

بازگداری احساسی

اصلاح فرهنگ بهره‌جویی از فین‌تک
و تبدیل بانک‌ها به خرد به‌برند

www.ketaboo.com

آرونیس
AROONIS



راه‌پرداخت

سرشناسه: بلامستروم دوننا Blomstrom Duena / عنوان و نام پدیدآور: Emotional Banking / مترجم: میناوالی / مشخصات نشر: تهران: پردیس، ۱۳۹۸. مشخصات ظاهری: م/س ۵/۲۱/۵، ص ۲۳۲ / شابک: ۹۷-۴-۷۱۸۴-۶۰۰-۹۷۸ / وضعیت فهرست نویسی: فیبا / یادداشت: عنوان اصلی: Emotional Banking: Fixing Culture, Leveraging FinTech, and Transforming Retail Banks Into Brands / موضوع: بانکداری / موضوع: پول - نوآوری / موضوع: فین تک / موضوع: فناوری / رده بندی کنگره: HG۱۸۷/۴ / رده بندی دیویی: ۳۳۲/۴۰۴ / شماره کتابشناسی ملی: ۶۰۳۵۱۵۵

www.ketabchi.com

بانکداری احساسی / ناشر: پردیس / نویسنده: دوتنایلا مستروم / ویراستار محتوایی: قاسم سرافرازی /
ویراستار: یلدا شایسته‌فر / صفحه‌آرا: علیرضا کیوان / نوبت چاپ: اول ۱۳۹۸ / شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه
/ شابک: ۹۷۰-۷۱۸۴-۶۰۰-۹۷۸ / تمام حقوق این اثر محفوظ و متعلق به موسسه شبکه عصر
تراکت (راه‌داخت) است / تلفن: ۰۲۱-۴۶۰۱۰۵۳۹ / دورنگار: ۸۹۷۸۴۹۰۲ / پست الکترونیک:
mediamanager.ir@gmail.com / پایگاه اینترنتی: Way2Pay.ir

۱۷	فصل اول: رابطه بین خدمات مالی و فناوری
۳۹	فصل دوم: فین تک؛ روندها، بازیگران
۵۷	فصل سوم: محصولات در برابر لحظات پول
۷۹	فصل چهارم: ورود به دنیای واقعی؛ داستان هایی از تجربه های برآمدن فین تک از محصولات بانکی
۱۰۷	فصل پنجم: بانکداری احساسی چیست؟
۱۲۵	فصل ششم: بانکداری دیجیتال مدرن از منظر تجربه احساسی
۱۴۱	فصل هفتم: بانک ها و برندها
۱۵۹	فصل هشتم: تغییرات فرهنگی به منظور ساختن یک برند
۱۷۳	فصل نهم: برنامه «ساخت یک صدا»
۱۸۵	فصل دهم: همه طراح هستند
۱۹۵	فصل یازدهم: راهنمای مبارزان کارآفرین درون سازمانی
۲۰۳	فصل دوازدهم: برنامه آن را واقعی بدانید
۲۱۳	نتیجه گیری