



بانک انصار

ایفای نقش متصدیان بانکی از نگاه بازاریابی

مؤلف:

محسن عسگری

سرهتاسه : عسگری ، محسن ، ۱۳۵۷ .
عنوان و نام پدید آور :
ایفای نقش متصدیان بانکی از نگاه بازرایی / مؤلف : محسن عسگری .
مشخصات نشر : تهران : نشر قدیس ، به سفارش بانک انصار ، ۱۳۹۰ .
مشخصات ظاهری : ۹۶ ص . ، نمودار .
شابک : ۶ - ۹۶ - ۸۲۲۴ - ۹۶۴ - ۹۷۸
وضاحت فهرست نویسی : فیبا
موضوع : بانک و بانکداری - ایران - خدمات مشتری
موضوع : بانک و بانکداری - ایران - مدیریت
موضوع : بازرایی - ایران - مدیریت
شناسه افزوده : بانک انصار -
رده بندی کنگره : ۱۳۹۰ ع ۹ / HG۱۶۲۳
رده بندی دیویی : ۳۳۲/۱۰۹۵۵
شماره کتابشناسی ملی : ۲۳۵۷۰۰۶

نام کتاب : ایفای نقش متصدیان بانکی از نگاه بازرایی
مؤلف : محسن عسگری
ویراستار : حسین آرزومندی
ناشر : نشر قدیس ، به سفارش بانک انصار
صفحه آرائی : نقش و نگار بیستون
نوبت چاپ : اول - ۱۳۹۰
شمارگان : ۳۵۰۰ نسخه
شابک : ۶ - ۹۶ - ۸۲۲۴ - ۹۶۴ - ۹۷۸
ISBN : 978 - 984 - 8424 - 98 - 6
نشانی : تهران ، خیابان پاسداران شمالی ، بعد از سه راه اقدسیه .
تیش نارنجستان دهم ، پلاک ۵۳۹ . ساختمان مرکزی بانک انصار
صندوق پستی : ۳۹۷ - ۱۹۵۷۵
تلفن : ۵ الی ۲۲۸۱۵۳۸۰
سایت اینترنتی : www.ansarbank.com
پست الکترونیک : info@ansarbank.com

فهرست

۷	پیشگفتار
۹	مقدمه
۱۰	بازار بانکی ایران
۱۰	صنعت بانکداری نوین
۱۱	ضرورت آگاهی از دلایل رفتار دیگران
۱۲	تعریف ارتباط
۱۴	طریق ایجاد ارتباطات موثر
۱۴	مشکلات برقراری ارتباطات موثر
۱۴	رموز برقراری ارتباطات حضوری
۱۵	شخصیت
۱۶	فروش
۱۶	حربه‌های فروش
۱۶	علل از دست دادن مشتری
۱۷	عوامل موثر در فروش
۱۷	تصمیمات مهم مبتنی بر مشتری
۱۷	نکات مهم در برخورد با مشتری
۱۸	اعمال فروشنده خدمات بانکی در مذاکرات
۱۸	مشخصات صدای فروشنده خدمات بانکی
۱۸	حرکات فروشنده خدمات بانکی

- ۱۸ آگاهی های لازم در زمینه فروش خدمات بانکی
- ۱۹ طیف اطلاعات فروشنده خدمات بانکی
- ۱۹ اقدامات اولیه قبل از تماس با مشتری
- ۱۹ اقدامات اولیه در تماس ملاقات با مشتری
- ۱۹ نکات مهم در متقاعد کردن مشتری
- ۲۰ تاکید بر امتیازات
- ۲۰ انتظارات مشتری
- ۲۰ مفهوم بازاریابی بانکی
- ۲۹ آمیزه بازاریابی بانکی
- ۶۵ محورهای اصلی
- ۶۶ محورهای فرعی
- ۷۵ گام های مذاکره
- ۷۵ دلیل مذاکره
- ۷۶ چرا گام های مذاکره را رعایت باید کرد
- ۷۷ تفاوت های هر مذاکره
- ۷۷ شرایط یک مذاکره کننده خوب
- ۷۸ پشت میز مذاکره چه کارهایی را باید انجام داد
- ۷۸ پشت میز مذاکره چه کارهایی را نباید انجام داد
- ۷۹ حربه های مذاکره
- ۷۹ قوانین ارتباط دوطرفه
- ۸۲ برخورد با مشتری عصبانی
- ۸۴ ویژگی های شخصی متصدی امور بانکی موفق
- ۸۵ وظایف و مسؤولیت های شغلی تحویلداران و متصدیان امور بانکی
- ۹۶ منابع و مآخذ

پیشگفتار:

بر هیچ فردی پوشیده نیست که امروزه موسسات پولی و بانکی، به واسطه فضای بسیار رقابتی از نظر کیفیت و تنوع خدمات تحت فشار فزاینده‌ای قرار دارند. آن‌ها در عین حال که برای مشتریان خود از اهمیت حیاتی برخوردارند و وجودشان برای ارتقاء و توسعه در تولید و صنعت کشور ضروری است، باید به‌عنوان بنگاه اقتصادی که سیاست‌ها و رویه‌های مالی در نظام اقتصادی کشور را مطابق بسته سیاستی نظارتی بانک مرکزی انجام داده، اعمال وظیفه نمایند.

در چند سال گذشته به دلیل مشکلات مختلف اقتصادی، اجتماعی و دولتی بودن نظام بانکی و مهم‌تر از همه فزونی میزان تقاضا بر عرضه، همواره بانک‌های کشور بازاریابی، مشتری‌مداری، تکریم ارباب رجوع و ارکان آن‌ها را مورد بی‌توجهی قرار داده‌اند و نتوانسته‌اند به نحو احسن از بازاریابی نوین استفاده نمایند. مشتریان به علت عدم توجه و بها ندادن به نیازها و خواسته‌هایشان و ارائه خدمات یکسان و مشابه توسط تمامی شعب موسسات پولی و بانکی کشور هیچگونه انگیزه‌ای برای مراجعه به شعب موسسات پولی و بانکی نداشته‌اند. لذا مشتریان به ناچار به موسسات پولی و بانکی مراجعه می‌کنند تا نیازهای ابتدایی خود را برطرف سازند و به تعبیر دیگر باید گفت که از نظر عامه مشتریان در حال حاضر این مشتریان هستند که در خدمت موسسات پولی و بانکی می‌باشند نه موسسات پولی و بانکی در خدمت مردم.

با توجه به تغییرات محیطی و بازار رقابتی که در پیش رو داریم، موسسات پولی و بانکی بایستی پیشاپیش به تجهیز نمودن خود، شناسایی نیازها، توقعات

مشتریان و همچنین توجه به وضعیت بازار اهمیت قابل شوند، زیرا هر موسسه پولی و بانکی که بتواند زودتر از رقبا این نیازها را شناسایی و برآورده کند در میدان رقابت پیروز و سرفراز خواهد بود. در این فضا، یکی از عناصر کلیدی موفقیت موسسات پولی و بانکی، کیفیت ارائه خدمت توسط متصدیان آنها است. این متصدیان می‌توانند شامل مدیران شعب، معاونین، حسابداران و متصدیان باجه باشند. کیفیت عملکرد این گروه، به سادگی می‌تواند موسسه پولی و بانکی را به رتبه اول و پیشرو ارتقاء داده و یا به یک موسسه عادی و ضعیف از نظر بازاریابی تنزل دهد. در این کتاب سعی بر آن شده است که نقش متصدیان در بانک‌های ایران و نقاط ضعف، قوت، اهداف و همچنین اثرات اجرایی نمودن آن و نقش محوری مشتری به عنوان رکن اساسی و حیاتی برای سرپا نگاه داشتن موسسه پولی و بانکی مورد مطالعه و بررسی قرار گیرد و پیشنهادهایی برای اصلاح و بهبود کیفیت خدمات ارائه شده است.

کتابی که مطالعه می‌فرمایید حاصل تلاش عزیزان معاونت منابع انسانی و آموزش و تالیفی به قلم شیوای برادر محسن عسگری می‌باشد. ضمن تشکر از این همکاران امید است مورد استقبال عزیزان و کارشناسان بانکی قرار گیرد. ان شاء الله.

آیت الله ابراهیمی

مدیر عامل و نائب رئیس هیئت مدیره

مقدمه

نقش متصدیان بانکی در ایجاد یک دیدگاه مثبت در مشتریان در راستای استفاده از خدمات بانکداری با توجه به رقابت شدید موسسات پولی و بانکی در ایران اهمیت یافته است. این موضوع باعث شده که در حال حاضر کلیه زیر ساخت‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی کشور را با شدت و ضعف تحت تاثیر قرار دهد. هر یک از موضوعاتی که با آن مواجه می‌شوید پرداختن به کسب اطلاعات از منظر و دیدگاه مشتریان است که موسسات پولی و بانکی ناگزیر و ناگزیر نموده است.

فرصت‌های اقتصادی به‌ویژه در تولید درآمد، آموزش، توسعه روستایی، بهداشت و درمان، مدیریت دولتی و غیر دولتی و سایر زیر ساخت‌ها، همه و همه نشانگر نقش متصدیان بانکی در تاثیرپذیری ابعاد مختلف کسب و کار از جلب و جذب مشتریان است. همه این زیرساخت‌ها از نگاهی دیگر در محور عملیات بانکی، مجدداً به نقطه اشتراک می‌رسند. این وجه مشترک در عملیات بانکی جای تامل و مطالعه بیشتر دارد.

نتایج این مطالعه می‌تواند به موسسات پولی و بانکی کمک نماید تا در درک محیط و کارآفرینی متناسب با شرایط محیطی فعالیت‌های بانکی کمک شایانی بنماید.

در این مبحث در نظر داریم ضمن تبیین نقش متصدیان بانکی جهت ایجاد انگیزه در مشتریان جهت استفاده از خدمات در صنعت بانکداری، اهمیت عوامل موثر در این نقش آفرینی را مورد تاکید قرار داده و نکات قابل تاملی را مطرح نماییم.

بازار بانکی ایران

بازار بانکی ایران تبدیل به یک بازار دو قطبی شده که در یک قطب آن بانک‌های دولتی و در قطب دیگر بانک‌های خصوصی، موسسات مالی و اعتباری، تعاونی‌های اعتبار و صندوق‌های قرض الحسنه هستند، که ضوابط نظارتی شدیدی را از طرف بانک مرکزی دنبال می‌کنند.

اجازه ورود بانک‌های جدید به صحنه خدمات بانکی به دلیل بسته بودن شبکه بانکی در کشور بسیار محدود داده می‌شود، و این در حالی است که حتی دستورالعمل‌ها و بخش‌نامه‌ها از قدرت کافی برای تمکین بانک‌ها برخوردار نیستند.

پیرو تلاش‌هایی که هم‌اکنون در بدنه کارشناسی دولت و بانک مرکزی جهت تحول رفتاری نظام بانکی و نیز بازنگری قوانین و مقررات بانکی به منظور رفع ضعف‌ها و تقویت نقاط قوت نظام بانکی و افزایش نقش آن در رشد و توسعه اقتصادی کشور در حال انجام است به مشکلات اصلی زیر پی برده‌اند:

- مشکلی به نام بانکداری سرمایه‌داری.
- هزینه‌های دولتی بودن اقتصاد کشور.
- فضای لاتاری نظام بانکی ایران.
- بانکداری فیزیکی و عدم تحقق اهداف بانکداری مجازی و الکترونیکی.

صنعت بانکداری نوین

صنعت بانکداری نوین به مطالعه، طراحی، توسعه، پیاده‌سازی، پشتیبانی یا مدیریت سیستم‌ها مبتنی بر ساختارهای جدید بانکداری مطابق شرایط مکانی و زمانی می‌پردازد.

صنعت بانکداری نوین با مسائلی مانند استفاده از ابزار و تجهیزات جدید صنعت بانکداری سر و کار دارد تا، تعدیل، ذخیره، حفاظت، پردازش، انتقال و بازاریابی خدمات بانکی به شکلی مطمئن و امن انجام پذیرد.

صنعت بانکداری نوین دارای ۴ عنصر اساسی زیر می‌باشد:

- انسان: منابع انسانی، مفاهیم و اندیشه، نوآوری.
- ساز و کار: قوانین، مقررات و روش‌ها، ساز و کارهای بهبود و رشد، ساز