

پایانه فروشگاهی

ابزاری برای توسعه بانکداری الکترونیکی

نفیسه صفدری، کارشناس واحد بررسی‌های اقتصادی بانک ملت (nafisehsafdari@yahoo.com)

جدول شماره یک

رتبه‌بندی کشورها از نظر آمادگی الکترونیکی در سال ۲۰۰۸

| کشور | رتبه سال ۲۰۰۸ | رتبه سال ۲۰۰۷ | امتیاز سال ۲۰۰۸ | امتیاز سال ۲۰۰۷ | اختلاف امتیاز |
|-----------|---------------|---------------|-----------------|-----------------|---------------|
| امریکا | ۱ | ۲ | ۸/۹۵ | ۸/۸۵ | +۱ |
| هنگ‌کنگ | ۲ | ۴ | ۸/۹۲ | ۸/۷۲ | +۲ |
| سوئد | ۳ | ۲ | ۸/۹۵ | ۸/۸۵ | ۰ |
| استرالیا | ۴ | ۹ | ۸/۸۳ | ۸/۲۶ | +۰/۲۷ |
| دانمارک | ۵ | ۱ | ۸/۸۳ | ۸/۸۸ | -۰/۰۵ |
| سنگاپور | ۶ | ۶ | ۸/۷۲ | ۸/۶۰ | +۰/۱۲ |
| هلند | ۷ | ۸ | ۸/۷۲ | ۸/۵۰ | +۰/۲۲ |
| انگلیس | ۸ | ۷ | ۸/۶۸ | ۸/۵۹ | +۰/۰۹ |
| سوئیس | ۹ | ۵ | ۸/۶۷ | ۸/۶۱ | +۰/۰۶ |
| آتریش | ۱۰ | ۱۱ | ۸/۶۳ | ۸/۳۹ | +۰/۲۴ |
| آلمان | ۱۱ | ۶۶ | ۲/۶۱ | ۲/۶۳ | -۰/۰۲ |
| نیوزیلند | ۱۲ | ۶۷ | ۲/۵۹ | ۲/۳۹ | +۰/۲ |
| آذربایجان | ۱۳ | ۶۸ | ۲/۳۹ | ۲/۲۶ | +۰/۱۳ |
| ایران | ۷۰ | ۶۹ | ۲/۱۸ | ۲/۰۸ | +۰/۱ |

مأخذ: مرکز توسعه تجارت الکترونیک وزارت بازرگانی

در بسیاری از کشورها به روش‌های پرداخت الکترونیکی توجه ویژه‌ای مبذول شده است، لذا آمار استفاده از این ابزارها، هر سال در حال افزایش می‌باشد. (نمودار شماره یک)

نمودار شماره یک

روند رشد استفاده از روش‌های پرداخت الکترونیکی



امروزه در راستای پرداخت الکترونیکی، از ابزارهای متفاوتی استفاده می‌شود:

* پرداخت از طریق کارت‌های هوشمند و سیستم بانکی شتاب.

* پرداخت توسط کارت‌های اعتباری (Visa & Master Card).

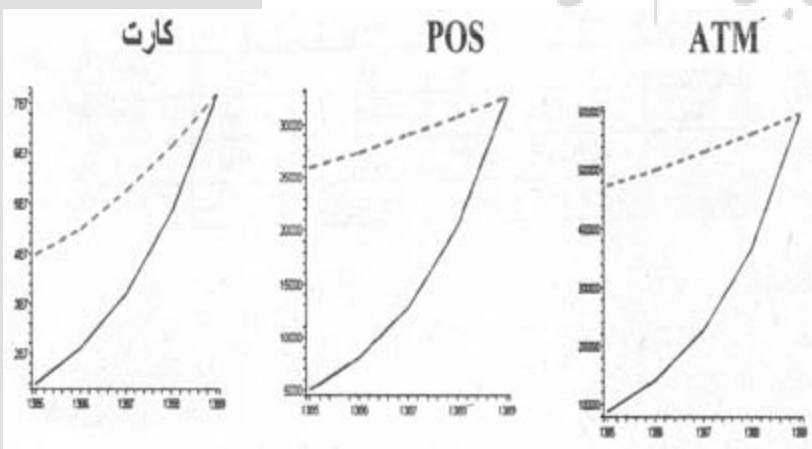
* پرداخت توسط E-gold.

* پرداخت توسط Money Bookers.

* پرداخت توسط Paypal.

* پول الکترونیکی مبتنی بر شبکه (Network Type).

لذا رسیدن به جایگاهی ارزنده در پرداخت‌های الکترونیکی، نیاز به آمادگی کشورها از نظر الکترونیکی دارد. جدول شماره یک رتبه‌بندی کشورها از نظر آمادگی الکترونیکی در سال ۲۰۰۸ را نشان می‌دهد.



توجه به تمامی
حوزه‌های پرداخت
الکترونیکی، در
جهت رشد بانکداری
الکترونیکی
ضروری می‌نماید و
از جمله آنها پرداخت
از طریق پایانه‌های
فروشگاهی است.

| کشور | جمعیت (میلیون نفر) | تعداد پایانه‌های خودپرداز | تعداد ATM به ازای یک میلیون نفر جمعیت | تعداد POS به ازای یک میلیون نفر |
|---------|-----------------------|------------------------------|--|------------------------------------|
| بلژیک | ۱۰/۵۰ | ۱۳۵۰۰ | ۱۲۸۹ | ۹۶۵۳ |
| کانادا | ۳۲/۳۰ | ۵۲۷۰۰ | ۱۶۳۱ | ۱۷۶۹۷ |
| فرانسه | ۶۲/۷۰ | ۳۷۸۰۰ | ۷۶۳ | ۱۷۴۶۴ |
| آلمان | ۸۲/۵۰ | ۵۳۳۰۰ | ۶۴۷ | ۶۹۰۶ |
| ایتالیا | ۵۸/۱۰ | ۴۰۶۰۰ | ۶۹۸ | ۱۷۹۷۶ |
| ژاپن | ۱۲۷/۸۰ | ۱۳۶۳۰۰ | ۱۰۶۷ | ۱۰۷۶۵ |
| هلند | ۱۶/۳۰ | ۷۵۰۰ | ۴۶۱ | ۱۲۶۴۵ |
| سنگاپور | ۴/۳۰ | ۱۷۰۰ | ۳۹۱ | ۱۳۷۵۷ |
| سوئد | ۹/۰۰ | ۲۸۰۰ | ۳۱۰ | ۱۹۵۶۱ |
| سوئیس | ۷/۵۰ | ۵۶۰۰ | ۷۳۰ | ۱۴۶۹۲ |
| انگلیس | ۶۰/۲۰ | ۵۸۳۰۰ | ۹۶۸ | ۱۶۱۷۸ |
| آمریکا | ۲۹۶/۶۰ | ۳۹۶۰۰۰ | ۱۲۳۵ | ۱۶۹۶۳ |
| ایران | ۶۴/۴۰ | ۳۹۴۵ | ۵۷ | ۷۷۷ |

مأخذ: www.bis.org.bank for international settlement.

برای نمونه، جدول شماره دو کشورها را براساس جمعیت و تعداد پایانه‌های فروشگاهی و خودپرداز در سال ۲۰۰۵ مقایسه نموده است. همانگونه که می‌بینیم، در ایران تعداد این ابزارها به تناسب جمعیت بسیار کم است (جمعیت ایران تقریباً با جمعیت فرانسه برابر است، اما تعداد دستگاه‌های ATM در فرانسه در حدود ۱۲ برابر و تعداد دستگاه‌های POS در حدود ۲۰ برابر ایران می‌باشد). اما بنابر جدول شماره سه در سال ۲۰۰۸ شاخص آمادگی دولت الکترونیکی در بیشتر مناطق - به جز اروپا و آفریقا - به متوسط جهان بسیار نزدیک می‌باشد.

جدول شماره سه

متوسط منطقه ای شاخص آمادگی دولت الکترونیکی در سال ۲۰۰۵

| | |
|-----------|-------|
| جهان | -/۴۵۱ |
| اروپا | -/۶۴۹ |
| آمریکا | -/۴۹۳ |
| آسیا | -/۴۴۷ |
| اقیانوسیه | -/۴۳۳ |
| آفریقا | -/۲۵۳ |

در جدول شماره چهار نیز مقایسه‌ای از وضعیت ایران در زمینه استفاده از این ابزارهای الکترونیکی با کشورهای آسیایی منطقه صورت گرفته است. بنا به جدول صفحه بعد، کشور ما از لحاظ توسعه پایانه‌های فروش موفق‌تر از توسعه دستگاه‌های خودپرداز بوده است، لذا فعال شدن در این زمینه و توسعه آن توجهی بیش از پیش را می‌طلبد. بدیهی است که توسعه پایانه‌های فروشگاهی، منوط به جلب

شایان ذکر است که سرعت رشد این ابزارها، از سطح پیش‌بینی شده و مورد نیاز نیز پیشی گرفته است. از اینرو، توجه به تمامی حوزه‌های پرداخت الکترونیکی، در جهت رشد بانکداری الکترونیکی ضروری می‌نماید، از جمله آن پرداخت از طریق پایانه‌های فروشگاهی می‌باشد.

POS یا پایانه فروش (Point of Sale) دستگاهی است که در مراکز فروش کالا و خدمات نصب می‌شود تا در هنگام خرید و فروش کالا به‌جای استفاده خریدار از وجه نقد، مبلغ مورد توافق به‌صورت الکترونیکی از حساب خریدار برداشت و به حساب فروشنده (پذیرنده کارت) واریز گردد. این عملیات با کشیدن کارت‌های الکترونیکی بانکی مشتریان در داخل دستگاه و از طریق ارتباط دستگاه POS با رایانه مرکزی صورت می‌گیرد، بانک‌ها، دستگاه‌های POS را که شامل یک مودم و یک چاپگر می‌باشند، تهیه می‌کنند و در اختیار مراکز فروش و سازمان‌های علاقمند قرار می‌دهند.

از جمله خدمات تعریف شده این دستگاه به موارد زیر می‌توان اشاره نمود:

● برداشت وجه از حساب خریدار و انتقال آن به حساب فروشنده.

● اعلام موجودی.

● چاپ صورتحساب.

● تغییر رمز.

● نمایش عملیات فوق بر روی صفحه نمایش یا چاپ رسید.

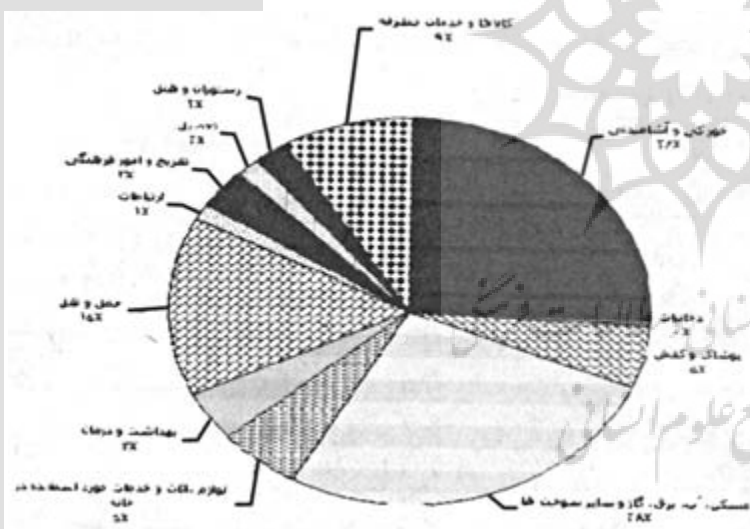
● انتقال وجه بنا به درخواست مشتری.

توسعه بانکداری الکترونیکی در کشور ما نسبت به برخی از کشورها کمتر بوده است. از علل اصلی عدم توسعه آن نیز کمبود در ابزارهای الکترونیکی می‌باشد.

| سال | کشور | جمعیت میلیون نفر | تعداد پایانه‌های فروش نصب شده (POS) | تعداد (POS) به ازای یک میلیون نفر شهروند | تعداد پایانه‌های خودپرداز نصب شده (ATM) | تعداد ATM به ازای یک میلیون نفر شهروند |
|------|---------|------------------|-------------------------------------|--|---|--|
| ۲۰۰۴ | ایران | ۶۷/۴ | ۷۶۹۶ | ۱۱۴ | ۲۲۲۰ | ۳۶ |
| | ترکیه | ۷۱/۳ | ۹۸۳۰۱۳ | ۱۳۷۸۷ | ۱۳۵۴۷ | ۱۹۰ |
| | عربستان | ۲۵/۱ | ۳۵۵۳۱ | ۱۴۱۵ | ۴۱۰۴ | ۱۶۴ |
| | کویت | ۲/۵ | ۸۸۳۳ | ۳۵۳۳ | ۴۹۱ | ۱۹۶ |
| | امارات | ۴/۲ | ----- | ----- | ----- | ----- |
| ۲۰۰۵ | ایران | ۶۹/۵ | ۵۳۹۷۵ | ۷۷۷ | ۳۹۴۵ | ۵۷ |
| | ترکیه | ۷۲/۹ | ۱۱۴۰۹۵۷ | ۱۵۸۱۹ | ۱۴۸۲۳ | ۲۰۶ |
| | عربستان | ۲۴/۶ | ۴۴۲۵۳ | ۱۷۹۸ | ۴۵۸۸ | ۱۸۶ |
| | کویت | ۲/۶ | ۱۱۰۱۷ | ۴۲۳۷ | ۵۹۱ | ۲۲۷ |
| | امارات | ۴/۶ | ۱۶۹۸۸ | ۳۶۹۳ | ۱۵۷۶ | ۲۳۳ |
| ۲۰۰۶ | ایران | ۷۰/۳ | ۵۳۹۵۷ | ۱۷۹۰ | ۶۶۵۸ | ۹۴ |
| | ترکیه | ۷۳/۷ | ۱۲۸۲۶۵۸ | ۱۷۵۷۰ | ۱۶۵۱۱ | ۲۲۶ |
| | عربستان | ۲۴/۱ | ۵۲۷۸۲ | ۲۱۹۷ | ۶۰۷۹ | ۲۵۲ |
| | کویت | ۲/۷ | ۱۳۵۰۸ | ۵۰۰۲ | ۷۱۵ | ۲۶۵ |
| | امارات | ۴/۹ | ۱۹۰۰۴ | ۳۸۷۸ | ۱۶۹۰ | ۳۳۵ |
| ۲۰۰۷ | ایران | ۷۱/۳ | ۳۴۰۶۱۱ | ۳۷۵۷ | ۹۳۰۴ | ۱۳۰ |
| | ترکیه | ۷۴ | ۱۴۵۳۸۷۷ | ۱۹۶۴۷ | ۱۸۸۰۰ | ۲۵۴ |
| | عربستان | ۲۷/۶ | ۶۱۵۷۷ | ۲۳۲۰ | ۷۵۳۳ | ۲۷۳ |
| | کویت | ۲/۸ | ۱۶۵۲۹ | ۵۹۰۳ | ۸۸۴ | ۳۱۶ |
| | امارات | ۴/۴ | ۲۱۱۲۸ | ۲۸۰۶ | ۱۷۲۰ | ۳۹۵ |

نمودار شماره دو

درصد واقعی سهم گروه‌های هزینه از متوسط هزینه خانوار



توجه دو قشر پذیرندگان POS و خریداران از طریق POS می‌باشد و از آنجا که بسترسازی برای هر اقدامی باید در اولویت باشد و از طرفی، امروزه تمامی بانک‌ها و مؤسسات اقدام به تهیه کارت‌های بانکی نموده‌اند و با تبلیغات روزافزون خود به دامنه استفاده‌کنندگان از کارت‌های بانکی می‌افزایند، لذا اصلی‌ترین اقدام، جلب نظر فروشندگان در استفاده از این ابزار است. برای تشویق صاحبان فروشگاه‌ها به استفاده از پایانه‌های فروش و انجام عملیات بانکی، ابتدا شناسایی موارد پیرامون پایانه‌های فروش و عوامل تأثیرگذار بر آن ضروری می‌نماید تا با شناخت جوانب این امر، بتوان بهترین راهکار را در زمینه بهره‌وری و جلب توجه پذیرندگان پایانه‌های فروش ارائه داد.

شناسایی حوزه‌های فعال اقتصادی در تراکنش با پایانه‌های فروش: همواره باید به این مسأله توجه داشت که عدم تعادل بین هزینه‌های سبد خرید خانوار با عملیات



پول الکترونیکی موجود، به دلیل عدم ایجاد ابزارهای پرداخت الکترونیکی مورد نیاز در سبد خرید خانوار ایجاد می‌گردد.

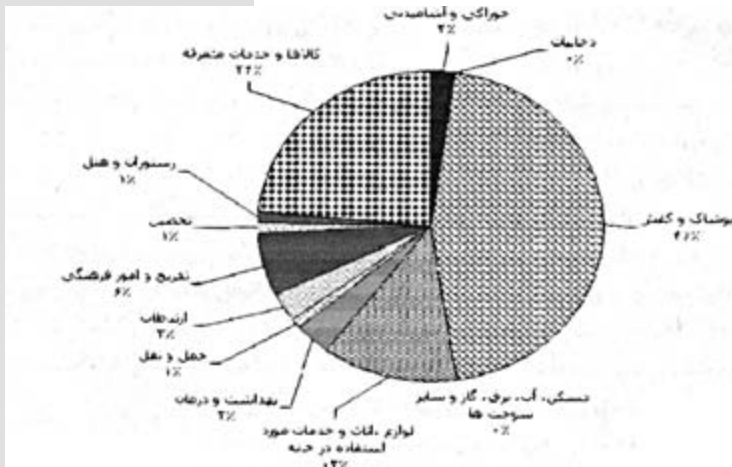
از طریق نمودارهای شماره دو و سه می‌توان دریافت که فعالان چه حوزه‌ای و به چه میزان در مقایسه با دیگران و به صورت میانگین، متقاضی دریافت پایانه‌های فروشگاهی می‌باشند. آنگاه می‌توان بنا به درصد استقبال هر گروه، مشوق‌هایی را برای آنان قرار داد و علت عدم استقبال بخش‌های دیگر را مورد بررسی قرار داد تا راهکارهایی متناسب با هر گروه اتخاذ گردد.

علل عدم استقبال از پایانه‌های فروشگاهی:

* اجرای ناقص چرخه تبدیل پول فیزیکی به پول

توسعه بانکداری الکترونیکی در کشور ما نسبت به برخی از کشورها کمتر است و یکی از علل آن هم کمبود ابزارهای الکترونیکی است.

درصد فعالیت پذیرندگان فروشگاههای کارت در گروههای هزینه (در یک نمونه آماری از پذیرندگان فروشگاههای)



کشور ما از لحاظ توسعه پایانههای فروش، موفقتر از توسعه دستگاههای خودپرداز بوده است.

منصرف شود یا برای آوردن پول از فروشگاه خارج شود، از دید صاحب فروشگاه آن پایانه کارایی ندارد و در آن لحظه نه مبلغ کارمزد و نه جایزههای مختلف و نه عوامل دیگر، هیچکدام برای فروشنده مهم نخواهند بود.

یکی دیگر از فاکتورهای ناکارایی یک دستگاه، تعداد زیاد تراکنشهای ناموفق آن است. بانک مرکزی اخیراً برای تراکنشهای ناموفق بانکها در دستگاههای خودپرداز جریمه مشخص کرده است و براساس مصوبه جدید بانک مرکزی، تمامی بانکها از نیمه دوم مهرماه به ازای تراکنشهای ناموفق خود باید جریمه بپردازند. براساس این مصوبه، چنانچه تعداد تراکنشهای بی سرانجام دستگاههای خودپرداز بیش از پنج درصد باشد، به ازای هر تراکنش ناموفق، بانک باید ۵۰۰ ریال جریمه شود. اگر تعداد تراکنشهای ناموفق بالای ۱۰ درصد است، رقم جریمه به یک هزار ریال و بالای ۱۵ درصد به یک هزار و ۵۰۰ ریال افزایش مییابد. براساس اعلام بانک مرکزی، متوسط تراکنشهای ناموفق شبکه بانکی در شهریور ماه امسال ۱۶/۵ درصد بوده است، لذا بانک مرکزی ممکن است در آینده سیاستهای مشابهی را برای پایانههای فروش در پیش بگیرد.

عامل دیگر، عدم دقت برخی از پایانهها در برخی از تراکنشها است، زیرا مبلغ دقیق از حساب کارت کسر نمی شود، هر چند که بعد از ۲۴ ساعت مبلغ اصلاح می شود و اضافه برداشت از کارت مجدداً به حساب برمی گردد، اما وجود چنین مغایرتها سبب نارضایتی پذیرندگان و مشتریان آنها می باشد.

راهکارهای پیشنهادی برای افزایش کارایی

۱) اقدامات فرهنگی: برای گسترش فرهنگ بانکداری الکترونیکی و توسعه استفاده از ابزارهای الکترونیکی، از جمله پایانههای فروش، اولین عمل، توسعه پایانههای فروش و خدمات ارایه شده از سوی آنها می باشد. لذا در ابتدای کار

الکترونیکی، کاهش فقط یک درصد از حجم تراکنشهای خودپردازها علیرغم افزایش ۳/۵ برابری تعداد پایانه فروشگاههای (در حال حاضر، ۹۸/۵ درصد از تراکنشهای کارت) از طریق خودپرداز انجام می گردد.

* پایین بودن نرخ تعداد عملیات خرید با کارت در فروشگاهها و ترجیح فروشگاهها به فروش نقدی تابا کارت و شکست طرح ایجاد PSP توسط شرکتهای خصوصی به دلیل بالا بودن نرخ هزینه فروشگاه در هر عملیات (۱۰ درصد-۲ درصد) برای کارتهای نقدی، در حالیکه نرخ متوسط در دنیا برای کارت نقدی ۰/۳ تا ۰/۵ می باشد.

* عدم نظارت و اقدام جدی بانک مرکزی (به دلیل خروج از ساختار نظارتی و پذیرفتن نقش مجری) بر کیفیت ارایه خدمات و شتاب بی رویه توسعه خدمات بدون ایجاد زیرساختهای لازم در بانکها، به علاوه، ایجاد بی اعتمادی نسبت به امکان خرید با کارت در هر زمان.

* دسترسی به شعب بانک مربوط به حساب پایانه جهت انجام امور بانکی. توضیح اینکه یکی از مشکلاتی که مخصوصاً بانکها در شهرستانهای دور از مرکز با آن مواجه هستند، این است که چون تعداد شعب بانکها کم و پراکندگی آنها زیاد نیست، لذا صاحبان پایانه فروش این بانکها به دلیل اینکه به راحتی به شعب این بانکها جهت انجام پاره ای از امور بانکی دسترسی ندارند، از پذیرش این پایانهها خودداری می کنند.

* مدت زمان لازم جهت واريز مبالغ فروش به حساب پذیرندگان پایانهها. یکی از نکاتی که برای فروشندگان بسیار مهم است، مدت زمانی است که طول می کشد تا مبالغ فروش به حساب پذیرندگان پایانهها واريز شود و این بدان علت است که برداشت از کارت مشتری در همان لحظه انجام تراکنش انجام می شود، ولی واريز به حساب فروشندگان همان لحظه صورت نمی گیرد. قطعاً هر چه این زمان کوتاهتر باشد، برای پذیرندگان پایانهها بهتر است. این مسأله خود بستگی به عوامل مختلفی دارد و یکی از این عوامل آن است که عملیات تسویه حساب توسط فروشنده در چه زمانی انجام می گیرد. برای بعضی از بانکها این عامل که شماره حساب متصل به پایانه فروش مربوط به چه بانکی باشد، عامل تعیین کننده است (چون برخی از بانکها مجبورند پایانههای فروش خود را به حساب سایر بانکها متصل کنند) همچنین برای برخی از بانکها این که با چه کارتی از پایانه آن بانک خرید انجام شود، عامل تعیین کننده این زمان است، البته همه پایانه بانکها همه کارتهای عضو شتاب را می پذیرند، ولیکن در زمان واريز وجه به حساب با تأخیر عمل می کنند.

نکات مهم برای پذیرندگان پایانههای فروش بانکها

قبل از هر چیز پایانه مورد نظر باید بتواند انتظارات اولیه را پاسخگو باشد. یکی از عوامل بسیار مهم در تعریف لغت کارایی، سرعت آن پایانه است. اگر قرار باشد که سرعت یک پایانه به قدری ضعیف باشد که مشتری از خرید



**اگر قرار باشد که
سرعت یک پایانه به
قدری ضعیف باشد
که مشتری از خرید
منصرف شود، بدیهی
است که آن پایانه
کارایی ندارد.**

صاحبان این دستگاهها انتظار دارند که در تمامی ساعات و بدون محدودیت، بتوانند از خدمات آن‌ها استفاده نمایند.

۴) گسترش حوزه فعالیت: بانک می‌تواند مناطق پرجمعیت و با تراکنش بالا برای ارائه این خدمت را شناسایی نماید، مثلاً ساختمان‌ها یا برج‌های مسکونی با ظرفیت بالا، ادارات، مؤسسات، فروشگاه‌ها و ... به نحوی که در تمامی این موارد، برای واريز هزینه قبوض مصرفی، شهریه، شارژ ساختمان و ... از این طریق و بدون مراجعه به شعب بانک، استفاده شود و در این راستا موارد تشویقی بنا به استفاده از این دستگاهها برای متصدیان آن‌ها در نظر گرفته شوند.

۵) خدمات پس از نصب: کارشناسان بانکی می‌توانند پس از نصب دستگاه و در جهت جلب نظر صاحبان آن، در صورت تمایل پذیرندگان، نرم افزار یا سخت‌افزارهای جانبی مانند نرم‌افزارهای حسابداری، فرهنگ لغت، نرم‌افزار تلفن همراه و ... را در اختیار آنها قرار دهند. بدیهی است که رسیدن به این اهداف، نیازمند ایجاد شرایطی مطمئن برای مشتری می‌باشد.

بسیاری از صاحبان مشاغل، علت اصلی عدم استفاده و یا استفاده کم از پایانه‌های فروشگاه‌ها را بی‌اعتمادی نسبت به دریافت و پرداخت وجه می‌دانند، لذا اگر بانک بتواند به طریقی این اطمینان را جلب نماید، می‌تواند در این عرصه بسیار موفق باشد، لذا در این راستا چند اقدام زیر پیشنهاد می‌شوند:

با توجه به اینکه برخی از بانک‌ها، اقدام به واريز وجوه در سه نوبت در طول شبانه‌روز می‌کنند. شایسته است که این عمل را توسعه دهند و به‌صورت آن لاین انجام دهند، چون افراد با این کار اطمینان می‌یابند که مبلغ مورد نظر حتماً به حساب آنها واريز می‌گردد.

واريز وجه جایزه به حساب دارنده کارت دقیقاً بعد از انجام تراکنش خرید و چاپ مبلغ جایزه بر روی رسید مشتری.

تراکنش بازگشت از خرید. در صورت خرابی دستگاه‌ها باید بتوانند در اولین فرصت با بانک ارتباط برقرار نموده و در کوتاه‌ترین لحظه این مشکل را رفع نمایند.

بانک باید به نوعی مشتری را پوشش دهد و حمایت نماید که خود وی نیز به عملی تبلیغی برای استفاده از این دستگاه تبدیل گردد و تحقق این امر مستلزم آن است که هر بار که وی از این دستگاه استفاده می‌کند، به هدف خود نایل آید. از اینرو، برای این امر، باید افرادی به صورت ماهانه و یا هفتگی به این مراکز فرستاده شوند تا مشکلات موجود یا محتمل را حل نمایند.

علاوه بر این، بانک باید این اعتماد را در مشتری ایجاد نماید که استفاده از این دستگاه مشکلی را برای جریان دریافت و پرداخت وی ایجاد نمی‌کند. لذا اگر مشکلی برای وی در جریان استفاده از پایانه‌های فروشگاه‌ها (تراکنش‌های ناموفق) ایجاد شد، از طریقی جبران نماید که بتواند ادامه فعالیت با این مشتری را حفظ کند.

باید با تبلیغات درست، حوزه عمل استفاده‌کنندگان از این ابزار را گسترش داد.

بسیاری از فروشندگان به علت عدم آشنایی با پایانه‌های فروش و از آنجا که همیشه عدم آشنایی مقدمه‌ای برای عدم اطمینان می‌باشد، در استفاده از این عامل موضع‌گیری می‌کنند، لذا بانک باید در راستای جلب نظر مشتری، زمینه‌ای را برای آموزش‌های لازم فراهم آورد. این آموزش‌ها اگر به صورت انفرادی و در محل کار وی باشند، نمی‌توانند مؤثر واقع شوند، زیرا نوعی بازاریابی تحمیلی تلقی می‌شوند. بهترین اقدام در این راستا آن است که بانک، تعداد کثیری از مشتریان مستعد را شناسایی نموده و با تشریفات ویژه، تمامی آنها را همزمان دعوت کند و طی جلسه‌ای به معرفی خدمات و مزایای این طرح بپردازد، حتی برای تأثیرگذاری بیشتر می‌تواند صنوف را به صورت مجزا دعوت نماید. مزایای این طرح این است که افراد زمانی که در کنار همکاران صنفی و یا سایر بازاریان قرار می‌گیرند، به صورت ناخواسته اطمینانی ۱۰۰ درصد پیدا نموده و همچنین خود را در این مسیر تنها نمی‌بینند، لذا این اطمینان می‌تواند زمینه بسیار مؤثری برای افزایش تراکنش آنها با بانک باشد.

۲) ایجاد انگیزه: بسیاری از افراد ایجاد انگیزه در جریان فعالیت پایانه‌های فروشگاه‌ها را کاهش یا حذف کارمزد می‌دانند، اما باید به این مسأله توجه داشت که بانک یک بنگاه مالی است که هدفش نیز سودآوری و کسب بازده می‌باشد، لذا کارمزد هر چند به میزانی اندک هم می‌تواند مؤثر واقع گردد. بنابراین، در راستای ایجاد انگیزه برای پذیرندگان این دستگاه‌ها و ادامه تراکنش مالی آنها با بانک، ایجاد امتیازاتی ویژه باید در مد نظر قرار گیرد. بسیاری از این افراد، با توجه به شغل خود، تعامل فراوانی با بانک دارند، لذا امتیاز گرفتن از این بنگاه مالی توسط آنها امری مثبت تلقی می‌گردد. در این راستا بانک می‌بایست به این امر توجه نماید که چه خدمتی از طرف صنوف مختلف مورد توجه قرار می‌گیرد، از جمله:

- * امکان مشاوره مالی،
- * معرفی جدیدترین خدمات سیستم بانکی،
- * ارسال اطلاعاتی هفتگی یا ماهانه،
- * چاپ نام و نشانی فروشگاه‌ها در دفترچه راهنمای فروشگاه‌ها و سایت‌های راهنما،
- * معرفی فروشگاه‌های برتر به دارندگان کارت،
- * برگزاری تورهای سیاحتی داخل و خارج،
- * معرفی پایانه‌های فعال در هر ماه.

۳) افزایش کیفیت در ارائه خدمات: بانک باید به طریقی زمان استفاده از این دستگاه را کاهش دهد، زیرا اگر صاحب فروشگاه برای چندین بار ملاحظه نماید که سرعت اتصال به قدری بالا است که مشتری از خرید منصرف می‌شود و یا به صورت نقدی حساب می‌کند، تصحیح و تغییر ذهنیت او از این عامل، غیرممکن و یا بسیار ضعیف خواهد بود. به علاوه، باید تا حد ممکن زمان‌های عدم اتصال کاهش یابد تا به صفر برسد، زیرا