

# 2023年银行网格化营销活动方案(优质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。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

## 银行网格化营销活动方案篇一

为更加紧密围绕总行“加快转型，提升贡献”的发展思路和“量质并重”的经营理念，加大零售产品服务创新，调整零售结构，努力提升管理效能，推进零售业务新进展，结合我行零售业务实际情景，我支行制定了如下首季开门红方案：

我支行坚决执行总行首季开门红总体思想思路，即坚持“以客户为中心，以市场为导向”的基本思路，围绕“开门红”目标任务，序时推进。改变传统零售业务发展模式，做好零售业务战略转型，变单一为多元，变粗放为精细。充分把握两节前后金融资源较为丰富的发展机遇，策应总行零售业务“开门红”竞赛活动部署，全面推进零售业务“开门红”工作有序快速发展，为全年经营打下坚实基础。

### (一)经营目标

做好个人金融资产净增，在20xx年的基础之上加强储蓄存款新增和理财类金融资产净增。加大个人贷款发放量，在加大办理个人一手住房按揭贷款的基础之上，创新个人贷款产品。同时加快中间业务的办理，加大信用卡、电子银行和网上银行的新增量。

### (二)管理目标

坚持合规经营，加强风险控制，全面提升条线精细化管理水平，确保竞赛期内无案件、无媒体曝光、无重大客户投诉、无严重违规事件。

## (一) 正确把握形势，明晰零售业务定位

随着银行业竞争的不断加剧，金融脱媒化步伐加快，利率市场化造成利差收窄，传统单一业务发展模式受到挤压。为应对竞争需要，培植新的业务增长点，促进业务结构和收入结构优化，零售业务理应受到高度重视。

发展零售业务要走“量和质”并举的导向之路，不断扩大优质客户、基础客户□vip客户总量，提高网均和人均水平，依托个人贷款、信用卡、储蓄存款、理财产品等个人金融资产的发展，借助我行网点资源□atm自助设备和电子银行渠道平台，供给综合性金融服务方案和专业零售产品，满足客户多元化服务需求，不断壮大我行基本客户群。

## (二) 夯实储蓄基础，优化客户结构

关注贴合城市产业发展方向和技改项目单位中的个人客户群体，旧城改造拆迁款□it行业、现代物流、职业经纪人等行业从业者，沟通财政、国土、学校、医院、社保等机关事业单位。

1、加强客户基础分析。安排专人定时进行系统分析，做好动态图示，摸清客户基础。建立涉及家庭、单位、社交圈等资料的基本信息档案，维护存量客户，拓展增量客户，从存量客户中挖掘优质客户，区别对待不一样界面客户，供给适合相应界面客户的个性化服务方案。

2、明确客户目标群。在紧抓高端客户的同时，从海量的中小客户中发现潜在价值，在人力、财力资源有限的条件下，坚持抓大不放小，把服务做到最细微处，对中小个人客户进行

批量式开发。

3、抓好存量客户的维护、转化和提升。一方面要做好现有高端客户的维护工作，另一方面要从一般客户中发掘有潜力客户进行后续营销工作，利用网上银行、自助交易等电子银行服务方法，经过老客户带动新客户，增加更多的储蓄资源。

4、拓宽吸存渠道。充分利用两节前后旺季时间，很多外出务工人员返乡之际，发挥人脉资源优势，宣传挖掘，带动储蓄业务增长；要走进工业、科技园区，密切联系授信合作单位，抓住年终发放奖金机遇，做好借记卡、储蓄存单(存折)批量代发准备，争取最大客户沉淀量；要经过街道(社区)办事处、产业集聚镇的配合，采取发放宣传册页、应对面问卷调查、赠送小礼品等方式，挖掘中高档小区、产业集聚镇内的大众群体，营销小区和产业集聚镇内各式家庭年末结余资金；要以理财产品销售为契机，做好储蓄营销准备，建立台帐明细，随时关注产品到期时间，进取动员理财资金转存储蓄。

### (三)坚持“双轮驱动”，带动个贷全面发展

利用“开门红”营销旺季，走“双轮驱动”之路，“以住房贷做规模，以经营贷做利润”，构成涵盖住房、消费、经营、民生四大门类的个贷发展局面，提高个贷市场占有率。

1、以优质品牌专业市场为源头和抓手，重点推进综合消费贷款市场营销。该市场需求较大，客户质量较高，一方面能够提高贷款的议价本事，另一方面也可锁定一批高价值客户，实现产品的交叉营销和综合收益。

2、加强同已准入的个人一手住房贷款按揭楼盘项目进行合作，集中锁定优质市场资源和客户资源，进行分层营销，同时开辟绿色服务通道，对优质楼盘优先匹配信贷规模，实现个人住房贷款开门红。

3、按照总行“个贷业务批发做”的理念，将非行业类专业市场的经营贷款纳入资产折现类项目，深入推进个贷业务批发营销模式，发挥规模效应，提升对优质个人客户的市场竞争力，促进个人经营贷款业务发展再上新台阶。

4、加强支行辖内行业市场分析，研究行业和客户特点，提高市场反应速度和应变本事，着力推广贴合客户需求的个贷产品，提高产品覆盖率。

#### (四)加强理财中心建设，促进财富管理业务长足发展

随着金融脱媒现象愈演愈烈、利率市场化进程加速推进、客户投资理财意识日益增强以及需求多元化发展趋势，财富管理业务重要性更加凸显。

应加强对客户资源的整合，经过数据库营销手段，深挖行内优质客户资源，强化产品支撑，实施交叉营销和个性化零售产品包服务，应力争对每一个目标客户都成功营销三个以上产品，在有效锁定客户的同时，提高客户的忠诚度和贡献度，促进核心和优质高价值客户数量增长。

#### (五)推进信用卡营销，做大市场份额

依托个性产品，经过特色化功能，供给精细化服务，引导员工加大营销力度，做大信用卡市场规模，持续提升信用卡业务的整体盈利本事。

1、努力提高营销技能。一方面将我行信用卡新产品信息传递给优质客户，另一方面以客户为中心、以市场为重点，主动沟通和分析客户的需求，展开针对性的营销。

2、不断加大品牌宣传。品牌是客户对产品理解程度和偏好度的标准，要在辖内进行开展营销活动，整合海报、展架、册页、营销驻点、合作单位等资源，大力宣传信用卡品牌，扩

大品牌知名度和影响力，在分行的带领下，经过折扣优惠、节日有礼等活动，大力宣传我行信用卡。

3、大力推动分期业务。经过营业网点、电子显示屏等渠道，做好信用卡灵活分期、账单分期的营销活动落地工作，进行引导客户使用分期付款服务。

4、做好商户pos拓展。选择证表齐全、财务规范、信誉度高的商户合作，贴合条件的要严格落实商户优惠措施。

(一)牢固树立合规经营理念，坚持适宜的产品销售给适宜的客户原则，严格执行监管部门“七不准”、“四公开”制度。

(二)要严格按照“开门红”方案要求，紧扣中心，服从大局，不断强化我行市场竞争力和品牌影响力，确保各项零售业务综合营销取得预期效果。

(三)严格按照总行要求开展创新类理财业务。所有理财类产品必须经总行审批同意后方可销售，不得私下与第三方机构合作、不得私下在网点或其他场所以我行名义进行销售或推介。做好理财产品风险评级，各支行销售网点要对客户的风险承受本事充分评估，宣传销售文本必须规范，及时进行产品风险提示和信息披露等。

(四)严格规范个人征信系统的使用和管理，切实做好客户信息保护工作，有效防范操作风险、道德风险、法律风险和声誉风险。

“开门红”是一项综合性、系统性工作，我支行坚决按以上营销方案执行，提高我行一季度的业绩，同时提高我行在全市个支行中的`排行，争取20xx年再创新辉煌！

# 银行网格化营销活动方案篇二

## 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。

## 银行网格化营销活动方案篇三

绿色生活社区行

二、活动时间

每月中旬周六一次

三、活动形式

(1) 社区活动

(2) 闹市活动

(3) 企业行

四、活动目标

(1) 使周围潜在客户明确知晓我行所处位置，了解浦交通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) 储蓄存款明年开门红新增做储备，为我行后续开展个金

业务奠定基础。

## 五、活动费用

(1) 场地租赁费：元

(2) 宣传制作费：元

(3) 促销礼品购置费：元

## 六、营销方案

### (一) 社区行前工作：小区物业沟通

1、居委会。居委会信誉度高，对小区居民的情况十分了解，且在小区宣传场地。使用费、张贴宣传品的费用等方面有权给予减免。谈判切入点：合作推广社区稳健理财服务；丰富社区生活、2、小区会所或管理处。小区会所或管理处掌握大部分居民资料，尤其对资产量大的客户或积极参与社区活动的活跃客户较为熟悉，能协助吸引部分大客户。谈判切入点：增加小区增值服务。

3、选择活动现场粮油货品种类及数量，货品价格及优惠，制定现场促销活动方案

4、选择联合进驻的合作公司，挑选确认各等级奖品及数量、

### (二) 线上线下同步预热、提前做好客户预约、业务预受理：

1、社区内推广(公告+一页通)

b□大堂可以放置展板使来厅堂办理业务的客户了解此次活动的时间与内容；

d□短信发布、微信互动、小区业主qq群内公告等形式全方位

发布信息;逐步树立我行财富管理进社区的服务形象,加强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、社区外推广(媒体+周边商户)

a□在报纸、网络等信息留存较久的媒体上发布活动预告及活动简讯,扩大品牌效应;

b□在小区便利超市、周边商户处留存网点服务信息卡,也可作为网点活动定点报名处、

### (三)物料准备

1、确定场地,设计场地的布置;

2、设计制作活动预热宣传品内容;

4、邀请社区居委会人员参加

### (四)活动流程:

### (五)社区行后续工作:

1、短信电话致谢物业,微信群qq群致谢客户

2、微信图文报道,社区行工作总结包括此次活动的不足及改进方案、

## 银行网格化营销活动方案篇四

随着电子商务的越来越广泛的应用和越来越受到人们的亲睐的大背景下,作为电子商务重要的核心部分的资金流——即网上支付的手段越来越显得重要和备受关注。网上支付手段

的安全性，可靠性，及时性，快捷性等直接关系到电子商务的发展和广泛应用的步伐，成为电子商务发展的重要突破环节。目前主流的网上支付手段很多，主要有：支付宝，支付通，财付通，网上银行，以及电子货币比如点卡□qq币等等一些其他的支付手段。支付手段的多样化为用户提供了更多的选择空间和更灵活的支付方式，但是还要看到现在的各种支付手段并没有达到最方便最快捷最安全的地步，作为一个正在逐步完善的市场我们需要不断新的更适应这个市场发展的方式和方法。我们正是在这样的背景和思想下提出自己的《农行电子银行营销方案》的。

## 银行网格化营销活动方案篇五

为了增强我社银行卡在成都地区的影响力和品牌效应，进一步提升广大持卡人的用卡热情，省联社决定在5月下旬至“六一”国际儿童节期间，在成都海昌极地海洋世界、欢乐谷、南湖梦幻岛开展“xxx农信卡有爱，全家‘童’样精彩”刷卡优惠促销活动。为了做好活动推广，吸引更多客户参与，特制定本方案。

### （一）成都海昌极地海洋世界

1活动时间□20xx年5月25日-20xx年5月30日。

2活动内容：活动期间，持xxx农村信用社银行卡到成都双流麓山大道二段59号海昌天澜售楼部，购成都海昌极地海洋世界门票享47折，原价130元，现价60元。

3活动细则：单卡单日限购2张，每天限50张，售完即止。

### （二）成都欢乐谷游乐园

1活动时间□20xx年5月25日-20xx年12月31日。

2活动内容：活动期间，持xxx农村信用社银行卡到成都市金牛区西华大道16号欢乐谷游乐园，购门票享9折。

3活动细则：单卡单日限购3张。

### （三）成都南湖梦幻岛

1活动时间□20xx年5月25日-20xx年12月31日。

2活动内容：活动期间，持xxx农村信用社银行卡到成都市双流县华阳镇人民南路南延线南湖旅游度假区南湖梦幻岛，购全场畅玩套餐，享75元优惠价。

3活动细则：套票仅限一人使用，单人当天可无限次乘坐游玩指定设备。

全省集中推广时间为20xx年5月25日-20xx年6月1日。

### （一）省联社统一渠道及投放内容

#### 1站

在站首页图片栏投放宣传主画面。

#### 2123456客服

123456客服接受活动相关信息咨询。

#### 3短信宣传

省联社统一向全省金卡、白金卡客户发送活动宣传短信，内容如下：

“六一”带上xxx农信银行卡，海洋世界、欢乐谷、梦幻岛随

你要！5月25日—6月1日期间，持xxx农信银行卡到成都海昌极地海洋世界、欢乐谷游乐园、南湖梦幻岛购票享折扣优惠，最高47折！详询96633。

4官方微博、微信

省联社统一在行内官方微博、“蜀商惠”微信发布活动宣传图文，宣传文字内容如下：

儿童节成都畅玩一卡在手游乐胜地不愁

每个周末，有孩子家庭的人士都会为选择游玩地点而头痛，再过几天病症会加重——因为，儿童节要来了。

如果您暂时还没有孩子，那就属于一大群自诩为“大孩子”的群体。这一天，很多人才会觉得自已还年轻。

儿童节畅玩成都□xxx农信让你告别选择困难，重返童年。

一张农信卡，走进最成都南北三处游乐胜地。

一、欢乐谷

如果问成都哪儿的游乐园最火，无疑是欢乐谷。《奔跑吧兄弟》的泥潭大战便是选址欢乐谷。

成都欢乐谷占地由阳光港、欢乐时光、加勒比旋风、巴蜀迷情、飞行岛、魔幻城堡、飞跃地中海、欢乐光年这8大主题区域组成，拥有百余项景点。其中设置了159项体验观赏项目，包括超过54项娱乐设备设施、58处人文生态景观、27项艺术表演、20项主题游戏和商业辅助性项目。成都欢乐谷拥有中国第一台超级扭转过山车“飞跃地中海”，中国第一套双龙过山车组合设计，中国最长的双提升矿山车，中国第一个顶仓旋转式飞行岛，中国荧幕最大的4d影院，中国第一台双塔



太空梭，中国第一部原创黑暗乘骑等18套国际国内第一的大型游艺景点。

在这里，可以体验极限与刺激，释放压力。

也可以观看表演，体会另一种浪漫。

现在□xxx农信携手欢乐谷推出优惠活动，即日起至20xx年12月31日，凡持xxx农信可享受门票9折优惠，每卡限购3张。

欢乐谷地点：成都市金牛区西华大道16号

## 二、海昌极地海洋世界

欢乐谷之外，还有一处让人迷恋的、寓教于乐的游乐圣地。

在海昌极地海洋世界，游客能近距离的观赏到白鲸、北极熊、企鹅、海豚、北海狮等国内罕见的极地动物以及上千种珍稀海洋鱼类，让人仿佛置身于真实纯净的极地世界。缤纷浪漫的海底观光隧道、种类繁多的热带鱼以及色彩斑斓的珊瑚，将带给你一段神秘奇幻的海底之旅；同时，成都海昌极地海洋世界还运用电子平台等高科技手段向游客们普及极地、海洋、动物的科普知识，展示科考标本、设备和器材，让游客们、特别是小朋友们能够更好地认识海洋，认识世界。在鲸豚馆内，白鲸、海豚、伪虎鲸的风采激情震撼，让人欢笑不已；在如梦如幻般的洄游大厅，美轮美奂……仿佛置身美丽奇幻的极地世界，人与自然的融入、人与动物的`和谐，悠然而生。

成都海昌极地海洋世界由极地动物展示区、鲸豚表演场、欢乐剧场、海洋动物展示区、风情小岛休闲区五大核心板块组成，每个板块分别由不同种类的动物为主题分馆围合而成，园内通过人造冰雪景观、维生系统等高科技的精密运用，使极地动物也能在内陆悠然生活，为游客带来梦幻极地的奇幻

感受。

20xx年5月25日至20xx年5月30日期间□xxx农信银行持卡人在成都双流麓山大道二段59号海昌天澜售楼部领取极地海洋世界47折门票（门票价格为60元），活动期间每张银行卡限领二张，每天50张，共300张，领完为止。

海昌极地海洋世界地点：成都市天府大道南段20xx号

### 三、南湖梦幻岛

在城南，除了海昌极地海洋世界以外，还有一个地方可以让你体会童年乐趣。

南湖梦幻岛位于南湖度假区，森林覆盖率达60%，湖域面积达30万平方米。全年活动精彩纷呈，包括“群星音乐嘉年华”、“成都国际啤酒节”、“玛雅狂欢节”等等。选择游玩梦幻岛，不但能满足对惊险、刺激的追求，还能放松身心、感受独特的美食、音乐文化。

踏进梦幻岛城堡大门，在你面前的是一棵像是从宽阔的梦幻之湖上生长起来的神秘精灵树，有人说那是阿凡达的住所，上面住着许多神态各异的童话精灵，高兴的是还有梦幻岛可爱的吉祥物宝宝yoyo□cici热情地欢迎您的到来，带着几分惊喜和猜想，开始你的梦幻之旅吧！

现在，在南湖梦幻岛“团队接待室”出示xxx农信银行卡可享受游乐套票优惠如下：

游乐套票名称：畅玩升级套票

畅玩升级套票价格□xxx农信银行持卡人享受75元优惠价（现付现金使用）

畅玩升级套票使用规则：仅限一人使用，单人当天可无限次乘坐游玩指定的40项设备。

南湖梦幻岛地点：双流县华阳镇人民南路南延线南湖度假风景区内

## （二）各法人机构推广渠道及投放内容

### 1营业网点led屏

通过营业网点led屏滚动播放活动宣传信息，内容如下：

“六一”带上xxx农信银行卡，海洋世界、欢乐谷、梦幻岛随你要！5月25日—6月1日期间，持xxx农信银行卡到成都海昌极地海洋世界、欢乐谷游乐园、南湖梦幻岛购票享折扣优惠，最高47折！详。

### 2短信宣传

通过自有的短信平台，向除金卡、白金卡客户以外其他客户发送活动宣传短信，内容如下：

“六一”带上xxx农信银行卡，海洋世界、欢乐谷、梦幻岛随你要！5月25日—6月1日期间，持xxx农信银行卡到成都海昌极地海洋世界、欢乐谷游乐园、南湖梦幻岛购票享折扣优惠，最高47折！