

银行线上沙龙活动策划方案(精选9篇)

为有力保证事情或工作开展的水平质量，预先制定方案是必不可少的，方案是有很强可操作性的书面计划。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

银行线上沙龙活动策划方案篇一

“中行卡五一献礼，‘金’喜来找你！”

长城系列信用卡、中银系列信用卡

4月30日-5月3日

(1) 一重礼---“商场、超市购物大抽奖”

活动期间，在指定商场、超市持卡累计消费满一定金额即可参加商场、超市大抽奖活动。

万亚商场标准：当日单笔消费满500元即可参加商场抽奖活动，活动中将抽出5名幸运客户，每人奖励500元商场购物券。

时代超市标准：单笔消费满99元即可参加抽奖活动，每个超市将抽出50名幸运客户，每人奖励价值100元超市券。

(2) 二重礼---刷卡赢“金”活动

凡活动期间，消费累计满3000元即可参加抽奖赢“金”活动（房地产类、汽车类、批发类、医疗教育类、慈善类、政府服务类交易不参加本次活动），该抽奖活动按发卡归属地进行抽奖，吴江奖项设置如下：

特等奖1名奖励10g金条一根。

为感谢广大客户长期以来对本支行的关心与支持，进一步提升本支行的市场影响力，本支行以感恩之心举办以下营销活动，努力回报客户的信任，致力提升客户价值，与客户共谋发展，分享创造硕果。

（一）开展“存款拿大奖，福气喜临门”主题活动

1、活动对象：支行全体存款客户。

2、活动时间□20xx年5月1日—20xx年5月7日。

3、活动规则：活动期间，凡是到支行办理存款业务满xxxx元的客户即可获得一次抽奖资格。活动期末抽取20名幸运客户，分别赢取价值xxxx元的xx商品。

（二）开展“贷款喜得奖，好运日日来”主题活动

1、活动对象：支行全体贷款客户。

2、活动时间□20xx年5月1日—20xx年5月7日。

3、活动规则：活动期间，凡是到支行办理贷款业务的客户即可获得一次抽奖资格。活动期末抽取20名幸运客户，分别赢取价值xxxx元的xx商品。

（三）开展“用电子银行，得惊喜好礼”主题活动

1、活动对象：支行全体企业网银、个人网银与手机银行客户。

2、活动时间□20xx年5月1日—20xx年5月7日。

3、活动规则：活动期间，一是支行企业网上银行客户使用企

业网银完成账务类交易5笔（含）以上，累计金额达100万元即可参与抽奖。活动期末抽取10名幸运客户，分别获赠价值xxxx元的xx商品。二是支行个人网上银行客户、手机银行客户分别完成个人网上银行、手机银行账务类交易5笔（含）以上，且每笔金额超过200元即可参与抽奖，各获赠以下奖品：一等奖20名（个人网银与手机银行用户各10名），分别赢取价值xxxx元的xx商品。二等奖500名（个人网银与手机银行用户各250名），分别获赠100元话费充值卡一张。

活动结束后在5月中旬抽奖，抽奖在公证部门的公证下进行，由电脑随机抽奖。获奖信息在支行各网点营业厅公布，并到指定地点领取奖品。

自获奖名单公布起一个月内，客户未来指定地点领取奖品，视为客户自动放弃。

（一）本支行各营业网点张贴本次营销活动的宣传海报，活动信息通过led屏幕滚动播出。

（二）本支行通过电视、报刊等媒体对本次营销活动进行宣传。

（三）本支行各部门与营业网点解答客户有关本次营销活动的咨询。

无

以五一劳动节为契机，以吸引客户为活动目的，与社区客户互动，进行项目社区文化营造与感受，带动新老客户，提高我行社区银行人气，吸引客户群的关注度，扩大社区银行的影响力与认知度。

1、活动内容

1) 体感游戏吸眼球

为达到吸引新老客户群认识我社区银行，走进我社区银行，特举办此项游戏活动以达到令人瞩目的效果。每周安排固定时段，在我社区银行门口（或能力可及范围内）开展体感游戏互动项目。此项游戏内容活动方式新颖脱俗，另外又起到一个全民健身的效果，定能吸引路过的客户，而这些驻足的客户，必定有我行正在寻找的客户群体。另外：参加体感互动游戏的客户需在活动参加详情登记簿上签字留电话以作为我行客户信息来源。

2) 当客户吸引人群吸引至一定规模时，可继续开展有奖抢答环节。

到访客户既可体验体感游戏的乐趣，又可参加抢答问题的有奖回馈，宣传定能达到预期效果。

2、交流话题建议

抢答问题建议如下：

1) 某银行是哪年成立的？

2) 某银行的经营理念是什么？

3) 某银行理财产品的产品规格有几种？问题可选择一些针对客户需求方面的。

3、宣传方式

(1) 在社区银行周边小区的.报箱内投递活动广告；

(2) 在社区银行周边小区的电梯内、宣传栏张贴营销活动广告；

(3) 通过微信宣传活动信息;

4、活动反馈与跟踪销售行动计划

根据活动开展情况，由现场人员总结客户回答问题情况进行分析，有针对性的服务客户。对于参加游戏互动的客户，待游戏结束之后再进行有针对性的深度挖掘。

1、目标客户

目标客户包括：社区银行周边小区通过宣传慕名而来的到访客户，以及当天老带新客户；

2、客户组织

约访的新老客户当日来我行，由接待人员进行简单了解后进行分流引导，咨询客户带到咨询区，参加游戏客户带至游戏区登记，游戏开始时间由固定人员讲述游戏方式及注意事项后开始互动游戏与抢答游戏，对于回答正确我行问题的客户给与渤海银行专属纪念品。

1、时间

社区银行开业后的节假日或法定休息日均可

2、地点

我行社区银行门口（或能力范围可及内）

xbox360体感游戏机1台3000元

纪念品100份0--500元（可用我行现有水杯或其他）

平板电视1台3000元（社区银行应自有此设备）

1、通过本次活动预计带来的业务量

业务量不敢保，人气量肯定暴增

2、通过本次活动预计带来的影响

预期影响给客户留下深刻印象的同时，配合理财及储蓄产品的销售，大幅增加网点存款与业务量。

1、活动策划人：2人

职责：安排现场分区接待客户以及设备调试等流程分配

2、活动协调人：3人

职责：接待来访客户并做好推广解释工作

3、活动现场负责人：1人

职责：负责一切当日活动细则

银行线上沙龙活动策划方案篇二

迎元旦，砸金蛋

存量客户及自然到访客户

不限

网点厅堂

1、以节庆日为切入点，为员工邀约客户到访制造为由头，同时以回馈的形式在对客户做好维护的基础上进行提升。

2、销售理财、储蓄等产品

让客户感受到节日的喜庆气氛与获取小礼品的惊喜。

砸金蛋是银行网点开展活动永远不会过时的一种手段，因为这砸的更多的是惊喜，是意外。所以这类活动在大部分银行都是非常受客户欢迎的。

活动前期准备

邀约准备

前期邀约可以从以下三个方面进行思考：

- 1、邀约存量熟悉客户以进行回馈、感情维护；
- 2、邀约临界，刺激提升；
- 3、激发厅堂到访客户余额提升，进行他行资金策反，或激励客户将活动权益等告知朋友，以老带新。

物料准备

从宣传方面来说，网点需要提前准备好活动所需的宣传折页、海报、主打产品等。在现场布置和礼品方面，则需要准备金蛋、绶带、锤子、红地毯、横幅、活动礼品、鸡蛋等。同时，考虑金蛋等道具购置难度，可提前在网络平台预定或考虑金色气球（内置彩条或金条）等相关替代品。

人员配备

由于活动并非一朝一夕，而是在一段时期内每天定时举办，所以在人员安排上要有特定的礼品登记和发放人、现场清理人员。

现场布置

现场布置包含临街张贴活动宣传海报，突出时间、重点内容、礼品信息等。搭建彩虹拱门，张贴横幅信息，led显示屏滚动活动详情，等候区板书活动宣传荧光板、柜面放置活动宣传信息营销水牌。活动区堆放活动礼品配套信息登记簿，以及金蛋栏。需要摆放一张桌子以方便砸蛋（或将金色气球悬挂至活动区天花板）。需要注意的是，由于锤子或用扎气球的道具具有一定危险性，不宜直接摆放活动区，只有客户参与活动时拿出。

活动执行和后期跟进

活动流程

- 2、办理业务的新老客户，信息登记后进行砸蛋游戏，并更具获奖登记发放礼品；
- 3、对大堂经理赠送鸡蛋、客户砸蛋、领奖等行为进行拍照留念。

后期跟进

- 1、利用夕会对当日活动的情况进行小结，登记好礼品发放情况；
- 2、跟进未到访的意向客户，回访已参加活动的客户并询问建议及后续活动相关意向；
- 3、活动结束后进行数据分析，包括参与客户数、邀约到访数、通过活动产生的业绩数、客户满意度等情况，还有前期准备、过程执行、后续跟进等流程完善情况及活动整体的亮点及不足。

同类活动建议

银行营销人员还可以走出厅堂，针对周边社区和商户开展营销活动，通过摆设营销展台现场对我行热销产品进行讲解和宣传（鼓励开户、开卡），对于现场达成目标任务的客户还可赠送小礼品一份。结合网点现有的促销活动，提升厅堂到访量。

活动注意事项

此类活动在前期宣传及邀约中需注意业务办理需求的激发，同时要注重以免免费发放鸡蛋的方式吸引到访量，并由砸金蛋的形式强化短期引爆和临界提升。因此在活动过程中或对已到访客户后续跟进中，可相对弱化营销目的。

以上就是元旦活动方案详解，活动的目的不是为了销售产品，而是让客户留下印象，让客户看到本行的非金融服务，而产品销售只是附带作用。

银行线上沙龙活动策划方案篇三

为了使您的孩子度过一个快乐的六一儿童节，我行特推“快乐成长”积分兑换活动。

卡积分账户数据为准，累计积分达xx分(含)以上即可参与兑换。

20xx年x月x日。

您可拨打我行客户服务热线xx或xx转接人工服务预约兑换礼品。预约成功后，我行将从您的xx卡扣减相应积分。

为了方便您选择兑换礼品，请在预约积分兑换前，通过我行多媒体查询机、网上银行□xx或xx客户服务热线(语音系统)，

查询xx卡积分。

我行自接到您积分兑换预约电话次日起x个工作日内，将您所
选礼品按您电话预约时提供的指定地址寄出。

xx科技馆成人门票1张□xx分。

xx店xx元抵用券1张□xx分。

xx元xx购书卡1张□xx分。

xx海洋世界门票1张□xx分。

1. 您收到兑换礼品时，请在快递公司出具的收据单上进行签
字确认，以便我们确认您是否收到兑换礼品。
2. 肯德基抵用券分为两类，一类限在xx省使用，另一类限
在xx地区使用。客户须向xx坐席人员说明预约兑换抵用券的
使用地区。
3. 购书卡只能登录以电子支付形式消费，消费内容包括图书、
音像、百货、电子书等商品，并选择“礼品卡支付”作为支
付方式。

银行保留活动的最终解释权。

银行线上沙龙活动策划方案篇四

“xx闹新春” 本次活动以“xx闹新春”为主题，旨在向所有客
户表达本行与之分享美好生活、共创美好未来的真诚愿望，
传播银行个人银行业务以客户为中心、致力于实现银客“双
赢”的经营理念。各行可在此基础上，根据本行的活动特色，
提炼活动主要“卖点”作为副题。

以春节、元宵节为引爆点，以个人高中端客户和持卡人为重点目标群体，以巩固客户、促进储蓄卡使用、提高速汇通手续费等中间业务收入为主攻目标，重点拓展购物、旅游、餐饮、娱乐市场及其相关市场，同时扩大产品覆盖人群，促进客户多频次、多品种使用，带动个人银行业务全面发展。

通过本次系列活动，全行个人银行业务力争在2月份实现以下目标：客户新增超过历史同期最好水平，并使客户结构得到改善，质量得到进一步提高；速汇通竞争优势得到巩固和提高，促进业务持续快速发展，手续费收入新增创历史同期最好水平；自助设备存取款及其他代理业务交易量比同期增长15%。圆满完成各项业务指标。

活动时间□xx年1月30日——2月20日。

活动主要包括以下内容：

银行线上沙龙活动策划方案篇五

一、活动目标

为感谢广大客户长期以来对本支行的关心和支持，进一步提升本支行的市场影响力，本支行以感恩之心举办以下营销活动，努力回报客户的信任，致力提升客户价值，和客户共谋发展，分享创造硕果。

二、活动内容

(一)开展“存款拿大奖，福气喜临门”主题活动

1、活动对象：支行全体存款客户。

2、活动时间：201x年7月1日—201x年10月31日。

3、活动规则:活动期间,凡是到支行办理存款业务满xxxx元的客户即可获得一次抽奖资格。活动期末抽取20名幸运客户,分别赢取价值xxxx元的xx商品。

(二)开展“贷款喜得奖,好运日日来”主题活动

1、活动对象:支行全体贷款客户。

2、活动时间:201x年7月1日—201x年10月31日。

3、活动规则:活动期间,凡是到支行办理贷款业务的客户即可获得一次抽奖资格。活动期末抽取20名幸运客户,分别赢取价值xxxx元的xx商品。

(三)开展“用电子银行,得惊喜好礼”主题活动

1.活动对象:支行全体企业网银、个人网银和手机银行客户。

2.活动时间:201x年7月1日—201x年10月31日。

3.活动规则:活动期间,一是支行企业网上银行客户使用企业网银完成账务类交易5笔(含)以上,累计金额达100万元即可参与抽奖。活动期末抽取10名幸运客户,分别获赠价值xxxx元的xx商品。二是支行个人网上银行客户、手机银行客户分别完成个人网上银行、手机银行账务类交易5笔(含)以上,且每笔金额超过200元即可参与抽奖,各获赠以下奖品:一等奖20名(个人网银和手机银行用户各10名),分别赢取价值xxxx元的xx商品。二等奖500名(个人网银和手机银行用户各250名),分别获赠100元话费充值卡一张。

三、活动安排

活动结束后在11月中旬抽奖,抽奖在公证部门的公证下进行,由电脑随机抽奖。获奖信息在支行各网点营业厅公布,并到

指定地点*。

四、活动声明

自获奖名单公布起一个月内，客户未来指定地点*，视为客户自动放弃。

五、活动宣传

(一)本支行各营业网点张贴本次营销活动的宣传海报，活动信息通过led屏幕滚动播出。

(二)本支行通过电视、报刊等媒体对本次营销活动进行宣传。

(三)本支行各部门和营业网点解答客户有关本次营销活动的咨询。

一、活动总主题

“中行卡五一献礼，‘金’喜来找你!”

二、参加活动卡种

长城系列信用卡、中银系列信用卡

三、活动时间

4月30日-5月3日

四、活动内容

(1)一重礼---“商场、超市购物大抽奖”

活动期间，在指定商场、超市持卡累计消费满一定金额即可参加商场、超市大抽奖活动。

万亚商场标准:当日单笔消费满500元即可参加商场抽奖活动,活动中将抽出5名幸运客户,每人奖励500元商场购物券。

时代超市标准:单笔消费满99元即可参加抽奖活动,每个超市将抽出50名幸运客户,每人奖励价值100元超市券。

(2) 二重礼——刷卡赢“金”活动

凡活动期间,消费累计满3000元即可参加抽奖赢“金”活动(房地产类、汽车类、批发类、医疗教育类、慈善类、政府服务类交易不参加本次活动),该抽奖活动按发卡归属地进行抽奖,吴江奖项设置如下:

特等奖1名奖励10g金条一根

一、活动目的

营造良好刷卡用卡环境,提高持卡人用卡意识,培养市民用卡习惯,让更多市民能够享受银行卡这一新型结算工具所带来的便利,方便群众生活。

二、活动时间

201x年12月1日---201x年12月30日

三、活动组织

本次活动承办单位仪征市银行卡工作领导小组办公室、江苏仪征农村合作银行、中国工商银行仪征支行、中国农业银行仪征支行、中国银行仪征支行、中国建设银行仪征支行、交通银行仪征支行、中信银行仪征支行、江苏银行仪征支行、仪征邮政储蓄银行,扬州银通公司(协办),中国银联江苏分公司提供技术支持。

四、宣传主题

刷银联卡，安全健康，时尚的选择。

五、活动规则

201x年12月1日—201x年12月30日，凡持卡号“6”字打头的银联标准卡在仪征市辖内指定商户刷卡消费68元(单笔交易)以上的持卡人均有机会获奖，奖项如下：

特等奖1名，韩国游(6000元等值奖品)

一等奖30名，各奖励400元等值奖品

二等奖90名，各奖励200元等值奖品

三等奖1200名，各奖励10元等值奖品

兑奖方式:持卡人联机抽奖奖项凭标有“仪征市银行卡活动x等奖”的签购单到仪征银行卡管理办公室领取(仪征市解放西路106号人民银行内)，咨询电话，兑奖日期为中奖次日至201x年12月日----201x年1月30日止，兑奖期间的工作日星期一上午8:30—11:30，奖项逾期不领者，视作放弃领奖。

一、活动主题：“金秋营销”

本次活动以“金秋营销”为主题，旨在向高中端客户和大众客户表达银行与之分享耕耘硕果、共创美好未来的真诚愿望，传播银行个人银行业务以客户为中心、致力于实现银客“双赢”的经营理念。各行可在此基础上，根据本行的活动特色，提炼活动主要“卖点”作为副题。

二、活动时间：×年×月×日×月×日。

三、活动目的：

以中秋佳节、国庆节为引爆点，以个人高中端客户和持卡人为重点目标群体，以巩固和发展客户、促进储蓄卡使用、提高速汇通手续费等中间业务收入为主攻目标，重点拓展购物、旅游、餐饮、娱乐市场及其相关市场，同时扩大产品覆盖人群，促进客户多频次、多品种使用，带动个人银行业务全面发展同时通过“金秋营销”宣传活动的开展，确立我行品牌社会形象，增强客户对我行个人金融三级服务(服务、社区服务、自助服务)的认知和感受，提高电子渠道的分销效率，切实提升经营业绩。

四、活动内容

活动主要包括以下内容：

(一)“金秋营销产品欢乐送”优惠促销赠礼活动。

为鼓励持卡人刷卡消费和无纸化支付，促进银行卡和自助设备各项业务量的迅速增长，同时保持和提升速汇通业务竞争优势，促进汇款业务持续快速发展，特开展以下优惠促销赠礼活动：

1. “金秋营销自助服务送好礼”

活动期间持我行储蓄卡在全省范围内的自助设备上缴纳次费用的客户，可持缴费凭证及存取款凭证，到所在地的营业网点兑换价值元的礼品一份。先到先得，送完为止。凭证必须是同一储蓄卡的缴费凭证，礼品兑换后，我行将收回缴费凭证。

凡在活动期间办理签署代缴费协议的客户，可获得价值元的礼品一份。签约即送，一户一份，先到先得，送完为止。

活动礼品由各行自行购置。

· “金秋营销卡庆双节”

活动期间申请卡免收当年年费。

刷卡消费达到一定标准，可凭消费交易单据和银行卡到当地建行指定地点领取相应标准的礼品，领完为止。

刷卡消费达元(含)以上，赠送价值元礼品；

刷卡消费达元(含)以上，赠送价值元礼品；

刷卡消费达元(含)以上，赠送价值元礼品；

刷卡消费达元(含)以上，赠送价值元礼品；

礼品应充分迎合客户节日期间消遣购物的心理，刷卡消费元以下的建议为动物园门票、公园门票、商场周边麦当劳等用餐环境幽雅的快餐机构套餐票等，具体由各行自行确定。

各行应根据当地实际情况，积极筛选一个大型商场、高档宾馆、高档饭店等消费交易量大的特约商户，对当天消费达到标准的客户采取现场赠礼的方式，提升活动的轰动效应。

· “金秋营销速汇通优惠大放送”

活动期间，速汇通汇款手续费优惠%幅度。

二 “金秋营销产品欢乐送” 网点个银产品展示及优质服务活动。

以营业网点为单位开展“金秋营销产品欢乐送”优质服务及个银产品的展示活动。活动主要内容有：

. 营业网点统一悬挂宣传横幅，张贴和摆放省分行下发的营销活动海报以及活动宣传折页(近期下发)，以新颖、丰富的视觉感染力，吸引客户关注。

. 网点柜员统一佩带工作胸牌，增加员工亲和力，突出我行员工热情、亲切的服务形象。

. 活动期间，网点须设专门的宣传咨询台并配备导储员，加强动态推介，引导客户使用我行提供的自助渠道办理普通存取款和缴费业务，积极做好相关兑奖工作。

. 积极开展网点优质服务工作，提高速汇通等业务的柜台服务质量，加强柜台人员与客户的交流，切实提升网点服务形象。

. 切实做好对客户的绿色通道服务，严格按照有关要求向客户提供优先优惠服务，为客户营造良好的节日服务环境。

(三) “金秋营销产品欢乐送”社区活动。

. 扩大社区营销渗透面，密切社区关系，按计划稳步推进社区营销工作。

抓住中秋节和国庆节的有利时机开展“金秋营销产品欢乐送”社区营销活动，稳步推进第二阶段社区营销工作。通过社区金融服务网点优质服务、户外展示、社区金融课堂、营销小分队社区宣传等各个方面密切结合，全方位树立我行的社区服务形象，加强社区金融服务网点与目标社区的各项联系，密切网点与社区客户的感情，稳步推进社区营销工作。

. 结合活动促销内容，确定社区目标客户，积极拓展相关业务量，切实提升社区营销经营业绩。

积极拓展速汇通业务

月、月为学生入学或新生报到高峰期，各行可以开展凭学生证或录取通知书享受汇款优惠的营销活动，吸引学生客户群体，拓展教育社区市场业务；对城市中汇款频率较高的人群，如商业社区经商人员、外出务工群体等，积极开展社区营销活动，提高营销活动的有效性；对潜在的汇款大户及有异地代发工资需求的全国性、跨区域企业，各行可以通过公私联动进行一对一营销，争取异地代发工资等批量汇款业务。

切实促进个人储蓄存款业务

月、月个人存款的目标社区应确定为校园社区和批发市场等商业社区，切实抓住学生学费缴纳以及商业交流频繁的季节特点，大力吸收储蓄存款。抓住国庆节期间股市休市的商机，重点营销“个人通知存款”，抓住新生入学的时机，重点营销“教育储蓄存款”，营销宣传中要注意突出我行通知存款助理财、教育储蓄可只分两次存入的创新优势。国庆节期间，各行要做好安排，活动期间，各行要安排专人值班，妥善处理客户投诉或满足客户的特殊需求。

有效发展个人汽车贷款业务以及各项个人消费信贷业务

活动期间，各行应在汽车经销市场、家电批发市场、住房装修市场等商业社区加强对汽车消费信贷以及我行各项个人消费信贷业务的宣传和营销。加强对高中端客户的营销力度，推进集团客户购车服务合作；同时加强与人保财险公司以及汽车经销商的沟通合作，加大对集团客户资源的拓展力度，促进个人汽车贷款业务稳步增长。

在活动期间，各行要加快业务受理的效率和审批速度，在规范操作的基础上力求为客户提供便捷高效的服务。

(三) “金秋营销产品欢乐送”活动。

. 活动期间，各行采用信函方式或人工送达方式向客户发送省

分行统一制做的一张节日贺卡，并同时准备一定金额的礼品。礼品袋由省分行统一制作下发，礼品由各行自备。

. 联合本地餐饮、娱乐等行业的高档合作机构在活动期间向持有我行卡的客户提供打折优惠；联合机场、车站等交通部门向我行客户提供贵宾服务。

. 国庆节期间，客户外出较多，各行要确保理财中心、理财专柜和客户专窗正常营业；同时组织营业网点、个贷中心等经营机构切实落实客户绿色通道服务和各项优先优惠服务，为客户营造良好的节日服务环境；另外要密切协作，严格执行“漫游服务”标准，确保总行客户在全国范围内能够得到专门服务，兑现乐当家的品牌承诺。

四、活动目标

通过本次系列活动，全行个人银行业务力争在月份实现以下目标：

. 客户新增超过历史同期水平，并使客户结构得到改善，质量得到进一步提高；

. 自助设备存取款及其他代理业务交易量比月份增长%。

. *完成各项业务指标。

银行线上沙龙活动策划方案篇六

以吸引客户为活动目的，与社区客户互动，进行项目社区文化营造与感受，带动新老客户，提高我行社区银行人气，吸引客户群的. 关注度，扩大社区银行的影响力与认知度。

1、活动内容

1) 体感游戏吸眼球。

为达到吸引新老客户群认识我社区银行，走进我社区银行，特举办此项游戏活动以达到令人瞩目的效果。每周安排固定时段，在我社区银行门口(或能力可及范围内)开展体感游戏互动项目。此项游戏内容活动方式新颖脱俗，另外又起到一个全民健身的效果，定能吸引路过的客户，而这些驻足的客户，必定有我行正在寻找的客户群体。另外：参加体感互动游戏的客户需在活动参加详情登记簿上签字留电话以作为我行客户信息来源。

2) 当客户吸引人群吸引至一定规模时，可继续开展有奖抢答环节。

到访客户既可体验体感游戏的乐趣，又可参加抢答问题的有奖回馈，宣传定能达到预期效果。

2、交流话题建议

抢答问题建议如下：

1□x银行是哪年成立的？

2□x银行的经营理念是什么？

3□x银行理财产品的产品规格有几种？问题可选择一些针对客户需求方面的。

3、宣传方式

(1) 在社区银行周边小区的报箱内投递活动广告；

(2) 在社区银行周边小区的电梯内、宣传栏张贴营销活动广告；

(3)通过微信宣传活动信息;

4、活动反馈与跟踪销售行动计划

根据活动开展情况，由现场人员总结客户回答问题情况进行分析，有针对性的服务客户。对于参加游戏互动的客户，待游戏结束之后再进行有针对性的深度挖掘。

1、目标客户

目标客户包括：社区银行周边小区通过宣传慕名而来的到访客户，以及当天老带新客户；

2、客户组织

约访的新老客户当日来我行，由接待人员进行简单了解后进行分流引导，咨询客户带到咨询区，参加游戏客户带至游戏区登记，游戏开始时间由固定人员讲述游戏方式及注意事项后开始互动游戏和抢答游戏，对于回答正确我行问题的客户给与渤海银行专属纪念品。

1、时间

社区银行开业后的节假日或法定休息日均可。

2、地点

我行社区银行门口(或能力范围可及内)。

xx体感游戏机1台3000元;

纪念品100份0——500元(可用我行现有水杯或其他);

平板电视1台3000元(社区银行应自有此设备)。

1、通过本次活动预计带来的业务量，业务量不敢保，人气量肯定暴增；

2、通过本次活动预计带来的影响，预期影响给客户留下深刻印象的同时，配合理财及储蓄产品的销售，大幅增加网点存款和业务量。

七、人员安排与职责

1、活动策划人：2人

职责：安排现场分区接待客户以及设备调试等流程分配。

2、活动协调人：3人

职责：接待来访客户并做好推广解释工。

3、活动现场负责人：1人

职责：负责一切当日活动细则。

八、银行元旦营销活动建议

准备一些节日需要的小礼品，比如春联，福字，台历，灯笼，中国结，鼠年吉祥物等迎接春节的小礼品，鼓励百姓存钱。我们的宣传单子上也可以通过放置在红包内的方式发放给客户，增添喜气洋洋的气氛。

或者在周边的社区搞一场文艺演出，或者开展一个知识竞赛或者准备一些小游戏，发放礼品，借机会提高我行的影响规模，在活动中讲解我行的惠民政策，金融方面的小知识，让群众跟我们互动起来，沟通开来，并真正的树立我行服务群众的工作理念，给他们带来节日的祝福和参与活动的快乐。

还有，对于我们的宣传单，其实可以更加直观一点，文字性

的东西还是不利于人们快速了解其中的内容，而且年龄稍大些的人群，有大部分都有些眼花，我们可以通过图画的形式体现出我行的利率，画一个人，他介绍一万元存款在这里不同存期内到期收益是多少。也可以写出和其他行的利息对比差距，其实每个行都有不同程度的上浮，我们没有必要把基准利率写上，我们是和其他行竞争，让客户知道在我行存款比他行高出多少。并写上“我们行提供一对一的热情周到的服务，当您决定给我们一次服务您的机会，请您携带此宣传单来我行，联系我们的客户经理，他会根据您的期望，为您量身定制出适合您的理财方案，给您的优惠。”

还有，最近有一股不利于我行揽储的政策正在崭露头角，这个政策也是竞争对手们对我们进行攻击的主要方面，那就是最近政府即将出台的存款保险制，也就是很多客户会对在我行的存款的资金安全情况产生怀疑，实事求是地说，正如别的行说过我们可能过不了一阵会破产。对于客户的这种疑问，我们当然会积极做出给客户做出回应。但是肯定我们回答的没有领导考虑的周全，不知道怎么回答才最有说服力，希望领导对于这种情况给我们一个非常正确的给客户做出解释的切入点，或者可以考虑在宣传单子上，消除客户疑问。

以上就是我对即将到来的节日里的活动建议，考虑不全，见解浅薄，还望领导批评指正，不吝赐教。

银行线上沙龙活动策划方案篇七

一、征文内容：

历代经方家学说的整理和研究；经方在世界的传播与应用研究；经方理论探源；经方验案总结；经方师承经验总结、体会；经方方证研究；经方药证研究；经方合方和加减原则研究；经方疗程与疗效评价标准研究；经方量效关系研究；经方制剂规范研究；经方医学史考证研究；经方相关问题多学科研究、经方教学法研究等。

二、征文要求：

1. 论文具有真实性、科学性、先进性，论点突出，文字准确，语言精练。
2. 论文包括全文和中文摘要(300~500字)两部分，原则上全文不超过6000字。摘要包括2~5个关键词；论文要求引文准确，简明扼要，使用规范简化字、标点符号及法定计量单位。
3. 会议论文以电子邮件形式发送至电子邮箱(注：凡通过电子邮件投稿者，请在邮箱“主题”一栏以文章名标识，稿件收悉后必有电子邮件回复，如未收到回复，建议重新发送)。论文一律用a4纸打印，字体选用微软雅黑，题目3号字，小标题4号字，内容小4号字，挂号投寄并发送电子邮件。
4. 请附作者简介，内容为：姓名、性别、出生年月、职称、职务、研究方向、医疗特长、邮政编码、通讯地址、单位全称、联系电话、电子邮箱等；科研课题及研究生论文亦请注明。
5. 凡不符合上述要求的稿件恕不受理。所有来稿均经专家评审，专家有权对论文提出修改意见，符合要求的论文将汇编成册，正式印刷出版。并组织评选优秀论文，对获奖优秀论文给予一定的奖励。
6. 请自留底稿，无论录取与否，一律不予退稿。
7. 截稿日期：2011年10月5日(邮寄以邮戳为准，电子稿件以电脑系统时间为准)

三、联系方式：

论文请寄至：一路1号——市中医院学会办刘——，邮编：——。

请在信封左下角注明“纪念世界传统医药日征文”字样。

电子版稿件投稿，来稿请e-mail□-----□

银行线上沙龙活动策划方案篇八

多年前遗留下来的习俗：挂菖蒲、赛龙舟、吃粽子、饮雄黄、佩香囊，让大家充分感受到了这个节日所蕴含的民族情怀。并且国家对节假日的调整是对这些民俗类的非物质文化遗产保护的一种有效方式。为了增强大家的动手能力，了解x地区悠久的传统文化，以我们银行员工的责任和行动来加入和支持保卫中国文化遗产的战役。

一、活动目的

屈原的传说，争舸的龙舟、带着药味的香囊，这些东西在记忆力已经埋没很久了唯有端午节吃粽子这一风俗，一提起来就让人觉得津津有味。现在端午节留给我们的除了粽子之外，也许最实际的`就是那3天的节假日。所以我们想请大家一起动手做一个能带来好运的香囊。

二、活动形式

现场制作香囊；现场进行文化知识的问答。了解雄黄酒；现场问卷调查——端午节文化知多少；小小心理测试——你是哪种粽子。

三、活动时间

待定。

四、活动地点

x银行侧门边的空地。

五、活动内容

1、制作香囊

民俗学家撰写的《话说端午》里提到：端午节的核心是驱邪除瘟，保持健康。香囊，指装裹了具有辟邪作用的药物或香料的袋子。大家自己剪剪缝缝做出的简单的具有各种形状的香囊比起市场上的就很有意义，既可以送给领导同事表达自己深深的祝福，也可以增强动手能力，学学古人的手艺。自己动手diy礼物特别有意义。然后选出比较优秀的作品给与奖励。

材料：药店配的香料（白芷、川芎、山奈、甘松、丁香公、、沈香、艾叶、佩兰、、薄荷等）、干花、稻谷壳、丝绵、五彩绳、针、线、剪刀、铅华纸布料。

分配：两名工作人员在现场给与指导和帮助。为了给大家创作灵感，我们会展出一些各地有代表性的香囊和x银行员工自己做的香囊。

注意点：针线要注意妥善保管。

2、现场知识问答

用回答问题的形式，增加大家对端午节文化的了解。

操作：现场两名工作人员。大家先抽取几道问题，答对的有小小的礼品。

3、了解雄黄酒

其实雄黄酒的概念我们大多数只出现在白蛇传里，白素贞喝了一点就现形了，所以可以给大家一个小小的体验。雄黄的主要化学成分是有毒的二硫化砷，加热后经化学反应变成三氧化二砷，也就是砒霜，人饮用后会中毒。所以分给大家雄黄酒，可喷在床下、墙边等角落，以避毒虫。至于喝的话，

一定要在医生的指导下。

4、现场问卷

有人说，中国的传统节日之所以被现代人所淡忘，主要是由于它们的主题都是吃：元宵吃汤圆，中秋吃月饼，端午吃粽子，以至物质生活丰裕后，吃不再那么重要，节日因此变淡。

这当然是误解，以端午节而言，其精神内涵远不只是吃。端午一直是民间防疫祛病、避瘟驱邪、祈求健康的节日，寄寓了人们平安和顺的美好心愿。所以想借此了解一下我行同事对端午节的认识。

5、小小心理测试——你是哪种粽子

给大家一个的娱乐游戏，放松心情。

六、活动可行性

1、首先指导香袋制作的同事自己花了大量的时间研究这方面的内容，准备了很多好看的小式样教给大家。

2、端午节期间，市场上会有同步的产品上市，比如艾叶、香料、菖蒲等，到时采购就会比较容易。但我们还是准备好万一买不到中药配方的香料，就用有清香的干花代替。

3、我们行是x类的银行，并非只是呆呆坐在书桌前专心苦读古籍、名著。我们的员工充满了对历史文化的好奇和热情，自己动手diy□在玩的同时学到知识是我们最终的目的。

银行线上沙龙活动策划方案篇九

无

二、活动目的

三、活动内容要点

1. 活动内容

1) 体感游戏吸睛球

为达到吸引新老客户群认识我社区银行，走进我社区银行，特举办此项游戏活动以达到令人瞩目的效果。每周安排固定时段，在我社区银行门口(或能力可及范围内)开展体感游戏互动项目。此项游戏内容活动方式新颖脱俗，另外又起到一个全民健身的效果，定能吸引路过的客户，而这些驻足的客户，必定有我行正在寻找的客户群体。另外：参加体感互动游戏的客户需在活动参加详情登记簿上签字留电话以作为我行客户信息来源。

2) 当客户吸引人群吸引至一定规模时，可继续开展有奖抢答环节。

到访客户既可体验体感游戏的乐趣，又可参加抢答问题的有奖回馈，宣传定能达到预期效果。

2. 交流话题建议

抢答问题建议如下：

1. 某银行是哪年成立的？

2. 某银行的经营理念是什么？

3. 某银行理财产品的产品规格有几种？问题可选择一些针对客户需求方面的。

3. 宣传方式(1)在社区银行周边小区的报箱内投递活动广告；

(2) 在社区银行周边小区的电梯内、宣传栏张贴营销活动广告；

(3) 通过微信宣传活动信息；

4. 活动反馈与跟踪销售行动计划

根据活动开展情况，由现场人员总结客户回答问题情况进行分析，有针对性的服务客户。对于参加游戏互动的客户，待游戏结束之后再进行有针对性的深度挖掘。

四、目标客户组织

1. 目标客户

目标客户包括：社区银行周边小区通过宣传慕名而来的到访客户，以及当天老带新客户；

2. 客户组织

五、时间地点的安排

1. 时间

社区银行开业后的节假日或法定休息日均可

2. 地点

我行社区银行门口(或能力范围可及内)

六、费用预算(请详细列出各项费用名称，单价，数量，总价等)

xbox360体感游戏机1台3000元

纪念品100份0--500元(可用我行现有水杯或其他)

平板电视1台3000元(社区银行应自有此设备)

七、预期效果分析

1. 通过本次活动预计带来的业务量

业务量不敢保，人气量肯定暴增

2. 通过本次活动预计带来的影响

预期影响给客户留下深刻印象的同时，配合理财及储蓄产品的销售，大幅增加网点存款和业务量。

八、人员安排与职责

1. 活动策划人：2人

职责：安排现场分区接待客户以及设备调试等流程分配

2. 活动协调人：3人

职责：接待来访客户并做好推广解释工作

3. 活动现场负责人：1人

职责：负责一切当日活动细则