بستگی دارد.

با توجه به تولید انبوه محصولات، تفاوت قیمت کالاها عملاً از بین رفته و دیگر نمی‌تواند عاملی

برای تمایز باشد. از سوی دیگر با افزایش تقاضای مصرف‌کننده به ویژه در مورد محصولات ارتباطی (وایرلس، خطوط تلفن، پهنای باند، ماهواره و ...) شرکت‌ها بیش از پیش به سمت ساختن تصویری بهتر و متمایز در ذهن مشتری گرایش یافته‌اند. مطالعه‌ای در سال ۲۰۰۹ روی ۸۶۰ تن از مدیران شرکت‌ها حاکی از این بود که شرکت‌هایی که سرمایه‌گذاری خود در زمینه بهبود ذهنیت مشتری را در سه سال گذشته افزایش داده‌اند، رضایت و مراجعه بیشتری از سمت مشتریان را گزارش کرده‌اند. طبق نظر برخی از محققان نیز ساختن نگرش مشتری به مهمترین عامل موفقیت شرکت‌ها در تمامی صنایع تبدیل شده است برای مثال استارباکس در فاصله سال‌های ۱۹۸۷ تا ۱۹۹۸ کمتر از ۱۰ میلیون دلار برای تبلیغات هزینه کرده و بیش از دو هزار شعبه به فروشگاه‌های خود افزود تا پاسخگوی تقاضای مشتریان باشد. محبوبیت استارباکس به خاطر ذهنیتی است که مشتریانش را بر آن داشته این فروشگاه را قویا به دوستان و خانواده خود توصیه کنند.

به نظر «برند اسمیت»، «اصطلاح مدیریت ذهنیت مشتری (CEM یا CXM) بیانگر دیسپلین، متدولوژی و/یا فرایند مدیریت مواجهه، تعامل و همکاری مشتری با شرکت، محصولات، برند و خدمات آن است.»

به گفته «جیمز آلن» از مدرسه بیزینس‌هاروارد، ۸۰ درصد از کسب‌وکارها معتقدند که پیشنهادات ویژه‌ای برای بهبود ذهنیت مشتری دارند درحالی‌که تنها ۸ درصد مشتریان احساس می‌کنند چنین خدماتی وجود دارد. بنابراین به پیشنهاد جیمز آلن، کسب‌وکارها باید 3D را اجرا کنند.

❖ Designing، 3D اول که عبارت از طراحی مشوق مناسب برای مشتریان ویژه است.

❖ Deliver proposed experience، 3D دوم مربوط به توانایی شرکت برای بسیج و هماهنگی همه بخش‌ها و افراد در راستای تأمین و ساختن ذهنیت مورد نظر است.

❖ Developing consistency سومین 3D موفقیت شرکت را با تاکید بر تداوم ثبات در اجرا و عملیات تضمین می‌کند. شرکت باید به‌طور مستمر آموزش، تمرین و توسعه را در دستور کار داشته باشد تا از عهده ساختن ذهنیتی فوق‌العاده برای مشتری برآید.

به اعتقاد برخی کارشناسان، یک شرکت برای

دستیابی به موفقیت بلندمدت در ایجاد و حفظ ذهنیت مثبت مشتری، باید از راهکارهای مختلف از جمله تعامل از طریق رسانه‌های مدرن مثل وب، تلفن هوشمند یا تبلت استفاده کند. برخی دیگر به روابط انسانی مثل تماس تلفنی یا حضوری با مشتری بهای بیشتری می‌دهند.

البته توجه به این نکته ضروری است که با وجود کنترل همه عوامل و آرایه بهترین برنامه هم، کنترل عواملی مثل ادراک و احساسات و رفتارهای شخصی و به حداقل رساندن تاثیر آن بر ذهنیت مشتری غیرممکن است. همچنین باید توجه داشت که بهترین برنامه مدیریت ذهنیت مشتری نیز برای جبران ذهنیت منفی و نارضایتی که از کیفیت بد یک کالا ایجاد شده، کافی نیست. سقفی که خیلی زود فرو بریزد، هواپیمایی که همیشه نقص فنی



داشته باشد، کامپیوتری که قطعات معیوب داشته باشد و نمونه‌هایی از این دست، موجب واپس‌زدگی مشتری شده و کاری از دست تبلیغات و عملیات مشتری‌مداری ساخته نیست.

وقتی که کیفیت نامناسب کالا و خدمات موجب واپس‌زدگی مشتری شود، کاری از دست تبلیغات و عملیات مشتری‌مداری ساخته نیست.

مشهورترین سخنان در خصوص مدیریت ذهنیت مشتری

❖ نمی‌دانم سرنوشت شما چه خواهد بود اما یک چیز را می‌دانم: از بین شما کسانی واقعا موفق خواهند بود که راه خدمت‌رسانی را شناخته و یافته باشند. (آلبرت شوابتر)

❖ بیش از آن حدی که دیگران عاقلانه

می‌پندارند، مراقب باش. بیش از آنچه دیگران امن می‌پندارند، ریسک کن. بیش از آنچه دیگران عملگر هستند، رویاپرداز باش و بیش از آنچه دیگران ممکن می‌دانند، انتظار داشته باش. (هوارد شولتز)

❖ اعتماد کنید تا دو برابر دریافت کنید.

(کیز کامیز)

❖ کاری را که برعهده دارید طوری انجام دهید که همه بخواهند یک بار دیگر آن را ببینند و دوستانشان را نیز بیاورند. (والث دیزنی)

❖ یک مشتری که خوب هوایش را داشته باشد،

می‌تواند ارزشمندتر از یک تبلیغ ۱۰ هزار دلاری

باشد. (جیم رون)

❖ اگر مراقب مشتری‌هایمان نباشیم، یکی دیگر مراقب آن‌ها خواهد بود. (ناشناس)

❖ همیشه بیش از آنچه که از شما توقع دارند،

انجام دهید. (جرج اس. پتون)

❖ هیچ چیز به اندازه انگیزه مسری نیست.

(ساموئل تیلور کولریج)

❖ یکی از عمیق‌ترین رموز زندگی این است که

تمام آنچه ارزش انجام دادن دارد، چیزی است که

برای دیگران انجام می‌دهیم. (لوییس کارول)

❖ تنها زندگی که در خدمت دیگران باشد، ارزش

زیستن دارد. (آلبرت اینشتین)

❖ منصفانه نیست کاری را از دیگران بخواهید

که خودتان دوست ندارید انجام دهید. (الینور

روزولت)

❖ بهترین راه یافتن خویش، گم شدن در

خدمت‌رسانی به دیگران است. (مهاتما گاندی)

❖ عمل خوب بهتر از حرف خوب است.

(بنجامین فرانکلین)

❖ چرا باید منتظر شوید تا در خاطرات بمانید؟

(تونی رابینز)

❖ هر بیزینسی در جهان، جایی دارد که بعد از

فروش، مراقب مشتریانش باشد.

(هاروی مک کی)

❖ شغل شما بخش بزرگی از زندگیتان را پر

می‌کند و تنها راه کسب رضایت واقعی، انجام

کاری است که باور دارید مهم است. (استیو جابز)

❖ مشتریان دوست دارند با شما صحبت کنند

اگر باور کنند که می‌توانید مشکلاتشان را حل

کنید. (جفری گیتومر)

منبع

http://www.webopedia.com/TERM/C/customer_experience.html

ذهنیت مشتری، نگرش مشتری نسبت به یک شرکت و تصور ذهنی مثبت یا منفی وی از مجموعه‌ای است که کیفیت کالا و خدمات، خوشنامی، لوگو، اسم، خدمات پشتیبانی و ... را در بر می‌گیرد

قطار تحولات «ایران کیش» روی ریل افتاد

«محسن قادری» مدیرعامل شرکت کارت اعتباری ایران کیش، پس از مدت‌ها انتظار برای بهینه‌سازی زیرساخت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری این شرکت، از راه‌اندازی و بهره‌برداری چهار نرم‌افزار ویژه خبر داد.

به گفته قادری، با بهره‌برداری از این سیستم‌ها که فاز پایلوت و بهره‌برداری داخلی آن طی شده است، امکان ارائه گزارشات جامع و صورتحساب‌های دقیق و بروز به مشتریان شامل هشت بانک بزرگ کشور، فراهم شده و به تسریع در وصول مطالبات کمک خواهد کرد.



شماره یک: سیستم اموال و انبار

بنابر اظهارات مدیرعامل شرکت ایران کیش، «بنابر قولی که به سهامداران و همکاران و مشتریان شرکت در خصوص تامین و تهیه زیرساخت‌های قوی داده بودیم، خوشبختانه بخش مهم و عظیمی از سیستم‌ها آماده و راه‌اندازی شده است که به ارائه گزارش‌های درخواستی بانک‌های طرف قرارداد و تهیه صورت حساب کارکرد شرکت کمک خواهد کرد.»

وی افزود: «یکی از سیستم‌های مهم، سیستم انبار جامعی است که موجودی انبار را از نظر تعداد موجودی و تخصیص آن به صورت اتوماتیک مورد کنترل و نظارت قرار داده و در مراحل پایانی است.»

شماره دو: سیستم کد پیگیری مشتری (Ticketing)

معاون سابق اتوماسیون و شبکه شرکت خدمات انفورماتیک در ادامه توضیحات خود به ایجاد و راه‌اندازی دومین سیستم مهم شرکت اشاره کرده و توضیح داد: «در بخش فناوری اطلاعات، دیتابیس یکپارچه‌ای نیاز داشتیم. پیش از این برای حل مشکل پذیرندگان، امداد مشتریان از ۱۶ پتل مختلف پراکنده و غیرمتمرکز استفاده می‌کرد که بسیار زمان‌بر بود. پایگاه‌های داده شرکت در گذشته بر پایه SQL و پراکنده در چندین سیستم بود که هم اکنون در یک پایگاه داده بر اساس oracle جمع‌آوری و بهینه‌سازی شده است.»

بنابر توضیحات قادری «علاوه بر ضوابط شاپرک، برای تامین رضایت پذیرندگان نیز نیاز میرمی به میز امداد مشتریان پویا با سیستم Ticketing داشتیم. در این سیستم همه مراحل تماس پذیرنده تا رفع کامل مشکل ثبت، ضبط، پیگیری و کنترل می‌شود. از جمله مزایای آن کاهش زمان تماس به دلیل عدم نیاز به کنترل‌های تکراری مشخصات و مشکل پذیرنده است. با استفاده از سیستم ارائه کد پیگیری به پذیرنده و سپس ارجاع اتوماتیک موضوع به واحدهای مرتبط، علاوه بر رعایت استاندارد شاپرک و تامین رضایت مشتری، امکانی برای تحلیل‌های بهتر و دقیق‌تر در آینده خواهیم داشت.»

شماره سه: سامانه مدیریت پذیرندگان

یکی از مهمترین گزارشات مورد نیاز بانک‌های

دارای شبکه کارتخوان و شرکت، مشاهده روند درخواست تا نصب پایانه برای پذیرنده است که حسب اعلام مدیرعامل شرکت ایران کیش، «سامانه مدیریت پذیرندگان» این شرکت به صورت وب‌بیس، تمام گردش کار از ابتدای ارائه درخواست تا انتها را پیگیری و کنترل می‌کند. یکی از ویژگی‌های مهم این سیستم، ایجاد و ارسال فایل نصب برای شاپرک به صورت اتوماتیک و دریافت و عملیاتی نمودن فایل‌های برگشتی از شاپرک است که کمک چشمگیری به کوتاه‌تر و سریع‌تر شدن روند نصب خواهد کرد.

قادری در ادامه توضیحات در خصوص سومین دستاورد مهم شرکت اظهارداشت: «مشکلاتی که باید به بخش نظارت و بازرسی شرکت منعکس شود، به راحتی مدیریت شده و در فاز بعد این سیستم به سیستم اموال و انبار متصل خواهد شد.»

شماره چهار: سامانه هوش تجاری

به اعتقاد مدیرعامل شرکت کارت اعتباری ایران کیش، استفاده از سامانه هوش تجاری (BI) برای هر موسسه تجاری الزامی است تا بتواند تحلیل درستی از اطلاعات خود داشته باشد. این سامانه با قابلیت تعریف سطوح مختلف دسترسی برای کاربران مختلف آن طراحی شده است تا شرکت بر اساس درکی درست از عملکرد مشتریان خود نسبت به اتخاذ تصمیم‌های آتی اقدام کرده یا تصمیمات سابق خود را مجدداً ارزیابی و در صورت نیاز اصلاح نماید.

وی تصریح کرد: «این سیستم بر اساس وب طراحی شده و با داشبوردهای مختلف در اختیار مشتریان (بانک‌ها) قرار خواهد گرفت.»

از جمله مزایای مهم سامانه هوش تجاری بر اساس توضیحات مدیرعامل شرکت ایران کیش، کمک به مشتریان شرکت است که هر نوع گزارش مورد نیاز خود را بدون وابستگی به شرکت و تحمل مدت زمان انتظار، استخراج کنند؛ مضاف بر این که این سیستم همانند هر نرم‌افزار و سیستم دیگری، بر اساس شرایط یا تقاضاهای جدید قابل توسعه است. قادری در خاتمه اظهار امیدواری کرد با بهره‌برداری از چهار سیستم فوق، ایران کیش وارد فاز جدیدی از فعالیت‌های خود شده و سال آینده، حاوی رویدادهای نویدبخشی برای مشتریان اعم از بانک‌ها و پذیرندگان و همچنین سهامداران باشد.

یادداشت

note

رییس دفتر استان فارس

نسیم اسکندری



اپلیکیشن‌های کاربردی اندروید

تاثیر سیستم‌عامل اندروید در زندگی روزمره در حال افزایش بوده و استفاده از این سیستم‌عامل می‌تواند در مدیریت و برنامه‌ریزی صحیح شغلی تاثیر مثبتی داشته باشد. رییس دفتر محترم استان فارس نسیم اسکندری، در چند شماره از ماهنامه هر ماه یک اپلیکیشن اندرویدی با کاربری مناسب جهت استفاده همکاران ایران کیش معرفی خواهد کرد. سوالات مرتبط با سیستم عامل اندروید را از طریق ایمیل shiraz@kiccc.com با ایشان مطرح کنید.

نام اپلیکیشن: حسابدار

محاسبه خرج و مخارج روزمره واقعا دشوار است! در بسیاری از مواقع بدلیل فراموشی، امکان یادداشت وجود ندارد و در مواقعی نیز کاغذ یا دفتری برای این کار در دسترس نیست. امروز قصد بررسی برنامه بسیار خوب “حسابدار” را داریم. یکی از بهترین ابزارهای محاسبه خرج و مخارج اندرویدی که می‌تواند به سادگی تمامی محاسبات مربوط به خرج و مخارج شما را انجام دهد. در صورتی که هنگام استفاده از نرم‌افزار با مشکل مواجه شدید می‌توانید سوالات خود را به ایمیل مذکور در قسمت مقدمه ارسال و پاسخ خود را دریافت نمایید.

اپلیکیشن حسابدار یک نرم‌افزار حسابداری شخصی است که به شما کمک می‌کند کنترل بهتری روی حساب‌ها، هزینه‌ها و درآمدهایتان داشته باشید. این برنامه خصوصاً به روسای دفاتر و همکارانی که حساب تنخواه‌گردان دارند پیشنهاد می‌شود. با استفاده از این برنامه می‌توانید تمام هزینه‌ها و درآمدهایتان را ثبت و آن‌ها را دسته‌بندی و در بازه‌های زمانی مختلف گزارش بگیرید.

برای استفاده از این برنامه ابتدا باید تمام حساب‌هایتان را با موجودی اولیه ثبت کنید و هر زمانی، هزینه‌ای کردید یا درآمدی کسب نمودید مبلغ و مشخصات آن را در قسمت مربوطه ثبت کنید. برای امنیت بیشتر می‌توانید رمز عبور را در صفحه تنظیمات فعال کنید و همچنین می‌توانید از اطلاعات برنامه، پشتیبان تهیه کنید تا در صورت نیاز از بازگردانی اطلاعات استفاده نمایید.

اگر بر روی نام حساب کلیک کنید وارد صفحه حساب‌ها شده و می‌توانید در آن لیست حساب‌هایتان را اضافه، ویرایش و حذف کنید یا انتقال وجه بین حساب‌ها را انجام دهید. در این برنامه می‌توانید هر تعداد و هر نوع حسابی را ثبت کنید مثلاً می‌توانید حساب تنخواه‌گردان یا کیف پول یا گاوصندوق خود را به‌عنوان یک حساب ثبت کنید.

برای ثبت هزینه و درآمد جدید می‌توانید در صفحه وضعیت حساب بر روی دکمه‌هایی با همین نام در پایین صفحه کلیک کنید و اطلاعات مربوط به مبلغ، دسته‌بندی زیرگروه، نام حساب، تاریخ و توضیحات را وارد کنید. می‌توانید برای برنامه خود گروه یا زیرگروه اضافه، ویرایش یا حذف کنید.

مهمترین مزیت این برنامه گزارش‌گیری بسیار کامل و توانمند آن است. می‌توانید هزینه‌ها و درآمدهایتان را بر اساس نوع تراکنش، دسته‌بندی، نام حساب، تاریخ، مبلغ یا ترکیبی از این‌ها فیلتر کنید. بعنوان مثال مجموع درآمدهای واریز تنخواه سه ماه ملزومات اداری دی‌ماه، مجموع هزینه‌های بنزین اتومبیل ماه قبل، تمام هزینه‌ها تنخواه گردان سال جاری و ...

به منظور تهیه گزارش ابتدا در صفحه وضعیت حساب، دکمه منوی موبایلتان را فشار دهید سپس گزینه گزارش را انتخاب کنید.

در قسمت تنظیمات نیز می‌توانید واحد پول را تنظیم کنید،

از اطلاعاتتان پشتیبان‌گیری کنید، اطلاعات قبلی را

بازگردانی کنید و رمز عبور نرم‌افزار را تغییر دهید.

به غیر از امکانات اصلی، این نرم‌افزار دارای امکانات

فنی مفیدی نیز هست. همان‌طور که می‌دانید

خود سیستم‌عامل اندروید از تقویم هجری

شمسی پشتیبانی نمی‌کند. این نرم‌افزار به دلیل

دارا بودن تقویم هجری شمسی داخلی، کاملاً

مستقل از سیستم عامل، تاریخ‌ها را کنترل

می‌کند. همچنین یکی دیگر از ویژگی‌های

جالب این نرم‌افزار این است که شما حتی

احتیاجی به نصب کیبوردهای فارسی هم ندارید

چون خود این نرم‌افزار دارای یک کیبورد فارسی

داخلی است.

در آخر باید بگویم که این نرم‌افزار کاملاً رایگان

است و امیدواریم که برای همکاران عزیز مفید واقع شود.

دانلود از: <http://cafebazaar.ir/app/ir.hapc.hesabdarplus>





بر اساس محدود مطالعاتی که در زمینه شناسایی عوامل تسهیل‌کننده یا بازدارنده استقبال از فناوری‌های جدید یا نوآوری (به ویژه در زمینه ابزار الکترونیک) انجام شده، «مقاومت مشتری» یکی از مهمترین عوامل قابل توجه است که خود منشا آزمون نظریه‌های مختلف و انجام تحقیقات متعدد بوده است. مقاومت در برابر یک فکر نو، مقاومت در برابر تغییر شرایطی که فرد بدان عادت کرده است، عدم تمایل به استفاده از فناوری‌های جدید و ترجیح یک نرم‌افزار یا سخت‌افزار قدیمی به انواع جدید آن، بررسی علل عدم استقبال مردم از دستگاه‌های کارخوان و تغییر سریع این رویکرد در چند سال اخیر، همه و همه موضوعات قابل بررسی در حوزه نظریاتی است که نحوه اشاعه یک نوآوری و عکس‌العمل افراد را مد نظر دارند.

در بخش دیگری از این مطلب در شماره پیشین نوشتیم که «مقاومت مشتری، مقاومت ابراز شده از سوی مشتری نسبت به یک نوآوری است؛ خواه به خاطر ترس از تغییرات احتمالی در وضعیت مطلوب فعلی یا به خاطر تضاد با عقاید وی باشد.»

یکی از ابعاد مخالفت با نوآوری (یا نوآوری ستیزی) مقاومت در برابر تغییراتی است که با هر نوآوری همراه است و به فرد تحمیل می‌شود. برخی محققان از آن به عنوان «مقاومت در برابر تغییر» یاد می‌کنند (Gatignon & Robertson 1989).

دو محقق دیگر (Zaltman & Duncan, 1977, p. 63) نیز تعریف زیر را ارائه کرده‌اند:

«هر رفتاری که در جهت محافظت از وضعیت موجود در برابر فشار برای تغییر آن وضعیت انجام شود».

مقاومت در برابر تغییر، عکس‌العمل طبیعی بشر نسبت به هر تغییری است که تعادل محیط زندگی وی را برهم زند. همچنان که به اعتقاد محققان، در خصوص مقاومت در برابر نوآوری نیز «این خود نوآوری نیست که افراد در برابر آن مقاومت می‌کنند بلکه تغییرات همراه با آن است» (Ellen et al., 1991; Schein, 1985). چنین تعبیری البته به صورت تلویحی متضمن این معنی است که تمام فناوری‌های جدید فی‌نفسه عالی است و تمام افراد باید از آن استفاده کنند زیرا موفقیت نوآوری حتمی است.

مقاومت در برابر نوآوری به عنوان یکی از مهمترین عوامل حیاتی و تعیین‌کننده میزان نفوذ فناوری‌های جدید شناخته می‌شود و استفاده از آن، نتیجه غلبه بر مقاومت است. در برخی تحقیقات، اقتباس (اخذ و استفاده) و مقاومت به عنوان دو سر طیف عکس‌العمل افراد نسبت به نوآوری شناسایی شده‌اند. Ram و Sheth به این نتیجه رسیدند که دلایل مقاومت در برابر نوآوری نشأت گرفته از یک یا چند مورد از موانع اقتباس است.

چه عواملی افراد را از خرید یا بکارگیری فناوری‌های جدید باز می‌دارند



موانع اقتباس یا استفاده از نوآوری عبارتند از کاربری، ارزشمندی، ریسک، پرستیژ و عوامل سنتی. کاربری هنگامی به عنوان مانع مطرح می‌شود که فناوری عرضه شده هیچ سنجیتی با امور کاری و زندگی و عادات مشتری ندارد در نتیجه مورد نیاز وی واقع نمی‌شود. ارزشمندی نتیجه قیاس یک فناوری جدید با فناوری‌های مشابه و ارزیابی تناسب قیمت‌هاست. یعنی مشتری باید به این نتیجه برسد که تفاوت قیمت فناوری جدید در قیاس با کاربری‌های آن و فناوری‌های مشابه، در حدی است که ارزش پرداخت پول بیشتر را دارد.

ریسک احساس یا تصور فرد از به خطرآفتادن امنیت اطلاعات وی هنگام استفاده از فناوری‌های جدید است که مانع دیگری برای اخذ و استفاده از آن محسوب می‌شود. مانع پرستیژ مربوط به ماهیت نوآوری است برای مثال این که در چه دسته‌ای قرار دارد، از چه برندی است یا متعلق به چه کشوری است.

نگرش سنتی یکی از موانع بسیار مهم است که موجب ایستادگی در برابر تغییر امور عادی روزانه شده و در عین حال «امتیازی برای برتری محصولات و فناوری‌های فعلی نسبت به موارد جدید» است.

بر اساس تحقیقات مختلف، حتی در مورد محصولات بسیار موفق نیز، اغلب اوقات عکس‌العمل مشتریان چندان مشتاقانه نیست. عدم اشتیاق مشتری نسبت به محصول یا خدمات جدید به معنی تعلل، عدم تمایل یا مخالفت وی نسبت به اخذ و استفاده از آن است که به فروش کمتر برای کمپانی تولیدکننده منجر خواهد شد.

مقاومت افراد به سه شکل مختلف بروز می‌یابد: ممکن است به صورت مخالفت ابراز شود (مخالفت با اخذ یا استفاده)، به تعویق انداختن باشد یا رد کامل نوآوری؛ یعنی مشتری از اساس با نوآوری و هر نوع تغییر مخالف است (Szmigin & Foxall, 1998, Merella et al., 2009).

مدل Ram

یکی از مدل‌های مشهور شناسایی مقاومت مشتری، مدل دانشمندی به نام Ram است که طبق این مدل، نوآوری ستیزی مبتنی بر سه دسته از عوامل است: مشخصات نوآوری، خصوصیات افراد (مشتری) و ویژگی‌های مکانیزم تبلیغی. هر یک از این عوامل خود شامل عوامل جزئی‌تر است.

در سال ۱۹۹۴ دو محقق کراهی به نام «یو» و «لی» مدل Ram را اصلاح کرده و مکانیزم تبلیغ را از آن حذف کردند زیرا معتقدند تبلیغات از منظر جامعه شناختی مانع اشاعه نوآوری‌هاست نه به عنوان یک عامل مستقیم. در مدل نوآوری ستیزی Ram عوامل مربوط به مشخصات نوآوری عبارتند از:

◀ مزیت نسبی

◀ سازگاری

◀ ریسک

◀ پیچیدگی

◀ انتظار عرضه محصولی بهتر

موانع اقتباس یا

استفاده از نوآوری

عبارتند از

کاربری

ارزشمندی

ریسک

پرستیژ

و عوامل سنتی

خصوصیات فردی نیز عبارتند از: شناخت، انگیزه، شخصیت، ارزش‌ها، عقاید، نگرش، تجربیات قبلی، سن، تحصیلات و درآمد.

مدل یوولی

یو و لی در مدل خود، عوامل و موانع توسعه نوآوری را از عوامل مخالفت با آن تفکیک کردند. طبق نظر این دو، عوامل ذکر شده تحت عنوان مشخصات نوآوری و خصوصیات فرد، زمینه مقاومت در برابر نوآوری را فراهم می‌کنند اما مکانیزم تبلیغ، ممکن است مانعی برای انتشار و فراگیری آن باشد.

بر همین اساس موانع و مقاومت از هم تفکیک شده و دو دسته موانع را شناسایی کرده‌اند:

۱- موانع اشاعه (استقبال فراگیر) محصول تازه که شامل ضعیف بودن کمپین تبلیغاتی و رسانه‌های تبلیغ‌کننده و ضعف تبلیغات شفاهی (سینه به سینه) است.

۲- موانع عرضه محصول جدید که به مرحله طراحی و تولید مربوط بوده و عبارتند از: فقدان ویژگی‌های خاص در محصول جدید، فقدان تحلیل بازار، ارایه محصول معیوب، هزینه تمام شده بالا، زمان بندی نادرست برای عرضه، واکنش رقبا، ضعف فعالیت‌های بازاریابی، ضعف پشتیبانی مالی، تغییر خواسته‌ها و نیازهای مشتری، عرضه محصولات غیر کاربردی.

مدل پذیرش تکنولوژی

طبق این مدل، تمایل به استفاده از یک فناوری تازه تحت تاثیر دو دسته عوامل شامل کاربردی بودن (PU) و سهولت استفاده (PEOU)^۲ قرار دارد. این مدل که در سال ۱۹۸۹ توسط محققى به نام Davis ارائه شده، در مطالعات مربوط به مقاومت مشتری نسبت به سیستم‌های کامپیوتری بسیار پرکاربرد است. نقطه مقابل مقاومت مشتری، مطالعه رفتار فرد هنگام پذیرش نوآوری و عوامل موثر در تصمیم‌گیری‌های وی است که با استفاده از این مدل انجام شده است.

یکی از مهمترین اشکالات وارد بر نظریه فوق از سوی Pijpers و همکاران در سال ۲۰۰۱ و yang (۲۰۰۵) مطرح شده است. این دو معتقدند اغلب مطالعات مبتنی بر این مدل نتوانسته‌اند دلایل و عوامل موثر بر شناخت فرد از فناوری‌های جدید و چگونگی تغییر یا اصلاح نگرش مشتری در راستای کاهش مقاومت و افزایش استقبال از نوآوری را تبیین کنند.

در فرایند اشاعه نوآوری، بیشترین مقاومت در مراحل پیش از اقتباس (اخذ و استفاده) روی می‌دهد بنابراین بیشترین توجه باید صرف درک و شناخت مقاومت مشتری گردد.

منبع

■ Kamran Khan & Kim Hyunwoo (2009), Factors Affecting Consumer Resistance to Innovation- A study of Smart phones

پاورقی‌ها

- Perceived Usefulness
- Perceived Ease of Use

دانستنی‌های صنعت پرداخت الکترونیک

USSD

یک مکانیزم انتقال اطلاعات بر بستر شبکه GSM است. این روش بر مبنای تعامل با سرور اپراتور موبایل استوار است. در این روش، داده ارسالی بدون ذخیره‌سازی پاسخ داده می‌شود. به این روش اصطلاحاً Session-Based گفته می‌شود. بلافاصله پس از دریافت یک درخواست USSD از موبایل، یک ناحیه کاری توسط سرور برای درخواست رسیده ایجاد می‌شود و نرم‌افزار شروع به برقراری ارتباط با موبایل مربوطه می‌نماید. در این مکانیزم برخلاف پیام کوتاه، پیام در قالب پیام صوتی ارسال می‌شود به همین دلیل شنود این پیام به‌سختی قابل امکان است.

Usability

کاربردپذیری؛ قابلیت یک کالا یا خدمت برای برآورده نمودن نیازی مشخص را کاربردپذیری آن کالا یا خدمت گویند.

Un Attended

مستقل؛ غیرحضورى

Vending machine

ماشینی که به صورت خودکار اقدام به فروش کالاهای ساده می‌کند. امروزه این ماشین‌ها در مکان‌های عمومی نصب شده و اقدام به فروش روزنامه، شکلات، نوشیدنی و... می‌کنند.

Visa

موسسه بین‌المللی ویزا کارت که مقر اصلی آن در آمریکا است. ویزا بیشترین سهم بازار صدور کارت و پذیرش کارت‌های بانکی و اعتباری در دنیا را دارد.

Void

تراکنش برگشت وجه مخصوص کارت‌های اعتباری؛ در این تراکنش ضمن مرجوع شدن کالا، خرید انجام شده از صورت‌حساب کارت اعتباری نیز حذف می‌شود.

WiFi

یک شبکه بی‌سیم برای اتصال به اینترنت است که بسته به نوع استاندارد که از آن استفاده می‌کنند می‌تواند تا ۴۰۰ متر برد داشته باشد. برخلاف شبکه‌های کابلی، این شبکه‌ها از هیچ توپولوژی خاصی استفاده نمی‌کنند و تمام سخت‌افزارهای شبکه می‌توانند به آن وصل شوند.



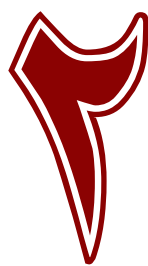
ایران کیش



جشنواره خانواده ایران کیش تا پایان سال ۹۲ تمدید شد

شرکت کارت اعتباری ایران کیش برنامه برگزاری طرح‌های تشویقی ویژه پذیرندگان خود را از تابستان ۱۳۹۲ با انجام قرعه‌کشی‌های ماهیانه آغاز کرده و خیلی زود بر وسعت و تعداد طرح‌های خود افزود تا هرچه بیشتر زمینه برخورداری کلیه پذیرندگان از مزایا و جوایز جشنواره را فراهم سازد. در این راستا، برگزاری جشنواره خانواده ایران کیش ویژه همکاران آغاز شد تا مشارکت ایشان در معرفی پایانه‌های شرکت افزایش یافته و با کمک ایشان فرهنگ استفاده از حق انتخاب پایانه توسط دارنده کارت نهادینه شود.

این جشنواره با معرفی روزانه ۴ برنده تا پایان سال ۱۳۹۲ ادامه خواهد داشت. (روابط عمومی)

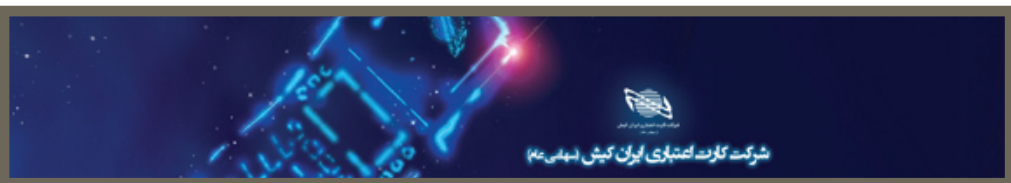


پذیرندگان شرکت کارت اعتباری ایران کیش با شرکت در نظرسنجی مندرج در وب‌سایت این شرکت، با موضوع «نیازهای اطلاعاتی پذیرندگان»، اطلاع از جوایز و قرعه‌کشی را مهم‌تر دانسته و انتخاب کردند.

بنابر نظرسنجی قرارگرفته بر روی سایت ایران کیش، «جوایز و قرعه‌کشی» با بیشترین درصد آرا (۲۸٪)، مهمترین نیاز اطلاعاتی پذیرندگان است، به عبارت دیگر اطلاع از طرح‌ها و بسته‌های تشویقی می‌تواند پذیرندگان را ترغیب به استفاده از دستگاه کارتخوان نماید.

نظرات ثبت شده در این نظرسنجی حاکی است، اعلام مغایرت و نتیجه با (۲۴٪)، آشنایی با پیغام‌های دستگاه با (۱۸٪)، اطلاعات تماس با شرکت با (۱۴٪) و نحوه استفاده از دستگاه با (۶٪) به‌ترتیب اولویت‌های انتخابی دریافت اطلاعات هستند. (روابط عمومی ایران کیش)

کسب اطلاع از جوایز و قرعه‌کشی‌ها، مهمترین نیاز اطلاعاتی پذیرندگان ایران کیش



اخبار مشتریان

ارایه کارت مجازی به رانندگان شرکت تعاونی تاکسیرانی تهران از سوی بانک رفاه



بانک رفاه کارگران بر اساس درخواست شرکت تعاونی تاکسیرانی تهران، «کارت مجازی تاکسیرانی» به رانندگان تهرانی ارایه می‌کند. این خدمت با هدف دریافت حق بیمه رانندگان شرکت تعاونی تاکسیرانی تهران به صورت الکترونیک و با قابلیت واریز از طریق کلیه پایانه‌های مجهز به انتقال وجه سراسر کشور نظیر خودپرداز، پایانه شعب، اینترنت بانک و... طراحی و پیاده‌سازی شده است. گفتنی است در حال حاضر، این خدمت تنها ویژه تاکسی‌های شهر تهران با شماره پلاک‌های ۱۱، ۲۲ و ۳۳ است. (روابط عمومی بانک رفاه کارگران)

امکان پرداخت اقساط کلیه بانک‌ها در سیستم بانکداری اینترنتی بانک صادرات



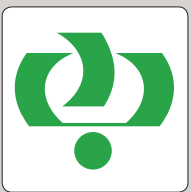
بانک صادرات پرداخت اقساط تسهیلات بانک صادرات ایران و همچنین سایر بانک‌ها را از طریق بانکداری اینترنتی راه‌اندازی کرد. براساس این گزارش، مشتریان برای پرداخت اقساط این بانک با استفاده از منوی «مشاهده و پرداخت اقساط درون بانکی» قادر به پرداخت اقساطی هستند که از بانک صادرات دریافت کرده‌اند و با وارد نمودن شماره تسهیلات و ورود به صفحه پرداخت، اقساط خود را پرداخت می‌کنند. همچنین اقساط دریافتی از سایر بانک‌ها نیز پس از انتخاب حساب مبدا و درج شماره حساب تسهیلات مقصد که از نوع شناسه حساب بانکی ایران (شبا) باشد همراه با درج مبلغ تسهیلات، قابل پرداخت است. (روابط عمومی بانک صادرات)

رکورد بانک صادرات ایران در تعداد تراکنش‌های سامانه سپهر



تعداد کل تراکنش‌های سامانه سپهر بانک صادرات ایران در طی آذرماه سال جاری به مرز ۵۳۶ میلیون تراکنش رسید. مشتریان این بانک در آذرماه سال جاری به‌طور میانگین روزانه حدود ۱۷ میلیون و ۸۶۴ هزار تراکنش از طریق سیستم سپهر و در مجموع ۵۳۵ میلیون و ۹۴۲ هزار تراکنش موفق مالی انجام دادند. این میزان رشد تراکنش‌ها نمایانگر استقبال مشتریان از خدمات این بانک است. براساس این گزارش بانک صادرات ایران در راستای همسویی با بانکداری نوین، جلب رضایت و تامین رفاه و آسایش مشتریان و همچنین صرفه‌جویی در وقت و هزینه هموطنان از سال ۷۹ نسبت به نصب و راه‌اندازی سیستم پردازش هوشمند رایانه‌ای (سپهر) در شعب خود اقدام نموده است. با توجه به سرعت، تنوع خدمات، سهولت و امنیت بالای سیستم سپهر استقبال مردم از این سیستم زیاد بوده به طوری که تا پایان خردادماه سال ۹۲ حدود ۵۱ میلیون حساب الکترونیک توسط هموطنان در شعب این بانک افتتاح شده است. گفتنی است سیستم سپهر این بانک، درسال گذشته به‌طور میانگین بیش از ۱۴ میلیون تراکنش در روز انجام داد و همچنین چهار هزار و ۶۰ دستگاه خودپرداز این بانک نیز در روز بیش از ۲ میلیون تراکنش مشتریان این بانک و دارندگان کارت بانک‌های عضو شتاب را انجام می‌دهند. (روابط عمومی بانک صادرات ایران)

سرمایه بانک رفاه کارگران به ۳۲۶/۲۳ میلیارد ریال افزایش یافت



با تلاش و پیگیری‌های به‌عمل آمده از سوی مدیرعامل و اعضای هیات‌مدیره بانک رفاه کارگران، بانک مرکزی با افزایش سرمایه این بانک از مبلغ ۳۲۶/۱۰ میلیارد ریال به مبلغ ۳۲۶/۲۳ میلیارد ریال موافقت به‌عمل آورد. «ولی‌اله سیف» رئیس کل بانک مرکزی در همایش جهت‌گیری اقتصادی وزارت تعاون از افزایش سرمایه بانک رفاه کارگران خبر داده بود که متعاقب آن مدیریت کل مقررات، مجوزهای بانکی و مبارزه با پولشویی بانک مرکزی طی نامه کتبی، افزایش سرمایه بانک رفاه کارگران را رسماً اعلام کرد و مورد تایید قرار داد. (روابط عمومی بانک رفاه کارگران)

خرید طرح ترافیک از دستگاه‌های خودپرداز بانک آینده



امکان خرید طرح ترافیک از دستگاه‌های خودپرداز بانک آینده فراهم شد. به گزارش اکو ویژن، بانک آینده نسبت به ارایه خدمت صدور «مجوز ورود به طرح ترافیک» در تهران و حومه اقدام نموده است. اجرای این طرح، یکی از رویدادهای ویژه بانکی است که بستر آن فقط در بانک آینده فراهم شده است. در همین راستا مجوز طرح ترافیک در دو نوع قابل ارایه است: مجوز روزانه نوع ۱ (مجوز ورود در تمام ساعات روز) به مبلغ ۱۸۰,۰۰۰ ریال. این مجوز فقط برای تاریخ درخواستی مجاز و معتبر است و شما فقط در تاریخ درخواستی یا انتخابی، مجاز به تردد در محدوده طرح ترافیک هستید. مجوز روزانه نوع ۲ (مجوز ورود پس از ساعت ۱۰ صبح) به مبلغ ۱۳۲,۰۰۰ ریال. مجوز طرح ترافیک روزانه نوع ۲، فقط برای تاریخ درخواستی مجاز و معتبر است و خریدار فقط در تاریخ درخواستی یا انتخابی از ساعت ۱۰ صبح به بعد، مجاز به تردد در محدوده طرح ترافیک است. بعد از انجام مراحل خرید اعتبار طرح ترافیک از دستگاه خودپرداز، می‌توانید با ارسال شماره پلاک و شماره سریال از طریق پیامک، به محدوده طرح ترافیک وارد شوید. همچنین توجه داشته باشید هنگام ارسال شماره پلاک خودرو، به جای هر یک از «حروف» مندرج در شماره پلاک، «عدد جایگزین» را به شرح ذیل ارسال کنید:

حرف	الف	ب	ت	ج	د	س	ص	ط	ع	ق	ل	م	ن
عدد جایگزین	۰۱	۰۲	۰۴	۰۶	۱۰	۱۵	۱۷	۱۹	۲۱	۲۴	۲۷	۲۸	۲۹

صدور آنی کارت‌های الکترونیک در بانک صادرات



بانک صادرات ایران به منظور افزایش رفاه مشتریان و ترویج خدمات بانکداری نوین امکان صدور آنی کارت‌های الکترونیک را در ۵۲۰ شعبه در سراسر کشور عملیاتی کرد. این بانک با هدف افزایش رضایت‌مندی مشتریان و صرفه‌جویی در هزینه‌ها و کاهش آلودگی هوا و ترافیک، ترویج خدمات الکترونیک متنوع را در اولویت سیاست‌های خویش قرار داده است و در این راستا با نصب و راه‌اندازی ۵۲۰ دستگاه ویژه صدور آنی کارت در شعب سطح شبکه آماده ارایه خدمات نوین بانکی به مشتریان می‌باشند که اولین دستگاه در شعبه مرکزی این بانک نصب و آماده عملیات شد. بر این اساس مشتریان می‌توانند در کوتاهترین زمان ممکن نسبت به دریافت کارت الکترونیک خود از شعب این بانک در سراسر کشور اقدام کنند. بانک صادرات با بیش از ۶ دهه فعالیت بانکی، افتتاح بیش از ۵۰ میلیون حساب بانکی برای متقاضیان، نصب و راه‌اندازی بیش از ۳۸۲ هزار دستگاه پایانه فروشگاهی و ۴ هزار دستگاه خودپرداز سهم بسزایی در ترویج بانکداری نوین دارد. (اعتبار)

دفتر استان فارس پیش‌تاز فعالیت‌های برندسازی در حوزه ورزش

در راستای ارتقاء برند ایران‌کیش، ایجاد روحیه همکاری بین پرسنل و همچنین افزایش ارتباط و تعامل با بانک‌های طرف قرارداد، مسابقه‌ای نمادین و دوستانه بین تیم والیبال بانک سپه استان فارس و تیم والیبال شرکت کارت اعتباری ایران‌کیش برگزار شد. این مسابقه که با حضور تعدادی تماشاگر برگزار شد آغازگر فعالیت‌های برندسازی حرفه‌ای بوده و امید است در آینده‌ای نزدیک با پیشرفت تیم و حمایت مدیران محترم، مسابقات مهم و برون‌استانی با هماهنگی دفتر مرکزی، تدارک و تبلیغات موثری در این راستا توسط مسئولین انجام شود.

درحالی‌که سازمان‌ها و نهادهایی همچون بانک‌ها، شرکت‌های پرداخت الکترونیک و... با انجام اموری از قبیل کمک به بنیادهای خیریه، آزادی زندانیان نیازمند، حفظ و حمایت از محیط زیست، حمایت از فعالیت‌های هنری، تجلیل و حمایت از برترین‌های کنکور سراسری، حمایت از تیم‌های ملی کشتی آزاد و فرنگی، حمایت از قهرمانان المپیک و پارالمپیک و حمایت از فدراسیون‌های کوهنوردی و صخره‌نوردی با یک تیر چند نشان را هدف گرفته و با انجام مسوولیت‌های اجتماعی خود، تاثیر مثبت بر ذهن مشتریان خود می‌گذارند و گاهی از اذهان آن‌ها فراتر رفته و به قلب مشتری رسوخ می‌کنند؛ به نظر می‌رسد زمان آن فرا رسیده تا با حمایت‌های مالی و معنوی از اقدامات خودجوش بعضی از دفاتر که این بار دفتر استان فارس پیش‌تاز اجرای آن بوده است، بر اثربخشی این اقدامات بیفزاییم.

پیشنهادهات

- ◀ تهیه لباس‌های متحدالشکل با لوگوی ایران‌کیش
- ◀ ترتیب دادن مسابقات درون استانی میان تیم ایران‌کیش و تیم نماینده بانک‌ها و شرکت‌های رقیب
- ◀ تبلیغ طرح‌های تشویقی و سایر جشنواره‌های ایران‌کیش در زمین بازی
- ◀ انجام مسابقات به نفع بنیادهای خیریه
- ◀ برگزاری لیگ ایران‌کیش با ترتیب دادن مسابقات میان استانی



به مناسبت سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی

ای وطن ای مادر تاریخ‌ساز
ای مرا بر خاک تو روی نیاز
ای کویر تو بهشت جان من
عشق جاویدان من ایران من
ای ز تو هستی گرفته ریشه‌ام
نیست جز اندیشه‌ات اندیشه‌ام
آرشی داری به تیر انداختن
دست بهرامی به شیر انداختن
کاوه آهنگری ضحاک کش
پتک دشمن افکنی ناپاک کش
رخشی و رستم بر او پا در رکاب
تا نبیند دشمن هرگز به خواب
مرزداران دلیرت جان به کف
سرفرازن سپاهت صف به صف
خون به دل کردند دشت و نهر را
بازگرداندند خرمشهر را
ای وطن ای مادر ایران من
مادر اجداد و فرزندان من
خانه من بانه من توس من
هر وجب از خاک تو ناموس من
ای دریغ از تو که ویران بینمت
بیشه را خالی ز شیران بینمت
خاک تو گر نیست جان من مباد
زنده در این بوم و بر یک تن مباد

به مناسبت سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی، در دفتر استان فارس برگزار شد...

مراسم جشنی مختصر و نمادین با حضور بیش از ۴۰ نفر از پرسنل دفتر فارس برگزار شد. در ابتدای مراسم بعد از پذیرایی با شیرینی و شربت، مسابقه‌ای بین همکاران برگزار و به برنده مسابقه هدیه‌ای به رسم یادبود اهدا شد. سپس همکاران خاطرات جالب شغلی خود و طنزهایی کوتاه تعریف کردند. در پایان یکی از همکاران هنرمند، موسیقی متناسب با پیروزی انقلاب اسلامی اجرا کرد.

با سپاس از همکاران پیش‌تاز استان فارس، امید است در تهران و سایر استان‌ها شاهد اجتماعات و گردهمایی‌هایی که موجب ارتقا روحیه کارکنان می‌شوند، باشیم.

چگونه مدیر خود را اداره کنید

بخش هجدهم

یکی از زیانبارترین شکل‌های تعارض به هنگام کار می‌تواند فشار زیاد از سوی مدیرتان باشد. در چنین موقعیتی باید موارد غیرقابل قبول را مطرح کنید. اگر چیزی تغییر نکرد، لازم است از حقوق خود در زمینه صیانت از خویش و تصمیم‌گیری برای شکایت و پیگیری قضیه، آگاه باشید.

حقوق خود را بشناسید

اگر از جانب مدیرتان تحت فشارید و برخوردهای نامهربانانه و پیش‌داوری‌های او شما را رنج می‌دهد، حق دارید که واکنش نشان دهید. در یک دیدار رودررو و یک به یک برداشت خود را نسبت به رفتار مدیرتان بیان کنید. اگر رفتار تبعیض‌آمیزی با شما دارد، از او بخواهید که این کار را متوقف کند. اگر برخورد غیرمنصفانه‌ای با شما دارد، به وی یادآوری کنید که قوانین کار و مقررات اداری و ضوابط حاکم بر حقوق انسانی می‌توانند از شرافت و منزلت شما در محیط کار، محافظت کند.

برای حل و فصل مشکل، آماده شوید

هرگاه رفتارهای مدیرتان به گونه‌ای است که شما را برآشفته و خشمگین می‌سازد، فهرستی از رفتارها و رویدادها تهیه کنید و برای مطرح کردن مشکل با شخصی دیگر و کمک گرفتن از او آماده شوید. زمان و تاریخ هر یک از رویدادها و برخوردهای نامطلوب مدیرتان را ثبت و اسامی سایر افرادی را که شاهد یا درگیر ماجرا بوده‌اند نیز یادداشت کنید. از مکاتبات و یادداشت‌هایی که در این زمینه داشته‌اید، رونوشت تهیه و گفت‌وگوهای انجام شده را مکتوب کنید. برای پیگیری رفتار ظالمانه‌ای که سازمان و مدیریت در حق شما داشته است، آماده باشید و اگر لازم شد، شکایتی به مدیریت رده بالا یا مدیر بخش نیروی انسانی بنویسید.

منبع:

■ ازبیرن، کریستینا (۱۳۸۸) چگونه مدیر خود را اداره کنیم، مترجم علی فروزفر، نشر مبلغان



من از استفاده روزافزون از کارتهای اعتباری واقعاً نگرانم...

اما راه دیگه‌ای هم وجود داره...





شرکت کارت اعتباری ایران کیش
(سهامی عام)

..... تولد

جناب آقای محمدجواد ابراهیمی، جناب آقای
حامد محمدی دهنو، جناب آقای هادی احمدی
مقدم، جناب آقای علیرضا تهرانی، جناب آقای
رامین قاسمی دهکاء

با تقدیم صمیمانه‌ترین شادباش‌ها به
یمن تولد فرشته کوچکتان، آرزومندیم لحظات
زندگیتان سرشار از شادی‌های پردوام باد.

..... ارتقا

جناب آقای مهدی مقیسه (سرپرست گروه تست
و آزمون پایانه‌های فروش)، جناب آقای مهدی
رجبی کماسانی (کارشناس مسوول)، سرکار خانم
مهدیه جعفری (کارشناس مسوول)، سرکار خانم
سیده سمانه نعیمی (کارشناس مسوول)، جناب
آقای رضا رشیدزاده (کارشناس مسوول)، جناب
آقای محمود نصیری (کارمند مسوول)، سرکار
خانم شیدا قادری (کارمند مسوول)،

ارتقا شما را تبریک گفته و برایتان موفقیت
روزافزون خواستاریم.

خاندان کیش



www.kiccc.com

دستگاه‌های پایانه فروش ایران کیش
تنها دستگاه دارای امکان خرید شارژ
تلفن همراه به صورت همزمان و به
تعداد دلخواه در یک تراکنش

فروش شارژ تلفن همراه به صورت گروهی



شرکت کارت اعتباری ایران کیش
(سهامی عام)