

# 2023年银行迎中秋活动方案策划 银行中秋活动方案(模板8篇)

无论是在个人生活中还是在组织管理中，方案都是一种重要的工具和方法，可以帮助我们更好地应对各种挑战和问题，实现个人和组织的发展目标。通过制定方案，我们可以有计划地推进工作，逐步实现目标，提高工作效率和质量。下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

## 银行迎中秋活动方案策划篇一

### “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。

20xx年9月1日—9月31日。

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。

为鼓励意向客户购买产品，促进银保保费规模的迅速增长，同时保持和提升邮政保险的竞争优势，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”

（1）凡在活动期间办理银保产品的客户，可获得价值200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。

各行应根据当地实际情况，积极筛选3—4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。

### 3、“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20%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：

1、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。

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

3、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。

4、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。

5、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。

1、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。

2、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。

3、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。

#### （1）积极拓展速汇通业务

9月、10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。

#### （2）切实促进个人储蓄存款业务

9月、10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。

### （3）有效发展个人汽车贷款业务以及各项个人消费信贷业务

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。

### （四）“金秋营销、产品欢乐送”活动。

以本次活动为切入点，通过建立客户回访制度、了解客户节日需求，充分利用合作单位的服务功能向客户提供全方位贵宾增值服务；同时抓住高端客户“十·一”期间有闲暇考虑个人或家庭的财务规划问题的有利时机，向高端客户推介个人理财业务，进一步提高乐当家理财服务的吸引力。主要内容有：

1、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。

2、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。

3、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V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。

通过本次系列活动，全行个人银行业务力争在9月份实现以下目标：

- 1、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；
- 4、自助设备存取款及其他代理业务交易量比9月份增长10%。
- 5、圆满完成各项业务指标。

## 银行迎中秋活动方案策划篇二

xx年x月x日至x月x日

### 二、参赛单位

各支行、市行直属单位。

### 三、活动内容

各行要以‘秋之祝福’优质服务竞赛活动为契机，进行广泛深入的宣传和营销活动，安排和部署好竞赛的组织、策划、宣传和营销，促进储蓄存款业务的有效发展。同时，要加强服务的检查和监督，提高我行服务水平和社会知名度。

(一) 比服务。考核各行在营业网点的服务环境、服务手段、服务内容和服务质量等方面。

(二) 比营销。考核各行采取媒体广告、宣传条幅、街头展销、发放宣传单等方面，向公众推介农行的个人业务品种的营销程度和宣传效果。

(三) 比管理。考核各行在执行各项规章制度，内部管理是否

严格规范，是否有经济、刑事案件和重大事故发生，是否有服务方面受客户或新闻媒介批评、曝光的事件发生。

(四) 比贡献。进行定量和定性相结合，考核评比各行 储蓄存款工作。

1、比人民币储蓄存款旬均增长率。考核各行人民币储蓄存款旬均增长速度。

2、比个人通知存款贡献率。考核各行通知存款业务系统占比情况。

3、比教育储蓄存款计划执行率。考核各行教育储蓄存款计划执行情况。

#### 四、考核评比

本次活动以各行xx年有关数据为基础，以市行项电为评比依据。

##### (一)量化指标计算公式

1、人民币储蓄存款旬均增长率

2、个人通知存款计划执行率

公式=考核期内个人通知存款增额/各行通知存款计划  
×100%

3、教育储蓄存款计划执行率

公式=考核期内教育储蓄存款增额/各行教育储蓄存款计划  
×100%

## (二) 记分办法

本次竞赛活动量化考核指标共设置500分，其中：人民币储蓄存款旬均增长率、个人通知存款计划执行率、教育储蓄存款计划执行率三项考核指标，每项各为150分，其他考核因素50分。

1、人民币储蓄存款旬均增长率。达到本行20xx年前6个月人民币储蓄存款旬均增长率得100分，每超过(低于)1个百分点的加(减)1分，最多加(减)50分。

2、个人通知存款计划执行率。达到本行个人通知存款计划的得100分，每超过(低于)1个百分点的加(减)1分，最多加(减)50分。

3、教育储蓄存款计划执行率。达到本行教育储蓄存款计划的得100分，每超过(低于)1个百分点的加(减)1分，最多加(减)50分。

结果等为依据，最多加(减)50分。

## 五、评优表彰

市行决定对在‘秋之祝福’优质服务竞赛活动中取得优异成绩的单位、集体和个人予以通报表彰，并集中人民币x万元用于奖励。

(一)根据综合得分评出前2名，市行授予‘行分行xx年’秋之祝福’优质服务标兵单位’，按名次分别奖励人民币x万元□x万元。

(二)根据单项业务发展排名评出，行分行xx年‘秋之祝福’优质服务教育储蓄优胜单位’一名，,行分行xx年‘秋之祝福’优质服务个人通知存款优胜单位’一名，各奖励人民币x元。

(三) 各行从储蓄网点和储蓄员中分别择优推荐3名, 优质服务先进集体'和, 优质服务先进个人', 于12月5日前上报市行。市行将在各行推荐储蓄网点中评出前5个, 授予, 分行xx年' 秋之祝福' 优质服务先进集体'称号, 分别奖励人民币x元; 在各行推荐的储蓄人员中评出前10名, 授予, 分行xx年' 秋之祝福' 优质服务先进个人'称号, 分别奖励人民币x元(同时推荐省行参加评比)。

## 六、活动要求

做到行行有方案, 所所有部署, 人人都参与, 力争在竞赛活动中取得优异成绩。

(二) 提高服务质量, 营造良好服务环境。储蓄业务能否健康、快速地发展, 关键在于我们的服务质量和水平能否让客户满意, 得到客户信任。为此, 各行要对所辖营业网点服务质量、服务水平和安全设施进行全面检查, 从而进一步提高一线员工的服务水平和服务质量, 向社会展示农行的良好社会形象, 增强同业竞争实力。

(三) 做好个人金融产品的综合营销, 要结合本行本地实际情况, 充分把握时机, 广泛宣传, 开展一些既切入主题又形式多样的优质服务活动。

(四) 在, 竞赛'活动中, 各行要严格遵守各项财经纪律和金融法规, 严禁变相提高利率、高息揽储等不正当竞争行为。

(五) 各行要成立, 竞赛'活动领导小组, 负责活动的组织、指导。要认真总结, 竞赛'活动中的典型事迹, 并将总结材料在12月5日前上报市行。

## 银行迎中秋活动方案策划篇三

2、加强项目的. 形象宣传, 及项目品牌的影响力;



4、增进项目圈子的凝聚力，答谢客户支持。

中秋月·邻里情—中豪园中秋节感恩答谢酒会

9月12日（周五，农历八月十三日）下午5：00—8：35

天龙酒店宴会厅（须要可容纳250人就餐，配套音响、话筒设备齐全）

1、认筹客户及部分诚意度极高的未认筹客户

2、天中晚报、驻马店日报、驻马店房地产信息网、驻马店电视台等媒体记者（文字+摄影）

3□xx公司、国基公司、设计院及德邻公司代表

1、客户：由销售组以电话通知的形式邀请客户到营销中心领取邀请券。

2、媒体：由开发商以电话以及发邀请函形式邀请。

备注：制作出邀请券放置营销中心，共分三联，凭第一联入场，第二联抽大奖，第三联领取月饼礼品。每张邀请券限带2人（一张最多3人参加），总人数控制在180—230人左右。

自助冷餐酒会+互动游戏+表演+抽奖+隐性项目推介

备注：

餐饮费标准：建议为80元/人，总费用预计为 $200 \times 80 = 16000$ 元（需要最后与酒店方面落实）

**银行迎中秋活动方案策划篇四**

2、加强项目的形象宣传，及项目品牌的影响力；

4、增进项目圈子的凝聚力，答谢客户支持。

中秋月·邻里情一中豪园中秋节感恩答谢酒会

9月12日（周五，农历八月十三日）下午5：00—8：35

天龙酒店宴会厅（须要可容纳250人就餐，配套音响、话筒设备齐全）

1、认筹客户及部分诚意度极高的未认筹客户

2、天中晚报、驻马店日报、驻马店房地产信息网、驻马店电视台等媒体记者（文字+摄影）

3□xx公司、国基公司、设计院及德邻公司代表

1、客户：由销售组以电话通知的形式邀请客户到营销中心领取邀请券。

2、媒体：由开发商以电话以及发邀请函形式邀请。

备注：制作出邀请券放置营销中心，共分三联，凭第一联入场，第二联抽大奖，第三联领取月饼礼品。每张邀请券限带2人（一张最多3人参加），总人数控制在180—230人左右。

自助冷餐酒会+互动游戏+表演+抽奖+隐性项目推介

备注：

餐饮费标准：建议为80元/人，总费用预计为 $200 \times 80 = 16000$ 元（需要最后与酒店方面落实）

# 银行迎中秋活动方案策划篇五

2、加强项目的形象宣传，及项目品牌的影响力；

4、增进项目圈子的凝聚力，答谢客户支持。

中秋月·邻里情一天中豪园中秋节感恩答谢酒会

9月12日（周五，农历八月十三日）下午5：00—8：35

天龙酒店宴会厅（须要可容纳250人就餐，配套音响、话筒设备齐全）

1、认筹客户及部分诚意度极高的未认筹客户

2、天中晚报、驻马店日报、驻马店房地产信息网、驻马店电视台等媒体记者（文字+摄影）

3□xx公司、国基公司、设计院及德邻公司代表

1、客户：由销售组以电话通知的形式邀请客户到营销中心领取邀请券。

2、媒体：由开发商以电话以及发邀请函形式邀请。

备注：制作出邀请券放置营销中心，共分三联，凭第一联入场，第二联抽大奖，第三联领取月饼礼品。每张邀请券限带2人（一张最多3人参加），总人数控制在180—230人左右。

自助冷餐酒会+互动游戏+表演+抽奖+隐性项目推介

时间

节目安排

## 备注说明

5□00

客户陆续到场并签到

安排背景音乐，同时发放项目最新的折页，来宾签字将采取在签字板签字的形式，同时为签字的来宾在签字板前照相留念，既可以增加此次酒会的重要性，又可以体现人性的归属感。此签字板在本次活动过后可裱起来放在销售中心作为纪念，以展示项目的社区和谐氛围。来宾签字后同时将抽奖卷放进抽奖箱。

6□00

开场演员演唱《花好月圆》

掀起现场之节日气氛。

6□05

主持人致开场欢迎词

6□08

xx公司代表及客户代表致辞

邀请一位客户代表本次酒会的来宾与开发商共同致辞，在增进双方共识的同时突出发展商对客户的尊重；客户代表及发言由发展商安排。

6□10

主持人公布活动主要内容

主要概述有奖互动游戏及抽奖之信息。

6□15

节目表演

豫剧及流行曲等共2首，推高现场气氛。

6□25

xx公司代表讲话，宣布冷餐会开始并祝酒

介绍片区及项目未来远景描述，表达对客户支持的感谢。

6□30

歌舞表演

音乐演奏表演、歌曲演唱等共5个表演，让主办方与客户在愉快中交流及进餐。可邀请客户即兴表演。

6□50

互动游戏

中秋有奖猜谜。

7□10

国基公司代表讲话及第一轮砸奖

讲述承建商资质、项目工程质量及工程进度。抽奖3份，被抽中人员上台砸奖（模仿央视砸金蛋游戏），国基代表颁奖。

7□25

互动游戏

中秋有奖猜谜以及项目知识问答。

7□45

趣味表演及歌舞表演

各一个表演，增加现场欢笑声。

8□00

规划设计院代表讲话及第二轮砸奖

讲述建筑设计理念，所能提供给居住者的优越品质生活。抽奖5份，规则同前次，设计院代表颁奖。

8□15

独唱

2首，第一首演员独唱，第二首可邀请现场观众共同即兴表演。

8□25

xx公司代表介绍最新销售政策，第三轮砸奖

宣布项目最新优惠政策。抽奖8份，规则同前次□xx代表颁奖。

8□35

共同歌唱《朋友》，活动结束，客户领取礼品

由主持人及演员领歌，在欢乐中结束活动。

备注：

餐饮费标准：建议为80元/人，总费用预计为 $200 \times 80 = 16000$ 元  
(需要最后与酒店方面落实)

## 银行迎中秋活动方案策划篇六

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。

20xx年9月1日—9月31日。

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。

为鼓励意向客户购买产品，促进银保保费规模的迅速增长，同时保持和提升邮政保险的竞争优势，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”

(1) 凡在活动期间办理银保产品的客户，可获得价值200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。

各行应根据当地实际情况，积极筛选3—4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。

## 2、“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20%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：

1、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。

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

3、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。

4、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。

5、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。

1、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。



2、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。

2、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。

### （1）积极拓展速汇通业务

9月、10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。

### （2）切实促进个人储蓄存款业务

9月、10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。

### （3）有效发展个人汽车贷款业务以及各项个人消费信贷业务

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。

#### （四）“金秋营销、产品欢乐送”活动。

以本次活动为切入点，通过建立客户回访制度、了解客户节日需求，充分利用合作单位的服务功能向客户提供全方位贵宾增值服务；同时抓住高端客户“十·一”期间有闲暇考虑个人或家庭的财务规划问题的有利时机，向高端客户推介个人理财业务，进一步提高乐当家理财服务的吸引力。主要内容有：

- 1、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。
- 2、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。
- 3、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v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。

通过本次系列活动，全行个人银行业务力争在9月份实现以下目标：

- 1、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；

4、自助设备存取款及其他代理业务交易量比9月份增长10%；

5、圆满完成各项业务指标。

## 银行迎中秋活动方案策划篇七

20xx银行杯家庭（少儿）才艺大赛

花好月圆，感恩金秋

1. 大力宣传我行最近发售的理财产品，吸引新客户到我行开户并办理相应业务。

2. 通过中秋国庆系列活动，进一步宣传企业整体形象，提升企业知名度和美誉度。

3. 通过活动最大限度提升人气，旨在向中高端客户和大众客户表达我行与之分享耕耘硕果、共创美好未来的真诚愿望，传播我行个人银行业务以客户为中心、致力于实现银行和客户“双赢”理念。

20xx年中秋到国庆前后，具体时间待定

xxx社区及周边

XXXXXXXX

XXXXXX

part 2.

中高端社区中产阶级和成功人士为目标群体。

可根据实际情况决定

重点在于推出我行发售的理财产品及卡产品。

以中秋、国庆节为引爆点，以个人中高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“感恩金秋”营销宣传活动的开展，确立银行品牌社会形象，增强客户对银行个人金融三级服务（vip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。

part 3.

前期宣传——活动准备——人员分工——场地布置——活动流程——场地收拾——后期跟踪

第一环节开场舞（活跃气氛，吸引注意力）

第二环节家庭（少儿）才艺比赛开始（评委包括我行和小区评委）第三环节现场演示或咨询

现场介绍，现场演示或接受咨询，并散发相关宣传单。

（该环节在比赛后进行，当其他人在计分排名安排发奖时，正好空余时间介绍我行产品，而参加比赛的家庭在等待最后结果和颁奖，也不会离场）

第四环节比赛颁奖，领导讲话

第五环节填写客户意向调查表

（对于有意向客户可要客户填写客户意向调查表，这样就有机会让客户留下姓名、电话等个人信息，为以后的营销行为做铺垫。而针对兴趣较浓厚的客户，我们要向其介绍我行一些增值服务以及本次活动的优惠措施，用专业的话术打动客户，尽最大可能争取客户确定来开户，实现营销成功。）

1. 舞台布置背景画、充气拱门、气球若干
2. 多媒体设备、可折叠桌椅、宣传折页若干、张贴海报数张、横幅、客户信息调查表等。
3. 奖品、礼品。由于天气较热，还需要准备些矿泉水。

1. 前期宣传。与小区居委会负责人沟通好宣传方式，通过在小区居民大会上宣布活动时间及地点进行前期初步宣传，并在小区宣传栏中张贴海报和横幅。

2. 营销活动中，大力派发宣传单页，并请客户留下联系方式和理财需求，同时现场解答客户对于理财产品的疑问，对于留下联系方式的客户赠送精美小礼品（例如u盘一个、扑克牌一副等），目的在于可在后期通过电话等方式对其进行二次营销及深度挖掘。

3. 活动完毕后可告知客户我行近期将在支行开展理财讲座，邀请客户来行参与，让客户更多的体会到我行完善的金融服务。

4. 后期维护。将搜集到的客户名单分配给支行各个客户经理进行一对一的跟踪服务，经常与客户通过电话和上门拜访等方式进行沟通，加深客户对我行的忠诚度。

（1）场地租赁费： （2）宣传制作费：

（3）奖品、礼品购置费： （4）午餐饮水费用：

### (5) 资料投递费:

1. 如现场人员拥挤，要安排专门的人员负责维持现场秩序，保护现场人员人身安全。
2. 中途多媒体设备出现故障，马上调试。

详细流程

## 银行迎中秋活动方案策划篇八

20xx年xx月xx日——20xx年xx月xx日

中秋促销

汇集省内外厂家、品牌的各式月饼近300多种，质优物美，是月饼的理想购买世界。

- 1、凡在20xx年8月30日-9月21日17点前在大厦购物满50元者即可参加抽奖。
- 2、抽奖凭有效购物凭证，每满50元抽一次，超过50元部分金额以50元的倍数计算抽奖次数(不足倍数部分不予计算)，最多限抽10次。
- 3、抽奖方式在一抽奖箱放置60乒乓球，其中奖球为6个(一等奖一个，二等奖2个，三等奖3个)，空球为54个，一次抽一个球，以抽出的球决定中奖与否(每次只能抽一个球，多抽作废并计入应抽次数)。
- 4、若抽中奖球，则当场兑奖。奖品设置为：  
一等奖：奖价值50元的.月饼购物券一张

二等奖：奖价值30元的月饼购物券一张

三等奖：奖价值15元的月饼购物券一张

5、购物券仅限在指定时间内在本大厦购买月饼，如不要视为自动放弃，恕不兑现金。

决赛：9月21日下午2：00

比赛地点□cxx大厦一楼中庭

初赛按报名顺序分组，比赛分组淘汰制，每组取优胜者1名，进入复赛。

复赛在初赛决出的优胜者中以抽签方式决定分组，每组3-5人，比赛采取分组淘汰制，每组取优胜者1名进入决赛。

决赛以个人为单位分别进行，最后决出一、二、三等奖的获得者。

比赛规则：由大厦统一提供同等大小、同等馅料的三个月饼，看谁在最短的时间内全部吃完(以吞咽下肚，张口后后口中无显著残留物为准)，谁为优胜，如违规，比赛成绩无效。吃法不限。

比赛有裁判及裁判长，比赛结果由裁判当场判定。若有争议，裁判长为最终决定者(凡报名参赛者即自愿无条件服从本条规定)。

奖项及奖品设置：

一等奖1名□iphone6s一部

二等奖2名□ipadair2一部

三等奖3名：1000元奖金