

بانک گردشگری به عنوان یک بانک نوپا، همگام با صنعت بانکداری کشور اتخاذ اهداف و برنامه های کلان مرتبط با بهبود فرآیند خدمات رسانی به مشتریان و همچنین دستیابی به سودآوری مناسب برای سهامداران خود را در دستور کار قرار داده است. اهداف کلان تدوین شده بانک در بخش های مختلف طبقه بندی شده که موارد شاخص آن به شرح ذیل می باشد.

چشم انداز کلان بانک گردشگری :

- ۱- کسب جایگاه در میان ۵ بانک نخست کشور،
- ۲- سهم ۳ درصدی از کل منابع موجود در شبکه بانکی کشور،
- ۳- کسب رتبه نخست در ارائه خدمات متنوع مالی و بانکی به صنعت گردشگری کشور،
- ۴- قرار گرفتن در زمره ۳ برند برتر بانکی از دیدگاه مشتریان.

مسیر دستیابی به چشم انداز تدوین شده بانک:

سودآوری مستمر، افزایش سهم بازار، عرضه خدمات و محصولات متنوع به بخش های اقتصادی سودآور به ویژه بخش گردشگری و توسعه برند بانک از مولفه های اصلی چشم انداز با تمرکز بر بازار و مشتریان محسوب می شود. بدین منظور توسعه فعالیت های بازاریابی به شیوه نوین و اختصاص منابع سازمانی با در نظر گرفتن محورهای زیر در این بانک در حال اجرا می باشد.

۱) ایجاد سازمان کارآمد بازاریابی و توسعه محصول در بالاترین سطح ساختار سازمانی

- ۱-۱) توسعه فرآیند مدیریت بازاریابی
- ۲-۱) ایجاد فرآیند مدیریت توسعه محصول
- ۳-۱) توسعه فرآیند مدیریت عرضه و پشتیبانی محصولات و خدمات

۲) افزایش سودآوری مشتریان فعلی

- ۱-۲) شناسایی مجدد مشتریان فعلی و افزایش درک عمیق از مشتریان موجود
- ۲-۲) شناسایی و تعریف مجدد نیازهای بالقوه و بالفعل مشتریان بازار فعلی
- ۳-۲) تعریف ارزش های پیشنهادی به مشتریان موجود (Customer-Value Proposition)
- ۴-۲) تعریف ویژگی های محصول/خدمت و راه حل های مالی موجود به منظور شناسایی اینکه کدام محصول/خدمت یا راه حل، ارزش پیشنهادی به مشتریان را تأمین می کند.
- ۵-۲) افزایش سودآوری مشتریان فعلی با ارائه بهتر پیشنهاد ارزش به آنها

۳) توسعه محصولات/خدمات موجود

- ۱-۳) شناسایی و تعریف مجدد قابلیت های موجود در بانک گردشگری
- ۲-۳) توسعه قابلیت های فعلی محصول/خدمت
- ۳-۳) بکارگیری قابلیت های توسعه یافته برای عرضه راه حل ها و محصولات جدید

۴) توسعه مشتریان در بخش های موجود بازار

- ۱-۴) شناسایی مشتریان دیگر (مشتریان رقبا و مشتریان بالقوه) در بخش های موجود بازار بانک
- ۲-۴) شناسایی و تعریف نیازهای مشتریان جدید (مشتریان رقبا و مشتریان بالقوه)
- ۳-۴) اصلاح و تعریف ارزش های پیشنهادی به این گروه از مشتریان مشابه
- ۴-۴) طراحی محصول/خدمت برای مشتریان مشابه در بخش های بازار موجود
- ۵-۴) عرضه محصول/خدمت به مشتریان در بخش های مشابه و توسعه کسب و کار اصلی بانک

۵) گسترش محصولات/خدمات نوآورانه مالی جدید مورد نیاز بخش های موجود بازار

- ۱-۵) شناسایی و تعریف قابلیت های جدید مورد نیاز
- ۲-۵) طراحی و گسترش راه حل ها/محصولات و خدمات جدید
- ۳-۵) ارائه راه حل ها و محصولات جدید به بخش های مشتریان فعلی

۶) گسترش مشتریان در بخش های جدید بازار هدف بانک

- ۱-۶) شناسایی و تعریف مشتریان جدید در بخش های جدید بازار هدف بانک
۲-۶) بکارگیری قابلیت ها و ظرفیت های موجود برای ورود به بازارهای جدید
۳-۶) ارائه راه حل ها و محصولات جدید به مشتریان موجود و جدید



به منظور دستیابی به چشم انداز تدوین شده بانک، موارد عنوان شده در فوق از چهار وجه مالی، مشتری و بازار، فرآیندها و رشد و یادگیری توسط صاحب نظران مورد بررسی قرار گرفته و در نتیجه منجر به ارائه اهداف در وجوه زیر شده است.

۱- وجه مالی

- ✓ احراز سودآوری (EPS) در میان ۵ بانک نخست کشور با عملکرد پایدار و ثبات مالی
- ✓ افزایش درآمد حاصل از توسعه و تکمیل زنجیره تامین خدمات مالی شرکت های تخصصی
- ✓ بهبود ساختار هزینه (قیمت تمام شده پول) و ساختار سرمایه بانک

۲- وجه مشتری و بازار

- ✓ افزایش سهم بازار با در اختیار گرفتن ۳ درصد منابع شبکه بانکی
- ✓ تامین رضایت مشتری از عملکرد محصولات و خدمات و دسترسی آسان مشتریان به آنها
- ✓ احراز رتبه نخست در ارائه خدمات متنوع مالی و بانکی به صنعت گردشگری کشور
- ✓ ارتقاء اعتبار نام بانک گردشگری (قرار گرفتن در میان ۳ برند برتر بانکی از دیدگاه مشتریان)

۳- وجه فرایندهای داخلی

- ✓ افزایش اثربخشی فعالیت های بازاریابی با تمرکز بر شناسایی بازار و تحلیل نیاز مشتریان
- ✓ تبدیل سریع نیاز مشتری به محصول، خدمت و راه حل های نوآورانه
- ✓ توسعه برون سپاری و مدیریت کارآمد زنجیره تامین
- ✓ شناسایی و کاهش ریسک فعالیت های بانکی
- ✓ کاهش مشکلات در عرضه محصولات و ارائه خدمات مناسب و متنوع

۴- وجه یادگیری و رشد

- ✓ توسعه قابلیت ها و انگیزه های نیروی انسانی
- ✓ توسعه سیستم های اطلاعاتی یکپارچه
- ✓ ایجاد فرهنگ مشتری محوری و نوآوری در بانک
- ✓ افزایش مهارت ها و قابلیت های راهبری در مدیریت بانک
- ✓ افزایش درک مشترک کارکنان از جهت گیری های آینده بانک

قابلیت های سازمانی مورد نیاز برای تحقق چشم انداز:

قابلیت محوری این بانک، مهارت و توانایی های می باشد که این بانک را قادر می سازد تا ارزش و محصول یگانه و منحصر به خود را به مشتریان ارائه دهد. این قابلیت از خلال توانایی یادگیری جمعی در درک چگونگی هماهنگ نمودن مهارت های مختلف و نیز همسو کردن فناوری ها حاصل می شود. این بانک با بهره برداری از قابلیت های محوری، محصول یا خدماتی متفاوت و به مراتب برتر از سایر رقبای بازار، ارائه می دهد. قابلیت های محوری، مزیت رقابتی با ثباتی ایجاد می کند و عامل ورود و موفقیت بانک در طیف وسیع و متنوعی از بازارهای مرتبط می شود. به عبارت دیگر، در سایه درک و مدیریت قابلیت محوری این بانک قادر خواهد بود تا به گونه ای امن در بازارها، حضور قوی داشته باشد. از نظر بانک گردشگری «قابلیت محوری بانک» دقیقاً همان کارهایی است که مجموعه بانک به خوبی انجام می دهد و با سه مشخصه زیر قابل شناسایی می باشد:

- ❖ در تامین منافع مشتریان نقش کلیدی ایفاء می کند.
- ❖ مهارتی است که مزیت رقابتی فراهم می کند.
- ❖ دستیابی به آن قابل بسط و گسترش است و کمک می کند نفوذ بانک گردشگری در بازار افزایش یابد.

قابلیت هایی که برای تحقق چشم انداز و استراتژی لازم است، شامل موارد زیر می باشد:

- ۱) توانایی ابداع و طراحی "خدمات و محصولات جدید"
- ۲) توانایی تسریع در عرضه محصولات/خدمات جدید
- ۳) ایجاد هم پیمانی های استراتژیک با طراحان، ارائه دهندگان و مجریان "راه حل های نوآورانه"
- ۴) توانایی شناسایی، انتخاب و جذب نیروی انسانی کارآمد
- ۵) به روز بودن اطلاعات، تصمیم ها و عملیات
- ۶) توانایی توسعه و تقویت شبکه زنجیره تامین
- ۷) به کار گیری فناوری پیشرفته
- ۸) تامین رضایت پایدار ذینفعان