

银行实施方案(精选10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。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书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

银行实施方案篇一

按照市行“思想、作风、纪律”整顿活动的部署安排，通过第一阶段的动员学习，我深刻认识到市分行开展这次整顿活动的重要性和必要性，了解了活动的指导思想、方法步骤和任务要求。第二阶段，在通过各种形式广泛征求意见的基础上，我结合自身的实际情况，对照标准，对工作进行了梳理，认真进行自查自摆，找准自身在思想、作风、纪律方面存在的问题和不足，确定明确的改进措施，以便在以后的工作中不断改进问题，弥补不足，努力提高自己的综合素质，成为一名适合建设银行战略转轨需要的一流员工。

1、新业务、新产品的学习及推广应用不足。

对新业务、新产品学习的积极性不高，存在畏难情绪，满足于原来掌握的业务和知识。对于学习，仅局限于上级行的培训，主动学习钻研较少。对于新产品的市场推广主动性不强，缺乏争先创优意识。

2、缺乏长期系统的业务规划。

每天经常是在重复日常工作，缺乏长期、持续的工作计划，对业务发展的前瞻性、目标性有待加强。

3、市场营销的力度与深度不足。

未能将外汇业务与人民币业务进行组合营销，深入市场的调

研少，深入客户的现场营销少，坐在家里等待客户的现象普遍。对客户的差别化营销不足，未能有效进行客户细分，未能为客户提供差别化服务，没有为高端客户设计有竞争力的产品组合。

4、存在对业务规章理解不全面、不透彻的现象，操作中存在不规范的地方。

由于学习实践不够深入，对有些规章条例理解不透彻，导致业务操作中存在与制度要求有偏差的地方。规范操作的意识不强，存在只要不产生资金风险就万事大吉，不求细节规范的错误想法，基础管理不扎实。

上述这些问题的存在，虽然有一定的客观原因，但更主要的还是主观因素，如对自身的要求不严格，主动学习与工作的积极性不强。通过这次活动，结合“思想、作风、纪律”整顿学习方案，我对自身存在的主要问题和不足也进行了认真的总结和分析，从主观上查找原因，并在以后的工作学习中努力加以改进。

主要措施如下：

1、增强对新业务、新产品的学习及推广应用。

高度重视上级行研发出来的各类新业务、新产品，注重学习钻研，切实熟悉理解，并运用到业务中去，积极进行推广应用，走在业务发展的前列，才能在满足客户需求的同时，不断增强我行的市场竞争力，夺取更大的市场份额。

2、增强业务的计划性和前瞻性。

务必制订切实的发展计划，切勿鼠目寸光，工作要具有前瞻性，才能在市场竞争中取得先机，掌握主动权，并赢得最后的胜利。

3、增强市场营销的力度与深度。

要树立“以客户和市场为中心”的经营理念，注重市场调研和客户需求分析，综合我行的客户资源，制订有竞争力的营销计划，成立专业的营销团队，进行本币、外币的组合营销，有效运用我行的产品。

要对市场和客户进行认真细分，针对不同的客户进行差别化营销，有的放矢，从客户的角度出发，为客户进行成本与风险分析，选择最适合的产品。要为高端客户设计一揽子的业务组合，增强客户的忠诚度，形成稳定的客户群体，树立我行良好的国际商业银行形象。

4、认真深入学习业务规章制度，增强合规意识和规范操作。

摒弃忽视规范操作的错误观念，严格制度执行，切实加强基础管理工作，防范操作风险。

今年，我行贸易融资政策、外汇局国际收支申报核销政策等有了较大变动，外汇资金衍生产品不断推出，年月日跟单信用证适用的统一惯例ucp600将正式生效，外汇从业人员必须要通过不间断的学习，及时更新充实自己的专业知识，根据各项政策、规章制度和国际惯例的要求规范操作，才能真正做好日常基础工作并有效防范各类风险。

银行实施方案篇二

“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。

××××年×月×日×月×日。

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。

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：

“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。

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

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。

（四）“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。

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。

银行实施方案篇三

为加强新员工沟通表达能力、主动思考解决问题能力、团队协作能力、加强保险业务知识等方面的提升，快速融入公司大家庭中xxxxxxx部特别策划组织了本次的全方位培训活动。通过寓教于乐的形式，在室内学习保险知识，在户外轻松的团队拓展有戏中有效提升员工个人能力、使所学业务知识应用到展业实践中！

参训对象与背景：入职新员工

参训人数□xx人

拓展培训时间：3天拓展培训地点：

拓展培训主题：人保大赢家舍我其谁！拓展培训内容：

一、业务知识课程培训（聘请产品线开展业务知识培训）

二、销售技巧演示（聘请销售部进行销售技巧、销售话术、销售方法等演示）

三、户外销售、宣传pk游戏

对参训学员进行以小组为单位分组，以定额险种（家财、人身意外）为销售产品，每组发放10张定额保单、多张宣传单，在规定时间内进行发放销售，最后在规定时间内有销售利润的每张保单得10分，每发放一张宣传单得1分，最先返回报到的得5分一次降序，最后进行得分核定，得分最高组获胜，市公司将奖励丰厚礼品。

拓展补充事项：销售的保单不可以团队小组人员购买，宣传单必须发放到客户手中，各小组不得同时争抢一名客户，已经发现扣10分，不得丢弃宣传单，如有次现象扣10分通报批评。

四、培训流程

拓展培训项目流程：前期准备——项目实施——项目后期工作

a□前期准备：

b□培训项目实施：

成果展示：活动照片；培训报道阶段注意点：拓展培训过程安全第一。

c□项目后期工作：

组织一次参训心得分享，每人谈感受，上报分享ppt□作为一次分享活动上报省公司

五、费用预算

培训注意点：

参训人员□xxx

参训人员没有特殊情况，不得无故缺席培训。如有事情，必须提前请假；无故不参加者，通报批评；培训过程中，参训人员严格遵守培训纪律。

拓展过程中，注意安全问题。人身财产安全问题参训人员自己负责。

银行实施方案篇四

6月5日下午3点整

二、活动地点

__酒店

三、参与人员

__银行全体员工

四、游戏规则

将__银行全体员工分为四组，每组人数基本相等，拿到a的为该组组长，站到对尾，负责游戏最后猜词语，其他组员顺序

由组内自行商议决定(商议时间不超过2分钟)，若其中有不能参加的则该组推选出一名组长，猜词顺序按照牌黑桃、红桃、梅花、方片的顺序进行，游戏期间由__负责对每一组进行计时。当对内所有队员都完成形体传递词语后，由组长进行猜词，当组长猜对词语(意思相同即可)或确定放弃时停止计时。

- 1、表演的人员不许用声音及口型
- 2、表演完的本队人员可以看但是不许用任何方式交流
- 3、等候的队员不许偷看
- 4、不许使用道具
- 5、场下观看的人员无论是表演过的还是没表演的，只能乐别的不能做
- 6、违反此规则的全队给一次提醒机会
- 7、给一分钟准备

五、游戏方式

每一组排成一排，面向背后站立，做表演的两们同事转过身，向前走两步进行表演，表演结束后回归队伍，表演时采用1和2、2和3、3和4的方式进行，依此类推，直到游戏做完为止，每一组10分钟。

六、获胜条件

当猜词成功时，使用时间最少者为获胜队；

当所有参赛组均未猜对词语时，则使用时间最短者为获胜。

七、违规判定

- 1、两位表演者之间不可说话，不可对口型，只允许使用形表演；
- 2、在表演人员进行表演的过程中，队内其他人员不可以回头，在表演结束后将身体转向相反方面，不可再次参加与到表演中；
- 3、如若出现上述情况，视为犯规。

八、惩罚

违规者将被更换词语，重新开始，不停止计时，为了对违规队的惩罚，词语的难度将有所增加。

九、奖励

粽子分为多种不同的馅儿，获胜组的组员将有权利进行选择自己喜爱的口味，剩余组将由派发的方式进行。

十、注意事项

- 1、装备照相机及摄像机---___
- 2、购买粽子及带蒸锅----___/___
- 3、准备两幅牌并发给大家---___
- 4、制作分组队员名单---___
- 5、计时工作---___
- 6、现场拍照及摄像----___/___/___
- 7、游戏过程中进行粽子的加热----___

8、准备若干与端午相关的语句

银行实施方案篇五

圣诞节作为传统的西方节日，如今被越来越多的中国人特别是年轻人所接受，与此同时，中国的圣诞节呈现越来越明显的商业化趋势，如今在中国，在圣诞节前的半个月甚至一个月，各类商家也纷纷打出圣诞牌，将自家的门店装饰得充满圣诞节日气息，借此吸引消费者，同时推出各类圣诞促销活动。商家及社会各界举办各类圣诞庆祝、纪念活动的增多，也给邮政开展市场营销活动、业务宣传、扩大社会影响和增加收益的创造有利的时机。

1、信息获取 在玄武区支局的一次局务会上，营销部总监陈曦向各网点负责人进行一个简短的贺卡项目开发培训，当陈总监就《市场视野》中关于国外邮政圣诞营销案例进行解读时，北京东路所主任刘菲想到昨日她收到的浦发银行关于圣诞促销的小册子。刘菲是浦发银行的信用卡用户，当月收到的浦发银行账单里有一本小册子，专门介绍圣诞期间刷卡优惠活动的，里面有一页介绍说浦发银行将于平安夜在位于1912街区的浦发银行时尚广场举办庆祝活动。刘菲当时在会上就提出我们是不是可以从这个活动中开发出点什么样业务出来。

陈总监于是就在网上搜索一下活动详情：191浦发银行时尚广场的圣诞庆祝活动过去已经连续举办四年，往常，现场除布路巨型圣诞树及其他圣诞饰品外，还会在平安夜向市民发放许愿卡，现场填写新年心愿和新年祝福并交由“圣诞老人”投递到信箱中。

2. 方案策划 看过介绍后，陈总监立即想到，为什么不向他们推荐我们的明信片呢？既然是新年祝福，若不能传递到对方手中，便没有什么意义。如果能将许愿卡换成我们的明信片在现场发放，这样的影响力就大不相同。明信片正面可印上浦

发银行广告宣传画面，这样明信片既能让市民用来传递感情，明信片广告又能在寄件人和收件人之间形成二次传播，体现浦发银行真情回馈社会的同时又能起到企业宣传的作用。况且明信片成本小，价格低，也易于主办方接受。

3、陌生拜访 陈总监着手策划出一个方案后，立即开始寻找主办方。当时的情况两眼一摸黑，知道这个活动是浦发银行办的，但又不知道具体是哪个部门负责，办公地点在哪里，负责人是谁。为此，陈总监走访距离浦发银行时尚广场最近的浦发银行城中支行，与银行一负责人交流后才知道，这个活动其实是浦发银行南京分行与南京一九一二文化传播有限公司合办的，具体操作都是由一九一二文化传播有限公司负责的。该负责人看过我们的方案后非常认同，于是主动帮助我们联系一九一二文化传播有限公司的相关工作人员。经过预约后，第二天陈总监又赶到位于珠江路的一九一二文化传播有限公司。与活动负责人接触后，对方表示这个想法非常好，但是这样做会导致活动成本增加，需要跟上级领导请示，而且还要和浦发银行方面进行洽谈，对方也同意后才能做。陈总监考虑到，距离圣诞节只有半个月的时间，如果等他们内部沟通，又要浪费几天时间，到时就不能保证明信片能在圣诞节前印出，这个方案就黄。于是，陈总监主动提出，由我们出面与浦发银行方面进行沟通，一九一二方面欣然表示同意。

当天，陈总监又来到浦发银行南京分行找到市场部的负责人进行洽谈，看方案后，对方立即产生浓厚的兴趣，考虑到时间紧迫，该负责人当即就安排广告部门着手策划明信片的正面广告设计。

4、项目实施 此后，三方又进行多次接触，项目进展十分顺利。期间1912方面提出邮局能否在现场收寄明信片，这样市民现场填写、现场寄出，这样既可以吸引市民在广场驻足停留，又能让市民感受到祝福是在平安夜当场寄出的，感觉会更好些。陈总监表示同意，并承诺到时会抽派人手，全力支

持。三、实施效果 最终，我们与一九一二方面达成最终合作协议：制作明信片三千枚，平安夜在浦发银行免费向市民发放，市民现场填写新年祝福，寄给亲朋好友，邮局现场收寄。

平安夜，现场活动非常成功：在浦发银行时尚广场中心20米高点缀着璀璨灯光的`圣诞树下，美丽的“白雪公主”负责向市民免费派发“圣诞明信片”，圣诞装扮的邮政工作人员认真的审核收件名址， 加盖日戳，并投入邮筒中交寄，现场气氛十分热烈。

1、敏锐的市场洞察力 圣诞节虽然是“洋节”，但现在已被国人普遍接受，在各类商家借助圣诞节大力开发市场的同时，邮政人也要与时俱进，要善于从此类社会热点中发掘商机，积极开拓市场。

2、帮客户赢 在这次活动中，虽然主办方的成本增加，但是明信片也是浦发银行优质的广告载体，宣传企业形象，更重要的是，这次活动使浦发银行与1912街区收获非常好的社会影响力。这个项目的进展如此顺利，正是因为策划方案时，一直站在客户的角度考虑，迎合客户的心理预期，帮助客户实现效果最大化。

银行实施方案篇六

20xx年x月x日至x月x日

各支行、市行直属单位。

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。

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。

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xx行xx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xx行xx分行xx年‘秋之祝福’优质服务教育储蓄优胜单位一名□xx行xx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xx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xx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)。

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。

银行实施方案篇七

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26日—10月31日。

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（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。

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20000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。

由于活动时间为期一个多月，各行应合理安排礼品投放节奏，

确定每天各档次礼品投放数量，当天礼品送完即止；同时各行应积极做好异地卡客户消费赠礼工作。

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。
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。

（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。

银行实施方案篇八

专家模式是通过保险公司的雇员或代表等专业人士销售投资型及其他较为复杂的保险产品。银行柜台人员帮助保险专业人士识别潜在客户。这种方式对银行柜台人员而言不需要过多的培训，而且可以收取较高的介绍费。这种模式并不能满足所有客户的需要，但它弥补了银行销售保险产品险种单一的缺点，延长了银行保险的产品线。

银行实施方案篇九

为进一步加强我行的服务工作，不断提高服务效率，提升服务层次，塑造xx银行的服务形象，打造xx银行的服务品牌，用优质高效的服务推行我行各项经营工作。根据分行今年服务工作的指导精神，按照分行的安排，支行决定开展文明优质服务竞赛活动。活动实施方案如下：

通过此次活动，推进优质服务工作，以倡导行业文明规范服务为核心，以规范优质服务标准为向导，以建立和完善科学服务管理工作机制为重点，增强全员服务意识，不断提高服务水平，打造特色服务文化，树立和宣传服务先进典型，建设一流的服务团队，培育一流的服务文化，打造一流的服务品牌，展示一流的行业形象，提升吉林银行的服务品牌，构建“文明优质服务年”，促进支行业务发展。

为保证优质服务工作有序进行，支行成立文明优质服务竞赛活动领导小组，组成人员如下：

组长□xx

副组长□xxxxxxxx

成员□xx

领导小组办公室

主任□xx

副主任□xxxxxxxx

成员□xx

具体工作由办公室组织实施，各部门给予配合。

活动分动员、实施、总结评比三个阶段进行。

(一)动员阶段(3月16日—3月25日)。

1、组织开展学习动员活动。一是召开中层干部会，学习贯彻《xxx20xx年文明优质服务竞赛活动会议》精神，并传达给每位员工，形成落实材料。二是成立支行文明优质服务竞赛活动领导小组。建立“一把手”责任制，明确责任。三是结合工作实际，制定《xxxx文明优质服务竞赛活动实施方案》。四是召开全行员工动员大会，下发今年服务工作活动方案，明确活动目的，布置工作计划。

(二)实施阶段(3月26日—12月31日)

根据分行的竞赛方案，支行将从一下四个方面开展此次文明

优质服务竞赛工作。

1、制定措施，完善服务

组织开展查摆服务当中问题。每个网点都要组织员工对本单位服务当中的问题进行查摆、梳理，制定整改措施，每个网点都要组织员工写出题为“如何参加优质文明服务竞赛的感想和体会”，自我约束自己，积极投身到竞赛活动中。积极报道活动中涌现的好人好事，总结经验，加强交流，促进工作，提高优质服务整体工作水平。

2、组织开展学习和技能培训、比赛。

(1)以《□xxxx服务规范化标准及细则》和《□xxxx营业网点标准化管理手册》为标准，定期组织理念培训和礼仪培训，从服务语言、服务态度、职业形象、服务纪律、服务技能、服务场所、服务设施等几个方面规范临柜人员的服务方法，促进各营业网点在服务上、管理上达到流程化、标准化，全面提升吉林银行优质文明服务水平。

(2)从网点标准化建设、接待客户水平、业务办理质量等方面开展练兵，着重培养大堂经理服务能力、柜员操作技能，选拔出优秀网点，参加在分行举办现场服务演示竞赛。

(3)为全面提升临柜人员的综合理论能力和业务技能，支行将统一组织业务培训，专项技能培训，业务能手培训，每季度还将开展一次专题讲座、知识问答、技能竞赛，成绩突出的员工将代表支行参加分行举办业务竞赛。

3、开展服务监督检查活动。

对外公布监督电话，设立意见箱，及时妥善地处理客户投诉。针对投诉情况，支行将召开处理应急投诉事件经验交流会，对处理投诉率等突发事件得当、客户满意率高的进行现场讲演，以提高全行人员的处理投诉和应对突发事件的能力。

4、定期召开网点主任和大堂经理服务经验交流会。交流服务管理经验;总结服务中好的想法和做法;查找服务存在的问题和不足,对共性问题,研究解决办法。支行将聘请专业人员进行讲解,提升服务水准。

(三)总结评比阶段(20xx年6月末、12月末)。此次竞赛活动分两次评比,分别是半年小评、全年总评,上半年考评结果计入全年总分,年末总评进行奖励。支行将根据《□xxxx服务规范化标准及细则》和《□xxxx业网点标准化管理手册》的标准对各网点活动开展期间的服务工作进行全面检查、评比,并量化打分,进而产生先进集体和个人。

1、奖项设置。

半年奖项设置:网点人均业务量奖2个;文明优质服务集体奖2个(网点)。

全年奖项设置:文明优质服务先进集体(网点)2个,服务标兵2人,业务操作能手3人。

委屈奖3人。

2、奖励方式。

凡获奖单位、集体及个人,支行给予奖励并上报分行,分行将给予物质奖励及外出学习、考察奖励。

委屈奖由各网点推荐上报,经支行领导小组研究确定具体奖励措施。

3、处罚。

总行有效投诉一次的网点主任免职(有效投诉当事人下岗重新竞聘上岗),服务考评得分列分行后三名的营业网点,支行将

对网点主任问责或对网点进行经济处罚。

银行实施方案篇十

银行xx支行服务质量百日竞赛活动实施方案根据总行开展“文明、规范、优质、高效”服务质量百日竞赛活动的要求及省分行的总体布署，为了更好地开展本次竞赛活动，结合我支行的实际，特制定本实施方案。

通过组织全行柜面人员学习、培训，提高柜面人员业务素质 and 技能水平，增强柜面服务意识；通过检查监督，切实提高柜面服务质量，创造柜面服务光荣的良好氛围，维护建行在当地的良好声誉，充分发挥柜面营销渠道的功效，提高我支行的服务竞争力。

1、3月上旬成立支行服务质量百日竞赛活动领导小组，明确组织分工。

2、3月上旬召开服务质量百日竞赛活动动员大会，支行办公室负责制作宣传横幅，并于3月10日在支行本级□xx所、xx所等三个网点统一悬挂，并利用宣传媒体的优势予以宣传，聘请社会监督员。

3、3月中旬由支行办公室、会计科、营业网点负责改进网点服务硬件设施，如设置“一米线”、统一更换意见箱、意见簿、完善便民设施等。

4、3月中下旬，由支行会计科负责组织柜面人员及相关人员学习《中国xx银行柜面服务管理办法》和《中国xx银行柜员服务标准》等手册，组织柜面人员观看总行制造的柜面服务规范演示光盘，并开展讨论，找差距。

5、4月上旬，开展柜面人员业务技能大比武，以综艺形式开展柜面服务知识竞赛，以营业室□xx所、xx所为单位，成绩列

入先进集体及个人的评选。

6、4月中旬，参加省分行统一组织的柜面服务知识书面考核，成绩列入先进集体、个人的评选。

8、4月底，完成先进集体和个人的评选和审定、推荐工作，确定省分行柜面服务知识竞赛参赛队员。

（一）成立柜面服检查督导及先进评选小组

组长□xx

副组长□xxx

成员□xx□xx□xxx□xxx□

（二）先进集体的评选：

1、参评单位：支行下属营业室□xx所、xx所。

2、评选名额：1名。

3、评选方法：以百分制计算，每个参评单位基础分为100分，根据评分标准及检查监督情况加、减分，以得分孰高评定。

4、评分标准：

1) 在支行举行的知识竞赛活动中取得团体第一名的加10分，第二名加5分，第三名加2分；2) 在省分行组织的理论考试中，合格率（98%含以上）按名次前后，分别加参赛单位5分、3分、1分；3) 在本次活动中各类竞赛获单项前三名的，分别加所在单位5分、3分、2分；4) 被支行评选为先进个人的，加所在单位每人2分，被支行推荐上报省分行的个人先进，加所在单位每人5分，前两项不重复计加；5) 在本次征文活动

中，每少一篇文章的，扣所在单位5分，被推荐上报省分行的每篇加3分；6）接到客户投诉（含955xx□经查属实的，实行“一票否决制”，取消参评资格；7）根据《中国xx银行柜面服务标准》，在检查监督中发现的柜面服务不规范现象，每人每次扣所在单位1分；8）本次活动有柜面服务先进事迹，经查属实的，每次加所在单位1-3分；9）经检查督导及先进评选小组确认的其它加分减分项。

（三）先进个人的评选：

1、参评人员：支行下属营业室□xx所、xx所柜面人员。

2、评选名额：4名。

3、评选方法：以百分制计算，每个参评人员基础分为100分，根据评分标准及检查监督情况加、减分，以得分孰高评定。

4、评分标准：1）在支行举行的知识竞赛活动中取得团体第一名的每人加3分，第二名的每人加2分，第三名的每人加1分；2）在省分行组织的理论考试中取得前三名的，每人分别5分、3分2分；3）在本次活动中参加其它竞赛获单项前三名的，每人分别加5分、3分、2分；4）在本次征文活动中，每少1篇扣2分，被支行评为优秀的每篇加2分，被推荐上报省分行的每篇加3分（前两项不重复计加）；5）接到客户投诉（含955xx□经查属实的，实行“一票否决制”，取消参评资格，并按□xx省分行工作人员违规违章行为扣点管理暂行办法》等有关规定处理；7）根据《中国xx银行柜面服务标准》，在检查监督中发现的柜面服务不规范现象，每人每次扣1分；8）本次活动有柜面服务先进事迹，经查属实的，每次加1-3分；9）经检查督导及先进评选小组确认的其它加分减分项。

中国xx银行xx支行

xx年2月15日