最新银行高端客户活动方案每月计划(汇总5篇)

方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。方案能够帮助到我们很多，所以方案到底该怎么写才好呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

银行高端客户活动方案每月计划篇一

各分行按照活动方案的要求，采取多种方式对《中国银行业从业人员消费者保护知识读本》进行学习和培训。一是开展集中学习和培训，如黄山分行将其列入新员工入职培训的重要学习内容之一，并邀请当地银监分局、消协领导到会为全体参训人员发表动员讲话。二是建立“例会制”，开展日常持续学习。各分行利用支行晨会、夕会及周会，将消费者权益保护知识纳入例会重点学习内容之一，于每日进行学习，消费者权益保护知识的长效学习机制初步建立。

银行高端客户活动方案每月计划篇二

根据活动要求，6月1日为活动集中宣传日，我行要求各分行安排网点集中进行为期一天的集中宣传活动，参加集中宣传的支行在网点周边设立宣传台，摆放宣传材料和主题x展架，设立业务咨询台、安排宣传专员对我行服务收费政策、投诉受理渠道及处理流程、消费者权利和义务、银行理财及各类代销产品的风险点等广大事关消费者自身权益的多个事项进行现场宣传和咨询解答。

银行高端客户活动方案每月计划篇三

为提高我行服务水平，充分营造和谐、诚心的消费环境，保护金融消费者合法权益，根据上级部门的有关要求，我行

于20xx年3月15日开展了“金融消费者权益保护宣传活动”。活动当天，我行分管消费者权益保护的副行长亲自带队，率领员工向每位客户宣传普及金融知识。提高金融服务水平、维护金融消费者权益是我行履行企业社会责任，也是体现我行始终“以客户为中心”的企业价值观。具体宣传活动情况如下：

银行高端客户活动方案每月计划篇四

以岁末年初外出务工、创业人员回流为抓手，着力宣传建行品 牌形象、提升社会知名度，通过销售多项理财产品，夯实客户基础，扩大建行在广大老百姓中的影响力。

1、 中高档小区住户;

2、 政府机关、事业单位、国有企业员工;

3、 规模较大的商户、纳税额较大的乡镇企业主;

4、 外出务工、创业回流人员;

组长：支行行长

副组长：分管副行长

团队成员：营业室相关人员，组成任务型团队

1、 准备阶段：12月底之前

摸清中高档小区数量及位置;梳理政府机关、事业单位、国有企业客户名单，实行名单制营销管理;联系国税局、地税局、财政局，梳理出纳税金额超过1万元以上的商户及乡镇企业名单;联系劳动和社会保障局，梳理出外出务工、创业人员较多

的乡镇。

卡、贵金属交易抽奖活动、电子银行产品优惠活动、电话pos机、保险产品、理财产品、信用卡分期等综合性营销小折页。

准备适当礼品。

2、 实施阶段

在车站、高速路口、工业园区、步行街悬挂“建行圆您住房梦、 创业梦，建行存定期、移动送手机”宣传横幅。

通过短信群发，向全县号码发送“奉新建行给全县人民拜年，存款到建行，收益有保障;建行圆您购房、创业梦”

聘请人员向政府机关、事业单位、国有企业、中高档小区、规模较大的商户、人流量较大的`步行街和商场门口散发产品宣传折页。 宣传要求充分利用led□建行营业场所、自助银行区等一切可以利用的区域。

我行影响较大的传统存款来源乡镇，以悬挂宣传横幅为主。对于偏远乡镇，建立“建行联络人”制度，通过联络人搜集当地资金较为丰富的客户。

对于规模较大的商户和乡镇企业主，专门上门营销结算通卡和电话pos□普通pos机。

与移动公司合作，在步行街、华林广场等人流量密集的地方开展“建行存定期、移动送手机活动”。

开展“欢乐迎新春，建行送“礼”了”活动，对于办理了开户、

存定期、购买理财产品、信用卡、分期、电子银行的客户，送出对联，同时配送一个产品宣传包。

活动期间，支行要及时评估活动效果，总结营销经验，寻找到最合适当地营销宣传的手段，同时，建立客户名单库及联系方式，定期发送产品信息。

银行高端客户活动方案每月计划篇五

2、小区会所或管理处。小区会所或管理处掌握大部分居民资料，尤其对资产量大的客户或积极参与社区活动的活跃客户较为熟悉，能协助吸引部分大客户。谈判切入点：增加小区增值服务。

3、选择活动现场粮油货品种类及数量，货品价格及优惠，制定现场促销活动方案

4、选择联合进驻的合作公司，挑选确认各等级奖品及数量、

（二）线上线下同步预热、提前做好客户预约、业务预受理：

1、社区内推广（公告+一页通）

b□大堂可以放置展板使来厅堂办理业务的客户了解此次活动的时间与内容;

d□短信发布、微信互动、小区业主qq群内公告等形式全方位发布信息;逐步树立我行财富管理进社区的服务形象，加强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、社区外推广（媒体+周边商户）

a□在报纸、网络等信息留存较久的媒体上发布活动预告及活动简讯，扩大品牌效应;

b□在小区便利超市、周边商户处留存网点服务信息卡，也可作为网点活动定点报名处、

（三）物料准备

1、确定场地，设计场地的布置;

2、设计制作活动预热宣传品内容;

3、设计横幅、易拉宝、海报（客户经理姓名、微信二维码及手机号码）;无纺布宣传袋及袋内宣传资料（信用卡、贵金属、基金、薪金理财、支行自制理财宣传单等）购买气球、礼品、音响、话筒制作客户信息搜集表;客户经理名片、桌椅、笔记本、笔;借记卡和信用卡申请表、网银协议、风险揭示书;理财pos机具□e动终端;国金公司等贵金属、中粮公司油;确定参加活动人员，以及落实人员分工：外围引导－咨询受理－信息收集－开卡签约－幸运抽奖－流动宣传－氛围营造－流程控制及拍照宣传。

4、邀请社区居委会人员参加

（五）社区行后续工作：

1、短信电话致谢物业，微信群qq群致谢客户

2、微信图文报道，社区行工作总结包括此次活动的不足及改进方案