یادداشت

روش‌های جذب، حفظ و وفاداری مشتریان در موسسات خدمات مالی

صنعت خدمات مالی دیگر منحصرا متعلق به بانک‌های بزرگ نیست. از آنجا که نام‌های تجارت دیجیتالی در بین مصرف‌کنندگان محبوب‌تر می‌شوند و خدمات و پیشنهادهای خود را گسترش می‌دهند قشار زیادتری روی شرکت‌های خدمات مالی وجود دارد که با نمایش توانمندی‌ها و گستره فعالیت‌های خود نقش پررنگ‌تری در بازار رقابت ایفا می‌کنند. طیف وسیعی از خدمات متنوع، اثبات قابل اعتماد بودن و ارتقای خدمات به مشتریان خود، واقعیت‌هایی هستند که باید در یک نگاه جدی توسط شرکت‌های خدمات مالی به مشتریان فعلی و جدید ارائه شود. در آوریل سال ۲۰۱۹، شرکت مشاوره بازاریابی **Yes Marketing**، هزار مشتری را که در یک سال گذشته از یک شرکت خدمات مالی استفاده کرده‌اند مورد بررسی قرار داده است تا بدانند اولویت‌های آنان در همراهی با یک شرکت خدمات مالی چیست، از انتخاب و اولین همراهی تا وفاداری به آن نام تجاری. مهم‌ترین یافته‌های کلیدی این بررسی عبارت بودند از:

۴۳ درصد از پاسخ‌دهندگان گفتند که آنها ابتدا به شرکت خدمات مالی که اخیرا از طریق توصیه دوستان یا خانواده، با آن آشنا شده‌اند، اعتماد می‌کنند. ۷۲ درصد از مشتریان گفتند که آنها در نظر ندارند به یک شرکت جدید خدمات مالی وارد شوند. بر اساس بررسی قوق مهم‌ترین عواملی که موجب انتخاب یک موسسه مالی جدید توسط مصرف‌کنندگان می‌شود به ترتیب عبارت بودند از: ۱- نرخ‌های رقابتی و هزینه‌ها نسبت به سایر موسسات مالی ۲- تنوع خدمات موجود ۳- اعتماد به شرکت برای حفاظت از اطلاعات مشتریان ۴- نزدیکی قیزیکی (شعب / دستگاه‌های خودپرداز). ۵-توانایی مدیریت خدمات از طریق یک برنامه کاربردی تلفن‌همراه ۶- شهرت در ارائه خدمات خوب به مشتری ۷- نیمتنام یا مراحل درخواست مناسب و راحت. برای تبدیل یافته‌های بالا به عمل، موارد زیر پیشنهاد می‌شود.

• نشان بدهد، نگاه تهاه مالی باید تول نشان دادن توانمندی‌های خود را در عمل نشانه باشد و فقط شعارهای تبلیغاتی ندهد.

• پیشنهادهای خود را متنوع کنید توسعه و تنوع خدمات دومین عامل مهم برای مشتریان در همه سنین است و از آنجا که شرکت‌هایی که به‌طور سنتی رقیب بانک‌ها نیستند، شروع به گسترش خدمات خود کرده‌اند؛ بنابراین بازیگران سنتی تلاش بیشتری نیاز دارند تا با اقزودن خدمات مکمل، قرانر از آنچه تا اکنون انجام می‌دادند، به مشتریان خدمات ارائه دهند؛ مانند ادغام با نام‌های تجاری معتبر.

• خدمات و ویژگی‌های آنلاین مناسب خود را برجسته کنید. نزدیکی به مکان‌های قیزیکی نسبت به دهه قبل اولویت کمتری برای مشتری دارد. لحظاتپذیری خدمات و ویژگی‌های آنلاین خود را برجسته کنید تا نشان دهید چقدر خدمات شما کاربرپسنداست.

• شفافیت به اعتماد منجر می‌شود. از آنجا که نقص داده‌ها و حملات سایبری طی سال‌های اخیر روند افزایشی داشته، امنیت و اعتماد عوامل حیاتی برای مصرف‌کنندگان به‌شمار می‌آید. خبر خوب این است که به‌طور کلی، مردم به ارسال داده‌های خود به بانک‌ها اعتماد می‌کنند؛ با این وجود، شما همیشه نمی‌توانید خود را مشمول این حسن‌نیت مصرف‌کنندگان دانسته و خشنود باقی بمانید!

مهم‌ترین عواملی که بر مصرف‌کنندگان تاثیر می‌گذارند تا به یک موسسه مالی جدید اعتماد کنند عبارت بودند از: ۱- ارائه اطلاعات کافی درباره خدمات، نرخ‌ها و هزینه‌های خود(۵۱ درصد) ۲- ارتباط فعال در مورد امنیت (۲۶ درصد) ۳- ارائه خدمات عالی (۱۱ درصد) ۴- پیگیری و جذب مشتری(۶ درصد).

برای تبدیل یافته‌های بالا به عمل، موارد زیر پیشنهاد می‌شود:

• جزئیات را دقن نکنید: مشتریان می‌خواهند در مورد نرخ‌ها و هزینه‌ها اطلاعات واضح و در دسترس داشته باشند. هدایت یا محتوای عملی به آنها کمک می‌کند تا یک تصمیم آگاهانه بگیرند. به‌عنوان مثال بانک **SoFi** یک ماشین حساب آنلاین را ارائه می‌دهد که به مشتریان اجازه می‌دهد تا تاریخ‌های بازپرداخت وام‌های قعلی خود را به‌راحتی محاسبه کرده و شرایط پرداخت خود را به **SoFi** ارائه دهند.

• از ابتدا بر امنیت داده‌ها تاکید کنید: به مشتریان خود قبل از ورود به سیستم اطمینان دهید. حریم خصوصی و امنیت، اولویت‌های اصلی شما هستند.

• محتوای منحصربه‌فرد و مرتبط ایجاد کنید: در هنگام ارزیابی تلاش‌های بازاریابی شرکت‌های مالی جدید درخصوص پیام‌های ارسالی، ۵۲ درصد از مصرف‌کنندگان محتوای مرتبط با نیازهایشان را به‌عنوان مهم‌ترین عامل در نظر می‌گیرند. می‌توان گفت اگر با مشتریان خود درباره خدماتی که به آنها علاقه‌مند هستند، ارتباط برقرار نکنید، قبل از اینکه بتوانید آنها را بشناسید، آنها را از دست داده‌اید! به‌عنوان مثال، اگر شما متوجه شده‌اید که مصرف‌کننده به‌تازگی دارای قرزند شده است، اولین نقطه تماس نباید یک پیشنهاد استاندارد برای بازکردن حساب برای گرفتن دسته چک باشد بلکه باید گزینه‌های برنامه‌ریزی مالی را برجسته کنید که شامل پس‌انداز بلندمدت برای مدرسه، مراقبت از کودک و... است.

• از شخصی کردن محتوا استفاده کنید. حتی اگر یک مشتری با برند شما تعامل نداشته باشد، باید از داده‌های موجود برای اطمینان از دریافت اطلاعات مربوطه استفاده کنید. به‌عنوان مثال، یک مشتری را که صفحه وبسایت شما را در مورد وام خودرو مرور کرده است از طریق اطلاعات مربوط به نرخ‌ها و پیشنهادهای خود در آن دسته، هدف قرار دهید.

خانواده و دوستان مشاور مالی هستند

برای مصرف‌کنندگان جوان‌تر، تصمیمات مالی خصوصا تصمیمات مهم مالی مانند اخذ وام دانشجویی می‌تواند دلهره‌آور باشد. بنابراین تردیدی وافظها نظر خانواده و دوستانشان از تصمیم‌گیری آنها پشتیبانی می‌کند لذا مهم است که موسسات مالی از نظر هردو مشتریان جوان و بزرگسال که در نهایت تصمیمات آنها را تایید می‌کنند، خوب باشد. درخصوص منابع تاثیرگذار برای انتخاب یک موسسه خدمات مالی جدید، ۴۳ درصد مشتریان آخرین شرکت خدمات مالی خود را براساس توصیه خانواده و دوستان انتخاب کرده‌اند. علاوه بر این بیش از نیمی (۵۳ درصد) از آنها می‌گویند که به دلیل بازخورد منفی از خانواده یا دوستان تصمیم به عدم استفاده از یک شرکت گرفته‌اند و در مرتبه‌های بعدی سایت‌های مقایسه نرخ (۱۳ درصد) و بازاریابی سنتی مانند تبلیغات تلویزیونی یا نامه مستقیم (۱۱ درصد)، استفاده از موتور جستجوی گوگل(۹ درصد)، توصیه‌هایی از یک فروشگاه یا شرکت که در آن من یک خرید بزرگ انجام می‌دهم(۸ درصد)، کارشناسان مشهور مالی یا برنامه‌های تلویزیونی (۵ درصد)، بازاریابی دیجیتال توسط شرکت خدمات مالی (۵ درصد) و در نهایت اخبار و رسانه‌ها (۳ درصد) هستند.

ترجمه و تالیف: محمود نوری شمس‌آباد

تا پایان سال جاری اجرایی می شود:

ارائه بسته تشویقی برای احداث کنندگان پارکینگ همگانی

مشاور شهردار کرج در امور شهرسازی و معماری از طرح لایحه تشویقی برای احداث کنندگان پارکینگ همگانی در صحن علنی شورای شهر خبر داد

به گزارش پیام آشنا، علی خدابنده لو با تاکید بر لزوم جذب مشارکت بخش خصوصی برای تامین زیرساخت های شهری، گفت: با توجه به معضلات ترافیکی و کمبود پارکینگ های عمومی در سطح شهر و به منظور تامین رفاه شهروندان و افزایش رضایتمندی آنان، ارائه سیاست های تشویقی در راستای جذب سرمایه گذاران بخش خصوصی و رفع مشکلات شهر در دستور کار قرار گرفت.

وی با اشاره به اینکه آیین نامه ضوابط تشویقی برای سازندگان تا پایان امسال جهت تصویب به شورای اسلامی ارسال می شود، گفت: در این آیین نامه با بهره گیری از تجارب کارشناسی و ظرفیت طرح تفضیلی موجود در شهر و با در نظر گرفتن بسته های تشویقی قابل توجه به صورت تجاری و تسریع در صدور پروانه و ... پیش بینی های لازم جهت مشارکت شهروندان در ساخت پارکینگ همگانی درنظر گرفته شده است.

در بودجه سال ۹۹ پیشنهاد شد،

احداث دو گرمخانه عمومی و راه‌اندازی واحد سیار کمک به کودکان کار در تهران

سرپرست سازمان رفاه و خدمات اجتماعی شهرداری تهران از ساخت دو گرمخانه عمومی ویژه زنان و مردان و همچنین راه‌اندازی واحدهای سیار خدمات دهی به کودکان کار در سال آینده خبر داد

به گزارش پیام آشنا، مالک حسینی در مورد وضعیت بودجه سازمان رفاه شهرداری تهران در لایحه بودجه۹۹ شهرداری تهران با بیان اینکه خوشبختانه مدیریت شهری نگاه توسعه گراو جامعی به موضوعات آسیب های اجتماعی دارد، گفت: عقب ماندگی زیاد در حوزه خدمات اجتماعی در شهر تهران داریم که باید این موضوع بهبود یابد و سعی داریم در بودجه نگاه متوازنی به این پدیده داشته‌باشیم.

وی با بیان اینکه در بودجه ۹۹ سازمان رفاه و خدمات اجتماعی پیشنهاد شده است که در سال آینده، دو گرمخانه عمومی و قرانطقه‌ای در تهران احداث شود، گفت: احداث ۵ گرمخانه عمومی در برنامه سوم توسعه شهر تهران در شورای شهر به تصویب رسیده که در نظر داریم در گام اول در سال آینده دو گرمخانه عمومی در شهر، ویژه زنان و مردان ایجاد کنیم.

حسینی با تاکید بر اینکه این دو گرمخانه قرانطقه‌ای هستند که ظرفیت آنها بیش از ۳۵۰ نفر خواهد بود. ادامه داد: برای اولین بار در بودجه سال آینده به موضوع کودکان کار توجه ویژه شده است چراکه معتقدیم ما به تنهایی نمی‌توانیم پدیده کار کودک را از بین ببریم اما می‌توانیم با ارائه خدمات متعدد آسیب‌های این اشتغال زودهنگام را کاهش دهیم که در همین راستا در لایحه بودجه پیشنهاد دادیم که سازمان نسبت به ایجاد واحدهای سیار برای خدمت رسانی به کودکان کار اقدام کند تا در واحدها خدمات روانشناختی، درمانی، مراقبت های بهداشتی، معاینه های عمومی و دوره‌ای به کودکان کار ارائه شود.

سرپرست سازمان رفاه و خدمات اجتماعی شهرداری تهران با بیان اینکه در بودجه پیشنهادی این سازمان به شورای شهر به موضوع کارآفرینی توجه ویژه ای شده است، گفت: برای اولین بار در بودجه، رد اندازی دو مرکز کارآفرینی اجتماعی پیشنهاد شده است که براین اساس یک مرکز توسعه کارآفرینی شکل خواهد گرفت تا صاحبان مشاغل و صنایع بزرگ با گروه‌های کارگری پیوند خواهند خورد.

حسینی تاکید کرد این پیشنهادات در لایحه پیشنهادی این سازمان به شورای شهر ارائه شده است که در صورت تصویب از سال آینده در تهران اجرایی خواهد شد.

استعلام آتش‌نشانی از فرآیند صدور پروانه حذف شد!

به گزارش پیام آشنا به نقل از دنیای اقتصاد، دو استعلام مهم از فرآیند صدور پروانه ساختمانی در شهر تهران حذف شد. مطابق با اعلام مدیر ارشد حوزه شهرسازی در مدیریت شهری پایتخت، از ۲۶ بهمن ماه سال جاری دو استعلام مهم شامل «سازمان آتش‌نشانی» و «فضای سبز» از فرآیند صدور پروانه شهرسازی حذف شدند و همچنین متقاضیان اخذ پروانه ساختمانی نیازی به بارگذاری نقشه معماری در سامانه شهرسازی شهرداری تهران ندارند. مدیران ارشد شهرداری تهران معتقدند این اصلاح یک اقدام مهم در مسیر کاهش زمان صدور پروانه ساختمانی در پایتخت است. آن‌طور که آمارها نشان می‌دهد در حال حاضر یکی از مهم‌ترین موانع سرمایه‌گذاری‌های ساختمانی در شهر تهران، پروسه زمان‌بر و طولانی صدور مجوزهای ساختمانی است. به‌طوری که بیروز حناچی، شهردار تهران در زمان ارائه برنامه پیشنهادی خود به شورای شهر تهران در زمان انتخابات با تشبیه این پروسه به «هار و پله» عنوان کرد: سازندگان و سرمایه‌گذاران ساختمانی برای عبور از مرحله صدور مجوز ساختمانی نیاز به عبور از ۳۸ مرحله دارند. از این رو یکی از مهم‌ترین برنامه‌های کاری خود در حوزه شهرسازی را کاهش زمان طولانی صدور پروانه ساختمانی در مناطق مختلف شهر تهران عنوان کرد.

از این رو، روز گذشته عبدالرضا گلپایگانی معاون شهرسازی شهرداری تهران با بیان اینکه شهرداری تهران فرآیند صدور پروانه ساختمانی را با هدف سرعت بخشی به این پروسه اصلاح کرده، اعلام کرد: در راستای تسهیل امور متقاضیان صدور پروانه ساختمانی و همچنین افزایش میزان رضایت شهروندان، فرآیند صدور هوشمند پروانه ساختمانی توسط اداره کل تدوین ضوابط، نظارت و صدور پروانه این معاونت اصلاح شد.

معاون شهردار تهران با بیان اینکه هدف ما کاهش زمان صدور پروانه و توسعه خدمات الکترونیک شهرسازی است، افزود: فرآیند اصلاح شده صدور پروانه از ۲۶ بهمن ماه ۹۸ در سامانه شهرسازی اعمال شده است. در این فرآیند پروانه شهرسازی در چارچوب ضوابط طرح تفصیلی شهر تهران و به استناد پاکت حجمی و جدول سطح و سطوح ارائه شده توسط مهندس طراح ساختمان صادر می‌شود. گلپایگانی گفت: همچنین در این فرآیند نیاز به بارگذاری نقشه معماری و استعلاماتی همچون سازمان آتش‌نشانی و فضای سبز نیست و پس از دریافت عوارض قانونی برای دریافت پروانه ساخت با مهلت دوساله، پروانه صادر می‌شود. وی افزود: در این روند ارائه کلیه نقشه‌های ساختمانی اعم از معماری، سازه، پایدارسازی گود، تأسیسات مکانیکی و برقی الزامی است و باید کلیه ضوابط شهرسازی و مقررات ملی ساختمان در زمان دریافت پروانه ساخت رعایت شده باشد.

معاون شهرسازی و معماری شهرداری تهران تصریح کرد: چنانچه در فرآیند صدور پروانه ساخت، نقشه معماری بارگذاری شده در چارچوب ضوابط و مقررات طرح تفصیلی با جدول سطح و سطوح پروانه شهرسازی اختلاف داشته باشد، عوارض نهایی براساس نقشه تایید شده جدید محاسبه می‌شود و مابه‌التفاوت آن به قیمت روز دریافت می‌شود.

گلپایگانی ادامه داد: همچنین امکان صدور مجوز تخریب بنای موجود با نظر مهندس ذی‌صلاح در سامانه شهرسازی فراهم شده است.

وی با بیان اینکه هدف ما تسهیل فرآیند ساخت‌وساز متقاضیان است، گفت: امکان صدور پروانه تخریب پس از صدور پروانه شهرسازی و به موازات فرآیند صدور پروانه ساخت ایجاد شده است.

هر چند مطابق با اعلام مدیریت شهری، این اقدامات با هدف کاهش زمان صدور پروانه ساختمانی انجام شده، اما به نظر می‌رسد در خصوص این تصمیم، دو ابهام اساسی همچنان وجود دارد. نکته اول آنکه مدیریت شهری اعلام نکرده که با حذف این استعلامات، دقیقا زمان موردنیاز برای صدور پروانه ساختمانی تا چندروز کاهش پیدا می‌کند. دوم آنکه، آیا این تصمیم شهرداری تهران برای حذف برخی مراحل صدور پروانه ساختمانی به‌صورت دائمی خواهد بود یا آنکه این تصمیم برای زمان باقی مانده در سال جاری و صرفا با هدف افزایش درآمدهای کسب شده از این حوزه انجام شده و ممکن است در سال آینده مجددا به روال سابق باز گردد.

علاوه بر این دو ابهام، کارشناسان شهری معتقدند استعلام سازمان آتش‌نشانی که مربوط به سنجش استانداردهای ایمنی در ساخت‌وسازهای شهری است از جمله مهم‌ترین استعلامات در پروسه صدور پروانه ساختمانی است. از این رو زمانبر بودن این پروسه نمی‌تواند دلیلی برای حذف آن باشد. چراکه یکی از مهم‌ترین عوامل ساخت‌وسازهای شهری با سطح ایمنی پایین حذف این استعلامات اساسی است و امکان احداث ساختمان‌های ناایمن در شهر با حذف این مرحله افزایش می‌یابد. از دیدگاه کارشناسان اقدام اساسی برای کاهش زمان صدور پروانه ساختمانی، شناسایی و تعریف یک مکانیزم برای هوشمندسازی این پروسه به جای حذف این مراحل است.

ترافیک تهران سنگین است از بس که جای پارک ندارد

<u>براساس آمار پلیس راهور از هر ۴ خودرو در تهران فقط یک خودرو جای پارک دارد و سه خودرو دیگر در شهر سرگردند</u>

به گزارش پیام آشنا به نقل از همشهری، سید محمد قنبر- شاید شما بتوانید از یک میلیون تومان پول بگذرید اما از جای پارکی که به سختی بدست آوردید، هرگز! تهران شهر قرصت‌های تکرار نشدنی است و یافتن یک جای پارک در معابر شلوغ آنچنان طاقت‌فرساست که شرحش مثنوی ۲۰من کافذ می‌خواهد.

فقدان پارک حاشیه‌ای در شرایطی در تهران به مسئله‌ای بحرانی تبدیل شده که تردد خودروهای شخصی اصلی‌ترین مد حمل‌ونقلی در شهر است و معابر اندک در برابر میلیون‌ها وسیله نقلیه هر روز مصاقی نابرابر میان جای پارک و خودروها ایجاد می‌کند. این وضع، تشدید ترافیک، مصرف سوخت بیشتر و افزایش آلودگی هوا را در پی دارد.

یکی از مهم‌ترین طرح‌های سال‌های اخیر برای ساماندهی جای پارک خودروهای تهران، طرح ساماندهی جای پارک است که نقص اجرا شده و باید هرچه سریع‌تر کامل شود. طبق مصوبه شورای شهر تهران طرح پارک حاشیه‌ای باید برای همه تهران اجرا شود. حداقل قرار بود تا سال ۹۸، ۲۰۰هزار پارک حاشیه‌ای ساماندهی شود ولی اکنون این مسئله ماجرا شده و شهرداری در پاره آن تعلل داشته است.

این طرح چندی است در منطقه ۱۲ به‌صورت محدود اجرا شده اما باید هرچه زودتر اجرای آن گسترده شود. برمبنای آنچه در این طرح آمده شهروندان باید این امکان را داشته باشند که از طریق نرم‌افزارهای مربوطه در گوشی و سیستم‌های کامپیوتری خود از محل حرکت و منزل، جای پارک خود را از قبل رزرو و مشخص کنند تا از ایجاد ترافیک و تردد اضافه برای پیدا کردن جای پارک کاسته شود. از طرفی این طرح، از صادیق درآمد پایدار برای شهرداری است که ازجانشدن آن خسارت زیادی به شهر وارد کرده است. یکی از نکاتی که قرار بود در طرح ساماندهی جای پارک مورد تأکید قرار گیرد، جلوگیری از آمدن پارکبان‌ها به حاشیه خیابان‌های تهران بود که به اجرا شدن طرح در منطقه۲، باعث شد دوباره پارکبان‌ها در معابر دیده‌شوند. بدین‌ترتیب باید هر چه زودتر شرایط برای اجرای درست طرح ساماندهی فراهم شود.

پس از منطقه ۱۲، برای توسعه و پیشبرد مدیریت هوشمند پارک حاشیه‌ای پهنه مرکزی تهران، مناطق ۶، ۱۱، ۷ و ۱۲ بحلیل ازحام معابر در اولویت مدیریت پارک هوشمند قرار دارند. اگر موانع اجرایی این طرح رفع شود در سال چهارم اجرای برنامه، حدودا ۲۴۰ میلیارد تومان قابلیت درآمدزایی برای شهر وجود خواهد داشت. براساس قانون رسیدگی به تخلفات رانندگی، درآمد پارک حاشیه‌ای باید به‌حساب خزانه دولت و پس از آن در آخر، هرماه درآمد حاصله به‌حساب شهرداری واریز شود. تاکنون درآمد پارکومتر ها با وجود گذشت ۳۰ سال از اجرا هنوز به‌حساب شهرداری عودت داده نشده و درصورت ادامه این روند اجرای مدیریت پارک حاشیه‌ای با چالش جدی مواجه می‌شود. همچنین براساس قانون رسیدگی به تخلفات رانندگی مصوب سال ۹۴ هیأت دولت، دریافت وجه نقد توسط عوامل متصدی یعنی پارکبان ممنوع است و در همین راستا موضوع مدیریت پارک حاشیه‌ای در محور اجرا قرار گرفته است البته اجرای این طرح نیازمند ایجاد زیرساخت‌های نرم‌افزاری، آگاهسازی مردم و نصب و طراحی تابلوهای جدید است و به همین دلیل اجرای این مسئله زمان برا است.

دلیل اجرای این مسئله زمان برا است.

چقدر جای پارک داریم؟

براساس آمار پلیس راهور، اکنون بالغ بر ۳.۷ میلیون خودرو سواری در تهران وجود دارد. از طرفی براساس مطالعات طرح جامع پارکینگ که توسط شرکت مطالعات جامع حمل‌ونقل و ترافیک تهران صورت گرفته در کل شهر تهران ۸۹۱ هزار و ۱۵۱ قضای بلقوه پارک وجود دارد. این یعنی از هر ۴خودروی پلاک تهران تنها یک خودرو جای پارک دارد و ۳تای دیگر باید آنقدر در معابر شهری سرگردان باشند و به‌دنبال آلودگی هوا و ترافیک اضافه کنند تا خودروی اول از جای پارک خارج شود و نوبت به‌خودروی بعدی برسد.

نرم‌افزاری برای یافتن جای پارک

تاکنون ۲نرم‌افزار برای رزرو جای پارک آنلاین طراحی شده که اوپارک و وی‌پارک نام دارند. این نرم‌افزارهای موبایلی با اتصال به سامانه‌های آنلاین جای پارک، برای شما نقطه‌ای از معبری را که قرار است در آن توقف کنید رزرو و از قبل هزینه آن را دریافت می‌کنند. این ۲اپ هم‌اکنون در منطقه ۲ تهران فعل هستند و به‌زودی قرار است با گسترش طرح، در ۴منطقه مرکزی شهر نیز فعالیت خود را گسترش دهند.

تهران با سامانه «تهران من» که خدمات آنلاین ترافیکی را به مردم ارائه می‌دهد چندی است زبانه(Tab) پارک خودرو را برای شهروندان اختصاص داده اما تا طرح ساماندهی جای پارک به نتیجه نرسد، بعید است بتوان از این امکان آنلاین استفاده کرد. شهر مشهد نیز با سامانه «شهر من» برای ساماندهی این معضل بزرگ شهری گام برداشته است. این اپلیکیشن که کار یکپارچه‌سازی خدمات شهرداری مشهد را به‌عهده دارد، ۱۰ سرویس متنوع ارائه کرده که شامل چشم شهر، بانک‌های شهروندی، نقشه شهر، پرداخت هوشمند و ایمن و حمل‌ونقل هوشمند می‌شود. همچنین ارائه خدمات پارکینگ حاشیه‌ای و غیرحاشیه‌ای، خدمات تفریحی و گردشگری و خدمات سلامت و آموزشی از دیگر خدمات و امکانات اپلیکیشن شهر من است. طبق برآوردها تا سال آینده ۶۴ سرویس جدید به قابلیت‌های اپلیکیشن «شهر من» اضافه خواهد شد. تا تمام نیازهای شهری را تأمین کند. طبق مصوبه شورای شهر تهران، طرح پارک حاشیه‌ای باید برای همه تهران اجرا شود حداقل قرار بود تا سال ۹۸، ۲۰۰هزار پارک حاشیه‌ای ساماندهی شود.

اخبار

قیمت پیشنهادی بلیت مترو در سال ۹۹

لایحه افزایش کرایه‌های حمل و نقل عمومی شهر تهران در سال ۹۹ در کمیسیون‌های تخصصی شورای شهر تهران در حال بررسی است این لایحه پس از بررسی در کمیسیون‌های شورای شهر باید در صحن شورا نیز به تصویب برسد و پس از تایید مصوبه در هیأت تطبیق فرمانداری از سوی شهرداری برای اجرا ابلاغ می‌شود.

به گزارش پیام آشنا به نقل از مهر در لایحه پیشنهادی شهرداری به شورای شهر تهران تغییراتی برای کارت‌های اعتباری مترو پیشنهاد شده و در صورت تصویب، کارت‌های روزانه اعتباری، هفتگی، ماهانه و... نیز به جز کارت‌های سالانه صادر خواهد شد.

پیشنهاد شهرداری برای افزایش قیمت‌ها به میزان تورم رسمی اعلام شده و زمان اجرای قیمت‌های جدید از اول اردیبهشت سال آینده است. بر این اساس قیمت بلیت تک‌سفره مترو با افزایش حداکثر به میزان نرخ تورم اعلامی از سوی مراجع قانونی در پایان سال ۱۳۹۸ نسبت به نرخ مصوبه قیمت بلیت مترو در سال ۱۳۹۸ پیشنهاد شده است. همچنین بلیت تک‌سفره حومه ۲۰۰ تومان گران‌تر از بلیت تک‌سفره درون‌شهری و بلیت تک‌سفره به هشتگرد ۵۰۰ تومان بیشتر از بلیت تک‌سفره داخل شهری خواهد بود. بهای بلیت تک‌سفره فرودگاه امام خمینی (ره) نیز ۹ هزار تومان پیشنهاد شده است. براساس لایحه پیشنهادی شهرداری تهران شرکت بهره‌برداری راه‌آهن شهری تهران و حومه موظف است به منظور ترویج فرهنگ استفاده از مترو حمایت از شهروندانی که به‌صورت مستمر از مترو استفاده می‌کنند، نسبت به انتشار بلیت‌های روزانه و هفتگی و کارت بلیت‌های مبلغ‌دار - مدت‌دار اقدام کند.

قیمت بلیت مدت‌دار روزانه مترو نیز شش‌هزار تومان پیشنهاد شده است. این نوع بلیت مخصوص استفاده در تمام خطوط متروی تهران (به جز فرودگاه امام خمینی (ره) در خط یک) است. مسافرانی که از مبدأ خطوط متروی تهران و حومه استفاده می‌کنند با خرید این نوع بلیت می‌توانند بدون محدودیت مسافت طی شده در خطوط مختلف مترو حداکثر برای ۶ بار در روز و مسافرانی که از مبدأ هشتگرد در خط ۵ از مترو استفاده می‌کنند با خرید این نوع بلیت می‌توانند بدون محدودیت مسافت طی شده در خطوط مختلف مترو حداکثر برای ۴ بار در روز استفاده کنند. این بلیت فقط مخصوص استفاده در شبکه مترو است. مدت اعتبار این نوع بلیت ۲۴ ساعت پس از اولین استفاده است. بهای بلیت هفتگی مترو هم ۳۰ هزار تومان پیشنهاد شده است. این بلیت مخصوص استفاده در تمام خطوط متروی تهران به جز فرودگاه امام خمینی (ره) است. مسافرانی که از مبدأ خطوط متروی تهران و حومه استفاده می‌کنند با خرید این نوع بلیت می‌توانند بدون محدودیت مسافت طی شده در خطوط مختلف مترو حداکثر برای ۲۶ بار در هفته و مسافرانی که از مبدأ هشتگرد در خط ۵ استفاده می‌کنند، با خرید این نوع بلیت می‌توانند بدون محدودیت مسافت طی شده در خطوط مختلف مترو حداکثر برای ۲۰ بار در هفته استفاده کنند. کارت بلیت‌های مبلغ‌دار و مدت‌دار (ماهانه، سه ماهه، شش ماهه و سالانه) مخصوص استفاده در تمام خطوط مترو است که با در نظر گرفتن ۲۰ درصد تخفیف در هنگام فروش به مسافر ارائه می‌شود و متناسب با استفاده مسافر و بر اساس مسافت طی شده مبلغ کرایه از اعتبار کارت کسر می‌شود.

برنامه لغو روادید گروهی توریست‌های روسی

ششمین نشست شورای هماهنگی بخش خصوصی گردشگری با موضوع حضور ایران در نمایشگاه ITB آلمان و نمایشگاه MITT مسکو با حضور علی‌اصغر مونسان وزیر گردشگری کشور، ولی تیموری معاون گردشگری، مدیران کل این معاونت، روسای انجمن‌ها و موسسات حرفه‌ای گردشگری، مدیران بخش خصوصی و دولتی و... برگزار شد.

به‌گزارش پیام آشنا به نقل از میراث‌آریا، ولی تیموری معاون گردشگری وزارت میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی گفت: «براساس برنامه‌ریزی‌ها دو نمایشگاه خارجی را در پیش رو داریم که یکی نمایشگاه ITB آلمان و دومی نمایشگاه MITT مسکو است که در این خصوص برای حضور هرچه بهتر ایران برنامه‌ریزی شده است.» وی در ادامه گفت: «درباره برگزاری نمایشگاه مسکو از هدف‌اقبل برنامه‌ریزی‌هایی با مسئولان این کشور انجام داده‌ایم که یکی از موضوعات مهم بین ایران و روسیه در حوزه گردشگری، لغو روادید گروهی است. این آمادگی از سوی روسیه وجود دارد و در این نمایشگاه فرصت مناسبی برای امضای تفاهم‌نامه لغو روادید گروهی فراهم شده است.»

معاون گردشگری در ادامه گفت: «در این سفر تعدادی از ژانس‌های گردشگری ایران و روسیه به‌عنوان مجری تحقق و برگزاری این رویداد انتخاب و معرفی خواهند شد.»

تیموری گفت: «بعد از چند دهه پیگیری برای ایجاد حساب‌های اقماری این موضوع نهایی شده و با دستگاه‌های ذی‌ربط به توافق نهایی رسیدیم و ظرف چند روز آینده تفاهم‌نامه اجرایی این موضوع با حضور دکتر مونسان وزیر میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی به امضا خواهد رسید.»

در ادامه این نشست دکتر علی‌اصغر مونسان وزیر میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی با اشاره به برگزاری نمایشگاه برلین و مسکو بر برنامه‌ریزی برای اجرای برنامه‌های متنوع و حضور پررونق در این دو نمایشگاه تاکید کرد.

وی با اشاره به ضرورت معرفی هرچه بهتر ظرفیت‌های ایران در این دو نمایشگاه به برپایی مراسم شب ایرانی اشاره کرد و گفت: «هدف ما از برگزاری این مراسم معرفی ظرفیت‌های ایران از جمله میراث نامملموس است.»

وزیر میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی در ادامه با اشاره به برگزاری نمایشگاه MITT مسکو نیز گفت: «نمایشگاه روسیه از اهمیت بالایی برخوردار است و باید حضور پررنگ و تاثیرگذار در این نمایشگاه داشته باشیم.»

وی ادامه داد: «یکی از موضوعات مهم در این نمایشگاه پیگیری و نهایی کردن موضوع لغو روادید گروهی ایران و روسیه است. در این نمایشگاه باید ژانس‌ها حضور فعال داشته باشند و تعدادی از ژانس‌های معتبر که در این نمایشگاه شرکت کرده‌اند، به‌عنوان ژانس مجری انتخاب خواهند شد.»