

ارزش آفرینی برای مشتریان در بانکداری

مدل مشتری مداری زوریخ

نویسندگان

اشفانی آوگه-دیکوت، برنهارد کویه، اکسل لیبترو

ترجمه و تحقیق

دکتر ناهید پوررستمی

استادیار دانشگاه تهران

دکتر مسعود رهگذر

دانشیار دانشگاه تهران

دکتر احسان شاه قاسمی

استادیار دانشگاه تهران

فروردین ۱۴۰۰



شماره مسلسل ۱۰۷۰۶

شماره انتشار ۴۴۰۴

انتشارات دانشگاه تهران

- سرشناسه
عنوان و نام پدیدآور
- مشخصات نشر
مشخصات ظاهری
فروست
شابک
وضعیت فهرست‌نویسی
یادداشت
- موضوع
موضوع
موضوع
موضوع
- موضوع
- شناسه افزوده
شناسه افزوده
شناسه افزوده
شناسه افزوده
شناسه افزوده
شناسه افزوده
رده‌بندی کنگره
رده‌بندی دیویی
شماره کتابشناسی ملی
- آوگه- دیکوت، اشتفانی
ارزش‌آفرینی برای مشتریان در بانکداری: مدل مشتری‌مداری زوریخ/
نویسندگان اشتفانی آوگه، دیکوت، برنهارد کویه، اکسل لیبترو؛ ترجمه ناهید
پوررستمی، مسعود رهگذر، احسان شاه‌قاسمی.
تهران: دانشگاه تهران، مؤسسه انتشارات، ۱۳۹۹.
۲۵۸ص.
انتشارات دانشگاه تهران؛ شماره انتشار ۴۴۰۴.
978-964-03-0188-3
فیبا
Customer Value Generation in Banking: the
Zurich Model of Customer- Centricity, 2016.
Bank management مدیریت بانک و بانکداری—مدیریت
Finance امور مالی
مشتري‌شناسی—مدیریت
Customer Relations- Management
Koye, Bernhard, 1968- کویه، برنهارد، ۱۹۶۸-م.
Liebtrau, Axel لیبترو، اکسل
پوررستمی، ناهید، ۱۳۴۷- مترجم
رهگذر، مسعود، ۱۳۳۵- مترجم
شاه‌قاسمی، احسان، ۱۳۵۷- مترجم
دانشگاه تهران، مؤسسه انتشارات
HG۱۶۱۵ ۱۴۰۰
۳۳۲/۱۰۶۸۱
۷۵۶۷۹۹۱

این کتاب مشمول قانون حمایت از حقوق مؤلفان و مصنفان است. تکثیر کتاب به هر روش اعم از فتوکپی، ریسوگرافی، تهیه فایل‌های pdf، لوح فشرده، بازنویسی در وبلاگ‌ها، سایت‌ها، مجله‌ها و کتاب، بدون اجازه کتبی ناشر مجاز نیست و موجب پیگرد قانونی می‌شود و تمامی حقوق برای ناشر محفوظ است.
(این کتاب با کاغذ حمایتی به چاپ رسیده است.)



عنوان: ارزش‌آفرینی برای مشتریان در بانکداری: مدل مشتری‌مداری زوریخ
تألیف: اشتفانی آوگه دیکوت- برنهارد کویه- اکسل لیبترو
ترجمه: دکتر ناهید پوررستمی- دکتر مسعود رهگذر- دکتر احسان شاه‌قاسمی
ویرایش ادبی: علیرضا استواری
نوبت چاپ: اول
تاریخ انتشار: ۱۴۰۰
شمارگان: ۲۰۰ نسخه
ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران
چاپ و صحافی: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

«مسئولیت صحت مطالب کتاب با مترجمان است»

بها: ۹۰۰۰۰۰ ریال

خیابان کارگر شمالی - خیابان شهید فرش مقدم - مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

پست الکترونیک: press@ut.ac.ir - تارنما: http://press.ut.ac.ir

پخش و فروش: تلفکس ۸۸۳۳۸۷۱۲



فهرست مطالب

پیشگفتار مترجمان کتاب.....	ح
پیشگفتار دکتر مارکوس سولزبرگر.....	ذ
پیشگفتار دکتر الکس اوستروالد.....	ش
پیشگفتار.....	ظ

چگونگی استفاده از این کتاب.....	ظ
منابع.....	ک

بخش اول - قواعد نو: محرک‌های بانکداری پایدار در آینده.....	۱
فصل اول - مشتریان: موجودیت‌های ناشناخته!.....	۳
۱-۱ پیشگفتار: فهم مشتریان و تحول آنها.....	۳
۲-۱ تله‌های فکری.....	۴
۳-۱ جمع‌بندی: تله‌های فکری.....	۱۹
۴-۱ پیام اصلی.....	۲۱
منابع.....	۲۲

فصل دوم - تازه‌واردها: گمنام‌هایی که بازی را تغییر می‌دهند.....	۲۵
۱-۲ پیشگفتار.....	۲۵
۲-۲ تازه‌واردهایی که مجوز بانکداری دارند.....	۲۶
۳-۲ تازه‌واردهای بدون مجوز بانکداری.....	۲۹
۴-۲ سرعت مهم است: قابلیت نوآوری.....	۴۰
۵-۲ جمع‌بندی: تغییردهندگان بازی.....	۴۱
منابع.....	۴۴

بخش دوم - از مدل‌های کلاسیک کسب‌وکار تا معماری بانکداری مشتری محور	۴۷
فصل سوم - اکنون تکلیف بانک‌ها چیست؟	۴۹
فصل چهارم - چارچوب‌های تغییر	۵۱
۴-۱ عصر دیجیتال	۵۱
۴-۲ حق حیات بانک: «چیستی»	۶۲
۴-۳ شکل‌های سازمانی و هماهنگ‌سازی خدمات: «چگونگی»	۶۳
۴-۴ ارزش سهامدار به‌عنوان یک مفهوم اصلی کنترل	۶۶
۴-۵ واسطه‌گری مالی، بانک‌ها و خدمات مالی	۶۷
۴-۶ تأثیر عصر دیجیتال بر بانک‌ها	۷۱
۴-۷ جمع‌بندی: چارچوب‌های تغییر	۷۳
منابع	۷۵
فصل پنجم - ابزارهای مدیریتی	۷۹
۵-۱ پیشگفتار	۷۹
۵-۲ مدل مدیریت سنت‌گالن به‌عنوان یک مدل مرجع	۷۹
۵-۳ راهبرد	۸۰
۵-۴ ساختار	۸۷
۵-۵ فرهنگ	۹۸
۵-۶ مدل‌های کسب‌وکار، محل اتصال تحلیل ساختاری و راهبردی	۹۹
۵-۷ جمع‌بندی: ابزارهای مدیریتی	۱۰۳
منابع	۱۰۴
فصل ششم - مدل‌های کسب‌وکار بانک‌ها	۱۰۷
۶-۱ مفهوم مدل کسب‌وکار کلاسیک بانک‌ها	۱۰۷
۶-۲ مفهوم مدرن مدل‌های کسب‌وکار بانک‌ها	۱۰۹
۶-۳ جمع‌بندی: مدل‌های کسب‌وکار بانک‌ها	۱۲۸
منابع	۱۳۰

فصل هفتم- فوت و فن نوین موفقیت: چرخه‌های برد - برد و ارزش آفرینی برای

مشتري.....	۱۳۱
۱-۷ ساخت رابطه مشتری- بانک پیش از عصر دیجیتال.....	۱۳۱
۲-۷ تمرکز بر مشتری و وضعیت برد- برد.....	۱۳۳
۳-۷ مؤلفه‌های چرخه برد یک بانک.....	۱۳۵
۴-۷ عناصر چرخه برد مشتری.....	۱۵۴
۵-۷ جمع‌بندی: چرخه‌های برد- برد و خلق ارزش مشتری.....	۱۶۲
منابع.....	۱۶۵

بخش سوم - تغییر مسیر به سمت معماری بانکداری پایدار در آینده.....	۱۶۹
(با کمک شایان توجه از شارلوت گوتز).....	۱۶۹

فصل هشتم- بازسازماندهی موفق (۱): چارچوب‌های نظام‌مند تغییر.....	۱۷۱
۱-۸ چارچوب‌های تغییر.....	۱۷۱
۲-۸ تغییر نظام‌مند.....	۱۷۶
منابع.....	۱۸۳

فصل نهم- بازسازماندهی موفق (۲): اهرم‌های تغییر.....	۱۸۵
۱-۹ اهرم ۱: راهبرد.....	۱۸۷
۲-۹ اهرم ۲: ساختار.....	۱۹۲
۳-۹ اهرم ۳: فرهنگ.....	۱۹۳
۴-۹ جمع‌بندی: تغییر.....	۲۱۱
منابع.....	۲۱۳

بخش چهارم - دستورالعمل‌هایی برای مدل‌های کسب‌وکار پایدار در آینده.....	۲۱۵
فصل دهم- مدل مشتری‌محوری زوربخ.....	۲۱۷
۱-۱۰ دستورالعمل‌های مدل زوربخ.....	۲۲۰
منابع.....	۲۳۱

پیشگفتار مترجمان

کتاب حاضر که توسط سه تن از متخصصان آلمانی خبره در حوزه مدیریت تحول در نظام بانکداری به رشته تحریر درآمده، کتابی است کاربردی- تخصصی که مسائل پیش روی نظام بانکداری عصر حاضر و تحولات تکنولوژیکی مربوط به آن را با استفاده از نظریه‌های علمی جدید در حوزه‌های زیر مورد تحلیل و بررسی عمیق قرار داده است.

- مدیریت تحولات سازمانی و روانشناسی منابع انسانی،

- روان‌شناسی اجتماعی، بازار و مشتریان بانکی

- آینده‌پژوهی تجاری- اقتصادی و تحولات بانکداری مدرن،

- فناوری اطلاعات و تکنولوژی‌های مدرن‌سازی زیرساخت‌های مرتبط.

استفاده از برخی اصطلاحات تخصصی و ارائه تحلیل‌های بین‌رشته‌ای از ویژگی‌های مهم این کتاب است. دیگر ویژگی مهم این کتاب، توجه به جنبه‌های کاربردی بحث است. به این معنا که در این کتاب علاوه بر تحلیل وضعیت موجود نظام بانکداری و پیش‌بینی تحولات آتی این صنعت، لزوم تغییر در این نظام و نحوه مدیریت تغییرات با رویکردهای اجرایی مورد بحث و بررسی قرار گرفته‌اند. کتاب شامل بخش‌های زیر است:

بخش ۱: تله‌های فکری از گذشته و کسانی که از آنها سود می‌برند (فصل‌های اول و دوم)

بخش ۲: از مدل‌های کلاسیک کسب‌وکار تا معماری بانکداری مبتنی بر محور (فصل‌های سوم تا

هفتم)

بخش ۳: تغییر مسیر به سمت معماری بانکداری پایدار در آینده (فصل‌های هشتم و نهم)

بخش ۴: دستورالعمل‌هایی برای مدل‌های کسب‌وکار پایدار در آینده (فصل دهم)

در واقع نویسندگان در فصول اول و دوم کتاب وضعیت موجود نظام بانکی را بررسی و تحلیل می‌کنند. سپس مباحث نظری، مدل‌ها، تفاوت‌های مدل بانکداری کلاسیک با مدل بانکداری آینده و پیش‌نیازهای لازم به منظور ایجاد آمادگی برای تحولات آتی در ساختار بانک‌ها را در فصول سوم تا هفتم مطرح و تحلیل می‌کنند. آنها با در نظر گرفتن حساسیت کار بانک‌ها و پیچیدگی‌های مدیریت تغییر در نظام بانکی در سه فصل هشتم، نهم و دهم مدل اجرایی موفق و راهکارهای مدیریت تغییر در این حوزه را با توجه تجربیات ارزشمند خود مورد بحث و بررسی قرار می‌دهند.

این کتاب حاوی نکات بسیار ظریف و مهمی برای مدیران و کارشناسان ارشد بانکی در خصوص مدیریت موفق تغییرات است.