

2023年银行厅堂活动营销经验总结(大全5篇)

工作学习中一定要善始善终，只有总结才标志工作阶段性完成或者彻底的终止。通过总结对工作学习进行回顾和分析，从中找出经验和教训，引出规律性认识，以指导今后工作和实践活动。写总结的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？那么下面我就给大家讲一讲总结怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

银行厅堂活动营销经验总结篇一

通过本次系列活动，全支行个人银行业务力争实现以下目标：

- (1)使周围潜在客户明确知晓我行所处位置，了解浦发银行及相关产品优势特色，逐步前来在我行开办业务。
- (2)开展产品宣传，抓住年末存款回流的机会，抢占市场份额。
- (3)争取在2月底储蓄存款余额突破2千万元；三方存管资产市值突破2千万元；个贷发放量超过2千万元；新股直通车签约金额超过600万元；为我行后续开展个金业务奠定基础。

银行厅堂活动营销经验总结篇二

本次活动中的“中银都市卡发卡营销活动”、“中银信用卡用卡营销活动”产生的礼品费用分别由省行及总行承担。

本次活动中的本地活动产生的活动营销费用（含5家县支行），由本部及县支行共同承担。预计分行承担20万元，由县支行配套承担合计10万元。

- (2) 宣传费用

1、宣传物料费

a□中银都市卡发卡营销活动：

网点写真海报：190张，每张30元，总计5700元

宣传单页：30000张，每张0.15元，总计4500元

代发工资户、小区小海报：1000张，每张3元，总计3000张b□
中银卡用卡营销活动：

网点写真海报：190张，每张30元，总计5700元

2、广告宣传费

苏州城区所有广告宣传资源采用分行办公室xx年媒体广告采购项目（具体执行情况，须经过商议后决定。如办公室无法根据上述广告宣传要求安排广告宣传项目的，分行卡部将视情况自行追加相关广告费用投入）。彩信宣传费用由卡部承担。

支行所有广告宣传，应由支行银行卡条线主动向行内争取资源或自行安排宣传营销项目。相关费用自理。

分行银行卡部在本次活动中预计支出总费用约为：22万元。

银行厅堂活动营销经验总结篇三

通过此项活动大势渲染邮政品牌新形象，以现场造势及回馈客户活动来达到充分的影响力，吸引新客户、稳固老客户。现场收集新客户资料，通过优质的服务及后期有序的客户维护工作，将客户资源紧抓手中，以达到实现网点产能提升的最终目的。

银行厅堂活动营销经验总结篇四

本次活动宣传根据宣传主题区分各类宣传渠道，分行卡部负责组织苏州城区的所有宣传工作。5家县支行必须根据时间表进度，利用各自的宣传营销渠道进行宣传。分行卡部对各支行开展活动支出的活动营销费（礼品费用）的补贴额度，将视各支行活动宣传开展程度进行补贴。具体活动宣传及责任安排如下：

银行厅堂活动营销经验总结篇五

（一）、客户资源：

电话邀约客户不低于500户、电话联系各村村干部广播宣传邮政开业活动、22号逢场散发dm单、23、24号地毯式走访商户发放dm单(每日下班前汇总当日电话邀约、联系村干部、逢场派dm单、随机走访邀约的商户具体的反馈数据，以达到统计当日实际意向参与开业时期的客户总数。24日最后制作数据参考表以预估开业时来访客户总数)。

（二）开业所需要的物质

1、花篮、氛围营造的多彩小气球、大红中国结、植物盆景、开业横幅、气拱门、开业当天鞭炮。

2、舞台、音响设备、话筒、活动当天播放的音乐(提前下载)

3、邀请腰鼓团队、游街活动展示板制作□dm单页制作、奖项设置的爆炸贴

3、登记处凳子和桌子，礼品发放处凳子及桌子，免费抽奖处桌椅、抽奖箱2个，星级客户的标识标签，奖箱内乒乓球(设置不同奖品的奖项名称)、客户信息登记表、活动参与流程及须知的x展架。

4、所需的. 各类实物奖品的采购、