

# 2023年银行春天活动方案(大全9篇)

为了保障事情或工作顺利、圆满进行，就不得不需要事先制定方案，方案是在案前得出的方法计划。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、时间的安排以及风险的评估等，以确保问题能够得到有效解决。下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

## 银行春天活动方案篇一

为感谢广大客户长期以来对本支行的关心和支持，进一步提升本支行的市场影响力，本支行以感恩之心举办以下营销活动，努力回报客户的信任，致力提升客户价值，和客户共谋发展，分享创造硕果。

### 二、活动内容

#### (一)开展“存款拿大奖，福气喜临门”主题活动

- 1、活动对象：支行全体存款客户。
- 2、活动时间：201\_年7月1日—201\_年10月31日。
- 3、活动规则：活动期间，凡是到支行办理存款业务满\_\_\_\_元的客户即可获得一次抽奖资格。活动期末抽取20名幸运客户，分别赢取价值\_\_\_\_元的\_\_商品。

#### (二)开展“贷款喜得奖，好运日日来”主题活动

- 1、活动对象：支行全体贷款客户。
- 2、活动时间：201\_年7月1日—201\_年10月31日。
- 3、活动规则：活动期间，凡是到支行办理贷款业务的客户即

可获得一次抽奖资格。活动期末抽取20名幸运客户，分别赢取价值\_\_\_\_元的\_\_商品。

### (三)开展“用电子银行，得惊喜好礼”主题活动

1. 活动对象：支行全体企业网银、个人网银和手机银行客户。

2. 活动时间：201\_年7月1日—201\_年10月31日。

3. 活动规则：活动期间，一是支行企业网上银行客户使用企业网银完成账务类交易5笔(含)以上，累计金额达100万元即可参与抽奖。活动期末抽取10名幸运客户，分别获赠价值\_\_\_\_元的\_\_商品。二是支行个人网上银行客户、手机银行客户分别完成个人网上银行、手机银行账务类交易5笔(含)以上，且每笔金额超过200元即可参与抽奖，各获赠以下奖品：一等奖20名(个人网银和手机银行用户各10名)，分别赢取价值\_\_\_\_元的\_\_商品。二等奖500名(个人网银和手机银行用户各250名)，分别获赠100元话费充值卡一张。

### 三、活动安排

### 四、活动声明

自获奖名单公布起一个月内，客户未来指定地点\_视为客户自动放弃。

### 五、活动宣传

(一)本支行各营业网点张贴本次营销活动的宣传海报，活动信息通过led屏幕滚动播出。

(二)本支行通过电视、报刊等媒体对本次营销活动进行宣传。

(三)本支行各部门和营业网点解答客户有关本次营销活动的

咨询。

## 一、活动总主题

“中行卡五一献礼，‘金’喜来找你！”

## 二、参加活动卡种

长城系列信用卡、中银系列信用卡

## 三、活动时间

4月30日-5月3日

## 四、活动内容

### (1) 一重礼---“商场、超市购物大抽奖”

活动期间，在指定商场、超市持卡累计消费满一定金额即可参加商场、超市大抽奖活动。

万亚商场标准：当日单笔消费满500元即可参加商场抽奖活动，活动中将抽出5名幸运客户，每人奖励500元商场购物券。

时代超市标准：单笔消费满99元即可参加抽奖活动，每个超市将抽出50名幸运客户，每人奖励价值100元超市券。

### (2) 二重礼---刷卡赢“金”活动

凡活动期间，消费累计满3000元即可参加抽奖赢“金”活动(房地产类、汽车类、批发类、医疗教育类、慈善类、政府服务类交易不参加本次活动)，该抽奖活动按发卡归属地进行抽奖，吴江奖项设置如下：

特等奖1名奖励10g金条一根

## 一、活动目的

营造良好刷卡用卡环境，提高持卡人用卡意识，培养市民用卡习惯，让更多市民能够享受银行卡这一新型结算工具所带来的便利，方便群众生活。

## 二、活动时间

201\_年12月1日---201\_年12月30日

## 三、活动组织

本次活动承办单位仪征市银行卡工作领导小组办公室、江苏仪征农村合作银行、中国工商银行仪征支行、中国农业银行仪征支行、中国银行仪征支行、中国建设银行仪征支行、交通银行仪征支行、中信银行仪征支行、江苏银行仪征支行、仪征邮政储蓄银行，扬州银通公司(协办)，中国银联江苏分公司提供技术支持。

## 四、宣传主题

刷银联卡，安全健康，时尚的选择。

## 五、活动规则

201\_年12月1日—201\_年12月30日，凡持卡号“6”字打头的银联标准卡在仪征市辖内指定商户刷卡消费68元(单笔交易)以上的持卡人均有机会获奖，奖项如下：

特等奖1名，韩国游(6000元等值奖品)

一等奖30名，各奖励400元等值奖品

二等奖90名，各奖励200元等值奖品

三等奖1200名，各奖励10元等值奖品

兑奖方式：持卡人联机抽奖奖项凭标有“仪征市银行卡活动\_等奖”的签购单到仪征银行卡管理办公室领取(仪征市解放西路106号人民银行内)，咨询电话，兑奖日期为中奖次日  
至201\_年12月日----201\_年1月30日止，兑奖期间的工作日星期一上午8：30—11：30，奖项逾期不领者，视作放弃领奖。

## 银行春天活动方案篇二

### 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。

## 银行春天活动方案篇三

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。

20xx年9月26日-10月31日。

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。

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。

由于活动时间为期一个多月，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；同时各行应积极做好异地卡客户消费赠礼工作。

### 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，争取导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

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。

## (三) “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。

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。

## 银行春天活动方案篇四

这是一个充满童趣的节日，为了让孩子们能更好的在欢快中学习，方案如下：

### 一、活动目标

通过开展庆祝“六一”系列活动，积极创设更多的机会，让每个孩子都能找到自己的亮点，以点带面，使每个孩子的个性得到飞扬，潜能得到充分的发挥，让孩子在游戏中获得更多的精神，如：团结合作。进一步感悟幼儿教育的新观念，从而对如何教育孩子有所启发；通过向家长、社会展示幼儿的“六一”活动，进一步塑造本园的良好形象；增强教师、家长、孩子们的环保意识。

## 二、活动准备

1、布置富有欢庆气氛的班级环境及全园周围环境(五月二十三日布置操场，张贴宣传标语“追求童年、追求快乐、追求智慧！”，五月二十三日各班级布置“六一”主题画展)。

2、以班为单位作好参加活动的准备

(2)注意收集制作环保玩具的废旧物品(纸盒及其它相应材料)

(3)每班设计一个“亲子”游戏或其它游戏(游戏计划第九周交)，并做好物品准备工作(物品准备五月二十日检查)。

(4)各班开展幼儿进行续编故事教育活动，使幼儿获得续编故事的经验。

(5)各班调动家长的积极性，根据孩子的兴趣和老师共同挖掘和培养幼儿的某些“才艺”。

3、各班做好班级内的“二幼之星”比赛时间安排，交一份计划到园长室。

4、你就准备活动奖品和礼品。

5、做好主持工作准备。

6、利用板报向教师、家长发出倡议和向每个幼儿的家长发出

倡议书，引起家长的重视，争取全体教师和家长对此次庆祝活动的配合与支持。

## 五、活动时间及场地安排

5月26日：庆“六一”系列活动开幕式暨幼儿诗歌表演比赛，并向家长发放“环保”宣传资料。

5月27日：环保“有用的纸盒”制作比赛；

5月30日：“二幼之星”比赛；

5月31日：庆祝“六一”儿童节“结对子”游园暨颁奖大会。（内容有：幼儿舞蹈表演；器械操表演；颁奖；“结对子”亲子游园活动）

## 三、活动内容与要求

### 1、幼儿诗歌表演赛

(1)目的：培养幼儿对文学作品的兴趣；培养幼儿对文学作品的表现力。

(2)要求：每班准备一首幼儿诗歌；选材符合本班幼儿水平；幼儿人人参与；表演活泼、大方；服装设计符合诗歌内容需要；有一定的背景、表演道具；朗诵效果、配乐良好。

(3)评奖：

根据表演评出最佳表演奖、最佳舞台设计、最佳音色奖。

### 2、环保“有用的纸盒”制作比赛

(1)目的：通过利用纸盒进行环保玩具设计和制作比赛，培养幼儿的动手制作能力、创新意识、环保意识；进一步树立教师、

家长良好的环保意识。

(2) 内容与要求：要求幼儿人人参与，即参与收集废旧纸盒、纸箱及其他的废旧材料，参与环保玩具设计和制作；在制作过程中保持周围环境的清洁；要求幼儿的制作在1小时内完成(主要材料用纸盒，可添加其它废旧材料)。

(3) 比赛形式：以班为单位进行比赛，由带班教师和生活老师组织指导幼儿制作活动，备课教师到抽签的其他班跟班检查、评比。

(4) 评奖：根据幼儿的设计和制作情况评出班级奖和最佳作品奖。

#### 4、“二幼之星”比赛

(1) 目的：通过开展比赛，促进我园幼儿的语言表达能力的进一步提高，即幼儿爱说、会说、敢说；培养幼儿大胆展示自我的精神面貌。

(2) 内容与要求：要求所有的选手均要参加以下三项内容的比赛：

a□故事续编比赛：选手根据给定的故事线索进行故事续编，续编时要求能按照故事的线索编构出合理的故事情节和结局。

b□才艺比赛：要求选手们根据自己的兴趣、特长表演一个节目；随后根据其表演节目回答有关的问题(表演和回答问题各4分，服装2分，满分为10分)。

c□智力抢答：要求选手们根据主持人提出的问题进行抢答(分大、中、小三组进行抢答)，每答对一题给1分。

(3) 比赛形式：各班在进行班级赛的基础上，选派出3名幼儿

参加年级赛，在年级赛中，学前班和大班共选出6名幼儿、中班选出5名幼儿、小班选出4名幼儿参加全园的决赛。

(4) 评奖：根据参赛选手的总得分评选出“二幼之星”10名，其余评为优秀选手。

(5) 比赛时间：班级赛可在5月灵活进行，年级赛在5月中旬进行，全园决赛在5月30日进行。

## 5、游园活动

(1) 活动目的：使幼儿通过参加游园活动，进一步感受到“六一”儿童节的快乐，感受到幼儿园生活的快乐，感受到父母对自己的爱；培养幼儿与别人合作与交往的能力，并使他们体验到合作与交往的快乐。

(2) 游戏内容：每班设计一个游戏项目(亲子游戏或其它游戏)。

(3) 活动形式：家长可与自己的孩子一同游戏。

## 四、扩大影响

目的：通过新闻界的报道及广大家长的宣传，使活动产生广泛的影响，提高本园的知名度、美誉度，为随后的招生工作产生良好的效应。

时间：5月20日至6月1日。

## 银行春天活动方案篇五

“中行卡五一献礼，‘金’喜来找你！”

长城系列信用卡、中银系列信用卡

4月30日—5月3日

### (1) 一重礼——“商场、超市购物大抽奖”

活动期间，在指定商场、超市持卡累计消费满一定金额即可参加商场、超市大抽奖活动。

万亚商场标准：当日单笔消费满500元即可参加商场抽奖活动，活动中将抽出5名幸运客户，每人奖励500元商场购物券。

时代超市标准：单笔消费满99元即可参加抽奖活动，每个超市将抽出50名幸运客户，每人奖励价值100元超市券。

### (2) 二重礼——刷卡赢“金”活动

凡活动期间，消费累计满3000元即可参加抽奖赢“金”活动（房地产类、汽车类、批发类、医疗教育类、慈善类、政府服务类交易不参加本次活动），该抽奖活动按发卡归属地进行抽奖，吴江奖项的设置如下：

特等奖1名奖励10g金条一根。

## 银行春天活动方案篇六

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，视策划的具体情况而定。

#### 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、同业的细分市场、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。

## 银行春天活动方案篇七

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。加强和规范我行宣传工作，确保正确的舆论导向，为全行改革与发展营造良好的舆论环境，根据总行\*\*等有关规定，进一步明确我支行全年的宣传事项。宣传工作组织与管理，特制定工作方案如下：

1、宣传工作实行统一领导、归口管理、分级负责、严格审批的原则。

2、各个部室、基层行要高度重视宣传工作，加强宣传工作的统一领导，明确和落实责任制，建立有效的工作机制，严格审查报批管理，确保宣传工作的职责落实和措施到位。

3、宣传工作实行归口管理。行办公室根据工作需要并经批准后统一承办对外新闻宣传工作，其他部门在无授权的情况下不得对外开展新闻宣传。

1、向媒体主动投稿进行宣传报道的工作流程。

(1) 宣传素材的收集。根据工作需要，按照分工由对口部门负责收集原始宣传素材。

(2) 宣传稿件的起草。对口部门对收集到的宣传素材去伪存真、去粗取精，进行综合加工，形成宣传初稿，经部门主要负责人审核确认后，报办公室复核把关。

(3) 宣传稿件的审签。属于专业性的宣传稿件，由办公室主要负责人审核后，呈送分管行长审阅、签发。涉及全行的重大决策、重要数据、重点工作、重要会议和重大事件的稿件，由办公室主要负责人审核后，呈送分管行长审阅、把关，再

由行长审定、签发。

2、接受媒体采访——来访接洽。媒体记者来行进行采访活动，须由办公室负责接洽。办公室应向记者明确表示须提供加盖公章的书面采访申请，并认真查看记者的《记者证》，经确认后再按程序报批。——采访报批。办公室查验媒体记者身份及申请表后，及时向行领导汇报、审批，确定是否接受采访。各级行领导及其工作人员凡以单位或职务名义接受记者采访，必须由本级行办公室报请行领导批准后安排。未经批准，任何机构领导及其工作人员不得以单位或职务名义擅自接受记者采访。——接受采访。媒体记者采访的时间和内容须与其事先申请并经批准的一致。如需增加采访内容或变更时间，由被采访单位报经办公室同意后方可进行。有关人员在经批准后接受记者采访时，要按照预定的采访范围和口径回答问题，不得超范围或对不属于职权范围内的问题越权作答。——刊播审核。被采访者接受采访后，须向记者要求在刊（播）前审核其所采写的内容，并由办公室与相关业务部门共同审查把关，以免新闻失实。采访稿件涉及重大问题的须送行领导审定后刊载、播放。

注重建立同地方政府及相关经济部门的信息平台，每月不定期向政府和有关部门编发《金融信息》，宣传最新金融形势、\*\*银行推出的新业务和\*\*银行工作成效。利用各种集中宣传活动和载体，宣传国家经济金融方针政策和\*\*银行工作。

一是围绕当地政府引荐招商的项目推介工作会议，加大金融政策宣传效应，强化金融政策协调指导作用。二是宣传银行改革成效。三是宣传创金融改革资金支持政策，创新金融市场产品。四是每半年召开一次辖内金融机构参加的货币政策传导运行分析会议，传达贯彻中央金融政策精神。

1. 围绕银行中心工作拓展信息反馈和调研深入选准切入点进一步加强信息收集、梳理针对工作中出现新情况、新问题进行详细地调查研究形成有观点、有建议第一手材料及时反馈

给行领导和上级管理部门为领导科学决策和指导工作提供参考依据。

2. 提高综合信息和调研质量信息调研做到言之有物、反映实情挖掘有价值信息对关键性问题作深层次综合分析力求做到立意高、范围广、有深度。

3. 健全信息网络，明确专人负责促进调研质量提高加强信息调研工作力量

对在宣传工作中成绩突出、对提升我行形象做出贡献的单位或个人，进行通报表扬和奖励。对各行、各处室奖励按照综合得分确定，每分奖励元。奖金在年终直接下发到各行、各处室。

1、加强领导，提高认识。认真做好新形势下外宣工作，努力营造良好的外部发展环境，也是树形象、铸品牌、出效益的重要手段，各基层单位务必站在讲政治的高度，牢固树立形象意识和竞争意识，不折不扣的完成各项外宣工作任务，通过对外宣传唱响我们紧跟时代的主旋律，加快当地经济和社会事业发展的步伐。

2、各部室要明确责任，加强协调配合，坚持正确的宣传导向，确保各项宣传工作取得实效。

4、宣传我行贯彻落实有关方针政策的措施和支持经济发展的成效，我行的性质、职能和作用，我行信贷管理政策、经营成果，我行企业文化核心理念和宣传语，系统党的建设、文明建设、企业文化建设和队伍建设的成果，以及在改革发展中涌现的先进典型，积极营造良好的舆论环境。

## 银行春天活动方案篇八

活动1：《开张乡情卡，年货送到家》

活动对象：外出务工人员

到场人数：不限

活动地点：网点厅堂

活动时间：1月初一—除夕

活动目的：

- 1、通过年货送到家的增值服务，策反他行客户资金
- 2、通过活动吸引客户开卡，增加网点人气量，进行厅堂策反

活动意义：外出务工人员购买年货寄包裹的过程，麻烦还需要几十块钱的邮寄费用，银行可以预约快递公司合作给外出务工人员，提供便利，顺势营销策反其资金。

活动2：《暖心腊八粥》

活动时间□20xx年1月23日（腊八节）

活动场所：网点厅堂内（或厅堂附近场所）

活动目的：

- 1、有效维护网点存量客户，获取新增客户
- 2、营销当下主推产品

活动意义：推广品牌形象，增加余额储蓄及客户对网点的满意度

活动1：《除夕夜——红包抢不停》

到场人数：不限

活动时间：除夕夜8：00、22：00、24：00

活动场地：线上活动

活动目的：扩大品牌影响力，增强客户粘性改变传统营销方式

活动2：×行贺新春——好礼滚滚来

到场人数：不限（到达网点的客户）

活动场地：网点及指定场地

活动目的：开门红期间持续引爆产能，达成网点的各项业绩指标

另：2月份节日较多，还可以在元宵节或情人节开展不同活动

活动：《我与美丽的亲密接触》

活动对象：5万达标客户和3-5万零界提升存量女性客户

到场人数：50人左右

活动时间：3月8日妇女节当天

活动场地：某某购物广场

活动目的：

1、与中高端客户建立亲密的维护关系，增加本行与中高端客户的接触频率

- 2、通过高端客户之间的转介绍为我行带来新的优质客户资源
- 3、通过满足客户切实需求的系列主题活动有效提高客户粘性

另：三月份还可以针对一万元以上的存量客户开展剃龙头活动，与理发店合作，为存一万元以上客户理发。

## 银行春天活动方案篇九

- 2、加强项目的形象宣传，及项目品牌的影响力；
- 4、增进项目圈子的凝聚力，答谢客户支持。

中秋月·邻里情—天中豪园中秋节感恩答谢酒会

9月12日（周五，农历八月十三日）下午5：00—8：35

天龙酒店宴会厅（须要可容纳250人就餐，配套音响、话筒设备齐全）

- 1、认筹客户及部分诚意度极高的未认筹客户
- 2、天中晚报、驻马店日报、驻马店房地产信息网、驻马店电视台等媒体记者（文字+摄影）
- 3□xx公司、国基公司、设计院及德邻公司代表

- 1、客户：由销售组以电话通知的形式邀请客户到营销中心领取邀请券。
- 2、媒体：由开发商以电话以及发邀请函形式邀请。

备注：制作出邀请券放置营销中心，共分三联，凭第一联入场，第二联抽大奖，第三联领取月饼礼品。每张邀请券限带2人

（一张最多3人参加），总人数控制在180—230人左右。

自助冷餐酒会+互动游戏+表演+抽奖+隐性项目推介

时间

节目安排

备注说明

5□00

客户陆续到场并签到

安排背景音乐，同时发放项目最新的折页，来宾签字将采取在签字板签字的形式，同时为签字的来宾在签字板前照相留念，既可以增加此次酒会的重要性，又可以体现人性的归属感。此签字板在本次活动过后可裱起来放在销售中心作为纪念，以展示项目的社区和谐氛围。来宾签字后同时将抽奖卷放进抽奖箱。

6□00

开场演员演唱《花好月圆》

掀起现场之节日气氛。

6□05

主持人致开场欢迎词

6□08

xx公司代表及客户代表致辞

邀请一位客户代表本次酒会的来宾与开发商共同致辞，在增进双方共识的同时突出发展商对客户尊重；客户代表及发言由发展商安排。

6□10

主持人公布活动主要内容

主要概述有奖互动游戏及抽奖之信息。

6□15

节目表演

豫剧及流行曲等共2首，推高现场气氛。

6□25

xx公司代表讲话，宣布冷餐会开始并祝酒

介绍片区及项目未来远景描述，表达对客户支持的感谢。

6□30

歌舞表演

音乐演奏表演、歌曲演唱等共5个表演，让主办方与客户在愉快中交流及进餐。可邀请客户即兴表演。

6□50

互动游戏

中秋有奖猜谜。

7□10

国基公司代表讲话及第一轮砸奖

讲述承建商资质、项目工程质量及工程进度。抽奖3份，被抽中人员上台砸奖（模仿央视砸金蛋游戏），国基代表颁奖。

7□25

互动游戏

中秋有奖猜谜以及项目知识问答。

7□45

趣味表演及歌舞表演

各一个表演，增加现场欢笑声。

8□00

规划设计院代表讲话及第二轮砸奖

讲述建筑设计理念，所能提供给居住者的优越品质生活。抽奖5份，规则同前次，设计院代表颁奖。

8□15

独唱

2首，第一首演员独唱，第二首可邀请现场观众共同即兴表演。

8□25

xx公司代表介绍最新销售政策，第三轮砸奖

宣布项目最新优惠政策。抽奖8份，规则同前次□xx代表颁奖。

8□35

共同歌唱《朋友》，活动结束，客户领取礼品

由主持人及演员领歌，在欢乐中结束活动。

备注：

餐饮费标准：建议为80元/人，总费用预计为 $200 \times 80 = 16000$ 元  
(需要最后与酒店方面落实)