

银行理财产品营销活动方案 银行亲子理财营销方案(优秀5篇)

为保证事情或工作高起点、高质量、高水平开展，常常需要提前准备一份具体、详细、针对性强的方案，方案是书面计划，是具体行动实施办法细则，步骤等。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、风险的评估以及市场的需求等，以确保方案的可行性和成功实施。接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。

银行理财产品营销活动方案篇一

孩子的基本消费需求，主要是由父母安排予以满足的。随着年龄的增长，孩子逐渐需要自己来安排一些满足，因此有必要使学生学会如何把有限的零用钱用在多方面的开支上。据调查，孩子们把大部分的零花钱都花在了零食、玩具上，只有极少的钱花在购买一些学习用品、课外书上。看来，大部分的同学都不是把钱花在真正该花的地方。儿童与成人不同，具有强烈的好奇心，喜欢与同伴分享愿望，消费观念不成熟，在消费行为上表现为频繁地喜新厌旧，从众性，随意，冲动，炫耀，挥霍攀比，模仿等特点。其共同特点是忽略自己的主要需求和经济条件，盲目、随心所欲地乱花钱，结果是不能真正满足必要的零用需要。

这次活动旨在引导学生有计划地合理使用零用钱，从小树立健康、求实的消费心态，养成有计划地合理分配使用零花钱的习惯。

1. 通过活动帮助学生树立健康、求实的消费心态。
2. 让学生初步懂得有计划地合理分配使用零花钱的好处。
3. 通过活动，让学生认识到手中零花钱来之不易，养成勤俭

节约的良好习惯。

4. 通过活动，让学生在活动中获得亲身参与的积极体验和丰富经验。

重点：帮助学生树立健康、求实的消费心态。

难点：学会如何合理地使用零用钱。

1教师事先让学生完成一份有关零用钱的调查问卷。

2小品表演。

3准备3张小圆卡，颜色分别为红、绿、蓝。

现在我们手里或多或少都有一些零用钱，有了钱怎么用，怎样才能用得好，这是很有讲究的。也许有的同学觉得，有了钱怎么花还不简单，想怎么花就怎么花。事情真的就这么简单吗？让我们来看一个小品。

行为训练：学习怎样合理的使用自己的零用钱。

1. 教你一招。

过渡：老师这里有一个“红绿灯”方案：

“红灯”：当你的要求超出家庭经济承受能力时，对自己说：“这样东西我现在可以不买。”在心中亮起一盏红灯，提醒自己。

“黄灯”：买东西时，先问问自己：“这是我现在需要的吗？”如果回答“是”的话，就可以考虑购买。

“绿灯”：在自己取得一些小小的进步时，可以用零用钱买一件小小的礼物送给自己，作为奖励。

银行理财产品营销活动方案篇二

孩子的基本消费需求，主要是由父母安排予以满足的。随着年龄的增长，孩子逐渐需要自己来安排一些满足，因此有必要使学生学会如何把有限的零用钱用在多方面的开支上。据调查，孩子们把大部分的零花钱都花在了零食、玩具上，只有极少的钱花在购买一些学习用品、课外书上。看来，大部分的同学都不是把钱花在真正该花的地方。儿童与成人不同，具有强烈的好奇心，喜欢与同伴分享愿望，消费观念不成熟，在消费行为上表现为频繁地喜新厌旧，从众性，随意，冲动，炫耀，挥霍攀比，模仿等特点。其共同特点是忽略自己的主要需求和经济条件，盲目、随心所欲地乱花钱，结果是不能真正满足必要的零用需要。

这次活动旨在引导学生有计划地合理使用零用钱，从小树立健康、求实的消费心态，养成有计划地合理分配使用零花钱的习惯。

- 1、通过活动帮助学生树立健康、求实的消费心态。
- 2、让学生初步懂得有计划地合理分配使用零花钱的好处。
- 3、通过活动，让学生认识到手中零花钱来之不易，养成勤俭节约的良好习惯。
- 4、通过活动，让学生在活动中获得亲身参与的积极体验和丰富经验。

重点：帮助学生树立健康、求实的消费心态。

难点：学会如何合理地使用零用钱。

1教师事先让学生完成一份有关零用钱的调查问卷。

2小品表演。

3准备3张小圆卡，颜色分别为红、绿、蓝。

现在我们手里或多或少都有一些零用钱，有了钱怎么用，怎样才能用得好，这是很有讲究的。也许有的同学觉得，有了钱怎么花还不简单，想怎么花就怎么花。事情真的就这么简单吗？让我们来看一个小品。

行为训练：学习怎样合理的使用自己的零用钱。

1、教你一招。

过渡：老师这里有一个“红绿灯”方案：

“红灯”：当你的要求超出家庭经济承受能力时，对自己说：“这样东西我现在可以不买。”在心中亮起一盏红灯，提醒自己。

“黄灯”：买东西时，先问问自己：“这是我现在需要的吗？”如果回答“是”的话，就可以考虑购买。

“绿灯”：在自己取得一些小小的进步时，可以用零用钱买一件小小的礼物送给自己，作为奖励。

2、网上购物，生活体验

(1) 课件出示一些商品及商品的价格，根据你每月的零用钱，你会买什么？在买东西前，可以用“红绿灯”方案问问自己。

(2) 教师可以根据本班实际情况，出示一些物品，供学生参考。

如看到一本盼望已久的书，根据实际情况，出示“绿灯”，即出示“绿灯”，对自己说，这段时间自己上课很专心，可

以买下来，作为小小的礼物送个自己。

3、制定“星期零用钱消费表”

(1) 我们还可以制定一张“星期零用钱消费表”，放在自己的书桌上，定期填写，这样可以更合理地安排自己的零用钱。

星期零用钱消费表

周期收入支出（用途）节余

(2) 教师示范填写。

(3) 学生尝试填一填。

最后，老师要送同学们一句话：一粥一饭当思来之不易，一丝一缕当思物力之维难。

银行理财产品营销活动方案篇三

a)活动时间：12月6日-12月25日

b)活动地点：1-4楼

c)活动内容：活动期间，周一至周五每天不定期选择1个时段(在人潮高峰期)，周六至周日(另含24、25日)每天不定期选择2个时段，在1—4f选1家专柜举行为时20分钟的限时抢购活动，即在现价的基础上5折优惠。(抢购期间所售商品，建议免扣)

2. 超市购物新鲜派加1元多一件

a)活动地点□-1f

b)活动时间：12月6日-25日

c)活动期间，凡当日在我商场一次性购物满28元及以上者均凭小票加一元得一件超值礼品。（每日限量，先到先得）

d)等级设置：

购物满28元加1元得1包抽纸(日限量500包)

购物满48元加1元得柚子一个(日限量200个自理)

购物满88元以上加1元得生抽一瓶(日限量100瓶)

3. 立丹暖万家 冬季“羊毛衫、内衣、床品”大展销

a)活动地点：商场大门外步行街

b)活动时间：12月6日-20日

c)组织本商场的羊毛衫、内衣和床上用品以场外花车的形式进行特卖展销活动。（建议降扣，让厂家以特价进行销售）

4. 耶诞礼品特卖会

a)活动地点：商场大门和侧门外步行街

b)活动时间：12月21日-25日

c)组织超市和百货与圣诞礼品有关的商品以场外花车的形式进行展销活动。

5. 耶诞“奇遇”来店惊喜

a)活动地点：全场

b)活动时间：12月24日-25日

c)活动内容：活动期间，圣诞老人将不定期出现在各楼层卖场，凡当日光临本店的朋友可在店内寻找圣诞老人，如果您找到圣诞老人，即可获得圣诞老人派发的精美圣诞礼物一份，每人限领一份。特别提醒：在12/24关店时，出店顾客还可以得到一份特别的关店礼！数量有限，送完为止。

6. “耶诞欢乐园”激情圣诞夜

a)活动地点：大门外步行街

b)活动时间：12月24日、25日晚上7：30-9：00

c)活动内容：为了营造节日的热烈气氛，聚集人气，特在平安和圣诞夜在商场大门外举办两场大型圣诞狂欢晚会，并建议组织本商场的员工也参加该晚会，以带动现场顾客的参与度。

五、媒体宣传规划：

1. 媒体宣传：

a)dm宣传单：于12月6日通过夹报和入户派发的方式发放2万份dm宣传单。

b)报纸广告：12月5日在《==晚报》上发布半版活动信息广告1期；

六、费用预估：

1. 超市购物新鲜派加1元多一件

500元×19天=9,500元

- 2、 耶诞“奇遇”来店惊喜 2,000元
- 3、“耶诞欢乐园”激情圣诞夜 15,000元
- 4、 报纸广告及其他宣传费用： 20,000元。
- 5、 活动及圣诞气氛布置10,000元
- 6、 合计56,500

七、承担方式

银行理财产品营销活动方案篇四

银行保险销售模式是指银行保险人综合利用多种销售渠道所形成的稳定的销售方式。欧美的银行保险人在多年的发展过程中逐步形成了三种基本的销售模式：

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。

金融计划模式是唯一的完全协作式方式。这种模式研究每个客户及潜在客户的需求、风险容忍程度及所处的生命周期阶段等特征，并根据客户各自的特征为其提供一整套金融计划。

银行要想有效地运用这种金融计划模式，首先要让银行的销售队伍学会如何寻求潜在客户，并且以适当的方式接近客户或潜在客户。银行保险计划只是整个金融计划的一部分。在美国，银行保险人还必须对联邦法律及银行所在州的法律十分了解。

银行作为保险人的合作伙伴必须要学会如何发现现有存款人或借款人的消费动机。人们生活中重大事件的发生往往预示着保险需求的出现。银行雇员不仅要客户的需求与银行产品联系起来，同样也要与保险产品相联系。例如，一个年轻的存款人提供他要提取部分储蓄用以购买一辆新车。获知信息后，银行雇员应立即考虑该客户是否会需要车辆损失保险及人身意外伤害保险。这时银行雇员可以以金融服务顾问的身份向该客户提出此项建议以满足其现在及将来的保险保障需要。

总之，任何一种销售模式都要在合适的环境中才能发挥作用。关键在于销售模式一定要与银行的客户基础及保险公司的营销策略目标协调一致。欧洲银行保险人的经验表明金融计划模式是最有效的模式。

银行理财产品营销活动方案篇五

新一代，新选择

二、目的

借助特殊的日子，进一步把握销售旺季，同时也为了更进一步提高该蜡笔小新果冻知名度，让更多的顾客加深对您的品牌有进一步的了解。

通过大场面现场促销展示及大力度宣传，以强烈的商业气氛冲击顾客的视觉、刺激他们的购买欲望，以达到销售目的。

三、活动方式

- 1、邀请大型歌舞团现场助兴、拉动人气，增加现场气氛，蜡笔小新果冻品牌现场展台促销，配备圣诞节礼品等买赠活动。
- 2、凭宣传单到本超市均发试用装礼品一份(限份)，属当天生

日的顾客凭身份证免费领取圣诞礼品一份。

3、通过现场有奖问答及相关游戏提高蜡笔小新果冻知名度。

4、活动当天在本超市购物可享受折优惠。

5、活动当天晚上，圣诞老人免费派发500—1000份礼品(超市提供)。

四、宣传方式

1、过街悬挂横幅宣传；

2、②印发宣传单大幅度派发；

3、邀请电视台新闻报道；

4、电视广告三天；

5、现场大幅pop提前宣传。

五、活动费用开支

1、邀请歌舞团：700元/天

2、租音响200元/天，租车拉音响来回车费200元；

3、演员来回车费：160元/8人

4、吃食：180元/天

5、印横幅：6条×40元/条=240元

6、印发宣传单：5000份×0.035=175元

7、电视广告：3天×100元/天=300元

8、大幅pop□3张×20元=60元

9、临时经费：100元

10、喷舞台背景：200元