

# 最新银行营销活动方案 营销活动方案(精选7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。方案的格式和要求是什么样的呢？以下是我给大家收集整理方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

## 银行营销活动方案篇一

本次活动以“件闹新春”为主题，旨在向所有客户表达本行与之分享美好生活、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。

以春节、元宵节为引爆点，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。

通过本次系列活动，全行个人银行业务力争在2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；速汇通竞争优势得到巩固和提高，促进业务持续快速发展，手续费收入新增创历史同期最好水平；自助设备存取款及其他代理业务交易量比同期增长15%。圆满完成各项业务指标。

20xx年1月30日——2月20日。

活动主要包括以下内容：

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。“件闹新春.自助服务送好礼”活动期间持我行储蓄卡在全国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。

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交行指定地点领取相应标准的礼品，领完为止。刷卡消费达100元(含)以上，赠送价值10元礼品;刷卡消费达500(含)以上，赠送价值50元礼品;刷卡消费达1000元(含)以上，赠送价值100元礼品;刷卡消费达20xx元(含)以上，赠送价值200元礼品;由于活动时间为期一个月，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。

随着服装促销目的的不同，服装促销计划有下列不同的种类：

一般而言，为营造卖场的气氛与动感，应以年度为计划基准，规划年度服装促销计划时程，并且以下列为主要重点：

专卖店与消费者接触最为亲密，公司与消费者之间是有赖营销沟通策略的展现，每年推出不同主题的营销策略，可以建立消费者对品牌形象的认知更为肯定，因此年度服装促销计划结合营销策略，将可以使得品牌形象更加强烈，消费者对品牌好感度增加，同时结合营销策略也能使得资源运用更为集中，具有延续效益。例如某休闲服饰店年度营销沟通策略主题为“社区生活伙伴”，举办的服装促销活动以社区为主要目标群体，表现出对社区的关怀与共同生活的信念，因此举办“社区休闲大赛”服装促销活动，以凝聚社区情感，并且增加社区消费者对本店的好感度。

任何品牌几乎都会有季节趋势的特性，对于业绩会有不同比率的变化，因此在年度经营计划应已考虑此特性，当然服装促销活动的规划必须要考虑淡旺季的影响，淡季的服装促销活动除了会延缓业绩下降外，并可以尝试以形象类服装促销活动，来增加品牌形象的认知，旺季的服装促销活动因竞争较为激烈，通常以业绩达成为主要目标。

节令包括国定假日与非国定假日，国定假日型例如国庆日等，非国定假日例如情人节、母亲节、父亲节等，另外中国传统习俗节令也是不能忽视的。

年度服装促销行事历是以年度营销计划为策略始点，将整年度的服装促销活动，以行事历的方式表达，目的在使得品牌以策略的观点充分掌握年度服装促销活动的重点，同时也能以整合性的营销策略规划服装促销活动。

所谓主题式服装促销计划是指具有特定目的或是专案性服装促销计划，最常使用在店铺开业、周年庆、社会特定事件以及商圈活动。

店铺开业代表新通路点的开发以及服务地区的延伸，为专卖店的一大要事，开业期间能吸引多少顾客，会影响未来店铺营运的业绩，因此通常店铺开业期间会搭配服装促销活动，以吸引人潮并且刺激购买欲望。店铺的经营有赖顾客的维系，因而顾客资料相当重要，所以在开业期间的服装促销活动就得在此多费心思，不妨利用开业服装促销留下顾客资料，作为未来商圈耕耘的基础。

店铺既然有开业，当然也有周年纪念，因此周年庆的服装促销活动成为目前最常被炒作的话题。虽然周年庆年年都有，若是能多加一点创意，多用点心，仍然可以走出刻板的模式，创造出新鲜感的话题。

专卖店除了销售外，就另一种层面而言，也是资讯信息流通

中心，是以专卖店对于社会发生的事件，必须时时保持敏感度，平时与顾客接触时可当作闲聊话题，拉近彼此距离建立情感，遇某一事件发生时，也可以举办服装促销活动，一则表示企业关怀社会，一则刺激购买提高业绩。

零售店的经营具有区域性，商圈顾客的掌握为最根本之道，连锁店虽然拥有多家店经营的规模利益，仍不能脱离商圈耕耘的基本动作，因此商圈活动必然成为未来区域经营的重点。

业绩是专卖店维持利润来源最主要的管道，也是代表品牌在竞争下市场占有率的态势，营业人员每日所为即是在确保业绩的达成，因此以月为单位，以周为单位或以日为单位，都应设立预警点，若发现到达预警点即以服装促销活动来弥补业绩的缺口，为了能有效而准确地达到目的，平日应建立“服装促销题库”，遇有状况即能派上用场。至于预警点的设立标准，则会因各业态及专卖店特性而有差异，不妨以过去正常业绩趋势为参考值；某店铺在当日下午六点累积业绩通常为该日业绩的60%。诸如此类，以专卖店特性，建立预警点的参考值，对业绩的达成有相当大的帮助。当然设立预警点不能一成不变，必须随时参酌每一个时点的各种因素，才能符合当时的效益。

经营本身是动态的，在市场的激烈竞争之下，专卖店随时要有接受挑战的准备，由于连锁店的蓬勃，竞争的加速化是可以预期的，消费者长期地笼罩在服装促销的诱惑，竞争对手的服装促销活动很可能使得我们的顾客流失，造成业绩的减少，必要的对抗性服装促销活动因此而产生，由于对抗性的服装促销活动通常较为紧急，可运用的时间较短，若能平日建立“服装促销题库”，在面对应变时，将可以立即运用。

经过上述阶段的策略思考之后，接下来便是拟定服装促销方案，服装促销方案的内容包括以下的项目：

只针对某一群消费者举办的服装促销活动，以便拟定最适合

的服装促销手法。

主题的设置必须具有创意性、话题性，若能创造出口语或标语，则可兼具广告效果。

诱因是指消费者获得的部份，例如赠品、折扣等，诱因的大小要同时考虑消费者的接受度，以及企业成本的负担。

参加条件是界定哪些消费者可以参加，以及如何参加此服装促销活动，例如：购买金额满300元可参加抽奖。

活动期间指服装促销期间的设定，依过去经验及消费行为特性，决定长短合适的活动期间。

媒体的运用是指通过讯息传递的管道，将服装促销的讯息传达给消费者，由于讯息是否准确且即时的传达给消费者，对于服装促销期间的来客数会有相当的影响，因此必须谨慎地评估及选择媒体。

## 银行营销活动方案篇二

通过“xx红酒x神秘之旅”迎中秋大型抽奖酬宾活动，来拉动红酒销量，提高品牌知名度。

9月初至9月26号

各大商超卖场以及娱乐夜场

买任意一款xx红酒产品，即可参加“xx红酒x神秘之旅”迎五一大型抽奖酬宾活动，一等奖为免费获得全免“xx红酒x神秘之旅”（双人游）优惠卡一张；二等奖为享受三折“xx红酒x神秘之旅”（双人游）优惠卡一张；三等奖为享受五折“xx红酒x神秘之旅”（双人游）优惠卡；四等奖为享受七折“xx红酒x神秘之旅”（双人游）优惠卡；五等奖为享受九折“xx红酒x神秘之

旅” (多人游) 优惠卡。采取分批抽奖的方式，五天抽取一次。

五一节期间，七天长假正是旅游消费的黄金时节。对于处于淡季中的红酒销售来说，这可能是一个销售的高潮。为此，我们把市场推广活动同黄金周旅游结合在一起，推出“xx红酒x神秘之旅”迎五一大型抽奖酬宾活动，来刺激消费者购买xx红酒。此方法还可以用于四月份对k/a终端服务员的销售促进奖励。

实际上“xx红酒x神秘之旅”活动，由我们自己来组团，利用公司总部在云南的优势，这样一来，成本费用便大大降低，可以让更多的人参加进来，扩大活动轰动效果。旅游路线为长沙xxxxxxx红酒酒庄。弥勒县(参观xx红酒种植园及生产线)xxxxxx昆明xxx长沙，共计三天两晚。通过与某旅行社挂靠(名义上是该旅行社和我们联合促销，)开辟这条旅游线路，然后从某大学招聘两名旅游专业的学生做我们的兼职导游即可。

云南引人入胜的风土人情对旅游者来说有着相当大的吸引力，我们的前期宣传工作中，故意不告之具体的出行线路。调足消费者的胃口(神秘之旅之神秘所在)。宣传中特别强调此次活动中奖面大，甚至优惠卡不限本人使用，凡中奖者可以免费获得九折优惠的增补名额，极大的刺激消费者的博、彩心理。

媒体投放□tv□fm□报纸、卖场pop等

有效控制中奖面，确定旅游团的大约人数。

获得总公司/弥勒县旅游局的支持，(新兴的农业生态旅游和红酒文化旅游有可能成为弥勒县新的经济增长点)

预定招待所/酒店及火车票。

一路上举行相应的小型活动，让团员们心情愉悦。如果他们旅游愉快满意，那么他们将是xx红酒重要的口碑传播者。（因为他们是xx红酒酒庄的亲历者）

## 银行营销活动方案篇三

### 一、春节营销活动的目的：

2月2日，是中国农历新年的日子，称为春节。随着节日的来临，春节的气氛在中国逐渐浓烈起来，新一波的`消费热潮即将来临。

春节是全国性的节日，是中国一年的伊始，在人们心中是非常愉悦、欢庆、盛大的节日。节日期间人们一家团聚、到商场购物、亲友间互送礼物等活动，各品牌竞相营销以提高销售业绩。

春节对于爱就推门品牌来说都是一个表现品牌玩具活力、品牌玩具特色的重要节日!通过本活动刺激消费，促进销售，提高品牌知名度，增加老顾客的大好机会。希望通过营销方案给大家的营业额带来新高，让大家更有信心面对以后的经营。

二、活动对象：爱就推门会员客户，爱就推门新顾客。

三、营销活动的主题：爱就推门迎猪年 送大礼

四、营销活动的形式：

#### 1、春节前7-15天与顾客的联系

在1月18日春节前，各加盟店主通过发送短信对爱就推门会员顾客发送祝福，加强品牌与顾客的沟通联系！

圣诞祝福短信(例)：

例一：如期而至的不仅是新年，还有幸福和快乐，日渐增长的不仅仅是年龄还有友情和健康，爱就推门玩具一如既往深深的祝福：猪年万事如意！

例二：总有起风的清晨，总有温暖的午后，总有灿烂的黄昏，总有流星的夜晚，总有一个人在祈祷世界上所有的美好全部属于你！爱就推门祝你猪年快乐，心想事成！

## 五、营销活动时间与地点

营销时间□20xx年1月18日——20xx年2月18日

营销地点：全国各城市自营店及特许加盟店

## 六、营销方法

方法一：

1. 活动期间，全场部分特价商品七-八折酬宾。
2. 活动期间，爱就推门会员顾客凭卡到原发卡店领取精美新年礼物一份，每卡仅限使用一次。

备注：建议迪士尼小球，沙画等，或者礼物可以是福字，糖果加盟商自己购买。数量有限，送完即止。（加盟商自选）

3. 新客户购满200元加1元送爱就推门书包一个。（数量有限，送完即止。）
4. 每天由店主对来店里的小朋友进行糖果大派送。

方法二：

1. 购买玩具满49元均可获赠爱就推门精美福字一张。

2. 凡在我店购物满98元的顾客，即有机会店门口处参加一次抽奖游戏活动，188元以上两次，我们的奖项设置有：

3. 最高幸运奖：全场任选价值50块玩具礼品一份。

4. 幸运奖：获得书包一个。

5. 参与奖：奖纪念品一份，每日限量，先到先得，送完即止。  
(气球等礼品)

备注：抽奖箱可以找一个纸箱来美化一下即可，里面的纸条需要按照店里实际奖品数量比例设计)

## 七、广告配合

广告以海报与pop形式配合。店铺的海报□pop同样以红色主色调和兔子吉祥物为主打，装饰整个卖场。

## 八、早期的准备工作

### 1. 营销活动现场节日气氛的渲染

春节的主色调：春节以红、白、黄三色为春节色，春节来临时家家户户都要用红色来装饰

#### a. 卖场氛围

整个营销活动期间，以“春节歌”为音乐背景。长期以来，一直流行的春节歌主要有：《恭喜你》《恭喜恭喜》、《恭喜发财》《迎春花》，还有其他一些，用这些喜庆音乐营造一种春节的氛围！

#### b. 货架布置

以春节元素为主，辅以其他元素。

2. 店主的糖果派发。（糖果自行购买）

## 九、活动的中期操作

1. 在操作过程中，所有顾客会员卡领取礼品一份，不可多领；新顾客购满200元加1元，送书包一份。如顾客对本次活动有任何疑问，终端店主因详细说明。礼品赠送只在活动期间执行。

## 银行营销活动方案篇四

x酒吧南山分店

11月x日— 11月x日

xx大道西海岸大厦一、二楼

x酒吧

吧友聚会

x酒吧

xx交友中心

x酒吧南山店

11月x日（星期六）晚9：00开始

x酒吧南山分店—南山南油大道西海岸大厦一、二楼

aa男士100女士50（此费用包括入场费及酒水、酒吧小吃）消

费共同开支，多退少补

人数不限，男女不限，年龄不限，贫富不限

电话：

参加方法：电话报名跟贴报名

感恩节的由来要一直追溯到美国历史的发端。1620年，著名的“五月花”号船满载不堪忍受英国国内宗教迫害的清教徒102人到达美洲。1620年和1621年之交的冬天，他们遇到了难以想象的困难，处在饥寒交迫之中，冬天过去时，活下来的移民只有50来人。这时，心地善良的印第安人给移民送来了生活必需品，还特地派人教他们怎样狩猎、捕鱼和种植玉米、南瓜。在印第安人的帮助下，移民们终于获得了丰收，在欢庆丰收的日子，按照宗教传统习俗，移民规定了感谢上帝的日子，并决定为感谢印第安人的真诚帮助，邀请他们一同庆祝节日。

## 银行营销活动方案篇五

\_\_珠宝十周年庆浓情献礼“诺爱一生”系列美钻特价促销，寓意：“永恒承诺钟爱你一生一世”

x\_\_年12月)日至x\_\_年1月\_\_日

圣诞节、元旦这两个节日没有特定的消费群体，且活动的持续有效期较长，价格战无疑是争取消费者的最佳方法。采用节日期间推出特定款超低特价的商品增加柜台前的人气，从而可以吸引跟多的消费者。

“诺爱一生”系列美钻

款式风格：

均以经典、高贵、简单、优雅、大方为主。

销售对象：

首饰名称寓意非常适合新婚佳人选购，款式风格同样也适合大众消费者佩戴，所以适销对象广泛。

主钻定位：

10分，15分□x分，款式共10款(10分五款，15分三款□x分两款)。

活动地点：

珠宝全国各地专卖店/柜

恒久钻石见证美满婚姻

随着\_\_珠宝形象代言人、著名影星蒋雯丽主演的电视剧《中国式离婚》的热播，人们对婚姻方面的讨论越来越多，这些讨论最终都集中到婚姻的宽容和信任的问题上，人们普遍认为婚姻不能持久的原因在于双方不够信任和宽容。

钻石是恒久的，将钻石的恒久与婚姻的恒久联系起来就构成我们新款--“信守”系列钻饰的情感主题，同时也构成此次促销活动的情感诉求点，我们是用带有恒久情感内涵的\_\_钻石以签约的形式保障人们婚姻的长久，我们通过“恒久”这一宣传点将钻石和婚姻联系起来，逐步形成与国际接轨的钻石消费文化，对行业的销售方式和消费文化也是一个创举，在消费者心中及珠宝行业中扩大\_\_珠宝的知名度和美誉度，提高\_\_珠宝的品牌情感附加值。

1、活动内容：

## (1) 三年之约：

注：离婚证日期在购买之日后的离婚证才可作为退款凭证，且经\_\_珠宝全国加盟店/柜在顾客居住地的民政部门调查确认后才可获退款(在购买前协议离婚者不在退款范围之内)。

## (2) 牵手十年：

凡签约后十年仍然相依相守的`夫妻将会获得\_\_珠宝送出的精美婚庆纪念首饰，而且会在婚庆纪念日获得\_\_珠宝的祝福及精美礼物，还可经常参加\_\_珠宝举办的各种联谊活动等等。

## 2、造势宣传：

(2)x\_\_年12月23日-x\_\_年1月1日(元旦)-x\_\_年1月15日-x\_\_年2月5日在当地发行量的日报或晚报刊登活动宣传广告(1/8版-1/4版)，扩大活动的覆盖面和影响力，主题是“\_\_珠宝恒久钻石保障婚姻”

(3)活动期间不定期在电视台做活动宣传广告，还可在黄金时间以字幕的形式在电视台上做活动意义、参与细则、各地专卖店/柜地址及电话的详细广告。

1、\_展架：65元×2=130元，条幅：150元；

2、宣传页(dm)005元/张×1000份=500元；

3、婚庆纪念日礼物费约：30×100=3000元；

3、媒体宣传费：5000元左右(各地不同可根据当地情况重新预算)；

4、总计：8780元。

另：

活动控制与推广问题说明：

6、印制50元或100元的现金优惠券，同时在后期通过与其他强势非珠宝类品牌经销商、酒楼、歌厅等合作，顾客在以上店面消费时即可赠送我们的现金券，以多方扩大顾客源。

## 银行营销活动方案篇六

2011年至2014年，库区惟一主流媒体三峡都市报已经连续四年成功举办了8届三峡库区大型车展，规模一次比一次大，影响力一次比一次高。

汽车消费生活玩乐

主办单位：三峡都市报社

执行单位：重庆市艺龙广告公司

3月9日——4月17日

扩大库区各大汽车品牌的知名度和美誉度，丰富线上活动。

XXX

XXX

5千元/年/家

2、全年365天为汽车经销商 unlimited 提供资讯发布、活动发布等信息；

4、经销商促销车型进入“车行三峡”微小店进行展示销售；

5、参加三峡都市报举办的春秋两季三峡库区汽车消费展，每个车位优惠100.00元；

6、三峡都市报车行三峡组织的自驾活动优先考虑经销商参与介入；

7、三峡都市报车行三峡组织的公益活动优先与经销商合作；

## 银行营销活动方案篇七

金秋九月，温情四溢，一年一度的教师节又如期而至。作为餐饮经营者，“金九银十”的说法已是业内经营盛典，九月是播种的季节，九月是收获的季节，九月是营销的‘黄金季节’。鉴于此，刘一手公司运营中心特制定了教师节的营销宣传策划，希望对重庆刘一手各分店的经营能提供部分参考建议。

9.10教师节的营销宣传对于我们来说，并不只是针对教师这一特定的群体，而是要以教师节为契机，为秋季及冬季消费旺季的登场鸣锣开道。针对这一节日，各分店可做好此次活动的宣传工作，借此次机会获得广大消费者的认同，为日后经营做好前期的铺垫工作。

一、：

千声赞语谢师恩，一片真心刘一手——祝老师们身体健康、节日快乐！

二、：

1、扩大刘一手火锅的知名度、提升连锁经营的品牌效益；

2、借助教师节做好日后经营的宣传工作，打开刘一手火锅的销售局面；

3、庆祝“教师节”，让教师们过一个有滋有味的节日，提高刘一手的亲和力。

三、活动时间：9.8-9.10

四、：

1、感恩榜

针对对象：9月8日---9月10日来店消费的顾客；

设计制作：在店外张贴“感恩榜”，格调要庄重、大方，让上榜的顾客有荣誉感。

费用预算：100元

2、感恩“连连跳”、感恩“连连跳”

针对对象：9月8日---9月10日来店消费的顾客；

具体内容：

9月8日，中午菜品6.8折，晚上菜品7.8折；订座包席获赠1.25l可乐1瓶，啤酒2瓶。

9月9日，中午菜品7.8折，晚上菜品8折；订座包席获赠1.25l可乐1瓶及1.25l统一鲜橙多1瓶，啤酒2瓶。

9月10日，中午菜品6.8折，晚上菜品7.8折；

订座包席获赠1.25l可乐1瓶及1.25l统一鲜橙多1瓶，啤酒2瓶，并可在包房用餐，免收包房费。

9月8日---9月10日，凭教师证可享受6折优惠，并可享受其他

优惠活动。折优惠，并可享受其他优惠活动活动。

执行方式：活动所赠送的酒水、饮料可与供应商协商合作，把本店费用降到最低；

费用预算：1000元

### 3、幸运数字9、10

活动对象：9月10日来店消费的顾客；

具体内容：9月10日，来店消费的消费者的年龄(整十、带九)、生日(9.10过生日)、手机号(尾数为九)、车牌号(带九)、证件号码(尾数为九)、本次消费金额(整十、带九)；执行方式：满足上述条件的顾客均可获得幸运礼品一份，但须持有效凭证并在前台登记，方可领取礼品；礼品设置：夏季消暑、降温败火、刘一手小礼品。

费用预算：300元

### 4、赠送活动

活动对象：各大中小学校的老师；

执行方式：每位教师凭教师证到前台登记后，即可领取礼物一份；

礼品设置：金嗓子喉宝、夏季消暑药等物品，礼品的设置主要侧重于与教师的执教活动相关的物品，并体现对教师教学活动细节的关心，提高刘一手的亲和力。

费用预算：300元

### 5、真情点歌(有条件的店可选用)、真情点歌(有条件的店可选用)

执行方式：凡来店内消费的顾客要求点歌，均可到前台或是向服务员说明所点歌曲的名称，所送对象等相关信息。再由店内人员加以播报，同时送出刘一手亲情卡；设备配置：店内须提供主持人、歌单、音响设备等。

费用预算：200元

## 1、店面设计

(1)整个店内要布置得喜庆、欢乐、温馨，可用大型海报、广播及气球、彩带、花束进行装饰，主要表现在：大量气球悬挂于店堂顶端；大型海报张贴于店内墙壁、墙柱上；彩带、花束可贴于店内植物盆栽及墙壁上。

(2)并可在店内粘贴有关教师节的温馨问候语及祝福语。

(3)店前入口处粘贴大型pop海报，悬挂大型条幅，以配合店内的气氛。(4)在活动期间，店内员工的发饰、化妆应活泼、欢快。

## 2□dm宣传单派发

(1)各店根据实际情况，确定所派发的传单的数量；

(2)人员派发：由店内的工作人员在人员聚集的广场或学校派发宣传单及刘一手的餐巾纸，宣传单应包括此次优惠活动的內容，工作人员须着工作服。

3、分店各部门按策划方案做好营运工作，按此次教师节进行海报、传单样图的制作，做好活动前赠品、礼品的准备并保证质量。

4、店内员工须熟悉活动的具体内容及操作方法，并能熟练地向顾客解释说明。

5、礼品可以统一放置在前台或是橱窗内，顾客持有效凭证领取时，应及时登记备份。

1、以上方案仅供参考，具体实施方案由各分店决定。

2、活动期间客流量增加，应做好人员的安排和菜品的配备。

3、因此次活动既是留住老顾客也是发掘新顾客的良好时机，活动期间菜品的质量、份量应有保证，获得良好的口碑，建立长期店客关系。

4、海报及宣传单的版面设计由各店在当地制作商处进行制作。

六、设计参考：设计参考：

1、横幅(丝印)，规格□2mx0.6m

2、感恩榜的制作，规格□2mx2m