

2023年银行女神节活动海报 商业银行营销活动方案(精选16篇)

共同成长，共享荣誉。怎样用简短的话语激发团队凝聚力？团结拼搏，成就传奇。

银行女神节活动海报篇一

xx汽车凭借国内外品牌知名度和美誉度，经多年以来销售量得到大幅度的增长，已是有口皆碑；同时在适当时机带给更高品质服务满足消费者的需求，让懂得生活的人能更好的享受生活，为市场带给最好的、最有影响力的服务，成了xx汽车的理想与抱负。xx汽车借助公益活动走进社区、广场，与目标客户群零距离的接触与互动，将受到各界的关注，提升更高的品牌地位，让品牌深入民心，进一步得到消费者的肯定，最终成为xx汽车最忠诚的客户。

二、活动目的

- 1、与目标消费者追求尊贵、地位、身份、品牌、、时尚、安全性、高品位的特性完美结合，满足消费者的心理需求。
- 2、借夏日人们向往的简单心理，推出个性、时尚、简单、公益的活动形式，让消费者体验夏日的简单情绪。
- 3、透过品牌与公益结合，提高媒体炒作，促进销售力。
- 4、透过系列活动拉近消费者与xx的距离，提高公司的品牌形象。

三、活动重点

- 1、针对客户：追求时尚、尊贵的消费需求，体验生活真谛，

突出个性品位。

2、针对媒介：透过公益性活动将吸引众多媒体关注，成为他们宣传的焦点，促进消费者的购买行为，创造品牌氛围和产品价值。

3、针对企业：了解消费心理，树立信心，力创佳绩，提升品牌形象。

4、针对行业：不可低估，拭目以待，认清品牌定位和产品的功能价值。

四、效果评估

1、在这一系列的活动过后，将会给xx汽车销售带来质的飞跃。市场将对xx汽车有了更高层次明确的认识和印象！

2、势必会成为社会和媒体关注的焦点。对树立xx汽车品牌形象和传播品牌形象起到巨大的作用！

五、活动时间及地点安排

（待定）

六、活动资料

1、“关爱儿童成就未来”，由xx汽车与大型社区携手举办的互动活动，吸引了社区众多小朋友热情地参与，小朋友在老师同家长的帮忙下，绘画了属于他们心中的最喜爱的xx汽车dd“我心中喜爱的xx儿童绘画巡展”。充分发挥了孩子们的想象力以及热爱汽车的激情。

2、“品位生活共鉴非凡”

“xx品质生活尊贵夜”，与业主们一齐共鉴非凡，品鉴生活，共同分享品质生活带来成功与喜悦。香车美酒，拉丁表演，各类展品融合在一齐，带来了一个完美的盛会。分享非凡时刻，传递品质生活，与广大业主一齐共同分享xx品质生活带来成功与喜悦。

3、“试乘试驾实现梦想”ddxx完美驾乘分享活动，为期一天的从化道路深度试驾及寻宝体验，让客户在体验车辆性能的同时，加入更多的简单元素。期间城市道路、快速路、高速路段、乡镇道路的各类道路体验，更是让各位充分体会到了xx的车辆驾驶乐趣。此次驾乘的目的地是宝趣玫瑰园，玫瑰园的清香也给此次旅途增加了几分温馨浪漫的乐趣。

4、“精彩电影与您共赏”播放了各类影院大片，受到社区各业主的喜好及欢迎，开放式的电影带给大家很温馨的感觉，虽然没有电影院的那种震撼，但更多的带来的是回忆及一家人在一齐观看的乐趣。

5、汽车安全公益讲座

主持人和嘉宾将专业的汽车知识化解为容易让人理解和理解的真实案例传递给业主，纠正驾乘者日常生活中常犯的错误。与业主有一个应对面的接触机会，把安全汽车生活的理念带给业主，就是倡导业主在享受汽车带来乐趣的同时，更能过上安全的汽车生活。此次活动结合了趣味安全游戏，直观现场演示，把枯燥的安全知识生动地传达给了活动中的每一个人。

6、汽车日常保养讲座

7、网上车市、供车、改装等咨询活动

8、现场征集意见和推荐

9、汽车模特、美女表演

10、汽车音响、汽车改装（酷车）展示

活动中，众多客户体验到了xx品牌一贯的“突破科技，追求卓越”之精髓，同时也为社区带去了丰富多彩的文化生活，秉承着xx的尊贵性，带给更多客户尊贵的享受。

七、现场服务

服务一：当天到展台前登记的业主，每人奖励500元代金券，购车时可抵现金使用。

服务二：当天服务站技术专家对社区车主进行免费检测、免费检查胎压、免费添加机油、免费添加玻璃水、免费添加防冻液等数项免费服务。并且当场办理6折维修会员卡。

八、整合资源

将与婚纱影楼、家私、地产等行业共享客户资源，进行大型的联展活动，把不同行业的资源充分利用起来，到达多赢的局面。

九、联合营销

同时邀请汽车影音导航厂家、汽车内饰用品厂家、汽车外饰用品厂家、自驾游备厂家等借助平台进行品牌宣传、互动与销售。

银行女神节活动海报篇二

七夕节，又称七巧节、七姐节、女儿节、乞巧节、七娘会、七夕祭、牛公牛婆日、巧夕等，是中国民间的传统节日。

拜七姐，祈福许愿、乞求巧艺、坐看牵牛

织女

星、祈祷姻缘、储七夕水等，是七夕的传统习俗。经历史发展，七夕被赋予了“

牛郎

织女

”的美丽爱情传说，使其成为了象征爱情的节日，从而被认为是中国最具浪漫色彩的`传统节日，在当代更是产生了“中国情人节”的文化含义。

在“七夕节”到来之际□xx县xx村镇银行xx支行特推出以下活动：

活动一：凡是活动期间前来办理业务的客户，均可获得七夕伴手礼一份。

（数量有限，先到先得，送完为止。）

活动二：七夕节当天前来厅堂柜台办理定期存款业务，即可获得双倍积分，积分可兑换相应积分的礼品。

奖品丰厚！快快行动起来吧！

活动时间□xx月xx日—xx月xx日

活动地址□xx镇方马路（镇政府西100米）

咨询电话□xx—xxxxxx

以上活动内容最终解释权归xx县xx村镇银行xx支行所有。

银行女神节活动海报篇三

为切实做好春节期间安全保卫工作，维护分行安全运营，根据《×××安全保卫工作进行检查的通知》（×××〔20××〕×××号）文件要求，组织开展安全保卫工作，制订方案如下：

一、组织领导

成立安全隐患领导小组：

组长：

副组长：

成员：

二、检查内容

检查内容以营业场所、自助银行、现金押运防盗抢、防破坏、防火灾事故为重点，根据安全保卫工作评估标准，具体做好对安全防范设施设施建设达标、规章制度的贯彻落实、日常消防安全管理等方面全面检查，同时做好内部安全宣传教育安排。

三、实施方案

1. ×月×日-×日，成立安全隐患自查领导小组，完成安全保卫工作自查方案上报。
2. ×月×日-×日，实地检查一楼营业部和监控室、机房人防、物防、技防情况，对照《评估标准》第一部分的营业场所安全

（物防设施、技防设施）、第三部分的运钞交接款安全、第四部分的自助机具、自助银行防范能力、第五部分的内部消防安全和第六部分的机房安全，认真逐个逐条检查，做到有文字记录，有书面材料。

3. ×月×日-×日，对照《评估标准》第七部分的案件防范能力和第九部分的其它内容，对安全保卫各项规章制度、案件防范要求、各类处置突发事件预案和安全保卫档案进行修订整理，开展一次综合演练，开展一次内部安全宣传集中教育。

4. ×月×日-×日，对本次检查进行评估总结，形成书面材料，经审核后，将自查整改情况及自己评估打分情况上报。

银行女神节活动海报篇四

“统一主题、明确时间、细化标准”。

活动开展期□20xx年12月10日至20xx年4月10日，活动分为三个阶段：

启动阶段□20xx年12月10日20xx年12月31日

实施阶段□20xx年1月1日20xx年3月31日

总结阶段□20xx年4月1日20xx年4月10日

旺季营销期间全行以“吸收存款、拓展中收、发展客户”为主要目标，积极走进居民社区、商业社区和网络社区，开展系列社区金融活动，加大考核激励力度，开展全方位和多层次的营销宣传活动，打好“旺季开门之战、同业领先之战”，为全年个人业务发展奠定基础。

（一）截止20xx年3月31日储蓄存款余额达到1.78亿元。

(二) 截止20xx年3月31日日均储蓄存款达到1.45亿元。

(三) 优质客户(总资产5万元以上)新增300户。

(四) 理财产品保有量净增0.25亿元。

(五) 信用卡新增客户350户。

(六) 个人产品覆盖度提升100%。

一是采取在超市、商场、集贸市场、汽车站等繁华地段分发宣传单、折页等形式广泛宣传；二是通过当地传媒公司播放宣传片和产品介绍，重点推荐我行存款利率上浮到顶，电子银行手续费免费等优势业务；三是利用营业网点电视□led电子屏滚动播放宣传短片、标语，多角度介绍我行的优惠服务，为旺季营销营造良好氛围；四是利用特约商户圈宣传我行产品服务的附加价值，提高县域支行的品牌影响力；五是利用多种厅堂一体化营销方案，带动支行厅堂营销氛围，提高客户满意度。

1、支行集中开展优质、高端客户回馈活动。

时间□20xx年1月1日20xx年1月31日。

内容□20xx年日均5万元以上零售优质客户，对不同等级的客户赠送宣传品。礼品价值为存款阶段匹配，5万元以上含5万元配套100元礼品，2万元至5万元配套50元礼品，2万元以下配套30元礼品，新开卡存款客户原则上只赠送纪念品。

要求□20xx年1月3日前，所有达到标准客户按照客户经理考核系统中认领的名单分配到人，其余人员由理财经理认领；1月4日—31日期间支行将安排人员集中进行拜访活动，拜访形式包括和上门拜访。

2、支行集中开展年终代发营销活动。

时间□20xx年1月25日20xx年2月5日。

内容：授信1000万元以上，在我行无代发的公司和小企业授信客户；县内重点企事业单位。

要求□20xx年1月25日前各客户经理、营业部会计柜员梳理出拜访名单；1月25日—30日期间汇总至部门负责人处由行长带队集中进行，要求拜访单位不少于10家，争取成功营销代发不少于2家。特别是要利用信贷杠杆和政府合作时机，依托本次与当地政府的6.7亿元基金合作项目撬动行政事业单位工资代发，实现零的突破。

3、集中开展“进社区、进单位、进市场”营销活动。

时间□20xx年1月5日20xx年3月31日。

内容：进“进社区、进单位、进市场”开展宣传。

要求□20xx年1月5前由理财经理牵头统计支行周边成熟社区、市场，上报支行负责人后对相关名单进行排表，按照不少于一家进度要求由部门负责人监督落实。宣传工作原则上不少于2人，并提前准备好宣传折页、条幅、纪念品等，此项宣传为持续性品牌宣传，要做好长期攻坚战准备。

4、集中开展县域存款营销工作。

时间□20xx年1月10日2月10日。

内容：集中开展农民两场宣传活动。

要求：一是从1月25日起开展农民工返乡宣传活动，支行将在xx县长途汽车站持续性搭建展台，发放宣传资料，引导客

户前来支行办理业务。二是自2月1日起持徽商银行定期存的客户可赠送领航幼教集团儿童游乐城兑换券，此项活动持续到2月底。

5、集中开展理财销售活动

时间□20xx年1月1日3月31日。

内容：大力推荐我行理财产品销售，以此稳定现有客户，吸引新客户。

要求：活动期间，支行制定理财销售目标为2500万元。

银行女神节活动海报篇五

银行将举办以吸引客户为目的的营销活动，那么如何写商业银行的营销方案呢?下面小编给大家介绍关于商业银行营销方案的相关资料，希望对您有所帮助。

商业银行营销方案一

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：

“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”

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。

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”

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元以上，赠送价值100元礼品；

刷卡消费达5000元以上，赠送价值150元礼品；

刷卡消费达10000元以上，赠送价值200元礼品；

刷卡消费达20000元以上，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。

“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，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。

“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。

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。

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。

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。

“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。

五、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。

商业银行营销方案二

一. 方案简介：

方案最终目标：通过为建行打造一支过硬的校园推广队伍实现建行电子银行产品的校园推广。

方案运营策略：线下校园团队

二. 方案设计

在这里，我们将以最简明的方式告诉您关于我们方案的各个环节，让您在阅读后对我们的方案能够有一个总体的了解，为您进一步的研读我们的方案提供一个清晰的思路。

1. 方案的设计构思

从解决大学生实际问题的角度出发，设计一套能够解决具体问题的方案，从而为企业在大学生市场获取长远利益打下基础。

核心词解释

大学生实际问题：在大学城及城郊大学读书的大学生由于地理位置的原因面临着去银行办理业务不方便的现实以及往返途中安全难以得到保证的现状。

2. 方案的实现思路

1. 通过建行电子银行产品所具有的安全便捷的特性与大学生的实际问题进行对口，针对实际情况用我们设计的不同产品组合解决这一问题。

2. 在推广过程中采取公益的营销方式，首先，创建校园推广团队并邀请在校大学生加入我们的推广队伍能够使我们因地制宜的进行营销活动，另一方面通过培养大学生实践能力为解决就业等方面的问题做出了努力，体现了这一方案的公益性，也为长期占有大学生市场打下了基础。

3. . 在做好产品推广的同时，要想长期的从某一市场获利，必须要让这一市场的顾客感觉到企业的社会责任，针对大学生市场而言，大学生对于公益和就业的关注程度远远高出其它任何一个群体，因此在合适的时机与相关公益机构和媒体进行合作举办一些围绕校园的公益活动，与前面提到的邀请大学生加入推广队伍这一体现建行解决大学生就业的决心的行动相配合，既能够在这一市场获得良好的口碑，为长期获利做出铺垫，又体现了建行高度的社会责任感，巩固了企业的品牌形象。

3. 方案的具体设计

为了实现以上的构思，我们设计了一场名为“建行关爱行动”的营销活动，活动的主要目的是通过博客和大学生推广团队这两套策略，在大学生市场推广建设银行电子银行产品的同时体现企业的高度的社会责任感，为企业在这一市场的长期利益打下基础。

方案分为两个部分，第一部分名为“建行关爱行动”，第二部分名为“将关爱进行到底”，我们按照地理因素将大学生市场划分为大学城市场和老校区市场，在方案中，第一部分的设计主要是以解决大学生的实际问题为目标，在大学城市场推广建行的电子银行系列产品，方便大学生的生活，同时校园推广团队的招募为解决大学生就业难、实践能力欠缺的问题提供了思路，体现了建行产品对于大学生的关爱。第二部分在第一部分销售的基础之上通过与公益特性这一接口的对接，联系相关媒体及公益机构，通过我们的大学生团队围绕校园从事相关的公益活动，并进一步的对第一部分中校园团队所解决的社会问题加以巩固，从而强化建行电子银行产品及建行品牌本身的高度的社会责任感，在此基础之上继续产品在大学生市场上的纵向延伸，进入老校区市场并占领这一市场，最终获得全局的大学生市场，并为实现这一市场的长期利益打下了基础。

商业银行营销方案三

为增进广西机电学院广大师生对我行电子银行产品的了解，促进我行电子银行服务在高校的应用推广，民族支行决定在上级行的协助下，携手银华基金公司在广西机电学院开展“金e顺?校园行”电子银行产品推介活动，具体方案如下：

一、活动主题：金e顺校园行—电子银行知识及基金理财专家讲座

二、活动时间□20xx年11月10日至20xx年11月30日。

三、活动地点：广西机电学院校区内

四、参加人员：

广西机电学院校领导、相关处室、院系领导、广大教职员和学生代表

农行区分行电子银行部领导、区分行营业部卡中心、民族支行相关人员。

邀请附近高校领导及财务人员

五、活动内容：电子银行知识及基金理财专家讲座

六、活动流程

前期准备11月11日在校园网发布我行电子银行业务宣传内容，在校园布告栏张贴宣传海报。11月11-12日通过与学校学工部、学生会以及学生社团联系，从中选择学生骨干协助我行组织和开展活动，完成校园产品经理的招聘及培训工作，至少招聘20人以上的产品经理队伍。11月13日在校园设立宣传点。通过班委会及网点索票的方式赠送推介会入场券约300份，确

定参加推介会的主体人员。11月13日在推介会前一天做好会场布置以及演示设备的安装调试工作11月13-14日邀请广西机电院校领导、相关处室、院系领导及附近高校领导及财务人员11月14日召开产品推介会。

11月14日下午4点产品推介会

1、主要流程

领导讲话。

现场推介农行的电子银行产品：包括个人网上银行、电话银行、短信通，大学生优卡、手机银行、电子商务、自助设备服务等。

现场有奖问答和抽奖活动。

具体流程

----15: 00分我行会务人员及校方协办人员提前1小时到场，安排好与会领导及嘉宾的座位，并做好推介会前的各项准备。

----16: 00分主持人祝开场词，由学院、农行与会领导讲话。

----16: 10正式开始金e顺校园行—电子银行知识讲座。

----16: 25分穿插5个提问，由嘉宾举手抢答。答对者，现场奖励一份精美礼品。

----16: 40分基金理财专家讲座

----16: 50分穿插5个提问，由嘉宾举手抢答。答对者，现场奖励一份精美礼品。

----17: 00分继续宣讲

——17：10分宣讲结束。现场业务咨询、抽奖。

后继拓展

- 1、农行充分发动校园产品经理，对登记的参会人员及其他师生开展电子银行业务的跟踪拓展。
- 2、对成功拓展的，给予一定的计价奖励，以调动其营销积极性。
- 3、对开户的学生提供价值20元的精美礼品一份。
- 4、在相思湖支行设专门柜员负责营销登记工作

七、礼品安排

- 1、推介会设特等奖1名，奖励价值1000元奖品一份；一等奖5名，各奖励价值300元奖品一份；二等奖20名，各奖励价值150元奖品一份；三等奖60名，各奖励价值70元奖品一份。
- 2、提供价值20元精美礼品200份，用于奖励广大师生开户，激发学生积极性。开户后凭开户证明到相思湖支行领取。

八、活动分工

广西机电学校负责在校园网发布我行电子银行业务宣传内容，在校园布告栏张贴宣传海报。协助农行与学校学工部、学生会以及学生社团联系，从中选择20人以上学生骨干完成校园产品经理的招聘及培训工作通过班委会确定每班参加人员，确定约300人推介会的主体人员。协助农行做好会场布置以及演示设备的安装调试工作邀请广西机电学院领导、相关处室、院系领导及附近高校领导及财务人员。

农行负责宣传ppt内容及海报的联系和提供。负责与校方一起

招聘20人以上学生骨干为校园产品经理，对校园产品经理进行必要的电子银行、基金业务知识培训，会场布置。联系广告公司制作相关推介会背景图，在推介会前一天做好会场布置以及演示设备的安装调试工作。

负责推介会人员入场。与校方一起安排好与会领导及嘉宾的座位，并做好推介会前的各项准备；人员入场开始后，做好入场券验票及副券收集，并做好到会人员的入座引导。

商业银行营销方案

银行女神节活动海报篇六

一、活动目的重装开业，重新定位进口商品卖场。

二、活动主题

青岛保税区进口商品直销中心盛大开业。七重豪礼马上送。

三、活动时间

4.30--5.6

四、活动内容

1、开业来就送：活动期间，只要到保税区进口商品直销中心就可获赠免费礼品一份，让我们共享开业盛典。（扫描微信就可免费送）

2、100万礼券大派送：活动期间准备100万购物券大礼，助力你的旅行。

3、超低特价任你抢：0.99元 1.99元 2.99元 3.99元 4.99元.....，数千种特价商品疯狂抢购，国内商品的价格，进口商

品的享受。

4、满额劲爆送：在活动期间只要购物满200元，即可送价值20元的旅行帽一顶，为您的旅程助力，加油！

5、寻找幸运顾客：每天从收银台结款处，不定时抽出6个时间段，对于正在结款顾客的金额打9折，让你幸运到家。

6、整点秒杀：每天整点时段，推出限时限量抢购单品，省钱省到你尖叫！

7、活动猜猜乐：活动期间，每天推出各个国家的不同商品，顾客进行竞猜，只要猜对，即有礼品一份，让你旅途添欢乐。

五、宣传方式

单页：制造精美宣传单页

免费wifi登陆后即出现门店宣传信息。

微信：设立门店微信，通过不断互动，锁定老顾客。扫街举牌：组成10人小队，手举广告牌沿火车站扫街。锁定售票处：对售票处的购票者实行无缝覆盖。

车站顾客入口：无论如何打通关系，允许在此发放单页或者购物卡。

六、费用预算

七、部门分工

八、活动效果

银行女神节活动海报篇七

每月中旬周六一次

三、活动形式

社区活动

闹市活动

(3) 企业行

四、活动目标

使周围潜在客户明确知晓我行所处位置，了解浦交通银行及相关产品优势特色，逐步前来在我行开办业务。

开展产品宣传，抓住年末存款回流的机会，抢占市场份额。
银行营销方案

储蓄存款明年开门红新增做储备, 为我行后续开展个金业务奠定基础。

五、活动费用

场地租赁费：

元

宣传制作费：

元

促销礼品购置费：元

六、营销方案

(一) 社区行前工作:小区物业沟通

1. 居委会。居委会信誉度高，对小区居民的情况十分了解，且在小区宣传场地。使用费、张贴宣传品的费用等方面有权给予减免。谈判切入点：合作推广社区稳健理财服务；丰富社区生活。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；

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；

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；

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；

3、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

(四) 活动流程:

(五) 社区行后续工作:

社区银行营销活动方案

一、合作单位简介

无

二、活动目的以吸引客户为活动目的, 与社区客户互动, 进行项目社区文化营

造与感受, 带动新老客户, 提高我行社区银行人气, 吸引客户群的关注度, 扩大社区银行的影响力与认知度。

三、活动内容要点

1. 活动内容

1) 体感游戏吸眼球

2) 当客户吸引人群吸引至一定规模时, 可继续开展有奖抢答

环节。

到访客户既可体验体感游戏的乐趣，又可参加抢答问题的有奖回馈，宣传定能达到预期效果。

2. 交流话题建议

抢答问题建议如下：

1. 某银行是哪年成立的？
2. 某银行的经营理念是什么？

在社区银行周边小区的报箱内投递活动广告；

在社区银行周边小区的电梯内、宣传栏张贴营销活动广告；

4. 活动反馈与跟踪销售行动计划

根据活动开展情况，由现场人员总结客户回答问题情况进行分析，有针对性的服务客户。对于参加游戏互动的客户，待游戏结束之后再进行有针对性的深度挖掘。

银行女神节活动海报篇八

为积极响应分行要求，xxx银行xxx便民店联合凯瑞物业举办元宵节猜灯谜庆元宵的活动，活动策划如下：

猜灯谜、庆元宵

20xx年2月14日(农历正月十五)晚6：00

xxx民生银行社区支行

1、客户通知：2月13日前，通过折页以及海报条幅的形式通知绿景尚品，雅士苑以及周边居民前来参加，对已经收集到信息的客户□xxx负责电话通知到个人。

2、物料准备□xxx负责折页以及海报，以及来店客户信息登记表□xxx负责收集各种灯谜，准备奖励所用的小礼品，空白纸条，以及礼品领取表。

3、场地布置：2月14日上午，悬挂好元宵节灯笼；将灯谜吊在上面；活动期间播放节日音乐，渲染气氛，有条件可以燃放烟花渲染现场氛围。

1、猜谜活动，必须是现场猜谜，不得将谜语揭下带走。

2、共20个谜语，现场发放空白纸条，亮出谜语后参加人员领取纸条写下自己的姓名与答案，到达规定时间后，统一收回纸条，并由我们工作人员核对答案，并对应的发放奖品。

3、奖项设置：

安慰奖：答对5个以下，黑色签字笔一支

三等奖：答对610个，特百惠水杯一个

二等奖：答对1015个，特百惠水杯一个，汤圆一包

一等奖：答对1520个，西王玉米胚芽油一瓶，特百惠水杯一个，汤圆一包奖品兑完，活动结束。

附注：

1、宣传办法：折页进单元，海报、条幅入社区。

2、客户邀约：2月13日进行电话邀约通知。

3、物料准备：元宵小灯笼20只，音响，烟花1箱，挂灯笼的粗绳子1根，宣传折页100份，条幅3个，白纸30，特百惠水杯20，胚芽油5瓶，汤圆10包，笔5只。

4、营销环节：来店不留遗憾；猜灯谜尚有遗憾的客户，可以在物业开卡获赠特百惠水杯，或者送汤圆。

5、重点营销的产品：

1、高收益理财。

2、智家卡的优惠。

3、存款物业送大米，鸡蛋，还可以送福喜满代金券的优惠政策。

谜语设置：

猜字类：

1、有一只没头没心的鸟（马）。

2、一马过桥压断梁（骄）。

3、训练好马打三鞭（驯）。

4、偏偏人走马就来（骗）。

5、一匹怪马两张嘴（骂）。

成语类：

6、爱好旅游(打一成语)——喜出望外。

7、一块变九块(打一成语)——四分五裂。

8、哑巴打手势(打一成语)——不言而喻。

9、无底洞(打一成语)——深不可测。

10、翘翘板(打一成语)——此起彼落。

人名类：

11、济人急难(打《水浒传》人名)——施恩。

12、久旱逢甘露(打水浒传人物)——宋江。

13、醒后得知一场梦(打《西游记》人名)——悟空。

14、事事齐全说汉高(打《三国演义》人名)——刘备。

15、僧穿彩衣(打《水浒传》人物)鲁智深。

动物类：

16、两眼外秃大嘴巴，有个尾巴比身大，青草假山来相伴，绽放朵朵大红花——金鱼。

17、白天一起玩，夜间一块眠，到老不分散，人间好姻缘(打一动物)——鸳鸯。

18、身子轻如燕，飞在天地间，不怕相隔远，也能把话传(打一动物名)——信鸽。

19、像鱼不是鱼，终生住海里。远看是喷泉，近看像岛屿(打一动物名)——鲸。

20、身长约一丈，鼻生头顶上。背黑肚皮白，安家在海上(打一动物名)——海豚、共吃元宵、拉兔子灯等。

银行女神节活动海报篇九

一、提高认识，明确目标，力求完成保底任务。将储蓄存款的稳定持续增长作为日常工作来抓，紧紧围绕发展中高端客户的经营思路，努力拓展客户规模，优化客户结构，提高重点业务客户渗透率，促进个人客户资产稳定增长，在确保一季末储蓄存款余额的基础上做好稳存增存工作。

二、加大私人银行客户拓展力度，全面落实“一行一季一户”的工作要求。中高端客户竞争是我行确定的201-年四项重点工作之一，对此，要求各支行务必统一思想，高度重视，增强高端客户竞争发展的紧迫感、使命感。一是要认真落实高端客户发展规划，充分运用高端客户维护、拓展专项激励机制和政策，推进全行中高端客户快速发展。二是做好存量客户的服务与维护工作。目前，全行已基本完成存量私人银行客户的签约工作，要求各支行要加强与客户的沟通交流，充分了解客户需求，及时了解产品发行、客户活动等信息，同时还要加大私人银行专属产品配备力度，通过产品稳固客户，防止出现客户资产下降的情况。三是积极捕捉市场信息，抓好私人银行客户的规模扩张。以“煤炭资源整合、上市及拟上市企业高管、中小企业主和私营业主、第三方存管、房地产商”五大板块为重点，实施名单制管理和维护，加大高净值客户拓展力度。

三、全力维护和发展财富客户，努力完成全年目标任务。一是以全行开展的“大学习、大联动、大营销”活动为契机，持续快速推进优质企事业单位代发工资业务发展，带动财富客户数量和资产的增长。二是要深入挖掘存量潜力客户，确定发展目标，努力将其培育发展成我行财富客户和私人银行客户。三是加强前台柜员和客户经理的客户推荐对接工作，采用“对接对子”的方式，前台柜员发现的目标客户要及时有效地推荐给客户经理做营销和后续维护，确保客户资源不丢失，不外流。

四、发挥理财产品与储蓄存款的互动作用，实现二者同步协调发展。一是大力营销保本理财产品，将其作为理财产品重中之重进行全力营销，在增加理财产品余额的同时增加储蓄存款余额，实现二者同步发展。二是要提前做好月末、季末和年末到期理财产品的衔接和存款转化工作。三是全力营销理财产品的同时，要积极挖转他行客户和他行资产，稳定本行储蓄存款余额，避免出现此增彼减的情况。

五、充分发挥营销团队的作用，做好客户分层维护工作。一是各支行行长、个金业务分管行长要亲自参与本行私人银行客户、财富客户的维护，定期联系和拜访客户。每季度组织一次有针对性的财富客户定向营销活动，每年组织一次较大规模的营销活动。二是各支行个人客户经理要做好中高端客户的日常维护工作。做好客户大额现金提娶预约服务、泊车、理财规划等方面的安排，确保服务质量；了解客户日常金融需求，与客户建立长期、稳定的关系，提高客户满意度和忠诚度。三是建立个人高端客户维护的双线联系、分层维护机制。加强与市分行财富管理岗、私人银行部太原分部的联系，从不同层面上共同维护。

六、认真落实相关激励措施，加强监测通报管理，实行大额资金报告制度。各支行要落实市分行储蓄存款的相关激励措施并加强动态监测，尤其对高端客户、大额资金的流动要责成专人予以关注，行长、分管行长要亲自过问。营业网点柜面遇有大额资金向他行通兑情况，经办行要在办理业务前向开户行通报，开户行要积极进行客户关系维护，确保资金不外流。

(一)细分目标市场，大力开展多层次立体化的营销推广活动。

一部门负责的客户大体上可以分为四类，即现金管理客户、公司无贷户和电子银行客户客户。结合全年的发展目标，坚持以市场为导向，以客户为中心，以账户为基础，抓大不放小，采取“确保稳住大客户，努力转变小客户，积极拓展新

客户”的策略，制定详营销计划，在全公司开展系列的媒体宣传、网点销售、大型产品推介会、重点客户上门推介、组织投标和集中营销活动等，形成持续的市场推广攻势。

巩固现金管理市场地位。继续分层次、深入推广现金管理服务，努力提高产品的客户价值。要通过抓重点客户扩大市场影响，增强现金管理的品牌效应。各行部要对辖区内重点客户、行业大户、集团客户进行调查，深入分析其经营特点、模式，设计切实的现金管理方案，主动进行营销。对现金管理存量客户挖掘深层次的需求，解决存在的问题，提高客户贡献度。今年争取新增现金管理客户185200户。《2011年下半年工作计划》由找本站原创首发，机密数据纯属虚构，转载请注明出处。

深入开发公司无贷户市场。中小企业无贷户，这也是我行的基础客户，并为资产业务、中间业务发展提供重要来源。2011年在去年开展中小企业“弘业结算”主题营销活动基础上，总结经验，深化营销，增强营销效果。要保持全公司的公司无贷户市场营销在量上增长，并注重改善质量；要优化结构，提高优质客户比重，降低筹资成本率，增加高附加值产品的销售。要重点抓好公司无贷户的开户营销，努力扩大市场占比。要加强对公司无贷户维护管理，深入分析其结算特点，进行全产品营销，扩大我行的结算市场份额。2011年要努力实现新开对公结算账户358001户，结算账户净增长272430户。

做好系统大户的营销维护工作。针对全市还有部分镇区财政所未在我行开户的现状，通过调用各种资源进行营销，争取全面开花。并借势向各镇区其他政府分支机构展开营销攻势，争取更大的存款份额。同时对大中型企业、企业、世界10强、纳税前8000名、进出口前7334强”等10多户重点客户挂牌认购工作，锁定他行目标客户，进行重点攻关。

(二)加强服务渠道管理，深入开展“结算优质服务年”活动。

客户资源是全公司至关重要的资源，对公客户是全公司的优质客户和潜力客户，要利用对公统一视图系统，在全面提供优质服务的基础上，进一步体现个性化、多样化的服务。

一、指导思想

认真学习-理论、“三个代表”重要思想和科学发展观，以党的十七大、十七届三中、四中全会精神为指导，贯彻落实市分行201-年工作计划要求，树立一切以客户为中心的思想意识，加强“软实力”建设，以卓越服务创造价值为手段，积极主动为客户搞好服务，千方百计为客户排忧解难，优化本行发展环境，增强工作信心与决心，促进本行各项业务平稳较快发展，提高经济效益。

二、总体目标

围绕20--年全年理财产品及基金营销计划，重点解决我行服务工作中存在的不足与突出问题，进一步提高我行服务水平、服务能力，增强服务形象和体现服务价值，达到“服务好、质量好、客户满意”的目标，成为客户满意度和客户首选的银行，从而助推各项理财产品及基金营销业务平稳较快发展，创造良好经济效益。

三、具体工作措施

1、通过宣传，形成营销活动声势

我行要利用电子屏、横幅、板报、专栏和资料等进行开展“理财产品及基金营销”活动宣传，形成营销活动声势和竞争氛围，提高全体人员积极参与，争先恐后的热烈气氛，做到优质服务，以优质服务创造优良工作业绩。活动期间，我行在醒目位置统一悬挂有关营销活动宣传标语，银行工作人员披授带佩徽章上岗。窗口单位设立营销活动宣传栏，安排佩戴授带的引导员进行引导服务和讲解，树立窗口单位优

质服务良好形象，切实推进营销活动的深入开展。

2、抓住时机，切实开展营销工作

我行要抓住一切有利时机做好集中营销工作，各网点要在显眼位置摆放新版宣传折页，营造“理财产品及基金营销”就在客户身边的浓厚氛围。网点工作人员要向客户进行业务咨询，积极推介“理财产品及基金”，向客户详细介绍理财产品及基金功能特点和办理要求。同时要加强对存量客户的维护和再营销工作，根据我行实际，结合下达的工作计划任务，筛选存量优质客户，进行主动营销。优化流程，强化服务质量，针对存量优质贷款客户，推出有吸引力的服务措施，拓展营销深度，扩大我行业务范围和优质客户群体。

3、采取定向营销的方式

提升“理财产品及基金”品牌形象。我行要选择房地产开发商开发的按揭楼盘、汽车经销商营业场所及个体工商户集聚等有利区域进行现场营销，搭配宣传折页等陈列物，营造亲近客户的氛围，现场组织开展“理财产品及基金”营销咨询活动，派发业务宣传品，吸引客户前来参观、咨询，扩大“理财产品及基金”品牌的社会影响，促进“理财产品及基金”的销售。

4、加强工作纪律，确保任务完成

银行女神节活动海报篇十

活动介绍：

1. 活动主题：粽子节，一起“包”奖啦！
2. 活动目的：获取br资源、会员活动

3. 活动时间：6月x日-6月x日

活动形式：

1. 活动工具销售推“包粽子”营销活动插件

运用“销售推”小程序上“包粽子”营销活动插件，让客户转发小程序给好友，帮忙集“粽子原料”，实现裂变。客户集齐不同“粽子原料”合成不同口味的粽子，可以获得不同奖品，并最终到店参与礼品兑换或者门店线下活动，趣味性与节日庆祝兼具。

2. 活动内容

- a.会员点击会籍分享的活动小程序码，或在门店扫一扫展架上的小程序码，进入即参与活动。
- b.会员可转发此活动至朋友微信处，即可以一定概率获得特殊食材蛋黄、鲜肉或红枣。
- c.会员多次转发，有更大几率获得特殊食材蛋黄，竞争大奖。
- d.在合成粽子时，需通过手机号验证。

奖项设置(建议)：

普通粽子：门店现场端午家庭运动会门票一套/到店即可领取“端午礼盒”一份。

红豆粽□XXXX□

鲜肉粽□XXXXXXXX□

蛋黄粽□XXXX□

银行女神节活动海报篇十一

商业银行以“金秋营销”为主题开展一系列营销活动，如何写活动方案呢？下面本站小编给大家分享关于商业银行营销活动方案的相关资料，希望对您有帮助。

一、合作单位简介

二、活动目的

以吸引客户为活动目的，与社区客户互动，进行项目社区文化营造与感受，带动新老客户，提高我行社区银行人气，吸引客户群的关注度，扩大社区银行的影响力与认知度。

三、活动内容要点

1. 活动内容

1) 体感游戏吸眼球

为达到吸引新老客户群认识我社区银行，走进我社区银行，特举办此项游戏活动以达到令人瞩目的效果。每周安排固定时段，在我社区银行门口(或能力可及范围内)开展体感游戏互动项目。此项游戏内容活动方式新颖脱俗，另外又起到一个全民健身的效果，定能吸引路过的客户，而这些驻足的客户，必定有我行正在寻找的客户群体。另外：参加体感互动游戏的客户需在活动参加详情登记簿上签字留电话以作为我行客户信息来源。

2) 当客户吸引人群吸引至一定规模时，可继续开展有奖抢答环节。

到访客户既可体验体感游戏的乐趣，又可参加抢答问题的有奖回馈，宣传定能达到预期效果。

2. 交流话题建议

抢答问题建议如下：

1. 某银行是哪年成立的？

2. 某银行的经营理念是什么？

3. 某银行理财产品的产品规格有几种？问题可选择一些针对客户需求方面的。

3. 宣传方式(1)在社区银行周边小区的报箱内投递活动广告；

(2)在社区银行周边小区的电梯内、宣传栏张贴营销活动广告；

(3)通过微信宣传活动信息；

4. 活动反馈与跟踪销售行动计划

根据活动开展情况，由现场人员总结客户回答问题情况进行分析，有针对性的服务客户。对于参加游戏互动的客户，待游戏结束之后再进行有针对性的深度挖掘。

四、目标客户组织

1. 目标客户

2. 客户组织

约访的新老客户当日来我行，由接待人员进行简单了解后进行分流引导，咨询客户带到咨询区，参加游戏客户带至游

戏区登记，游戏开始时间由固定人员讲述游戏方式及注意事项后开始互动游戏和抢答游戏，对于回答正确我行问题的客户给与渤海银行专属纪念品。

五、时间地点的安排

1. 时间

社区银行开业后的节假日或法定休息日均可

2. 地点

我行社区银行门口(或能力范围可及内)

六、费用预算(请详细列出各项费用名称，单价，数量，总价等)

xbox360体感游戏机1台3000元

纪念品100份0--500元(可用我行现有水杯或其他)

平板电视1台3000元(社区银行应自有此设备)

七、预期效果分析

1. 通过本次活动预计带来的业务量

业务量不敢保，人气量肯定暴增

2. 通过本次活动预计带来的影响

预期影响给客户留下深刻印象的同时，配合理财及储蓄产品的销售，大幅增加网点存款和业务量。

八、人员安排与职责

1. 活动策划人：2人

职责：安排现场分区接待客户以及设备调试等流程分配

2. 活动协调人：3人

职责：接待来访客户并做好推广解释工作

3. 活动现场负责人：1人

职责：负责一切当日活动细则。

1. 概念：营销策划方案是商业银行在进行金融产品或服务的市场销售之前，为使销售达到预期目标而进行的各种销售促进活动的整体性策划文书。

2. 作用：营销策划是针对某一客户开发和某一产品营销而制作的规划，它的任务是为将朦胧的“将来时”渐变为有序的“现在进行时”提供行动指南，由此而形成的营销策划方案则是商业银行开展市场营销活动的蓝本。

3. 特点：营销策划方案必须具备鲜明的目的性、明显的综合性、强烈的针对性、突出的操作性、确切的明了性等特点，即体现“围绕主题、目的明确，深入细致、周到具体，一事一策，简易明了”的要求。

结构模式

1. 种类：商业银行市场营销策划方案因其策划的对象不同，可分为大型优良客户营销策划方案、重大项目营销策划方案、市场调查策划方案、产品推介策划方案等等。

2. 结构：

营销策划方案的基本结构是：

第一部分：营销策划方案封面

在这部分内容中，策划者需分项简要概述以下内容：

1) 营销策划的全称。

基本格式是:xx银行关于营销策划书

2) 营销策划的部门与策划人。

营销策划:xx银行分(支)行客户部

主策划人:、

3) 营销策划的时间。

x年x月x日

第二部分：营销策划主题和项目介绍

根据不同的营销策划对象(即营销策划项目), 拟定各自所应围绕的主题。营销策划主题是整个营销策划的基石和内核, 是营销策划的基本准绳。在阐述营销策划主题的基础上, 要对策划的项目情况作一简要的介绍, 包括项目的背景、项目的概况、项目的进展、项目的发展趋势等。

第三部分：营销策划分析

营销策划分析可以是逐项分类分析, 也可以作综合分析, 视策划的具体情况来定。

1) 项目市场分析。

宏观环境状况。主要包括宏观经济形势、宏观经济政策、金

融货币政策、资本市场走势、资金市场情况等等。

项目市场状况。主要包括现有产品或服务的市场销售情况和市场需求情况、客户对商业银行新产品或服务的潜在需求、市场占有份额、市场容量、市场拓展空间等等。

同业市场状况。主要包括同业的机构、同业的目標市场、同业的竞争手段、同业的营销方式、同业进入市场的可能与程度等等。

各种不同的营销策划所需的市场分析资料是不完全相同的，要根据营销策划需要去搜集，并在营销策划中简要说明。

2) 基本问题分析。

营销策划所面临的问题和所要解决的问题，这些问题的生成原因是什么？其中主要原因有哪些？解决这些问题的基本思路如何确定，出发点是什么？通过何种途径，采取什么方式解决？等等。

3) 主要优劣势分析。

主要优势分析：围绕营销策划主题，将要开展某一方面的市场营销活动(如市场调查、新产品开发、市场促销、广告宣传等)，拥有哪些方面的优势，主要是自身优势(即自身的强项)分析，也应考虑外部的一些有利因素。营销策划就是要利用好有利因素，发挥出自身优势。分析优势应冷静客观，既不能“过”，也不能“不及”，要实事求是。

主要劣势分析：主要劣势分析就是分析与将要开展的市场营销活动相关联的外部一些不利因素和自身的弱项、短处等。营销策划就是要避免和化解这些不利因素，如何弥补自身的不足，错开自身的弱项。

主要条件分析：主要条件分析就是分析将要开展的市场营销活动所需要的条件，包括已具备的条件和尚须创造的条件，逐一系列出，逐一分析，以求得资源的最佳利用与组合。

第四部分：营销策划目标

不同项目的营销策划，有各自不同的营销策划目标，而营销策划目标大多由一些具体的指标所组成。拟订营销策划目标，要实事求是，经过努力能够达到。

第五部分：营销执行方案(即保障措施)

制订营销执行方案，是营销策划的重头戏，是对市场营销活动各环节、各个方面工作的精心设计、周密安排和逐一布置与落实，是营销活动组织、开展的脚本。

制订营销执行方案应考虑以下问题：

- (1) 理顺本次营销活动所涉及的各种关系。
- (2) 把握本次营销活动的重点和难点。
- (3) 确定本次营销活动应采取的策略。
- (4) 弄清楚开展本次营销活动可利用的人、财、物等方面的资源与条件，确定好策划预算。
- (5) 本次营销团队人员的组成，各参与部门及人员在本次营销活动中所应完成的任务、所应承担的责任和所应充当的角色。
- (6) 开展本次营销活动的监控、反馈机制和传导系统。
- (7) 完成本次营销策划任务的时间安排(分阶段任务)。
- (8) 开展本次营销活动可能出现的突发问题与应急措施。

(9)对本次营销活动的考核奖惩方式。

写作指要：

撰写营销策划方案，应注意把握以下几个要点：

1. 要突出卖点。

说服是策划方案的本质特征。每个策划方案一定要有独特的卖点，让读者一看就明白，一看就心动，以说服领导采纳。

2. 要突出创新。

不要把策划书当作计划书来写，因为计划无需创意，只处理细节，而策划必须要有创意。

3. 要突出重点。

策划方案切不可面面俱到，无论是项目介绍、策划分析还是营销执行方案都要重点突出。

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。

银行女神节活动海报篇十二

一、活动目标

为感谢广大客户长期以来对本支行的关心和支持，进一步提升本支行的市场影响力，本支行以感恩之心举办以下营销活动，努力回报客户的信任，致力提升客户价值，和客户共谋发展，分享创造硕果。

二、活动内容

(一)开展“存款拿大奖，福气喜临门”主题活动

- 1、活动对象:支行全体存款客户。
- 2、活动时间:201x年7月1日—201x年10月31日。
- 3、活动规则:活动期间，凡是到支行办理存款业务满xxxx元的客户即可获得一次抽奖资格。活动期末抽取20名幸运客户，分别赢取价值xxxx元的xx商品。

(二)开展“贷款喜得奖，好运日日来”主题活动

- 1、活动对象:支行全体贷款客户。
- 2、活动时间:201x年7月1日—201x年10月31日。
- 3、活动规则:活动期间，凡是到支行办理贷款业务的客户即可获得一次抽奖资格。活动期末抽取20名幸运客户，分别赢取价值xxxx元的xx商品。

(三)开展“用电子银行，得惊喜好礼”主题活动

1. 活动对象:支行全体企业网银、个人网银和手机银行客户。
2. 活动时间:201x年7月1日—201x年10月31日。
3. 活动规则:活动期间，一是支行企业网上银行客户使用企业网银完成账务类交易5笔(含)以上，累计金额达100万元即可参与抽奖。活动期末抽取10名幸运客户，分别获赠价值xxxx元的xx商品。二是支行个人网上银行客户、手机银行客户分别完成个人网上银行、手机银行账务类交易5笔(含)以上，且每笔金额超过200元即可参与抽奖，各获赠以下奖品:一等奖20名(个人网银和手机银行用户各10名)，分别赢取价值xxxx元的xx商品。二等奖500名(个人网银和手机银行用户各250名)，分别获赠100元话费充值卡一张。

三、活动安排

活动结束后在11月中旬抽奖，抽奖在公证部门的公证下进行，由电脑随机抽奖。获奖信息在支行各网点营业厅公布，并到指定地点*。

四、活动声明

自获奖名单公布起一个月内，客户未来指定地点*，视为客户自动放弃。

五、活动宣传

(一)本支行各营业网点张贴本次营销活动的宣传海报，活动信息通过led屏幕滚动播出。

(二)本支行通过电视、报刊等媒体对本次营销活动进行宣传。

(三)本支行各部门和营业网点解答客户有关本次营销活动的咨询。

一、活动总主题

“中行卡五一献礼，‘金’喜来找你！”

二、参加活动卡种

长城系列信用卡、中银系列信用卡

三、活动时间

4月30日-5月3日

四、活动内容

(1) 一重礼---“商场、超市购物大抽奖”

活动期间，在指定商场、超市持卡累计消费满一定金额即可参加商场、超市大抽奖活动。

万亚商场标准:当日单笔消费满500元即可参加商场抽奖活动，活动中将抽出5名幸运客户，每人奖励500元商场购物券。

时代超市标准:单笔消费满99元即可参加抽奖活动，每个超市将抽出50名幸运客户，每人奖励价值100元超市券。

(2) 二重礼---刷卡赢“金”活动

凡活动期间，消费累计满3000元即可参加抽奖赢“金”活动(房地产类、汽车类、批发类、医疗教育类、慈善类、政府服务类交易不参加本次活动)，该抽奖活动按发卡归属地进行抽奖，吴江奖项设置如下：

特等奖1名奖励10g金条一根

一、活动目的

营造良好刷卡用卡环境，提高持卡人用卡意识，培养市民用卡习惯，让更多市民能够享受银行卡这一新型结算工具所带来的便利，方便群众生活。

二、活动时间

201x年12月1日---201x年12月30日

三、活动组织

本次活动承办单位仪征市银行卡工作领导小组办公室、江苏仪征农村合作银行、中国工商银行仪征支行、中国农业银行仪征支行、中国银行仪征支行、中国建设银行仪征支行、交通银行仪征支行、中信银行仪征支行、江苏银行仪征支行、仪征邮政储蓄银行，扬州银通公司(协办)，中国银联江苏分公司提供技术支持。

四、宣传主题

刷银联卡，安全健康，时尚的选择。

五、活动规则

201x年12月1日—201x年12月30日，凡持卡号“6”字打头的银联标准卡在仪征市辖内指定商户刷卡消费68元(单笔交易)以上的持卡人均有机会获奖，奖项如下：

特等奖1名，韩国游(6000元等值奖品)

一等奖30名，各奖励400元等值奖品

二等奖90名，各奖励200元等值奖品

三等奖1200名，各奖励10元等值奖品

兑奖方式:持卡人联机抽奖奖项凭标有“仪征市银行卡活动x等奖”的签购单到仪征银行卡管理办公室领取(仪征市解放西路106号人民银行内),咨询电话,兑奖日期为中奖次日至201x年12月日----201x年1月30日止,兑奖期间的工作日星期一上午8:30—11:30,奖项逾期不领者,视作放弃领奖。

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:×年×月×日×月×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(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：

· “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、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

月、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。

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。

. 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。

四、活动目标

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%。
- . *完成各项业务指标。

银行女神节活动海报篇十三

银行通过对营销活动特点的分析，提出项目化管理方法是开展营销活动的有效手段。下面是有银行营销活动方案，欢迎阅读。

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，争取导地代发工资等批量汇款业务。

1. 概念：营销策划方案是商业银行在进行金融产品或服务的市场销售之前，为使销售达到预期目标而进行的各种销售促进活动的整体性策划文书。

2. 作用：营销策划是针对某一客户开发和某一产品营销而制作的规划，它的任务是为将朦胧的“将来时”渐变为有序的“现在进行时”提供行动指南，由此而形成的营销策划方案则是商业银行开展市场营销活动的蓝本。

3. 特点：营销策划方案必须具备鲜明的目的性、明显的综合性、强烈的针对性、突出的操作性、确切的明了性等特点，即体现“围绕主题、目的明确，深入细致、周到具体，一事一策，简易明了”的要求。

结构模式

1. 种类：商业银行市场营销策划方案因其策划的对象不同，可分为大型优良客户营销策划方案、重大项目营销策划方案、市场调查策划方案、产品推介策划方案等等。

2. 结构：

营销策划方案的基本结构是：

第一部分：营销策划方案封面

在这部分内容中，策划者需分项简要概述以下内容：

1) 营销策划的全称。

基本格式是:xx银行关于营销策划书

2) 营销策划的部门与策划人。

营销策划:xx银行分(支)行客户部

主策划人:、

3) 营销策划的时间。

x年x月x日

第二部分：营销策划主题和项目介绍

根据不同的营销策划对象(即营销策划项目), 拟定各自所应围绕的主题。营销策划主题是整个营销策划的基石和内核, 是营销策划的基本准绳。在阐述营销策划主题的基础上, 要对策划的项目情况作一简要的介绍, 包括项目的背景、项目的概况、项目的进展、项目的发展趋势等。

第三部分：营销策划分析

营销策划分析可以是逐项分类分析, 也可以作综合分析, 视策划的具体情况来定。

1) 项目市场分析。

宏观环境状况。主要包括宏观经济形势、宏观经济政策、金融货币政策、资本市场走势、资金市场情况等等。

项目市场状况。主要包括现有产品或服务的市场销售情况和市场需求情况、客户对商业银行新产品或服务的潜在需求、市场占有份额、市场容量、市场拓展空间等等。

同业市场状况。主要包括同业的机构、同业的目標市场、同业的竞争手段、同业的营销方式、同业进入市场的可能与程

度等等。

各种不同的营销策划所需的市场分析资料是不完全相同的，要根据营销策划需要去搜集，并在营销策划中简要说明。

2) 基本问题分析。

营销策划所面临的问题和所要解决的问题，这些问题的生成原因是什么？其中主要原因有哪些？解决这些问题的基本思路如何确定，出发点是什么？通过何种途径，采取什么方式解决？等等。

3) 主要优劣势分析。

主要优势分析：围绕营销策划主题，将要开展某一方面的市场营销活动(如市场调查、新产品开发、市场促销、广告宣传等)，拥有哪些方面的优势，主要是自身优势(即自身的强项)分析，也应考虑外部的一些有利因素。营销策划就是要利用好有利因素，发挥出自身优势。分析优势应冷静客观，既不能“过”，也不能“不及”，要实事求是。

主要劣势分析：主要劣势分析就是分析与将要开展的市场营销活动相关联的外部一些不利因素和自身的弱项、短处等。营销策划就是要避免和化解这些不利因素，如何弥补自身的不足，错开自身的弱项。

主要条件分析：主要条件分析就是分析将要开展的市场营销活动所需要的条件，包括已具备的条件和尚须创造的条件，逐一系列出，逐一分析，以求得资源的最佳利用与组合。

第四部分：营销策划目标

不同项目的营销策划，有各自不同的营销策划目标，而营销策划目标大多由一些具体的指标所组成。拟订营销策划目标，

要实事求是，经过努力能够达到。

第五部分：营销执行方案(即保障措施)

制订营销执行方案，是营销策划的重头戏，是对市场营销活动各环节、各个方面工作的精心设计、周密安排和逐一布置与落实，是营销活动组织、开展的脚本。

制订营销执行方案应考虑以下问题：

- (1) 理顺本次营销活动所涉及的各种关系。
- (2) 把握本次营销活动的重点和难点。
- (3) 确定本次营销活动应采取的策略。
- (4) 弄清楚开展本次营销活动可利用的人、财、物等方面的资源与条件，确定好策划预算。
- (5) 本次营销团队人员的组成，各参与部门及人员在本次营销活动中所应完成的任务、所应承担的责任和所应充当的角色。
- (6) 开展本次营销活动的监控、反馈机制和传导系统。
- (7) 完成本次营销策划任务的时间安排(分阶段任务)。
- (8) 开展本次营销活动可能出现的突发问题与应急措施。
- (9) 对本次营销活动的考核奖惩方式。

写作指要：

撰写营销策划方案，应注意把握以下几个要点：

1. 要突出卖点。

说服是策划方案的本质特征。每个策划方案一定要有独特的卖点，让读者一看就明白，一看就心动，以说服领导采纳。

2. 要突出创新。

不要把策划书当作计划书来写，因为计划无需创意，只处理细节，而策划必须要有创意。

3. 要突出重点。

策划方案切不可面面俱到，无论是项目介绍、策划分析还是营销执行方案都要重点突出。

一、合作单位简介

无

二、活动目的

以吸引客户为活动目的，与社区客户互动，进行项目社区文化营造与感受，带动新老客户，提高我行社区银行人气，吸引客户群的关注度，扩大社区银行的影响力与认知度。

三、活动内容要点

1. 活动内容

1) 体感游戏吸眼球

为达到吸引新老客户群认识我社区银行，走进我社区银行，特举办此项游戏活动以达到令人瞩目的效果。每周安排固定时段，在我社区银行门口(或能力可及范围内)开展体感游戏互动项目。此项游戏内容活动方式新颖脱俗，另外又起到一个全民健身的效果，定能吸引路过的客户，而这些驻足的客户，必定有我行正在寻找的客户群体。另外：参加体感互动

游戏的客户需在活动参加详情登记簿上签字留电话以作为我行客户信息来源。

2) 当客户吸引人群吸引至一定规模时，可继续开展有奖抢答环节。

到访客户既可体验体感游戏的乐趣，又可参加抢答问题的有奖回馈，宣传定能达到预期效果。

2. 交流话题建议

抢答问题建议如下：

1. 某银行是哪年成立的？

2. 某银行的经营理念是什么？

3. 某银行理财产品的产品规格有几种？问题可选择一些针对客户需求方面的。

3. 宣传方式(1) 在社区银行周边小区的报箱内投递活动广告；

(2) 在社区银行周边小区的电梯内、宣传栏张贴营销活动广告；

(3) 通过微信宣传活动信息；

4. 活动反馈与跟踪销售行动计划

根据活动开展情况，由现场人员总结客户回答问题情况进行分析，有针对性的服务客户。对于参加游戏互动的客户，待游戏结束之后再进行有针对性的深度挖掘。

四、目标客户组织

1. 目标客户

目标客户包括：社区银行周边小区通过宣传慕名而来的到访客户，以及当天老带新客户；

2. 客户组织

约访的新老客户当日来我行，由接待人员进行简单了解后进行分流引导，咨询客户带到咨询区，参加游戏客户带至游戏区登记，游戏开始时间由固定人员讲述游戏方式及注意事项后开始互动游戏和抢答游戏，对于回答正确我行问题的客户给与渤海银行专属纪念品。

五、时间地点的安排

1. 时间

社区银行开业后的节假日或法定休息日均可

2. 地点

我行社区银行门口(或能力范围可及内)

六、费用预算(请详细列出各项费用名称，单价，数量，总价等)

xbox360体感游戏机1台3000元

纪念品100份0--500元(可用我行现有水杯或其他)

平板电视1台3000元(社区银行应自有此设备)

七、预期效果分析

1. 通过本次活动预计带来的业务量

业务量不敢保，人气量肯定暴增

2. 通过本次活动预计带来的影响

预期影响给客户留下深刻印象的同时，配合理财及储蓄产品的销售，大幅增加网点存款和业务量。

八、人员安排与职责

1. 活动策划人：2人

职责：安排现场分区接待客户以及设备调试等流程分配

2. 活动协调人：3人

职责：接待来访客户并做好推广解释工作

3. 活动现场负责人：1人

职责：负责一切当日活动细则

银行女神节活动海报篇十四

邮资封片即邮资明信片 and 邮资信封，是在普通明信片和信封的基础上发展起来的，其直接将邮资印在明信片和信封，极大的方便寄信人，并在指定的位置可发布企事业单位的广告，是一种新型的广告媒体。邮资封片是邮政部门的专营业务，任何单位与个人不得随意经营。

邮资封片的特点：

1、权威性：由国邮政局统一发行，具有防伪功能和一定档次。

2、广告性：可在指定的位置发布企事业单位的广告内容。

- 3、方便性：含有邮资图案，免去粘邮票的麻烦。
- 4、收藏性：精美的邮资封片还是集邮爱好者的收藏品。
- 5、纪念性：为重大事件发行的邮资封片还具有纪念历史的作用和意义。

银行女神节活动海报篇十五

为增进_____广大师生对我行电子银行产品的了解，促进我行电子银行服务在高校的应用推广，民族支行决定在上级行的协助下，携手银华基金公司在_____开展“金e顺?校园行”电子银行产品推介活动，具体方案如下：

一、活动主题：金e顺校园行—电子银行知识及基金理财专家讲座

二、活动时间：20_年11月10日至20_年11月30日。

三、活动地点：_____

四、参加人员：

(一)广西机电院校领导、相关处室、院系领导、广大教职员工和学生代表

(二)农行区分行电子银行部领导、区分行营业部卡中心、民族支行相关人员。

(三)邀请附近高校领导及财务人员

五、活动内容：电子银行知识及基金理财专家讲座

六、活动流程

(一)前期准备11月11日在校园网发布我行电子银行业务宣传内容，在校园布告栏张贴宣传海报。11月11-12日通过与学校学工部、学生会以及学生社团联系，从中选择学生骨干协助我行组织和开展活动，完成校园产品经理的招聘及培训工作，至少招聘20人以上的产品经理队伍。11月13日在校园设立宣传点。通过班委会及网点索票的方式赠送推介会入场券约300份，确定参加推介会的主体人员。11月13日在推介会前一天做好会场布置以及演示设备的安装调试工作11月13-14日邀请广西机电学院领导、相关处室、院系领导及附近高校领导及财务人员11月14日召开产品推介会。

(二)11月14日下午4点产品推介会

1、主要流程

(1)领导讲话(约10分钟)。

(2)现场推介农行的电子银行产品：包括个人网上银行、电话银行、短信通，大学生优卡、手机银行、电子商务、自助设备服务等。(约50分钟)。

(3)现场有奖问答和抽奖活动(约20分钟)。

(二)具体流程

----15: 00分我行会务人员及校方协办人员提前1小时到场，安排好与会领导及嘉宾的座位，并做好推介会前的各项准备。

----16: 00分主持人祝开场词，由学院、农行与会领导讲话。

----16: 10正式开始金e顺校园行—电子银行知识讲座。

----16: 25分穿插5个提问，由嘉宾举手抢答。答对者，现场奖励一份精美礼品。

----16: 40分基金理财专家讲座

----16: 50分穿插5个提问，由嘉宾举手抢答。答对者，现场奖励一份精美礼品。

----17: 00分继续宣讲

----17: 10分宣讲结束。现场业务咨询、抽奖。

1、农行充分发动校园产品经理，对登记的参会人员及其他师生开展电子银行业务的跟踪拓展。

2、对成功拓展的，给予一定的计价奖励，以调动其营销积极性。

3、对开户的学生提供价值20元的精美礼品一份。

4、在相思湖支行设专门柜员负责营销登记工作

七、礼品安排

1、推介会设特等奖1名，奖励价值1000元奖品一份；一等奖5名，各奖励价值300元奖品一份；二等奖20名，各奖励价值150元奖品一份；三等奖60名，各奖励价值70元奖品一份。

2、提供价值20元精美礼品200份，用于奖励广大师生开户，激发学生积极性。开户后凭开户证明到相思湖支行领取。

八、活动分工

(一)广西机电学校负责在校园网发布我行电子银行业务宣传内容，在校园布告栏张贴宣传海报。协助农行与学校学工部、学生会以及学生社团联系，从中选择20人以上学生骨干完成校园产品经理的招聘及培训工作通过班委会确定每班参加人员，确定约300人推介会的主体人员。协助农行做好会场布置

以及演示设备的安装调试工作邀请广西机电学院领导、相关处室、院系领导及附近高校领导及财务人员。

(二)农行负责宣传ppt内容及海报的联系和提供。负责与校方一起招聘20人以上学生骨干为校园产品经理，对校园产品经理进行必要的电子银行、基金业务知识培训，会场布置。联系广告公司制作相关推介会背景图，在推介会前一天做好会场布置以及演示设备的安装调试工作。

负责推介会人员入场。与校方一起安排好与会领导及嘉宾的座位，并做好推介会前的各项准备；人员入场开始后，做好入场券验票及副券收集，并做好到会人员的入座引导。

银行女神节活动海报篇十六

1、活动期间，通过个人手机银行成功办理工行汇款、跨行汇款、跨境汇款、手机号汇款、网上购物等特定交易(单笔交易金额不少于100元)的客户，均可参加抽奖活动，奖项如下：

幸运奖：每月300名，每个中奖客户获价值约100元的礼品一份。

2、活动期间，通过个人手机银行成功办理工行汇款、和跨行汇款、外汇买卖、基金申购与定投、国债买卖、账户贵金属和积存金主动积存等特定交易(单笔交易金额不少于5000元)的客户，均可参加抽奖活动，奖项如下：

达人奖：每月400名，每个中奖客户获价值约300元的礼品一份。(达人奖和幸运奖可以兼得)

至尊奖：每季度10名，每个中奖客户奖励工银如意金一块(15克)。

(二)手机银行客户端体验“天天有抽奖，月月有大奖”活动

体验奖：全年设置3万名(每日有100个中奖名额，当日中奖名额未用完自动累积到次日)，每个中奖客户奖励5元移动话费。

快乐奖：全年设置1万名(每日有33个中奖名额，当日中奖名额未用完自动累积到次日)，每个中奖客户奖励10元移动话费。

惊喜奖：全年设置100名(每月有10个中奖名额)，每个中奖客户奖励工银如意金一块(10克)。