

银行营业部营销方案 银行营销方案(汇总5篇)

方案在解决问题、实现目标、提高组织协调性和执行力以及提高决策的科学性和可行性等方面都发挥着重要的作用。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。

银行营业部营销方案篇一

为促使各项业务起好步、开好头，确保顺利实现首季工作“开门红”，经总行党委研究决定，在全辖范围内开展业务竞赛活动。具体方案如下：

以201x年第x季度工作意见为指导，坚持“以客户为中心，以市场为导向”的工作思路，紧紧围绕第x季度目标任务，改变传统业务营销模式，变单一为多元，变粗放为精细，全员参与，全面营销，有效促进201x年第x季度各项目标任务圆满完成，确保实现首季工作“开门红”。

201x年x月x日至201x年x月x日。 三、竞赛目标

表外不良贷款清收x万元、盘活x亿元。

为确保此次活动顺利开展，总行成立业务竞赛活动工作领导小组。

组

长：xxx 副组长□xxx□xxx□xxx□xxx□xxx

二等奖3个、三等奖5个；”“银杯”设立一等奖1个、二等奖5个、三等奖10个；“铜杯”设立一等奖1个、二等奖10个、三等奖20个。

(1) 活动结束后，营销的存款按照存款日均余额的万分之二进行奖励。

(2) 活动结束后，按照存款任务完成比例排名，分别给予获得一、二、三等奖的人员x元、x元、x元的奖励。

各支行要根据总行的统一部署，转变思想观念，增强战略定位，千方百计誓夺首季业务“开门红”，为全年工作取得新进展打下坚实基础。

要在坚持服务三农及小微企业的市场定位基础上，进一步细分市场、细分客户，深耕“四区”市场，即：“农区”、“社区”、“商区”、“园区”，筛选畜牧养殖、产品加工、商品销售等优质客户作为主要营销和支持对象，建立客户清单，一区一类，一客一策，实施信贷精准营销。

款动态管理，细化方案，澄清底数，锁定基数，建立台账，划清责任，一人一策；借助春节农民工返乡等有利时机，充分运用教育、行政、纪律、经济和法律手段，消化风险，黑名单控制，施压清收，常抓不懈。

全行要高度重视，扎实做好201x年各项工作，积极利用春节期间的有利时机，加大业务宣传力度，确保实现首季工作“开门红”。

要充分调动广大员工发展业务的积极性和主动性，努力营造全员参与，通力协作的竞赛氛围。

各支行要开好两会，即：晨会和晚会，做好总结；总行牵头条线的分管领导及部门负责人要深入基层，现场督导，与支

行共同做好各项业务工作。

各支行要积极撰写信息稿件，工作领导小组办公室要每旬通报活动进展情况，宣传竞赛活动中的典型事例、先进经验，充分营造“比学赶帮超”的浓厚氛围。

要确保各项数据真实有效，对弄虚作假的支行和部门，一经发现将取消竞赛资格，并对支行、部室负责人进行组织处理；同时，工作领导小组办公室要做好奖励的兑现工作。

- 56 -

重庆科瑞南海制药有限责任公司关于“四比一创”劳动竞赛活动方案按照集团公司的统一安排和部署，为进一步推动公司产业化进程稳步发展，增强企业行业竞争力，充分调动公司员工的劳.....

竞赛方案-竞赛方案 营销竞赛活动方案竞赛方案竞赛方案”扬帆起航！”主题营销竞赛活动方案——暨财富管理宝岛行活动方案背景面对复杂多变且竞争日益激烈的证券业, 我司经纪业.....

第1篇：银行企业文化知识竞赛活动方案银行企业文化知识竞赛活动方案一、活动宗旨：配合建设和规范公司ci系统的导入工作，推动公司内部运行体制建设，让全体员工都知晓公司所属外部.....

第1篇：银行文化优质服务竞赛活动实施方案展。组长□xx一、竞赛目标二、组织领导副组长□xxx xx xx 通过此次活动，推进优质服务工作，以倡导行业文明高中资料试卷调整试验；通电检查所.....

数学知识竞赛活动方案一、指导思想：为了丰富学生的学习生活，培养学生的数学观，增强学生对所学数学知识的运用

水平，营造良好的学习氛围，提高学生的逻辑思维能力，特举行本次数学知识.....

银行营业部营销方案篇二

（一）“综合贡献奖”

1、指标设置内容及权重

2、奖项设置：

活动结束后，支行采用分数累计总和进行考评，计算每人综合得分之和，取前三名进行并分别给予等值300元、200元、100元物品奖励、（参评条件：总分不得低于300分且零服务有效投诉）

（二）单项营销能手奖

（1）“存款超越奖”、授予活动期间个人定期存款新增额最高的个人可获等值100元物品的奖励、（参评条件：不得低于50万）

（2）“聚财宝签约奖”、授予活动期间聚财宝客户签约数最多的个人可获等值100元物品的奖励、（参评条件：不得低于30户）

（3）“分期额度奖”、授予活动期间分期数额最高的个人可获等值100元物品的奖励、（参评条件：不得低于30万元）

（4）“信用卡进件奖”、授予活动期间信用卡进件数最多的个人可获等值100元物品的奖励、（参评条件：不得低于50张）

银行营业部营销方案篇三

一般情况下你向客户营销你必须先把自己营销出去，这方面要从你的外表，礼貌问题，还有你的自信心体现出来。其次你要懂得善于运用你的专业知识进行营销。最后一个你要懂得观察，什么客户需要你怎么样进行你的第一句话，比如当客户有需要帮忙的时候你要用你所懂得的银行知识进行帮忙才可以接着后面的营销，再比如一般一些客户在排队的时候正无聊你也可以走过去聊几句。记住在营销的过程不要给客户引导了，记得引导客户进入你的话题这样你就有很大的几率成功了。

1、确定研究目标

通过客户资料的收集、分析，找出大客户，实施对大客户的个性化管理，并对其服务进行跟踪，及时改进服务，保持他们的忠诚。

2、拓展信息来源

应建立多渠道的、便于大客户与银行沟通的信息来源，如销售中心、电话、呼叫中心、电子邮件、web站点、客户座谈会等。

3、大客户的信息收集

通过上述来源进行信息收集，包含的内容主要有：姓名、性别、年龄、职业、住址、电话、电子邮件等客户个人信息。包括客户的还价能力、关注重点、习惯等购买历史信息。

4、大客户信息分析

对金额的分析让银行了解每个大客户在周期内投入本经销商产品或服务的花费，这一指标是所有指标的支柱。

- 1、具有先进经营理念
- 2、具有良好财务信誉
- 3、销售份额占大部份的客户。
- 4、能提供较高毛利的客户。

这些客户是我们要重点关注的对象，也同样是我们要集中精力要服务好的客户。在此我不得不提醒一下，大客户不是一成不变。今年是我们的大客户不代表明年还是我们的大客户，小的客户可以通过扶持让其变成我们的大客户。

另外，大客户对银行的销售额和利润的大小起着决定性的作用。根据美国营销学者赖克海德和萨瑟的理论，一个公司如果将其顾客流失率降低5%，利润就能增加25%至85%。也正如呆伯特法则（80/20法则）所说，20%的大客户为企业带来了80%的利润。所以，从这点来看，大客户已经成为银行、特别是中小银行维持生存和发展的命脉。“得大客户者，得天下”，已是不少银行的共识。

然而，大客户不是一蹴而就的。大客户营销的确站在20/80法则的塔尖，但通往塔尖的阶梯，却需要踏踏实实地搭建，不要总想着一步登天，被营销成功学忽悠。一些急于成长的银行企业，时时刻刻都在念叨大客户营销，想尽了办法挖销售高手、公关能手，但下场总是水中月、镜中花，终日思君不见君。多年的实战经验让我切身地感受到中小银行期望大客户营销成功的心情，同时也对他们的盲目热情和无谓挫折而扼腕叹息。所以，我认为，大客户营销必须做好基础建设工作，主要包括以下几块：

- 1、直销队伍中锻炼出来的精干小组；
- 2、支撑大客户营销的核心技术；

- 3、行业有影响力的品牌知名度和认知度；
- 4、崭新的理念和引领行业的新做法；
- 5、团队合作的基础和战斗力；
- 6、过硬的技术或工艺攻关小组，帮助客户达到定制化效果。

银行营业部营销方案篇四

春节期间，大量潜在购房群体，集中返乡潮。为提升项目的来电来访量，促进项目的销售。

b活动地点

针对本项目前期已成交客群及来电/来访的分布情况分析。拓客地方为逢集集结点。同时展开乡镇沿街街铺扫铺工作。

乡镇选择由营销部拟定为以下5个乡镇：常坟、找郢乡、古城、河溜、双沟。

c□活动时间

根据各乡镇的赶集情况，将时间暂定为：

注：乡镇巡演拓客之前需先进行踩点，确定巡演位置及相关申请报备。

d□县城扫楼

时间：2月10日—2月17日，每天上下午都有人在派发，保证返乡人员能第一时间了解项情况。

费用：2人，每天60—80元/人

f□活动主题：西湾国际首付三万让爱回家

g□宣传方式

- 1、活动演出现场，演出+有奖问答；
- 2、集市中心小蜜蜂派单+扫街派单；
- 3、置业顾问现场登记和接受咨询。

h□活动内容

- 1、现场演出
- 2、有奖问答(活动前发dm单页，根据dm单页内容简单提问)
- 3、置业顾问现场咨询k□演出地点及现场布置

1、演出区：演出地点及演出现场布置(活动公司确定)

2、咨询区：咨询桌一张、椅2张；手提袋(内含dm□抽纸、扑克牌)；签字笔、客户信息登记表等。

l□活动流程

m□礼品

- 1、互动礼品：扑克牌；
- 2、问答礼品：扑克牌、抽纸盒；

n□现场工作人员安排：

v□前期筹备进度

活动公司、演出内容、拓客乡镇、各种礼品、物料、展台等均

均在乡镇拓客前一日点清、确定并装车完毕。

银行营业部营销方案篇五

1、借势发挥、合作共赢。势单则力薄，光靠一己之力是很难达到“影响大”、“收效甚”的效果。哪怕达到了，对于自身的“付出”与资源的消耗也是显著而、“合适”可观的。在一定投入的情况下，要想达到“高产出”“回报优”的效果，企业之间的“联合”将是不错的选择。所以，此次活动光大银行可与一大型商)场连锁企业合作(如“友阿”，利用商场与自身在三八节期间共同的目标受众与节日设想，通过加大彼此之间的合作力度、整合各自的优势资源，进行强强联合、共同造势，在扩大节庆活动影响力的同时，进一步提高活动“产出”所带来的效果。将光大银行和光大银行的理财产品更深入的展现给我们的目标受众，让他们对“阳光理财”有更深入透彻的理解。

2、生动别致、主题突出。此次活动，无论是在前期的宣导造势、中期的趣致游艺，还是后期的精彩延续，都将紧密结合节日的特点和银行特色进行活动的开展。整个活动将做到即循序渐进有的放矢，又“张弛有度”高潮迭起，通过增强比赛互动和受众参与的方式，最大程度的提高活动效果。让我们的目标受众能、熟识“阳光理财”的产品特征，进在一种轻松和谐的氛围下了解“阳光理财”一步的加深光大银行的品牌认知度和产品记忆度。