

دکتر قاسم محمدی از دلایل موفقیت روابط عمومی بانک کشاورزی در همایش روابط عمومی های

الکترونیک می گوید

میان سخت افزار و نرم افزار بانک کشاورزی هماهنگی ایجاد کردیم

بانک کشاورزی در دومین همایش روابط عمومی الکترونیک در راستای طراحی و پیاده سازی "سایت جامع و نمونه اطلاع رسانی" موفق به کسب عنوان برتر شد. در دومین همایش روابط عمومی الکترونیک، آیت الله هاشمی رفسنجانی در پیام خود، آشنایی و به کارگیری فن آوری های نوین ارتباطی و اطلاعاتی در توسعه کشور را نه یک انتخاب، بلکه ضروری دانست.

دکتر علی زراعی نجفداری، مشاور رییس جمهور نیز در این همایش گفت: تعیین یک روز به عنوان روز روابط عمومی طلیعه ای نویدبخش برای این حوزه است. در این همایش در بخش تجارب عملی روابط عمومی الکترونیک نیز از دکتر قاسم محمدی، مشاور عالی مدیر عامل و سرپرست اداره کل روابط عمومی بانک کشاورزی با توجه به، به کارگیری ابزار نوین اطلاعات و ارتباطات (NICT) در ارتقای عملکرد و انجام بهینه وظایف روابط عمومی و تلاشی مدیرانه در راهبرد و مدیریت صحیح واحد روابط عمومی با اعطای لوح و تندیس تقدیر شد.

در این راستا دکتر محمدی که در مدت فعالیت در حوزه روابط عمومی تحولی چشمگیر را موجب شد، در مصاحبه ای به تعیین نقش روابط عمومی در موفقیت بانک کشاورزی و برنامه های جامع آن در زمینه فرهنگ سازی در جامعه و بخصوص کشاورزان پرداخت و از تشکیل کمیته نوآوری تیزرهای بانک کشاورزی خبر داد. مشروح این گفت و گو را می خوانید:



منجر به راه اندازی و استفاده از وب سایت، پست صوتی، پست الکترونیک و استفاده از sms شده است. از این امکانات در ابتدا به منظور اطلاع رسانی و آرایه اطلاعات استفاده شد ولی از چندی پیش با توجه به تعریف روابط عمومی و رکن اصلی آن که دریافت بازخوردها و نظرات مشتریان است، این امر نیز در برنامه کاری بانک قرار گرفته و دسترسی مشتریان را به بانک برای انتقال نظرات فراهم کرده است.

شما به عنوان مشاور عالی مدیر عامل و نیز در کسوت مدیریت روابط عمومی بانک های کشور، چه تدابیری را برای تبیین خط مشی ها و سیاست گذاری های بانک در نظر می گیرید؟

همین اولویت ها و نیز جایگاهی که برای فن آوری نوین قایل است، شرایط بهره روری از این امکانات نوین را برای مشتریان خود به وجود آورده است. راه اندازی اولین اینترنت دو زبانه ی متصل به اینترنت در نظام بانکی کشور در سال های اخیر و دیگر خدمات الکترونیکی بانکی و در نهایت رضایت مندی مشتریان همگی نشان دهنده خط مشی سال های اخیر بانک کشاورزی بوده است.

با توجه به گستردگی شعب و کثرت مشتریان و مخاطبان خود، بسترهای مختلفی را برای معرفی خدمات، امکانات و تسهیلات و همچنین دریافت نظرات و خواسته های آنان فراهم کرده است که این امر با توسعه کامپیوتر، اینترنت و موبایل

شما با توجه به موفقیت های بانک کشاورزی نقش روابط عمومی را در این توسعه چگونه ارزیابی می کنید؟

مطالعه، بررسی و شناخت محیط داخل و خارج سازمان یک وظیفه مهم روابط عمومی است که در نهایت به انعکاس خدمات سازمان به مخاطبان و دریافت خواسته ها و باز خورد آن به سازمان منجر خواهد شد. در این مسیر بهره گیری از فن آوری های جدید نقش موثری در ارتقای کیفی و کمی این فرآیند خواهد داشت و استفاده از ابزار الکترونیکی به عنوان یکی از سریع ترین و متنوع ترین امکانات همواره مورد توجه سازمان ها و از جمله روابط عمومی آنها بوده است. بانک کشاورزی هم با طرف توجه قرار دادن

کشاورزی واحدی را تحت عنوان دبیرخانه نظام پیشنهادها راه‌اندازی کرده و در این قسمت فرم اینترنتی مربوطه برای علاقه‌مندان در نظر گرفته شده است. استفاده از این سرویس باعث انتقال سریعتر اطلاعات و جلوگیری از مشکلات احتمالی از قبیل عدم دریافت از طریق پست و غیره می‌باشد.

مسابقه اینترنتی: بانک

کشاورزی به منظور ایجاد انگیزه

بیشتر مخاطبان در آشنایی با خدمات بانکی، مسابقات اینترنتی را به صورت دوره‌ای برگزار و پس از اتمام دوره جوایز ارزنده‌ای به برندگان اهدا می‌کند.

اعلام درخواست اینترنتی ملاقات با

مدیرعامل بانک: در اداره کل روابط عمومی، واحدی تحت عنوان واحد ارتباط مردمی راه‌اندازی شده که علاقه‌مندان می‌توانند علاوه بر راه‌های مختلف ارسال درخواست، از بستر اینترنت نیز به وسیله پر کردن فرم‌های موجود، مسایل و مشکلات خود را بیان نموده و درخواست ملاقات با مدیر عامل بانک را داشته باشند و توسط کد پیگیری، موضوع خود را از طریق اینترنت پیگیری نمایند.

طرح ناظرین ویژه: بانک کشاورزی به

منظور نظارت و کنترل فعالیت‌های خود، واحدی تحت عنوان ناظرین ویژه راه‌اندازی کرده است و با اختصاص فضای اینترنتی مخصوص این امر، امکان انتقال سریعتر گزارشات این واحدها را فراهم نموده است.

راه‌اندازی سامانه صندوق صوتی: این

صندوق با شماره تلفن ۸۸۲۷۴۷۸۲ (۱۶ خط) به منظور افزایش سرعت و کاهش زمان انتقال مکاتبات ایجاد شده است و امکاناتی از قبیل ارسال پیام و نامبر برای یک صندوق و یا فهرستی از صندوق‌ها را فراهم می‌کند و در کلیه اوقات شبانه روز و از سراسر دنیا قابل دسترسی همگان است.

راه‌اندازی سامانه پرسش و پاسخ: این

سیستم ارتباط مستقیم با مسولان بانک را از طریق شماره تلفن ۸۸۲۷۸۸۰۷ برای همکاران و



همین راستا کمیسیون هماهنگی روابط عمومی بانک‌ها برنامه جامعی را پیش‌بینی و از دی ماه سال گذشته اجرایی کرده است که امیدوارم تا پایان امسال این پروژه به سرانجام برسد. در این پروژه به عمومی شدن دانش بانکداری الکترونیک فکر می‌کنیم و این که تا چه اندازه و چگونه زندگی عادی مردم را با این فناوری درآمیزیم.

در بانک کشاورزی این داعیه چگونه به مرحله اجرایی رسیده است؟

مجموعه کاربردهای بانک کشاورزی از خدمات رسانه‌ای جدید، مجموعه‌ای از امکانات را در اختیار مشتریان ما قرار داده است. برای توضیح آنها باید بخشی از آنها را توضیح بدهم.

پخش همزمان مراسم قرعه‌کشی حساب‌های قرض‌الحسنه از طریق

اینترنت: از طریق این سیستم مشتریان می‌توانند از طریق اینترنت فیلم مراسم قرعه‌کشی حساب‌های قرض‌الحسنه را به طور زنده مشاهده کنند. با بهره‌گیری از بسترهای مخابراتی، شبکه‌ای، سخت‌افزاری و نرم‌افزاری مجهز، تاکنون شش دوره از مراسم قرعه‌کشی حساب‌های قرض‌الحسنه به این صورت پخش شده است که مورد استقبال شدید مشتریان قرار گرفته است.

نظرسنجی الکترونیکی و اینترنتی: سوالات مورد نظر واحدهای ذی‌ربط به صورت پاسخ چند گزینه‌ای در این قسمت مطرح شده و پس از اتمام دوره، آمار جمع‌آوری شده به واحد مربوطه برای هر گونه تصمیم‌گیری منتقل می‌شود.

ارایه پیشنهادات اینترنتی: بانک

اولویت‌های متفاوتی برای نظام‌مند کردن یک برنامه وجود دارد، افق‌های کوتاه‌مدت و البته تدابیر بلندمدتی که جزئی از ساختار مدیریتی یک مجموعه است.

پیرو فرمایش مقام معظم رهبری در خصوص اتحاد ملی و انسجام اسلامی و در جهت عملی شدن این رهنمون، ما این پیام را به عنوان یک اولویت در دستور کار خودمان قرار داده‌ایم. بانک کشاورزی در نظر دارد تا با ارایه

یکسان و منسجم خدمات چون گذشته و البته توجه به تقسیم عادلانه امکانات و سرمایه، بخشی از تعهد خود در قبال اجرایی شدن پیام مقام معظم رهبری را به انجام رساند.

تلاش‌های مدیریت هر مجموعه زمانی میسر می‌شود که میان پتانسیل انسانی یک مجموعه و تکنولوژی و فناوری اجرایی آن همسانی وجود داشته باشد. رابطه هماهنگ میان سخت‌افزار و نرم‌افزار است که یک نهاد اقتصادی را به سرانجام امیدوارانه‌ای رهنمون می‌کند و ما این مهم را به عنوان یک راهبرد در فعالیت‌های روابط عمومی بانک مدنظر قرار داده‌ایم. اهتمام در مطالعه علمی دیدگاه‌های مشتریان، مدیران و کارکنان بانک در طول سال، نکات مهمی را در اختیار روابط عمومی می‌گذارد و روابط عمومی این نکات را در سیاست‌گذاری‌های بانک دخالت می‌دهد. شعار بانک در سال جاری تحت عنوان "نوآوری، پشتکار، توسعه"، راهبرد مهمی بوده و روابط عمومی در تعیین آن، نقش اصلی را ایفا کرده است.

شما به عنوان رییس کمیسیون هماهنگی روابط عمومی چه تدابیری برای استفاده از تکنولوژی اقتصادی اندیشیده‌اید؟

لازم است یادآور شوم که استفاده از تکنولوژی، صرفاً کاربری فیزیکی از یک رسانه یا فناوری نیست، نیاز به آموزش و البته مهمتر از آن فرهنگ‌سازی میان کاربران و مخاطبین ابتدایی‌ترین مرحله استفاده از یک مجموعه تکنولوژیک است؛ برای مثال در توسعه بانکداری الکترونیک نیازمند فرهنگ‌سازی سریع در میان مردم هستیم. در



کنند.

بانک کشاورزی همچنین در راستای حرکت به سمت بانکداری الکترونیک به عنوان اولین بانک کشور از سال ۱۳۸۳ نسبت به تهیه سیستم جامع بانکداری الکترونیکی به صورت همزمان تحت عنوان مهرگستر اقدام کرده است و این پروژه در حال حاضر در سطح شعب کشور در حال راه‌اندازی است که روابط عمومی می‌کوشد تا ضمن اطلاع‌رسانی گسترده در این زمینه، فرهنگ استفاده از بانکداری الکترونیک و جایگزینی آن را با بانکداری سنتی بین مخاطبین ترویج کند و ضمن راهنمایی، آموزش و همکاری با مشتریان، دانش لازم را منتقل کند.

همچنین ما در دبیرخانه کمیسیون هماهنگی روابط عمومی بانک‌های کشور "طرح توسعه فرهنگ بانکداری الکترونیک" را تدوین کرده و در دستور کار خود قرار داده‌ایم و هدف ما به حداقل رساندن پول اسکناس و به حداکثر رساندن استفاده از پول الکترونیکی در بین مردم است.

برای آینده چه اهدافی را دنبال می‌کنید؟

بعد از پیام مدیر عامل بانک درخصوص توجه به سه اصل بنیادین "نوآوری، پشتکار و توسعه" در قالب شعار سال ۸۶، امیدواریم با سرلوحه قرار دادن این سه اصل به دیدگاه‌های موثری در بانکداری کشور برسیم. اصولی که به طور مستمر در شرایط فعلی و رشد روزافزون علمی و اجتماعی کشور می‌تواند الگوی مناسبی برای نهادهای اقتصادی کشور باشد.

تاکید بر نوآوری و خلاقیت در کل فعالیت‌های روابط عمومی بانک مدنظر ماست. تشکیل "کمیته نوآوری تیزرهای بانک"، اولین قدم در این راستا بوده است.

توسعه فعالیت‌های الکترونیکی و استفاده از این فن آوری در تمامی برنامه‌های روابط عمومی از جمله اهداف آتی این مدیریت بوده و همگامی با بانک در پیشتازی بانکداری الکترونیک این ضرورت را مضاعف کرده است.

برگرفته از سایت اطلاع‌رسانی بانک کشاورزی

خدمات بانک: با توجه به مزایای تلفن همراه، بانک کشاورزی به منظور انتقال پیام‌ها و معرفی خدمات جدید خود به مشتریان و همچنین دریافت نقطه نظرات و مسایل آنان، از سرویس انتقال پیام کوتاه به گوشی تلفن همراه استفاده کرده و در حال حاضر نیز در نظر دارد با استفاده از این سیستم نتیجه‌ی برندگان قرعه‌کشی حساب‌های قرض‌الحسنه را به علاقه‌مندان اعلام کند؛ که این امر نقش موثری در انتقال اطلاعات به مشتریان داشته و به جای نیاز به مراجعه به وب سایت و یا تماس با واحدهای ذی‌ربط، اطلاعات از طریق موبایل به آنان منتقل می‌شود. این امر تاثیر به‌سزایی در کاهش ترافیک، آلودگی هوا صرفه‌جویی در وقت و هزینه دارد.

برای رسیدن به یک نظام واحد نوین بانکی آیا تعریفی میان ارتباط روابط عمومی و بانک به عنوان یک نهاد اقتصادی وجود دارد؟

همان طور که ملاحظه می‌شود روابط عمومی بانک کشاورزی هم‌راستا با توسعه فن آوری در کشور، آن را در زمینه روابط عمومی الکترونیک به‌کار گرفته تا از این طریق، زمینه‌ی انتقال سریع‌تر پیام‌ها و نیازهای مشتریان را به بانک و معرفی خدمات بانک را به مشتریان فراهم کند. بی‌شک توسعه روابط عمومی الکترونیک سبب شده است تا مخاطبان نیز ارتباط با بانک را با بهره‌گیری از این سیستم‌ها جایگزین روش‌های سنتی و دستی

مشتریان طی ۲۴ ساعت شبانه روز جهت دریافت پیشنهادها، انتقادها و پیام‌ها فراهم می‌کند.

ارتباط مردم با مدیران از طریق Email: بانک کشاورزی به منظور برقراری ارتباط دوسویه الکترونیکی بین مردم و مدیران و ادارات بانک از بستر اینترنت استفاده نموده و از طریق ارسال و دریافت Email این ارتباط دوسویه را برقرار می‌نماید.

ارسال Email به مناسبت‌های مختلف: بانک ضمن راه‌اندازی سامانه ارسال پست الکترونیک به زبان فارسی و جمع‌آوری تعداد بالایی نشانی پست الکترونیک مشتریان، آخرین اخبار، پیام‌های بانکی و تبریک مناسبت‌های ویژه را برای مشتریان ارسال می‌کند.

تهیه و توزیع بروشورهای الکترونیکی: اطلاعات مجموعه‌ی خدمات بانک که به مشتریان ارائه می‌شود به صورت دوره‌ای و در قالب CD تحت عنوان بروشور الکترونیکی تهیه و طراحی می‌شود. این بروشور بین واحدهای مختلف بانک توزیع می‌شود تا در اختیار مشتریان قرار گیرد.

راه‌اندازی سیستم (Syndication RSS (Really Simple از این سرویس اینترنتی می‌توان برای آگاهی سایر خبرگزاری‌ها و سایت‌ها از تازه‌ترین اخبار و گزارش‌هایی که در وب سایت بانک درج شده است، استفاده کرد و با به کارگیری این سامانه مراجعه به سایت بانک ضروری نمی‌باشد.

ارسال SMS به تلفن همراه و معرفی