

2023年银行节日营销活动总结 手机银行 营销活动方案(通用7篇)

总结的选材不能求全贪多、主次不分，要根据实际情况和总结的目的，把那些既能显示本单位、本地区特点，又有一定普遍性的材料作为重点选用，写得详细、具体。那关于总结格式是怎样的呢？而个人总结又该怎么写呢？以下是小编为大家收集的总结范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

银行节日营销活动总结篇一

广告促销：树立良好的银行形象，建立银行个性化特征，建立客户对银行的认同感，指导员工更好地为客户服务，协助营销人员更好的工作，以介绍为目标，以说服为目标，以提醒为目标。

完成交易，向客户提供售后服务，坚定客户的信心。

银行节日营销活动总结篇二

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□XXXX—XXXXXXX

以上活动内容最终解释权归xx县xx村镇银行xx支行所有。

银行节日营销活动总结篇三

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

银行节日营销活动总结篇四

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。

银行节日营销活动总结篇五

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。经历史发展，七夕被赋予了“牛郎织女”的美丽爱情传说，因被赋予了与爱情有关的内涵，使其成为了象征爱情的节日，从而被认为是中国非常具有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。

为了庆祝传统节日，xx农商银行域城支行特开展“相约七夕，农商有情”活动。

活动时间：20xx年xx月xx日

活动一：“为爱存款，就我爱你”

凡活动期间在我行存入9521元以上的、6个月以上的定期存款可以获得玫瑰花一支，并抽奖获得精美礼品。

活动二：“电子银行，爱不等待”

凡活动期间在我行新开智e通、刷脸付、手机号码支付、云闪付、聚合支付等电子银行产品的客户，可以获得玫瑰花一支，且可以参与“彩球大作战”抽奖一次。

快带上你的小宝贝来农商银行办理吧！

存款选择xx农商银行，利率高，活动多，安全有保障。

贷款也选xx农商银行，利率低，产品多，方便又快捷。

服务热线：xxxx—xxxxxxxx

银行节日营销活动总结篇六

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。

银行节日营销活动总结篇七

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。

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、广大教职员员工和学生代表

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