

2023年网上银行营销方案(大全5篇)

方案在各个领域都有着重要的作用，无论是在个人生活中还是在组织管理中，都扮演着至关重要的角色。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

网上银行营销方案篇一

20xx年x月x日至x月x日

各支行、市行直属单位。

各行要以秋之祝福优质服务竞赛活动为契机，进行广泛深入的宣传和营销活动，安排和部署好竞赛的组织、策划、宣传和营销，促进储蓄存款业务的有效发展。同时，要加强服务的检查和监督，提高我行服务水平和社会知名度。

(一) 比服务。考核各行在营业网点的服务环境、服务手段、服务内容和服务质量等方面。

(二) 比营销。考核各行采取媒体广告、宣传条幅、街

头展销、发放宣传单等方面，向公众推介农行的个人业务品种的营销程度和宣传效果。

(三) 比管理。考核各行在执行各项规章制度，内部管理是否严格规范，是否有经济、刑事案件和重大事故发生，是否有服务方面受客户或新闻媒介批评、曝光的事件发生。

(四) 比贡献。进行定量和定性相结合，考核评比各行 储蓄存款工作。

1、比人民币储蓄存款旬均增长率。考核各行人民币储蓄存款

旬均增长速度。

2、比个人通知存款贡献率。考核各行通知存款业务系统占比情况。

3、比教育储蓄存款计划执行率。考核各行教育储蓄存款计划执行情况。

本次活动以各行xx年有关数据为基础，以市行项电为评比依据。

(一)量化指标计算公式

1、人民币储蓄存款旬均增长率

2、个人通知存款计划执行率

公式=考核期内个人通知存款增额/各行通知存款计划×100%

3、教育储蓄存款计划执行率

公式=考核期内教育储蓄存款增额/各行教育储蓄存款计划×100%

(二)记分办法

本次竞赛活动量化考核指标共设置500分，其中：人民币储蓄存款旬均增长率、个人通知存款计划执行率、教育储蓄存款计划执行率三项考核指标，每项各为150分，其他考核因素50分。

1、人民币储蓄存款旬均增长率。达到本行20xx年前6个月人民币储蓄存款旬均增长率得100分，每超过(低于)1个百分点的加(减)1分，最多加(减)50分。

2、个人通知存款计划执行率。达到本行个人通知存款计划的得100分，每超过(低于)1个百分点的加(减)1分，最多加(减)50分。

3、教育储蓄存款计划执行率。达到本行教育储蓄存款计划的得100分，每超过(低于)1个百分点的.加(减)1分，最多加(减)50分。

结果等为依据，最多加(减)50分。

市行决定对在秋之祝福优质服务竞赛活动中取得优异成绩的单位、集体和个人予以通报表彰，并集中人民币x万元用于奖励。

(一)根据综合得分评出前2名，市行授予xx行xx分行xx年‘秋之祝福’优质服务标兵单位，按名次分别奖励人民币x万元□x万元。

(二)根据单项业务发展排名评出xx行xx分行xx年‘秋之祝福’优质服务教育储蓄优胜单位一名□xx行xx分行xx年‘秋之祝福’优质服务个人通知存款优胜单位一名，各奖励人民币x元。

(三)各行从储蓄网点和储蓄员中分别择优推荐3名优质服务先进集体和优质服务先进个人，于12月5日前上报市行。市行将在各行推荐储蓄网点中评出前5个，授予xx分行xx年‘秋之祝福’优质服务先进集体称号，分别奖励人民币x元;在各行推荐的储蓄人员中评出前10名，授予xx分行xx年‘秋之祝福’优质服务先进个人称号，分别奖励人民币x元(同时推荐省行参加评比)。

做到行行有方案，所所有部署，人人都参与，力争在竞赛活动中取得优异成绩。

(二)提高服务质量，营造良好服务环境。储蓄业务能否健康、快速地发展，关键在于我们的服务质量和水平能否让客户满意，得到客户信任。为此，各行要对所辖营业网点服务质量、服务水平和安全设施进行全面检查，从而进一步提高一线员工的服务水平和服务质量，向社会展示农行的良好社会形象，增强同业竞争实力。

(三)做好个人金融产品的综合营销，要结合本行本地实际情况，充分把握时机，广泛宣传，开展一些既切入主题又形式多样的优质服务活动。

(四)在竞赛活动中，各行要严格遵守各项财经纪律和金融法规，严禁变相提高利率、高息揽储等不正当竞争行为。

(五)各行要成立竞赛活动领导小组，负责活动的组织、指导。要认真总结竞赛活动中的典型事迹，并将总结材料在12月5日前上报市行。

网上银行营销方案篇二

银行保险的市场营销策略是由一系列的决策和行动方案组成的统一体，其目的.是利用银行和保险公司双方的资料来完成经营目标。总结欧美银行保险的经营经验，营销策略的制定会受到银行品牌、销售渠道等四大要素的影响，忽视任何一个要素都会导致策略的失败。这四个要素对我国银行保险的发展有重要的启发意义。

一、品牌资产

银行保险的市场营销策略应该充分利用银行商誉对顾客的影响。客户普遍认为银行在咨询服务及专业知识等方面均优于保险代理人。合理的银行保险策略会充分利用银行良好的商誉，银行保险人将保险产品纳入到银行提供的产品中，并通过银行基本的通路进行销售。在欧美国家，银行的许多销售

渠道都是依靠银行良好的品牌支持才得以畅通。对于顾客来说，银行是金融服务的提供者。它不仅提供传统的银行服务，还提供个人风险管理服务。

二、销售渠道

银行保险的销售模式应该完成以下目标：首先，该模式能充分调动有关银行人员的积极性。第二，该模式能满足银行客户的金融服务要求。第三，该模式能够有效地利用现存的银行经营网点。第四，该模式能充分利用银行的其他销售渠道所提供的多种销售机会。最后，该模式能依据保险产品特点选择销售通路，使二者协调一致。

银行保险最突出的优点是有效利用银行现有的销售网点，节约经营成本。银行保险的经营使得每增加一个客户所带来的边际成本是可以忽略不计的。银行保险人削减了传统保险人因招募、精选、培训代理人所引起的巨额成本。这部分减少的成本可以通过降低保费使客户获益，从而增强银行保险人的竞争力；也可以保持保费不变而直接提高银行保险人的收益率。因为寿险市场的保险产品的需求价格弹性不大，因此银行保险人往往采取后一种决策。

三、技术

欧美的银行保险人均运用一定的技术来收集、分析银行数据库中的客户信息，并以此发掘客户的需求，开发出交易简便的保险产品。

通常银行所掌握的客户资料都隐含有客户购买习惯、经济地位及理财经验等重要信息，但这些宝贵的资产是许多银行，包括大型的经验丰富的银行都没能有效利用的。运用某种技术来处理这些有关客户经济行为的信息可以为保险产品的设计和营销提供有价值的线索。例如，客户通过向银行按揭贷款购买一套房屋，这一行为就与许多保险产品相关。就传统

的保险人而言，有关保单持有人的个人行为信息是难以获得的。即使获得也只能通过其代理人，而代理人可能为了自身的经济利益而阻挠保险人与客户的直接接触。

此外，银行保险人还通过技术尽量简化保险产品的购买程序，从而使得客户通过银行购买保险产品完全不同于传统方式购买保险产品，这个过程让人感觉更加愉快、轻松。用传统方式购买保险产品意味着频繁与代理人接触，经历繁复的承保过程，而这些过程在银行保险都可以省略。对于保险这种无形商品，购买过程本身就是产品十分重要的一部分。银行保险人应充分发挥技术的作用使购买过程更加简便、流畅。

四、企业文化

银行与保险公司不同的经济利益引起了企业文化的冲突，而银行保险的市场营销策略会反映出这种冲突。保险公司的经营策略中如果缺少银行的承诺，那么任何银行与保险的合作计划都将失败。要使得银行承担义务，最有效的方法就是让银行分享保险公司的经营获利。因为保险公司的经营会影响银行利润，这就有效地激励银行积极参与和支持保险公司的经营策略。

在某一种具体情形下，四种关键要素中可能只有一种是最重要的。例如，某些情况下，解决企业文化冲突的问题是最重要的，而另一些情况下，发展完善银行保险的技术却是首要的。但无论怎样，银行保险人要综合考虑四种要素，以制定出完善的营销策略。

网上银行营销方案篇三

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20000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

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。

（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）“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。

网上银行营销方案篇四

为进一步加强我行的服务工作，不断提高服务效率，提升服务层次，塑造xx银行的服务形象，打造xx银行的服务品牌，用优质高效的服务推行我行各项经营工作。根据分行今年服务工作的指导精神，按照分行的安排，支行决定开展文明优质服务竞赛活动。活动实施方案如下：

通过此次活动，推进优质服务工作，以倡导行业文明规范服务为核心，以规范优质服务标准为向导，以建立和完善科学服务管理工作机制为重点，增强全员服务意识，不断提高服务水平，打造特色服务文化，树立和宣传服务先进典型，建设一流的服务团队，培育一流的服务文化，打造一流的服务品牌，展示一流的行业形象，提升吉林银行的服务品牌，构建“文明优质服务年”，促进支行业务发展。

为保证优质服务工作有序进行，支行成立文明优质服务竞赛活动领导小组，组成人员如下：

组长□xx

副组长□xxxxxxxx

成员□xx

领导小组办公室

主任□xx

副主任□xxxxxxxx

成员□xx

具体工作由办公室组织实施，各部门给予配合。

活动分动员、实施、总结评比三个阶段进行。

(一)动员阶段(3月16日—3月25日)。

1、组织开展学习动员活动。一是召开中层干部会，学习贯彻《□xxx20xx年文明优质服务竞赛活动会议》精神，并传达给每位员工，形成落实材料。二是成立支行文明优质服务竞赛活动领导小组。建立“一把手”责任制，明确责任。三是结合工作实际，制定《□xxxx文明优质服务竞赛活动实施方案》。四是召开全行员工动员大会，下发今年服务工作活动方案，明确活动目的，布置工作计划。

(二)实施阶段(3月26日—12月31日)

根据分行的竞赛方案，支行将从一下四个方面开展此次文明优质服务竞赛工作。

1、制定措施，完善服务

组织开展查摆服务当中问题。每个网点都要组织员工对本单位服务当中的问题进行查摆、梳理，制定整改措施，每个网点都要组织员工写出题为“如何参加优质文明服务竞赛的感想和体会”，自我约束自己，积极投身到竞赛活动中。积极报道活动中涌现的好人好事，总结经验，加强交流，促进工作，提高优质服务整体工作水平。

2、组织开展学习和技能培训、比赛。

(1)以《□xxxx服务规范化标准及细则》和《□xxxx营业网点标准化管理手册》为标准，定期组织理念培训和礼仪培训，从服务语言、服务态度、职业形象、服务纪律、服务技能、服务场所、服务设施等几个方面规范临柜人员的服务方法，促进各营业网点在服务上、管理上达到流程化、标准化，全面提升吉林银行优质文明服务水平。

(2)从网点标准化建设、接待客户水平、业务办理质量等方面开展练兵，着重培养大堂经理服务能力、柜员操作技能，选拔出优秀网点，参加在分行举办现场服务演示竞赛。

(3)为全面提升临柜人员的综合理论能力和业务技能，支行将统一组织业务培训，专项技能培训，业务能手培训，每季度还将开展一次专题讲座、知识问答、技能竞赛，成绩突出的员工将代表支行参加分行举办业务竞赛。

3、开展服务监督检查活动。对外公布监督电话，设立意见箱，及时妥善地处理客户投诉。针对投诉情况，支行将召开处理应急投诉事件经验交流会，对处理投诉率等突发事件得当、客户满意率高的进行现场讲演，以提高全行人员的处理投诉和应对突发事件的能力。

4、定期召开网点主任和大堂经理服务经验交流会。交流服务管理经验；总结服务中好的想法和做法；查找服务存在的问题和不足，对共性问题，研究解决办法。支行将聘请专业人员进行讲解，提升服务水准。

(三)总结评比阶段(20xx年6月末、12月末)。此次竞赛活动分两次评比，分别是半年小评、全年总评，上半年考评结果计入全年总分，年末总评进行奖励。支行将根据《□xxxx服务规范化标准及细则》和《□xxxx业网点标准化管理手册》的标准对各网点活动开展期间的服务工作进行全面检查、评比，并量化

打分，进而产生先进集体和个人。

1、奖项设置。

半年奖项设置：网点人均业务量奖2个；文明优质服务集体奖2个（网点）。

全年奖项设置：文明优质服务先进集体（网点）2个，服务标兵2人，业务操作能手3人。

委屈奖3人。

2、奖励方式。

凡获奖单位、集体及个人，支行给予奖励并上报分行，分行将给予物质奖励及外出学习、考察奖励。

委屈奖由各网点推荐上报，经支行领导小组研究确定具体奖励措施。

3、处罚。

总行有效投诉一次的网点主任免职（有效投诉当事人下岗重新竞聘上岗），服务考评得分列分行后三名的营业网点，支行将对网点主任问责或对网点进行经济处罚。

网上银行营销方案篇五

为积极响应分行要求，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

□xx年2月19日（农历正月十五）

xx支行

1、客户通知：2月18日前，通过折页以及海报条幅的形式周边居民前来参加，对已经收集到信息的客户，可电话通知到个人。

2、物料准备：折页以及海报，客户信息登记表，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。

条幅内容□xx银行xx年猜灯谜庆元宵——客户回馈活动

1、猜谜活动，必须是现场猜谜，不得将谜语揭下带走。

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6—10个，汤圆一包

二等奖：答对10—15个，水杯一个

一等奖：答对15—20个，西王玉米胚芽油一瓶，奖品兑完，活动结束。