

银行年度社区活动方案 银行进社区活动方案(优质5篇)

为有力保证事情或工作开展的水平质量，预先制定方案是必不可少的，方案是有很强可操作性的书面计划。我们应该重视方案的制定和执行，不断提升方案制定的能力和水平，以更好地应对未来的挑战和机遇。下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

银行年度社区活动方案篇一

一是举办金融知识现场咨询服务活动，通过在营业部、中央街两家一级支行集中设点，设置宣传展板、派发宣传资料、播放服务客户宣传片、开展有奖咨询、有奖竞答、进行广场文艺表演等宣传形式，为居民提供金融知识咨询服务。九三支行还开展了金融知识进社区、进超市、进企业、进校园、进农村“五进”活动。

二是创办金融知识流动学校，通过设置流动宣传车、利用媒体网络等方式创办金融知识流动学校，着力扩大宣传范围。风景区支行开通“金融知识号”景点观光车进行金融知识宣传；通林支行摘录《金融知识进社区》系列宣传手册内容，通过短信回执的方式将金融知识发送给手机用户。

三是确定定点联系社区，建立金融知识服务站。选择爱辉镇、锦河农场、作为金融知识宣传定点联系社区，与社区居委会建立长期合作关系，建立金融知识服务站。通过在定点联系社区显著位置悬挂宣传横幅与标语、设立定期更新的金融知识宣传橱窗、建立金融知识宣传书屋、在中央街支行举办的针对对公账户财会人员反_金融知识讲座，更增加了许多便民金融服务等方式进行的金融知识宣传。

据不完全统计，一个月下来，各个举办金融知识进社区活动

现场接受咨询人数达6000余人，建立定点联系社区4个，其中包括：爱辉区的鹿源春社区、常海社区、花园社区、热电社区。设立爱辉、锦河、九三、通林、风景区、沾河等金融知识宣传橱窗6个，发放各类宣传资料达0余份。

银行年度社区活动方案篇二

为提升公众金融安全意识和金融知识水平，营造良好的金融服务环境，根据中国银行业协会关于开展20xx年度“普及金融知识万里行”活动的通知要求，我行于4月组织开展了“金融服务普惠公众服务月”专项宣传活动。现将有关情况报告如下：

一、组织安排

为确保本次“金融服务普惠公众服务月”宣传活动顺利开展，总行零售业务部负责全行宣传活动的统一部署、组织和协调工作，下发了《关于开展“金融服务普惠公众服务月”专项宣传活动的通知》，明确活动目标，要求总行营业部、各区域管理总部及各分行零售业务部安排专人实施具体活动方案，负责对整体活动情况进行推进、跟踪及总结工作。

二、活动总体情况

1、参与情况

4月，全行各地区分支机构均积极响应、全员动员，认真组织并开展了本次活动。据统计，全行共230余家网点参与了本次活动，累计开展不同形式及规模的活动超过300次，发放各种宣传资料6000余万份，参与员工数约1500人，受众客户群达到近8000人次。当月活动主要分为4月1日集中宣传日和服务月期间宣传活动，活动形式主要包括集中宣传日核心地段设摊、本行网点宣传、进社区宣传和利用多媒体渠道开展金融知识宣传等。

2、集中宣传日核心地段设摊宣传

4月1日集中宣传日，上海地区各经营单位分别在辖属行政区域内各选定一个位于主要核心地段、人流密集区域的网点或网点户外区域设立宣传台，进行设摊宣传活动，不仅包括上海市区繁华的人民广场、南京西路静安寺商圈、徐家汇商圈、四川北路等，而且覆盖了崇明、金山、奉贤、青浦等郊县区域。各地分行参与网点则至少覆盖到了分行所在市域。通过设置宣传咨询台，向客户普及银行卡、理财服务、自助渠道、中小企业贷款、服务三农等银行业务知识，重点结合我行理财服务特色、服务流程等展开宣传，并接受金融消费者咨询。

3、网点宣传

各参与网点在网点内服务台等位置摆放“金融知识万里行”活动宣传手册、我行“慧财”理财产品、“金桔贷”个人消费贷款等宣传资料。网点由路支行行长负责，大堂经理、大堂副理、客户经理等骨干人员参与共同组成宣传队伍，向客户发放宣传资料，普及银行卡、理财服务、自助渠道、中小企业贷款等银行业务知识，并接受金融消费者咨询，针对客户提出的疑问与困惑一一进行详细解答。

网点在做好金融知识普及的同时，结合我行的业务特点及相关产品优势开展宣传。一是重点宣传银行卡和自助渠道，使用我行美好生活卡在atm上取款不收手续费；输错密码不吞卡等养老客户的专享服务；使用我行网上银行进行同城、异地跨行转账手续费每笔均为1元等普惠活动。同时，引导客户至“网银体验区”，专为客户使用的电脑随时开放。由于首次注册个人网银步骤较为繁琐，虽然在u盾包装盒内有图文并茂的向导，但是对于不擅长使用电脑的中老年客户来说，仍然困难重重。网点大堂服务人员耐心帮助，许多客户完成了使用个人网银的所有准备工作，得到了客户一致好评。二是重点结合我行理财、个贷服务特色、服务流程等展开宣传，例如，很多郊县居民对于理财业务了解甚少，赵巷支行把我

行理财产品以题板形式向客户列明，对于客户有疑问的地方，给客户一一解答。又如，客户姜先生在天山支行网点咨询时对我行的“金桔贷”业务非常感兴趣，客户经理就该客户的需求和资产情况进行分析，就金桔贷的四大特点和姜先生做了详细的介绍，在得知姜先生是我*贷客户，子女拟留学需资金周转，其条件已符合金桔贷的要求，就客户的具体贷款需求再做进一步计划和明确后，邀约客户至我行办理快捷融资，留下客户联系方式后，姜先生连连称赞。

4、进社区宣传

为加强宣传效果，各经营单位积极部署，做到每个网点“走出去”，走进社区、走近市民，组成专业的宣传团队，主动为社区市民、企业客户提供上门金融知识普及服务。

浦东分行德平路支行于活动月期间在黄山三居委开展了普及金融知识活动，首先，由网点客户经理向客户介绍我行各种理财产品、基金，不少人对我行的理财产品、基金产生了极大的兴趣，表示将会到网点购买理财产品，活动取得很好反响。其次，由德平路支行大堂经理介绍德平路支行新网点的地理位置、交通情况，以及上海银行经营的范围，并向客户介绍反*的技巧和防诈骗要点，用德平路支行成功堵截诈骗的案例生动的教会客户如何去识别诈骗，告诉客户勿轻信别人的忽悠，保持清醒的头脑，确保资金的安全；同时，还介绍了我行信用卡的特点和优势，大堂经理用自己亲身体会讲解使用信用卡的好处，起到了非常好的效果，当场办理信用卡18张。

宁波分行营业部、宁波海曙支行、宁波鄞州支行、宁波江北支行分别进驻天官和庭社区、幸福苑小区、繁景花园、堇山路三江等宣传点宣讲金融知识。

杭州分行辖属绍兴支行小企业个人业务部4名员工在柯桥高档写字楼财智国际大厦一楼大厅进行“金融服务普惠公众服务

月”宣传活动。活动期间，支行理财经理与写字楼中的公司老总及公司员工等进行面对面的交流，推广理财知识、介绍金融产品。活动现场，客户前来咨询网上银行、投资理财、外汇买卖、信用卡等金融产品的业主络绎不绝，理财经理向业主们作了耐心详细的解答。通过在写字楼门口分发宣传资料、赠送小纪念品，将上海银行专业化的服务传达给客户，受到了广大客户的欢迎与好评。

苏州分行营业部联合苏州独墅湖图书馆，组织金融知识展览和少儿航模比赛。约有30组家庭、50多人参加，在集中宣讲时客户踊跃提问，积极参加互动。客户反映，通过活动父母和孩子了解了很多金融知识，孩子还参与了航模制作，收获不小。活动吸引当天借阅读者驻足观望，对活动的形式和内容给予了肯定。

5、利用多媒体宣传渠道开展金融知识宣传

全行280余家网点、300多块户外电子显示屏滚动显示本次活动标语：“上海银行‘普及金融知识万里行’活动火热开展中！”形成一道亮丽的风景线。

三、活动中涌现的小故事、典型案例

活动期间，一位年近七旬的阿姨来到咨询台前，拿起我行理财产品宣传单仔细翻看起来，大堂经理主动上前介绍，未想老阿姨开口便说：“你们的产品收益太低了，我昨天被别人请去吃了顿饭，人家介绍给我的产品一年有10%呢，我本票刚刚开好，准备去买了。”大堂经理一听便觉事有蹊跷，于是与老阿姨攀谈起来。谈话中得知，这位阿姨是参加了一个连自己都叫出不名字的投资公司设的饭局，所谓的理财产品投资方向也不清楚，只知道有一个律师参与，美其名曰“保证这些小股东的权益”，会有律师监管资金流向。我们大堂经理问是否是信托产品，阿姨说肯定不是。在这种情况下，我们基本判定这位阿姨是受骗了，于是跟老阿姨耐心讲解我们

银行理财产品的收益状况，产品的运作原理等等，跟阿姨解释一年10%的产品风险非常大，不适合她现在的状况购买。这位阿姨还是不肯相信我们，于是，我们又做通阿姨工作，让她打电话给家里小辈说一下这个事情。正在上班的女儿一听老阿姨这样说非常着急，让我们无论如何不能让老人把这本票交给所谓的投资公司。同时，她让老人告诉她投资公司的名字、地址等，在网上帮她查询，后来发现在南苏州河边根本没有这样的公司，老人这才开始有所怀疑。我们银行工作人员也趁热打铁，劝阿姨不要着急，拿着本票先回家，再和子女商量一下，另外也领一份我们的理财产品回去做对比。“年纪这么大了，利息少一点总比本金都没有了要好吧，否则到时候要急出毛病的。”通过大堂经理的不断劝解，老人想想有些道理，拿着我们银行的宣传资料回家了。

虽然这位阿姨并非我行客户，但能帮助她挽救自己这么多年的积蓄，也正体现出了“普惠大众”的理念。

四、活动效果评估

活动整体达到了预期效果，有效加深了公众对银行金融知识的认知和了解，向公众传递了先进的理财理念，宣传了各种现代金融工具带给生活的便捷与改变，提升了公众金融安全意识和风险认知能力，提高了文明优质服务的质量和效率，积极展现上海银行品牌形象。

本次活动拉近了我行与网点周边居民的距离，传递了我行为民服务的理念，凸显了“市民银行”的形象，同时，扩大了网点对周边社区金融知识传播的辐射力度，扩大了我行影响力，市民纷纷表示希望银行多举办类似的宣传活动。

银行年度社区活动方案篇三

20xx年6月xxx日四天

xxx售楼处内

用礼品券形式发放给近期拓展的意向客户、会员客户，及少量泛客户，计划发放客户200组。

线上推广：只推广活动销售信息及来访有礼，不推广礼品券信息

电话告知：拓展组以及案场销售进行电话通知，针对客户来访计划分配给各职业顾问。

1. 包粽子展示（19-20日两天）：活动提供2名现场包粽子老师（该人员最好能包出不同性质及不同材质的粽子），及所需要的材料（粽叶，线绳，糯米，花生米，蜜枣等），进行现场展示；针对来访客户可跟随老师学习如何包粽子，客户包好的粽子可自行带走。

2. 端午民俗体验：端午节的传统民俗有挂艾虎、画额、佩长命缕、做香包、

跳钟馗、五彩丝绕手足腕、饮蒲酒、雄黄酒、朱砂酒等等。现场挑选两到三个民俗文化进行互动，例如，现场制作香包，擦拭雄黄酒、画额等来感受端午民俗。

3. 16公开认筹：从6月13日起至22日止，凡活动期内认筹客户均可享受日进二百金活动。

4. 来访有礼：凡到访登记客户均可领取精美粽子礼品一份。

5. 活动期间凡成功购房客户均送夏凉被礼品（同上房礼品相同）。

活动总指挥：

活动总策划：

银行年度社区活动方案篇四

本次活动以“端午营销”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。

“端午营销”。

端午节期间。

以端午节为引爆点，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“端午营销”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。

活动主要包括以下内容：

（一）“端午营销产品欢乐送”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、“端午营销，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xxx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xxx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、“端午营销，卡庆节日”

(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xxxx元（含）以上，赠送价值xxx元礼品；

刷卡消费达xxxx元（含）以上，赠送价值xxx元礼品；

刷卡消费达xxxxx元（含）以上，赠送价值xxx元礼品；

刷卡消费达xxxxx元（含）以上，赠送价值xxx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xxxx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、“端午营销，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）“端午营销，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“端午营销，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）“端午营销，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。

抓住端午节的有利时机开展“端午营销，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

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。

（2）切实促进个人储蓄存款业务

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。抓住端午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。端午节期间，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。

（3）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。

（四）“端午营销，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；同时抓住高端客户端午节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、端午节期间，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。

通过本次系列活动，全行个人银行业务力争在端午节实现以下目标：

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以往增长10%。

5、圆满完成各项业务指标。

银行年度社区活动方案篇五

在端午节来临之际，公司为了能够增添节日气氛，丰富员工生活，增加沟通与交流，增强员工归属感、团队凝聚力、集体观念，感受到大家庭的温馨，特举办迎端午-休闲聚会活动。

迎端午-休闲聚会活动。

2. 每个游戏开始之前由主场人员解说游戏规则，结束后让获胜组说出获胜心得，失败组说出不足之处，最后主场人员做出活动目的及总结。

1. 举办单位：

2. 活动对象：

3. 活动地点：

4. 活动时间：

1. 可以穿比较民族风的服装，或是具有民族特色的饰品；

2. 活动氛围要活泼、热闹、幽默、轻松；

3. 主场人员要活泼、开朗、幽默。

1. 集合签到、按总人数分为4队，小队长由员工关系小组成员担任

2. 集体合影，工作人员讲解安全注意事项

3. 各小队长到工作人员处领取食品

游戏名称1：猜谜语

游戏道具：灯笼、谜语卡（把谜语写在谜语卡上，打孔，串到灯笼上面）

游戏礼物：手机图案贴纸

游戏规则：

每个组是第几组。（多出来的人可以自由选择去那个组）

2) 由组长来领灯笼，每个灯笼上有一个谜题，可以领多个灯笼回去。

卡上交回来，回答对谜底，就把猜谜语的灯笼和一份礼品送给回答对的人。（可以把灯笼挂在宿舍里可是床边上）

4) 领回去的灯笼，如果猜到的谜语越多，礼品就越多。

就罚吃2个粽子，2个谜语猜不到就罚吃4个粽子，3个谜语猜不到就罚吃6个粽子，4个谜语猜不到就要罚吃8个粽子，而且必须在现场吃完，不可以打包回去。

6) 猜到谜语最多的组，每人都有一份小礼品。

游戏道具：纸条（上面个别的有写“中奖”2个字，大部分纸条上什么都没有）

游戏礼物：

游戏规则：

- 1) 由每组组长点数自己组有几个人，上台来拿几个纸条。
- 2) 组长把纸条分给每个人一个，然后打开看，如果纸条上有中奖的，就上台来，讲讲自己家乡都是怎么过端午节的，吃些什么东西，而且，自己往年都是怎么过端午的！（礼品一份）
- 3) 然后看有没员工自愿来讲讲，有关端午节的事情。（礼品一份）
- 4) 主场人或是 办公室里的人也上台1-2位，和大家互动一下，讲讲和端午有关的故事，最好是幽默、开心一点的事情。（礼品一份）

活动目的：增加员工的沟通和表达能力。

游戏名称3：真心话大冒险

游戏道具：

游戏礼物：

游戏规则：

活动目的：

游戏道具：节奏感觉比较强的背景音乐

游戏规则：

- 3) 回来的人都排成一横排，站在台前亮相，下台。

活动目的：培养员工性格方面，开朗、大方、学习能力强、敢于面对挑战。

游戏名称5：闲置物品展示

游戏规则：

- 1) 交换：把自己的闲置物品展示出来，如果有其它的人看到你的东西，喜欢某一样的话，你可以在对方的闲置物品里面挑选自己喜欢的东西，和对方交换，可以是等值、或是不等值的（不等值的可以私下协商），只要双方同意就好，不存在一定要交换同等价值的东西，毕竟是属于闲置物品，放的越久，就有可能越贬值。
- 2) 赠送：可以把东西送给自己认识的人、或是想交识的朋友，做为纪念品。
- 3) 观众：对于来参加活动但没有带闲置物品的员工，如果看到其他人的物品中有自己喜欢的，可以私下协商，或交换，或交易。

活动目的：让员工之间多一些沟通交流，能够认识多一些朋友，同时也解决了大家每个人都有的闲置物品的问题，让这些在需要的人的手中。

结束合影、清场

1. 活动统筹：
2. 主场人员：
3. 工作人员：
4. 海报、横幅制作：
5. 道具准备：
6. 礼品购买：

7. 拍照/录像：

8. 放音乐：

9. 安全维护及用车安排：

1. 道具：灯笼、谜语卡、笔、纸条、

2. 获胜奖品：手机图案贴、

3. 礼品：香包、五色线或红绳（参与人员都有）

4. 食品：水果、饮料、小吃、点心、咸蛋、粽子

5. 海报、横幅：

6. 其他：

总计： 元左右

整理文件，写出比赛总结，分享成果，总结经验（3个工作日内）。