

# 银行中秋客户活动 银行中秋节活动策划方案(通用7篇)

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

## 银行中秋客户活动篇一

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。

二、活动主题：

中秋月·邻里情——xx·天中豪园中秋节感恩答谢酒会

三、活动时间：

9月12日（周五，农历八月十三日）下午5：00—8：35

四、活动地点：

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）

五、活动参与人员

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

## 六、参与方式

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。

## 七、活动形式：

自助冷餐酒会+互动游戏+表演+抽奖+隐性项目推介

## 八、活动内容及流程

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的尊重；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)

## 银行中秋客户活动篇二

又到了一年一度的中秋节,中秋节是我国的传统节日,银行在这隆重盛大节日举行营销活动为此需要制定活动方案,本文是活动策划方案,仅供大家参考。

### 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:2016年9月1日-9月30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

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。

#### 四、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：

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。

时间：

活动主题：中秋促销

活动内容：

##### 一、月饼大世界

汇集省内外著名厂家、品牌的各式月饼近300多种，质优物美，是月饼的理想购买世界。

##### 二、购物抽奖送月饼

1、凡在20xx年8月30日-9月21日17点前在大厦购物满50元者即可参加抽奖。

2、抽奖凭有效购物凭证，每满50元抽一次，超过50元部分金额以50元的倍数计算抽奖次数(不足倍数部分不予计算)，最

多限抽10次。

3、抽奖方式在一抽奖箱放置60乒乓球，其中奖球为6个(一等奖一个，二等奖2个，三等奖3个)，空球为54个，一次抽一个球，以抽出的球决定中奖与否(每次只能抽一个球，多抽作废并计入应抽次数)。

4、若抽中奖球，则当场兑奖。奖品设置为：

一等奖：奖价值50元的月饼购物券一张

二等奖：奖价值30元的月饼购物券一张

三等奖：奖价值15元的月饼购物券一张

5、购物券仅限在指定时间内在本大厦购买月饼，如不要视为自动放弃，恕不兑现金。

### 三、吃月饼大赛决赛

决赛：9月21日下午2：00

比赛地点□cxx大厦一楼中庭

初赛按报名顺序分组，比赛分组淘汰制，每组取优胜者1名，进入复赛。

复赛在初赛决出的优胜者中以抽签方式决定分组，每组3-5人，比赛采取分组淘汰制，每组取优胜者1名进入决赛。

决赛以个人为单位分别进行，最后决出一、二、三等奖的获得者。

比赛规则：由大厦统一提供同等大小、同等馅料的三个月饼，看谁在最短的时间内全部吃完(以吞咽下肚，张口后后口中无

显著残留物为准)，谁为优胜，如违规，比赛成绩无效。吃法不限。

比赛有裁判及裁判长，比赛结果由裁判当场判定。若有争议，裁判长为最终决定者(凡报名参赛者即自愿无条件服从本条规定)。

奖项及奖品设置：

一等奖1名□iphone6s一部

二等奖2名□ipadair2一部

三等奖3名：1000元奖金

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

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；

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

## 银行中秋客户活动篇三

20\_\_年10月9日

### 二、活动名称及主题

中秋感恩季、用“芯”来孝亲

### 三、活动对象

银联持卡人

### 四、活动内容

#### (一)好戏连台、6.2元看遍大片

活动期间，银联卡持卡人刷银联卡可以6.2元/张抢购全国热



门大片电影票，全国限量13万张，先到先得，额满即止。

## (二)精彩不断、电子现金享“惊喜”

20\_\_年10月9日，用银联ic卡电子现金在太平洋咖啡购买价值33元大杯咖啡，仅需6.2元/杯；在万众影城解放碑店看电影(包括3d)□仅需6.2元/张，数量有限，先到先得，送完为止。

## (三)欢乐聚宴、美食优惠享不停

活动期间，银联卡持卡人通过“银联钱包”下载优惠券，在指定餐饮商户(满记甜品、味道重庆、阿利与艾德、表哥、奇火锅等)门店刷银联卡消费可享受62折、满额立减62元等优惠，用银联ic卡插卡折上再享优惠。

## (四)礼敬长辈、立减优惠购遍好礼

活动期间，银联卡持卡人通过“银联钱包”下载优惠券，在购物类商户(沃尔玛超市、好又多超市、屈臣氏、万宁超市、孩子王、好儿尚等)和健康类商户(美年大健康体检中心)刷银联卡(卡号以62开头)消费均可享满额立减62元、62元特价等优惠。用银联ic卡插卡折上再享优惠。数量有限，先到先得，额满即止。具体如下：

## (五)“银联请你给爸妈拆礼物”微信互动分享活动

20\_\_年9月17日至10月2日，银联持卡人在“银联钱包”微信公众号，参加“银联请你给爸妈拆礼物”活动，即可赢取以下奖品：

奖项一：银联迷你付终端(共62名)

奖项二：在线私人医生贵宾服务(共500名)

奖项三：中秋孝心保险(共15000名，保额最高10万元)

#### (六)活动参与细则：

(1)每位微信用户参加活动，均有机会获得奖品。

(2)活动期间，每位微信用户仅有一次抽奖机会。中奖后需将中奖页面转发至朋友圈集赞。集齐赞后填写联系信息，便于领取奖品。领奖后15个工作日内，持卡人会收到奖品实物或者开通相关服务的短信。

(3)活动参与用户必须注册并登陆“银联钱包”账户方可享受赠礼。

(4)奖品名额每天限量，额满即止。

(5)若由于持卡人联系信息填写错误(包括未根据提示填写信息)，而导致奖品未领取或奖品权益无法正常实现，银联将不承担相关责任。

## 银行中秋客户活动篇四

\_县\_行为感谢广大客户对我行电子银行业务的支持与厚爱，开展“珍爱和平中秋有礼”专项营销方案。具体方案如下：

### 一、活动时间

20\_\_年9月\_\_日----20\_\_年9月\_\_日

### 二、活动对象

我行圆鼎卡的客户

### 三、活动方案

(1)、活动期间我行圆鼎ic借记卡开通微信银行绑定我行圆鼎卡的用户均有机会赢得10元话费奖励(前200名)。

(2)、凡9月\_日绑定的客户均可得到移动电源一个。

凡第70名及第93名绑定的客户可得到迷你音箱一个。

以上两项我行员工参与无效

(3)、凡绑定我行圆鼎卡的客户(含8月之前绑定的客户)均可参加幸运大转盘抽奖活动。奖品设置：

一等奖20名，高档电锅一个；

二等奖100名，移动电源一个；

三等奖300名，10元话费；

特别大奖：凡第70名及93名中二奖的客户可得价值500元品牌床上用品。

(4)、凡9月3日开通我行手机银行且成功转账2次的客户均可得到移动电源一个。

四、特别说明：中一、二等奖及相关宣传品的客户，由中奖人带身份证、中奖手机到\_县\_\_行电子银行部领取(总行六楼、\_\_路汽车站西)，活动方案(1)及三等奖在活动结束后由我行从后台统计直接汇入中奖人账户。

五、在法律允许的情况下，活动方案的最终解释权为沛县农商银行所有。

# 银行中秋客户活动篇五

又到了一年一度的中秋节,中秋节是我国的传统节日,银行在这隆重盛大节日举行营销活动为此需要制定活动方案,本文是活动策划方案,仅供大家参考。

## 中秋节银行营销活动策划方案

### 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1日-9月30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。

#### (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

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。

#### 四、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。

时间：

活动主题：中秋促销

活动内容：

#### 一、月饼大世界

汇集省内外著名厂家、品牌的各式月饼近300多种，质优物美，是月饼的理想购买世界。

#### 二、购物抽奖送月饼

- 1、凡在20xx年8月30日-9月21日17点前在大厦购物满50元者

即可参加抽奖。

2、抽奖凭有效购物凭证，每满50元抽一次，超过50元部分金额以50元的倍数计算抽奖次数(不足倍数部分不予计算)，最多限抽10次。

3、抽奖方式在一抽奖箱放置60乒乓球，其中奖球为6个(一等奖一个，二等奖2个，三等奖3个)，空球为54个，一次抽一个球，以抽出的球决定中奖与否(每次只能抽一个球，多抽作废并计入应抽次数)。

4、若抽中奖球，则当场兑奖。奖品设置为：

一等奖：奖价值50元的月饼购物券一张

二等奖：奖价值30元的月饼购物券一张

三等奖：奖价值15元的月饼购物券一张

5、购物券仅限在指定时间内在本大厦购买月饼，如不要视为自动放弃，恕不兑现金。

### 三、吃月饼大赛决赛

决赛：9月21日下午2：00

比赛地点□cxx大厦一楼中庭

初赛按报名顺序分组，比赛分组淘汰制，每组取优胜者1名，进入复赛。

复赛在初赛决出的优胜者中以抽签方式决定分组，每组3-5人，比赛采取分组淘汰制，每组取优胜者1名进入决赛。

决赛以个人为单位分别进行，最后决出一、二、三等奖的获

得者。

比赛规则：由大厦统一提供同等大小、同等馅料的三个月饼，看谁在最短的时间内全部吃完(以吞咽下肚，张口后口中无显著残留物为准)，谁为优胜，如违规，比赛成绩无效。吃法不限。

比赛有裁判及裁判长，比赛结果由裁判当场判定。若有争议，裁判长为最终决定者(凡报名参赛者即自愿无条件服从本条规定)。

奖项及奖品设置：

一等奖1名□iphone6s一部

二等奖2名□ipadair2一部

三等奖3名：1000元奖金

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

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；

## 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

目标客户包括：社区银行周边小区通过宣传慕名而来的到访客户，以及当天老带新客户；

##### 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

行业背景：

90年代之后，奶茶作为“中国快速饮品领跑者”主要的人群定位基于两方面：一是白领阶层，白领阶层是目前最具消费能力的群体；二就是学生阶层，学生是继白领阶层之后的具备消费能力的群体。轻餐饮消费如今已是休闲饮品的主流之一，占据许多地区和市场。我国轻餐饮近十年来出现跨越式发展，正逐步成为主流品种。 活动背景：

中秋节作为中国继春季之后的最大节假日，沉淀了悠久的历史，也给家庭团聚的地方提供了一次很好的营销基

础，众多商家都借此做各种的活动来提升业绩。

活动主题：

时代金秋，引领主流

活动时间：

20xx年9月14日至20xx年9月19日

活动目的：

为提高店面在周边的知名度、增进人流、提升店面销售业绩。

活动准备：

全面准备店面营业所需物料，对人员进行全方位培训，提升员工的工作态度和综合能力，购买活动所需物料、礼品等。充分做好活动前期准备。

活动方案：

1. 店内设置家庭套餐，予以“团圆”之意。(套餐内容根据店面需要确定)并做特惠价处理。不同时享有其他优惠活动。
2. 消费本店小吃达xx元，可或送饮品一杯(如需跟换其他产品，根据产品价格补差价)
3. 店内饮品全场a买一送一b 第二杯半价c 加一元多一杯(商家可根据实际情况拟定活动内容)，亦可根据店面的人流情况分时段或市别打折。
4. 猜灯谜活动：凡在本店消费的顾客，均可获得猜灯谜资格，顾客可在不透光的箱子里随机抽出一道谜题，现场作答，答对者可获得本店送出的精美礼品一份(月饼、玩具灯笼、剪纸、

孔明灯等);未能作答者,亦可获赠本店冰淇淋一份。

5. 凡转发本店活动内容,到店消费出示凭证小吃类可打8.15折。(注意本活动与活动2的联系,各商户应自行计算利润制定活动2的满送活动)

6. 凡手机号码尾数为815的用户,可凭有效手机号码到店面领取精美礼品一份。

活动宣传:

1. 网络宣传:通过链接分享到微信□qq□微博等

2. 店面宣传:在店面布置活动氛围(气球、中秋节物料灯笼等)、制作广告画(内容为优惠活动)

3. 周边环境宣传:使用宣传单在店面周边1公里范围内进行发放,并培训发放人员主动向路人介绍活动内容,店面附近发放人员需引导客人进店消费。

活动物料准备:

x展架:2个,摆放于门口两侧。(活动内容)

海报:若干,张贴于店面,产品图片、活动内容。(根据店面确定数量)

宣传单:10000张

气球:若干,使用气球组合,3-4个一组,悬挂门楣、前台、门口地方灯谜纸箱:1个,灯谜谜题若干,每道题一个小纸条。准备好谜题的标准答案。



## 银行中秋客户活动篇六

xx县xx行为感谢广大客户对我行电子银行业务的支持与厚爱，开展“珍爱和平中秋有礼”专项营销方案。具体方案如下：

### 一、活动时间

20xx年9月x日—20xx年9月xx日

### 二、活动对象

我行圆鼎卡的客户

### 三、活动方案

(1)、活动期间我行圆鼎ic借记卡开通微信银行绑定我行圆鼎卡的客户均有机会赢得10元话费奖励（前200名）。

(2)、凡x月x日绑定的客户均可得到移动电源一个。

凡第70名及第93名绑定的客户可得到迷你音箱一个。

以上两项我行员工参与无效

(3)、凡绑定我行圆鼎卡的客户（含8月之前绑定的客户）均可参加幸运大转盘抽奖活动。奖品设置：

一等奖20名，高档电锅一个；

二等奖100名，移动电源一个；

三等奖300名，10元话费；

特别大奖：凡第70名及93名中二奖的客户可得价值500元品牌

床上用品。

(4)、凡x月x日开通我行手机银行且成功转账2次的客户均可得到移动电源一个。

四、特别说明：中一、二等奖及相关宣传品的客户，由中奖人带身份证、中奖的手机到\_县xx行电子银行部领取（总行六楼□xx路汽车站西），活动方案（1）及三等奖在活动结束后由我行从后台统计直接汇入中奖人账户。

五、在法律允许的情况下，活动方案的最终解释权为沛县农商银行所有。

## 银行中秋客户活动篇七

时间：

活动主题：中秋促销

活动内容：

### 一、月饼大世界

汇集省内外厂家、品牌的各式月饼近300多种，质优物美，是月饼的理想购买世界。

### 二、购物抽奖送月饼

1、凡在20\_\_年\_月\_日—\_月\_日17点前在大厦购物满50元者即可参加抽奖。

2、抽奖凭有效购物凭证，每满50元抽一次，超过50元部分金额以50元的倍数计算抽奖次数(不足倍数部分不予计算)，最多限抽10次。

3、抽奖方式在一抽奖箱放置60乒乓球，其中奖球为6个(一等奖一个，二等奖2个，三等奖3个)，空球为54个，一次抽一个球，以抽出的球决定中奖与否(每次只能抽一个球，多抽作废并计入应抽次数)。

4、若抽中奖球，则当场兑奖。奖品设置为：

一等奖：奖价值50元的月饼购物券一张

二等奖：奖价值30元的月饼购物券一张

三等奖：奖价值15元的月饼购物券一张

5、购物券仅限在指定时间内在本大厦购买月饼，如不要视为自动放弃，恕不兑现金。

### 三、吃月饼大赛决赛

决赛：\_月\_日下午2：00

比赛地点□c\_\_大厦一楼中庭

初赛按报名顺序分组，比赛分组淘汰制，每组取优胜者1名，进入复赛。

复赛在初赛决出的优胜者中以抽签方式决定分组，每组3—5人，比赛采取分组淘汰制，每组取优胜者1名进入决赛。

决赛以个人为单位分别进行，最后决出一、二、三等奖的获得者。

比赛规则：由大厦统一提供同等大小、同等馅料的三个月饼，看谁在最短的时间内全部吃完(以吞咽下肚，张口后口中无显著残留物为准)，谁为优胜，如违规，比赛成绩无效。吃法

不限。

比赛有裁判及裁判长，比赛结果由裁判当场判定。若有争议，裁判长为最终决定者(凡报名参赛者即自愿无条件服从本条规定)。

奖项及奖品设置：

一等奖1名□iphone一部

二等奖2名□ipadair一部

三等奖3名：1000元奖金