

به بهانه فراخوان تغییر طراحی سردر شعب بانک ایران زمین بررسی می کند؛

**ری بر ندینگ، چالش جدید بانک هادر دوران بانکداری دیجیتال!**



**بهرآم** با تغییر پارادایم های موجود در بانکداری مدرن، امروزه این خطر برای اغلب برندها در بانکداری کشور احساس می شود که مردم این برندها را به عنوان یک برند کهنه و قدیمی بشناسند و نتوانند در دوره بانکداری دیجیتال، بر روی یک بانک حساب ویژه‌ای باز کنند.
تیتیر ۲۰- برندسازی همواره یکی از مهمترین دغدغه ها و چالش های مدیریتی و تخصصی در هر حرفه و حوزه ای است. فرآیند دشوار و پیچیده ای که نیاز داریم تا نام و نشان تجاری خود را به مخاطبان و مشتریان عرضه کنیم، آن را بشناسانیم و در یک کلام، حرفه خود را برای مخاطبانمان منحصر به فرد سازیم.

اما گاهی حتی پس از این فرآیند دشوار باز هم نباید کار را تمام شده تلقی کنیم، چرا که شاید همه چیز آنطور که می خواستیم پیش نرود و شاید در این مسیر اتفاقاتی جدید برای کسب و کار، محیط پیرامونی و حتی مشتریان ایجاد شود که برند ما دیگر کارایی و تاثیر خود را از دست بدهد و نیاز به تجدید و بازسازی پیدا کند.

در دسری که البته پیش از این برای بسیاری از بانکهای کشور رخ داده و البته تعدادی نظیر بانک ملت توانستند با انجام به روز رسانی های لازم، موجودیت برند خود را حفظ کنند و تجربه خوبی در این مسیر به دست بیاورند.

با تغییر پارادایم های موجود در بانکداری مدرن، امروزه این خطر برای اغلب برندها در بانکداری کشور احساس می شود که مردم این برندها را به عنوان یک برند کهنه و قدیمی بشناسند و نتوانند در دوره بانکداری دیجیتال با همان ذهنیت های پیشین و قدیمی خود که برگرفته از تجربیات و تصورات ذهنی یک برند قدیمی است، بر روی یک بانک حساب ویژه‌ای باز کنند.

تنوع خدمات، گستر دگی امکانات فنی و دیجیتالی و نیز به روز رسانی های متعدد در این حوزه، لزوم توجه به هویت بصری و نشان تجاری را در بین بانک های کشور بیش از هر زمان دیگری ضروری نموده است.

بنابراین گاهی با در نظر گرفتن شرایط و چشم اندازهای آینده باید به تجدید قوای برند و احیای آن نیز نیم نگاهی داشت، فرآیندی که در تبلیغات از آن به عنوان ری برندینگ یاد می شود. فرآیندی که می تواند با تغییراتی در المان های یک برند بانکی، با اهداف و وظایفی که برای یک بانک در دوران بانکداری دیجیتال مطرح است، همخوانی و تطابق بیشتری در ذهن مخاطب ایجاد نماید.

تصولات و تغییراتی که به نظر می رسد بانک ایران زمین امروز به آن پی برده و به نظر می رسد با هدف گذاری هایی که مدیران این بانک در حوزه بانکداری دیجیتال برای آن در نظر گرفته اند، در پی بازسازی بخشی از این هویت بصری هستند. چرا که این بانک به تازگی در اطلاعیه ای اعلام کرده در نظر دارد به منظور یکپار چگی و بهینه سازی تابلوسر در شعب، طراحی تابلوهای سردر شعب خود را از طریق فراخوان عمومی انجام دهد.

در همین رابطه، سید محمد حسین استاد مدیر روابط عمومی بانک ایران زمین، در گفت و گو با تیتیر ۲۰ با تأیید بر اینکه این اقدام در راستای ری برندینگ در این بانک و همسو با اهداف دیجیتالی شدن بانک صورت می گیرد، تصریح نمود: «در این فرآیند تصمیم داریم مشابه آنچه قبلا بسیاری از بانک های قدیمی در احیای برند خود، انجام دادند متناسب با شرایط و دوران جدید، تغییراتی در جانمایی طراحی های تابلوهای سر در شعب داشته باشیم که البته در این فرآیند ساختار اصلی لوگوی بانک و رنگ سازمانی بانک ایران زمین حفظ خواهد شد.»

البته دراین موضوع باید به این نکته مهم توجه کرد که عموما مشتریان، خیلی هم با جزئیات یک برند، در گیر نمی شوند و برندینگ و Rebranding مناسب، باید بر روی فرم کلی و شاکله اصلی برند خود تمرکز کند.

همچنین در این زمینه علاوه بر اینکه باید نیازهای مشتریان پیشین را در نظر گرفت و توجه داشت که فرآیند ری برندینگ باعث از دست دادن مشتریان قبلی نشود، در عین حال باید به مخاطبان و مشتریان جدید نیز آندیشید. باید دید که در این پروسه به چه قشری از مخاطبان جدید نیاز است. در واقع نباید فراموش کرد که بازسازی برند، از یک لحاظ به معنای جلب توجه دوباره می باشد.

لذا باید به این نکته توجه ویژه ای شود که توجه چه کسانی قرار است جلب شود؟ و یا اینکه صرفا قرار است مخاطبان قبلی تثبیت شوند؟

بنابر این باید منتظر بود و دید بانک ایران زمین که پیش تر نیز اعلام کرده بود که تا سال ۱۴۰۰ بانکی تمام دیجیتال خواهد شد، در مسیر فراهم سازی بستر بانکداری مدرن برای مشتریان با ظاهری جدید در سردر شعب و به روز رسانی برند خود چطور وارد عرصه رقابت در حوزه بانکداری مدرن در شبکه بانکی کشور خواهد شد؟



**روابط عمومی بیمه معلم در حوزه ارتقاء فرهنگ بیمه بر تر شد**

روابط عمومی بیمه معلم در راستای اقدامات حرفه ای در مسیر توسعه فرهنگ بیمه در جامعه و ارتقاء جایگاه بیمه در میان اقشار مختلف با بهره گیری از ابزار حرفه ای و راهکارهای تبلیغاتی بهینه و مناسب توانست حائز روابط عمومی برتر در صنعت بیمه شود. به گزارش رسک نیوز، در ششمین جشنواره روابط عمومی های برتر صنعت بیمه که همزمان با مراسم پایانی بیست و پنجمین همایش بیمه و توسعه در برج میلاد بر گزار شد، روابط عمومی شرکت بیمه معلم به دلیل اقداماتش در حوزه فرهنگ سازی بیمه طی یک سال گذشته توانست این عنوان را کسب کند. بنابر اعلام ششمین جشنواره روابط عمومی های برتر صنعت بیمه، روابط عمومی بیمه معلم در راستای اقدامات حرفه ای در مسیر توسعه فرهنگ بیمه در جامعه و ارتقاء جایگاه بیمه در میان اقشار مختلف با بهره گیری از ابزار حرفه ای و راهکارهای تبلیغاتی بهینه و مناسب توانست حائز روابط عمومی برتر در صنعت بیمه شود. توجه به فرهنگ سازی بیمه و نفوذ کارگر دهای بیمه در میان مردم در کنار ارتقاء برند بیمه معلم از شاخص هایی بود که این جشنواره در خصوص ارزیابی عملکرد این شرکت بیمه مدنظر قرار داد. گفتنی است، این تقدیر نامه همزمان با ۱۳ آذر روز ملی بیمه با امضاء رئیس کل بیمه مرکزی به آژاده هراتی زاده، مدیر روابط عمومی بیمه معلم اعطاء شد.

**پر توافکنان، عضو هیئت مدیره در مراسم رونمایی از سامانه فروش آرد:**

## بانک سپه در کنار صنعت آرد کشور خواهد بود



**سرمایه گذاری ۱۲میلیارد دلاری بانک سپه در صنایع کشور**

عضو هیئت مدیره در این مراسم با اشاره به نیازهای صنعت آرد کشور را بر طرف خواهد کرد.

به گزارش اقتصادسرمآمد به نقل از پایگاه اطلاع رسانی بانک سپه، پر توافکنان در مراسم رونمایی از سامانه فروش آرد سایر دلار در صنایع بالادستی در حوزه های پالایشگاه، نیروگاه، پتروشیمی، نفت و سیمان سرمایه گذاری کرده که رقم شایان توجهی است. وی افزود: سرمایه گذاری های بانک سپه از محل منابع صندوق توسعه ملی مدیریت شده و بانک سپه یکی از

بانک های اصلی و عامل صندوق توسعه ملی است. پر توافکنان بایان اینکه صنایع معدنی کشور شامل: چادرملو، گل گهر و گهر زمین، شرکت هایی هستند که با سرمایه گذاری های بلندمدت بانک سپه به بهره برداری رسیده اند، تصریح کرد: معادن کشور با بانک سپه شناخته می شوند.

**تسهیلات کلان بانک سپه در راستای اهداف دولت برای رونق اقتصادی کشور و ایجاد اشتغال پرداخت می شود**

وی با تأکید بر اینکه پرداخت تسهیلات

**با تقویت بانک توسعه تعاون**

### حجم خدمات ممتاز به تعاونی ها افزایش می یابد

میان ۳۵ بانک نظام بانکی رتبه مناسبی را به دست آورده است.

رئیس هیئت مدیره و مدیر عامل بانک توسعه تعاون در ادامه افزود: این بانک با برقراری تعامل دوسویه با اتحادیه های شرکت های تعاونی همواره نهایت همکاری و خدمت رسانی را به بخش مردمی تعاون اعمال نموده و در ادامه راه با تقویت سرمایه بانک، خدمات اختصاصی و تخصصی را گسترش خواهیم داد.

وی به مدیران اتحادیه های سراسری شرکت های تعاونی پیشنهاد نمود، زمینه برقراری ارتباط و تعامل دوسویه اعضای مردمی فعال در قسمت های متنوع تعاون را به بانک تخصصی بخش تعاون فراهم آورند و از این فرصت مغتنم «طرح اشتغال پایدار روستایی» و «طرح اشتغال فراگیر» در جهت حفظ و ایجاد اشتغال مولد و ارتقاء سطح کمی و کیفی تولید داخلی بهره برداری لازم را بنمایند.
مهدیان اتحادیه ها، شرکت های تعاونی و اعضاء تعاونی ها را از مشتریان خوش حساب بانک دانست و در این باره گفت: بی تردید گردش صحیح و سریع منابع و تخصیص بهینه تسهیلات توأم با بازگشت به موقع آن می تواند زمینه ساز فرصت جدید برای سایر متقاضیان بخش تعاون باشد.

### حذف دفتر چه بیمه در مراکز درمانی ملکی تأمین اجتماعی

تخصصی و ۷دی کلینیک در سراسر کشور است که بیمه شدگان تأمین اجتماعی می توانند خدمات درمانی لازم را از این مراکز درمانی بدون دفتر چه و تنها با کد ملی دریافت کنند.

سازمان تأمین اجتماعی از سال ۱۳۸۷ به دنبال حذف دفتر چه های درمانی بود و در این مدت طرح های مختلفی از جمله کارت هوشمند درمان و ذخیره اطلاعات بیمه ای و درمانی بیمه شدگان در سیم کارت را ارائه کرد ولی در نهایت به اجرای طرح نسخ الکترونیک رسیدند و پس از ۱۰سال حذف دفتر چه درمانی تأمین اجتماعی در مراکز ملکی سازمان در سراسر کشور اجرایی می شود.



پنج شنبه ۱۵ آذر ۱۳۹۷ - شماره ۳۷۹

**۴میلیارد یورو سرمایه گذاری بانک صنعت و معدن برای دوره تحریم**



رییس اداره نظارت بر طرح های بانک صنعت و معدن گفت: این بانک با مجموع تسهیلات ارزی ۱۴ میلیارد یورویی سرمایه گذاری در پروژه های عظیم اقتصادی در سخت ترین شرایط تحریمی را در دست اقدام دارد. به گزارش اقتصادسرمآمد به نقل از تا ن نمای بانک صنعت و معدن «امید کاملی» افزود: عمده ایس پروژه های بزرگ شامل طرح های زیرساختی و صنعتی با ظرفیت سالیانه ۴۵ میلیون تن تولید فراآورده های نفت و گاز و پتروشیمی، ۱۷ میلیون تن محصولات زنجیره فولاد، هفت هزار مگاوات ساعت برق مورد نیاز صنایع، ۱۵۰ میلیون مترمکعب آب مصرفی صنایع از طریق شیرین سازی آب خلیج فارس، ۵۰ میلیون مترمربع فرآورده ساختمانی، هفت میلیون تن سیمان و سه میلیارد و ۲۰۰ میلیون یورو اعتبار در بخش حمل و نقل ریلی است.

کاملی ادامه داد: بانکداران دنیا را با پوشش مرتب در اتاق های پیشرفته و جلسات حرفه ای جذاب می شناسیم اما بانکداران ایرانی چه در قالب بانک های دولتی شده پس از انقلاب و چه در قامت بانک های خصوصی تحول خواه به مبارزان خط مقدم جدال نابرابر مالی و اقتصادی تحریم ها تغییر نقش دادند تا تأمین مالی طرح های صنعتی ایران راه جریان نازند.

وی یادآوری کرد: در دوران تحریم بانک هائش ویژه ای را عهده دار شدند که کمتر مستندسازی و ارائه شد.

به گفته وی، نوسازی و بازسازی صنایع، ساخت صنایع بزرگ و مازر، بهره برداری از معادن، بنیانگذاری زیرساخت های بخش صنعت، توسعه صنایع موجود و تأمین مواد اولیه و قطعات یدکی از دستاوردهای بانک های ایرانی در دوره تحریم بوده است.

به گزارش ایرنا، مدیر عامل بانک صنعت و معدن سوم آذرماه در بازدید از یک کارخانه داروسازی در سبزوار گفت: امسال ۱۰۰ هزار میلیارد ریال تسهیلات سرمایه در گردش به طرح های صنعتی متوسط و کوچک کشور اختصاص یافت.

«حسین مهری» افزود: از محل این تسهیلات یک هزار طرح در استانها مختلف کشور تأمین اعتبار شد که بخش بسیاری از آن پرداخت شده است.



**آغاز طرح گفتگوی تلفنی مشتریان بان**  
**مدیران ارشد بانک انصار**



**بهرآم** طرح گفتگوی تلفنی مشتریان بانک انصار با مدیران ارشد که طی ۴ سال گذشته با موفقیت انجام شد و تعداد زیادی از مشتریان و عموم مردم سوالات خود را از آقای فروتن قائم مقام بانک، معاونین و مدیران کل مطرح و پاسخ های لازم را دریافت کردند، از روز یکشنبه ۱۸ آذرماه سالجاری، با پاسخگویی آقای مهندس نراقیان مدیرکل بازاریابی بانک انصار به سوالات متقاضیان آغاز می شود.

به گزارش اداره کل روابط عمومی و تبلیغات، در راستای اجرای راهبرد مشتری گرایی بانک انصار که به منظور جلب رضایت مشتریان و حفظ و افزایش سهم بانک از بازار سپرده ها صورت می گیرد، طرح گفتگوی تلفنی مدیران ارشد بانک انصار با گفتگوی مدیرکل بازاریابی در تاریخ ۱۸ آذرماه، ساعت ۱۰ تا ۱۱،۳۰ آغاز و با گفتگوی حجت الاسلام والمسلمین محمدی شاهرودی در تاریخ ۹دی ماه سالجاری در بازه زمانی مشابه به پایان می رسد. شایان ذکر است که این طرح براساس جدول پیوست اجرا شده و متقاضیان می توانند با معاونین و مدیران کل بانک در تاریخ هاوزمان های تعیین شده از طریق شماره تلفن ۰۹۶۳۰۰ مرکز خدمات مشتریان گفتگو کنند.

اداره کل روابط عمومی و تبلیغات