

2023年银行春季营销活动方案(实用5篇)

当面临一个复杂的问题时，我们需要制定一个详细的方案来分析问题的根源，并提出解决方案。方案能够帮助到我们很多，所以方案到底该怎么写才好呢？以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

银行春季营销活动方案篇一

活动时间

二、具体实施

活动地点 活动流程 具体创意 互动游戏 宣传推广

三、宣传策略 宣传亮点 场地布置建议 入场签到 心有灵犀 爱的默契 闯酒关

携手并肩

四、相关执行

相关活动物料

相关活动人员 活动费用预算 相关设计稿

中式传统情人节 七夕节，农历七月初七，也被称为“乞巧节”或“女儿节”。这是中国传统节日里最具有浪漫色彩的一个节日，也是过去俊男靓女最喜爱的日子。

这个火热的夏天，当所有的一切皆成为习惯，让我们一起来说说蕴含在点滴生活中ta的浓浓爱意！别忘了她还爱着你！

通过前期预热、媒体炒作，引起一定的社会关注度。在活动

当日用一个可以释放爱，表达爱，找到爱的空间，结合玫瑰的浪漫、巧克力的甜蜜，让每一位入场的嘉宾都感受到一个充满爱的世界。

活动主题

你有多久没有与她一起仰望星空？

城开御园“穿越七夕夜，恋爱旧时光”主题晚会

活动目的

借活动提高销售现场人气，提升城开御园的品牌知名度和美誉度

挖掘潜在客户目标，促进案场销售

具体实施

活动时间

时间：选对时机

活动时间□20xx年8月x日

活动意义：8月x日是农历七月初七，即中国传统的七巧节，是一个关于亲情、爱情的节日。借此佳节为由头，举办客户答谢会。师出有名。

活动意义：夏季气温炎热，夜晚活动能更好的争取到客户参加。

活动地点

地点：造势需“造场”活动的地点放在销售现场，主要需

考虑宣传和展示的需要。

银行春季营销活动方案篇二

- 1、促进开盘成交客户合同签订；
- 2、提升开盘售楼部现场人气；
- 3、促进项目开盘成交，制造凯悦城的声音，及快速去化房源。

20xx年9月份（具体时间待定）

xx城售楼中心

1、置业顾问电话邀约时间□20xx年9月份

2、电器的购买

时间□20xx年8月30日

3、抽奖券制作到位时间□20xx年9月初

4、水果糕点现场布置到位时间：开盘前一天

邀请凯悦城开盘，购房签约客户，将在售楼中心内部进行现场“砸金蛋得家电”活动，由项目经理对本次活动类容进行简单介绍，并传递前期购房客户，老带新活动政策，本次活动抽奖由当天购房客户现场抽取，产生以下奖励：一等奖：笔记本电脑（2名）二等奖：海尔冰箱（4台）

100元x90台=9000元

费用预估：33000元

三等奖：海尔洗衣机（6名） 四等奖：微波炉（10名）

五等奖：榨汁机或电饭煲或加湿器（90名）

新客户到达售楼中心——进入签到区签到——拿排号单或序号——客户集中到门外——现场维持开盘前客户情绪，待开盘开始，由销售带客户购房，已签订购房认购的客户——由销售带客户进行现场砸蛋区——由客户砸蛋获取奖券——销售带客户去领奖去等级（需带认购和客户身份证）——核对后领取奖品——销售让客户从后门离开。

（置业顾问全程接待，并一对一介绍，促进成交几率，深入挖掘潜在客户群）

1、抽奖券数量：100张

抽奖箱：1个 费用：100元

2、聘请婚庆公司

费用：2500元

3、水果糕点

费用：1000元

4、预计现场布置费用： 费用：500元

5、小礼品购置费：毛绒玩具等2000元

6、不可预计支出费用： 费用：900元

7、家电费用

费用：33000元

费用合计：40000元

银行春季营销活动方案篇三

一、背景

杭州，一个“爱情之都”，它拥有丰富的爱情旅游资源一是与爱情故事有关的历史古迹。如与《白蛇传》有关的断桥、雷峰塔，与《梁山伯与祝英台》有关的长桥、万松书院、凤凰山，还有苏堤、苏小小墓(慕才亭)等。二是与爱情、婚姻有关的古迹与景点。处“月老寺”，历来是人们追求爱情的心理寄托，三潭印月中的“我心相印亭”也被人们引申为表示忠贞爱情的场所，太子湾公园曾是杭州新婚夫妇必到之地等。三是有丰富的以吟咏爱情为主题的各种文学作品。历代文人墨客以西湖为背景，通过各种文学形式，如诗词、戏曲、散曲、竹枝词、楹联、民间故事、小说等，留下大量以爱情为主题的作品。如唐代诗人张祜的《题苏小小墓》，明代戏曲家周朝俊的《红梅记》，“五四”以来著名文学家郁达夫的《登杭州南高峰》等。相传，每年农历七月初七的夜晚，是天上“织女”与“牛郎”相会之时。“织女”是一个美丽聪明、心灵手巧的仙女，凡间的妇女便在这一天晚上向她乞求智慧和巧艺，也少不了向她求赐美满姻缘。七夕七月七，是传说中牛郎织女从鹊桥渡天河相会的日子。人们心中的织女是个勤劳善良、心灵手巧的天仙，所以七月七这天晚上，年轻的姑娘和少妇都要出来行拜祭的礼仪，并向织女乞巧，希望自己也能象织女一样有双灵巧的手，有颗聪慧的心，会过上幸福美满的生活。在宋代时，民间便开始向织女乞巧了。不但祈求心灵手巧，还祈求得到财富、早日有美满甜蜜的婚姻和得子。而在杭州宋城旅游景区位于西湖风景区西南，北依五云山、南濒钱塘江，是中国最大的宋文化主题公园，由杭州世界城宋城置业有限公司投资兴建。宋代(公元九百六十至一千二百七十九年)是中国封建社会发展成熟的朝代，其经济、科技、文化的发展在当时居世界领先地位。宋城就是反映两宋文化内涵的杭州第一个主题公园，它主要分为：(清明

上河图)再现区、九龙广场区、宋城广场区、仙山琼阁区、南宋风情苑区等部分，所以今天我们就来到了宋城来体验一个特别的七夕。

二、目的

为了促进七夕这个传统的节日在现代的延续，让人们看到宋代婚嫁的传统，了解杭州这“爱情之都”。为宋城创造更高收益。

三、原则

贯穿整个宋城旅游区，在原有的基础设施上加以七夕主题。让游客置身于宋代，体会杭州，享受喜庆七夕的气氛。让游客亲身参与其中，做到处处有景，点点有情。

四、组织形式

把整个景区贯穿以“七夕”的主题，尽量做到容景于情。通过各种婚俗情景还原，把百年前的喜庆气氛带给客人。在原有的景点中加插七夕，喜庆元素，加入七夕婚俗表演。

五、主体口号

浓情七夕巧聚宋城(巧的意思为巧遇，有缘。除外还是七巧的巧。)

六、单位

宋城项目策划小组

七、主要活动

时间：农历七月初七

地点：杭州宋城

地点内容

大门以大型的杭州名花杭白菊牛郎织女造型为大门处的装饰吸引客人，一批家丁在大门处派发喜糖并用杭州话大声宣传：“王员外千金出嫁咯~”

月老祠在连理枝周围设置同心锁的地方，让客人可以许愿，和恋人锁下同心锁，愿永结同心，向许愿树抛上自己心愿的宝帖，可以使心想事成，为连理枝添土，可以使有情人共偕连理。再月老祠诚信祈求，可以求得好姻缘。

城楼王员外的千金要抛绣球招亲，未婚的男士大可上前抢绣球，未嫁的姑娘们也可以登上城楼为自己觅个好夫婿。

王员外家王员外是个大户人家，品尝宋代大户人家婚宴。杭州各名菜均可在这里品尝到，如龙井虾仁，东坡肉，叫花鸡，宋嫂鱼羹，西湖醋鱼，西湖莼菜汤。坐在龙凤餐桌前，用有“百年好合永结同心”的瓷餐具，吃的不仅仅是一种喜悦，更是一种千年的文化。

宋街古街上两边有很多古代色古香的店铺，其中有七巧剪纸店，有七夕专题的剪纸展。客人可以看看姑娘们把一张张彩纸边成一件件精致的艺术品，姑娘当场还可以教客人们一些简单的剪纸，或者可以让客人买一两件回去留念也可以。绣庄有苏绣的展览，姑娘现场的刺绣表演也是吸引客人的。客人也可以拿起针线，亲手试试刺绣的滋味。不然买个刺绣品回去也不错的。

活字印刷铺活字印刷是四大发明之一，是中华民族对世界的伟大贡献之一。用如此古老的方法，去为你的爱情印下一份爱的证书，让你的爱情就好像印刷术那样永恒不变。

皮影戏皮影戏是杭州的民间戏剧艺术形式，灯与影的幻化，音乐的配合，使《鹊桥情》这个剧目更深入人心。

梦幻石林进入石林，进行寻宝活动，根据石林上的点点提示，抓住你另一半的手，有了对方的方向就是出口的方向了。

水幕电影水幕电影是一种高科技的产品，用激光将画面影射到池中的水幕(宽30米、高15米)上，只要你到服务中心登记，就可以在水幕上打字幕表白。你心爱的人，就可以看到这么浪漫的一幕，一定很幸福吧。

银行春季营销活动方案篇四

通过“辞旧岁。送爱心”主题公益活动，把新老业主邀约到九座花园，维系客户感情，讲解项目最新动态，争取老业主转介；邀约陌电新客户，了解项目，促成意向成交。

置业顾问通知前期老业主和陌电客户，于规定时间来九座花园参加太白印象组织的“辞旧岁。送爱心”公益活动。

在分类客户送来的爱心物品后，送客户新年小礼包。

带老业主参观产品推荐室，将项目最新动态；对陌电客户进行产品推荐。

拍照留影，评选最佳笑容做太白印象的“爱心形象大使”。

时间□20xx年12月30号下午2点——20xx年1月3号

地点□xxxx

为了确保最大数量的客户到达现场，邀约分两次进行；第一次邀约时间为□20xx年12月28日星期五，短信提前通知所有已

成交客户和陌电客户活动时间及地点。第二次邀约时间为20xx年12月30日星期日，电话邀约客户下午2点参加。

陌电客户邀约说辞□xxxx先生士，我是太白印象的置业顾问小xx□昨天给你发的信息收到了吧？是这样的，我们和西安爱心联盟组织的捐献旧衣物献爱心活动，今天下午两点举行，诚邀你参加，你肯定是一个有爱心的人，我和您预约一下下午的时间。

p分页标题e

9月1日至9月10日（后边紧接着中秋、国庆活动）

教师，以及持教师证客户；

主推26楼，大幅优惠，强力促销

1、看房送礼：

凡持教师证到售房部看房者，每天前十位送小礼品。价值在5—10元之间。总数控制在50个左右。

2、26楼大幅优惠：

整体推出26，为“园丁楼”，凡持教师证购买26楼者，一次性优惠8888元，分期、按揭优惠6888元。

3、额外优惠：

凡教师认购本案任何一套房源，根据教师工龄，额外再优惠工龄年数xx100元的优惠（工龄需要学校开具证明）。

4、旅游促销：

在活动期间，凡持教师证购房者均送“西峡中原第一漂”旅游，九月十日教师节当天组团成行。放弃者充抵200元房款。

一般说服客户放弃旅游，充抵房款，等于教师再额外优惠200元。

1、派单

8月30日，31日两天一般为学生报道日期，针对学校高强度派单。三万份单页。

单页设计框架：以第二十二个教师节尊师重教、回馈社会为切入点，以教师购房四重惊喜优惠为卖点，以针对教师推出整栋“教师公寓”大幅优惠为亮点，以额外优惠和旅游吸引眼球。树立本案社会公众形象，打造人文社区。

2、流动字幕：

从8月30日至9月2日，连续做四天流动字幕。

流动字幕内容：唐城锦苑在教师节来临之际，特推出“教师公寓”，教师购房均可享受最高8888元优惠，另有惊喜额外优惠以及送“中原第一漂”旅游。房源有限，机会不容错过。售房地址：银化路老化肥厂南门，热线☐XXXX☐

3、短信群发：

公司短信平台，针对原积累客户，全部发送一遍。

短信内容：参照流动字幕内容。

26楼销售十套左右。

此次教师节活动，有教师借口，暂不涨价。教师节后再涨，

然后紧接着是整个“金九银十”的高潮部分，中秋、国庆双节，主推六楼，大张旗鼓的宣传，掀起销售狂潮。

银行春季营销活动方案篇五

20xx年，全国房市全面进入低谷期，大部分城市销售处于疲软状态，为了激活资金链，各区域市场纷纷通过变相下调价格或更新促销活动来刺进消费者放币置业，以便拉动销量，回笼资金。随着国家对房市的新一轮调控政策变化及银行基本利率的下调，在一二线城市，房地产市场发生拐点变化，再加上媒体的大力炒作城市房地产的降价销售或变相促销来拉动销量。本区域各房产项目也开始对本年度的最后阶段加大力度，纷纷通过各种渠道各种方式进行促销来抢占市场拉动销量。

阿克苏，一个以农业为经济支柱的大农业地区，据完全调查，由于今年本区气候原因，80至90%的棉农、果农经济亏损，收入大大缩水，作为传统的房产购买主力军，目前没有太高的购买积极性，因而，本区域房产市场出现很明显的低迷和清淡状态。

- 1、与其他项目分享客源，抢占市场份额；
- 2、通过活动培育潜在的意向客户群体；
- 3、挖掘潜在的持币客户；
- 4、回馈长期以来关注和支持本项目的客户；
- 5、通过活动提升本项目的知名度；

- 1、一路同行，感恩有你，真情回馈，购房大礼送不停。
- 2、着力改变项目形象，极力挽回项目在市民心中的影响。

3、媒体报刊大力宣传、制造影响面。

20xx年x月x日至20xx年x月x日

周年

真情感恩，购房6重豪礼，强势回馈：

活动1、交5000元抵5万元；

活动2、活动期间加推50套房源，3628元/㎡起；

活动3、团体购房最高9.5折；

活动4、活动期间持本公司广告到现场购房的客户可享受100至260元/㎡优惠不等；

活动5、活动期间老客户带新客户购房成交，可获赠一年的物业管理费（依此类推），新客户在原优惠的基础上再多优惠30元。

活动6、超低首付，轻松购房

首付3万元，便可办理贷款手续，剩余首付由开发商垫付，交房前收回。