

2023年银行零售营销活动方案策划DIY(优秀6篇)

方案可以帮助我们规划未来的发展方向，明确目标的具体内容和实现路径。那么方案应该怎么制定才合适呢？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。

银行零售营销活动方案策划DIY篇一

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□20xx年9月26日-10月31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(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。

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”

(1) 活动期间持我行储蓄卡在全省范围内的自助设备上缴纳2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200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。

(2) 凡在活动期间办理签署代缴费协议的客户，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。

2. “金秋营销. 卡庆双节”

(1) 活动期间申请卡免收当年年费。

(2) 刷卡消费达到一定标准，可凭消费交易pos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1000元(含)以上，赠送价值100元礼品；

刷卡消费达5000元(含)以上，赠送价值150元礼品；

刷卡消费达10000元(含)以上，赠送价值200元礼品；

刷卡消费达20xx0元(含)以上，赠送价值300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5000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。

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

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。

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。

四、活动目标

通过本次系列活动,全行个人银行业务力争在10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。

银行零售营销活动方案策划DIY篇二

一、目的:

庆祝xx百年元宵佳节,推动传统艺术教育花灯创作的概念,以延续传统民俗工艺技术之传承。本次活动期透过邀请师生集结创意思考,培养合作的精神,并开放民众参加为灯会加入更多的创意,藉由花灯设计表现,实际参与这场大台中年度盛会。

二、主办单位:

XX

三、承办单位：

XX

四、协办单位：

XX

五：报名方式：

(一) 报名日期：即日起至XX年X月X日止

(二) 报名手续：

1. 以传真或邮寄报名为主，参赛者填妥报名表后，邮寄或传真至灯会承办厂商XX有限公司(地址□XX市南港区南港路3段80巷38号6楼；电话□XX-2654XX□传真□XX-2654XX)□以邮戳或传真时间为凭。请务必正确填写联络电话，以利连系作业。若有疑问可电洽XX市政府观光旅游局，电话□(04)2XX分机XX□

2. 学校请以团体报名方式参加，统一收件，送件，承办单位将於收到报名表后，给予编号，做为现场布置区域之规划依据。

3. 报名表可至XX观光旅游网下载查询

六、比赛类别：

分成简易花灯设计类组，自由创作类组

(一) 第一组简易花灯设计类：

由主办单位准备花灯基本模型简易材料，提供给xx市各中小学，於收到报名表后邮寄予参赛者，限量300份，领完为止，以此标准花灯模型，各参赛者得自由发挥，创意彩绘或进一步延伸创意设计亦可。

(二) 第二组自由创作类：

由参赛者自行创作花灯，需符合比赛规格即可。

七、主题：

以生肖[x]造型为发想，结合本次首届xx灯会及xx百年庆，或相关概念为基础做延伸，自由发挥。

八、材质规格：

(一) 参赛作品必须以「悬挂方式」制作。

(二) 花灯制作时需以完整的个体设计，俾便於悬挂，材质采牢固，环保，防水，不易破损为原则。

(三) 所有作品均需由内部发光，每件作品总耗电量以「100瓦」为主(采用乾电池或蜡烛者，一律不予收件)。

(四) 每件作品必须设置「至少保留150公分以上延伸性插头」以便连接电源。

九、比赛类别分组及制作规格：

(一) 简易花灯设计类组：

(1) 初中组：小型花灯(宽30至60公分, 高60至90公分, 长90公分以内)

(2) 小学组：小型花灯(宽30至60公分,高60至90公分,长90公分以内)

(二) 自由创作类组：

(1) 社会组(含大专院校)：中型花灯(宽60公分,高90至120公分,长150公分以内)

(2) 高中职组：中型花灯(宽60公分,高90至120公分,长150公分以内)

(3) 初中组：小型花灯(宽30至60公分,高60至90公分,长90公分以内)

(4) 小学组：小型花灯(宽30至60公分,高60至90公分,长90公分以内)

十、奖励办法：每类组录取三名,奖金金额如下

(一) 简易花灯设计类组：

(1) 初中组：第一名五千元，第二名四千元，第三名三千元，特优一千元3名

(2) 小学组：第一名五千元，第二名四千元，第三名三千元，特优一千元3名

(二) 自由创作类组：

银行零售营销活动方案策划DIY篇三

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最好水平，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%。
- 圆满完成各项业务指标。

银行零售营销活动方案策划DIY篇四

一、活动主题：“新春社区行精彩巧亮相”

即将离去的，我们携手并肩取得了丰硕的成果，即将到来的20**年充满竞争与希望，我们豪情满怀同时也坚信，我们在一起还会创造出更多奇迹！

时间：月26日14:00—18:00

畅饮地点：温魅餐饮时间：14:00—15:20

唱响地点：温魅ktv时间：15:30—18:00

各小组成员：

a□徐XXXXXXXXXX

b□XXXXXXXXXXXX

c□XXXXXXXXXX

d□XXXXXXXXXX

e□XXXXXXXXXX

畅赢备注：

a□各小组选组长一名，小组名称、口号由各小组确定；

b□各小组备选一名高、中、低音选手一名；

c□各小组选出一名评委；(评委不参与比赛)

d□各小组限增加一个名额，于12月24日12时之前到人力资源部报名；

e□备选曲目：

高音：美声《青藏高原》《我爱你，中国》流行《飞的更高》
《死了都要爱》《大海》

歌手：韩红、阿信、张雨生、祖海、宋祖英

歌手：周冰倩、陈奕迅、张学友、萧亚轩、刘德华

低音：□k歌》《执着》《曾经的你》《一生爱你千百回》《我是真的受伤了》《掌心》

歌手：梅艳芳、许巍、阿桑、蔡琴、张宇、郑中基、伍佰、阿杜

以上歌曲为备选曲目，只做参考。

f□奖项设置：小组前三名(标准：高、中、低三组比赛者得分)(3名)、个人(高、中、低音各一名选手)(3名)、台风(1名)、才艺(1名)、组长(1名)、小组名称(1名)、口号(1名)、游戏提供(1名)

g□评分标准

歌曲的完整，在唱歌过程中不跑调，离调，不错词，歌词吐

字咬字清晰(4分)

正确把握歌曲的旋律和节奏，气息、技巧把握到位(3分)

理解歌曲，把握对乐曲旋律及歌词理解情感投入到位在处理上有自己独到之处(1分)

不看歌词(1分)

选手的整体造型、台风与现场观众及主持人的现场互动(1分)

(最终得分为现场评委打分的平均分，精确到0.00)

银行零售营销活动方案策划DIY篇五

定制完成后可以分享给微信好友及朋友圈进行传播，让妈妈们感受“私人定制”的祝福。

线下活动主要包括：厅堂布置，赠送康乃馨，赠送蓝月亮洗衣液，赠送厨房餐具。

厅堂布置：为了让厅堂环绕着对伟大母亲浓浓的爱意，可在大厅门口摆上康乃馨，首先给进入厅堂的客户第一视觉的冲击力。另外，对公区，理财区，现金区摆上迷你小盆栽。

礼品赠送：凡是购买黄金产品的客户均可赠送金玫瑰和一束康乃馨，并且有机会免费参加我行周四举办的化妆活动，先到先得，名额有限。针对年轻女客户，重点推荐周四化妆活动，针对中年以上女客户，重点推荐赠送蓝月亮洗衣液或厨房餐具。作为“民生银行济南分行营业部”微信公众号的粉丝，在以“母爱永恒民生传承”为主题设计的三个贺卡模版“妈妈我爱你”；“母亲节，我在您身边”；“世界上最爱我的’人”中，还可以享有编辑文字的定制权限，定制完成后可以分享给微信好友及朋友圈进行传播，让妈妈们感

受“私人定制”的祝福。

银行零售营销活动方案策划DIY篇六

· 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，争取导地代发工资等批量汇款业务。

切实促进个人储蓄存款业务

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。