

2023年全员营销方案银行(模板5篇)

为了确保我们的努力取得实效，就不得不需要事先制定方案，方案是书面计划，具有内容条理清楚、步骤清晰的特点。方案能够帮助到我们很多，所以方案到底该怎么写才好呢？以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

全员营销方案银行篇一

为扩大市场占有率，促进酒店销售，针对节日期间酒店消费旺季的特点，推出以下营销新举措：

一、客房促销办法

- 1、调整现有对外销售价格：
- 2、除免费招待房、自用房外每间/天赠送双份营养自助早餐
- 3、住客现金开房每间/天赠送康体消费券40元，免费消费2小时
- 4、新推出钟点房9：00-18：00，二小时起价60元，每超过一小时加收30元(仅限豪华标间)；午夜房00：00-6：00128元/间(限豪华标间，不送早餐)；特价房房价xx元/间(每天限量10间，限豪华标间，不送早餐)
- 5、凭房卡在餐厅消费9折、大堂吧消费9折、康体中心消费9折
- 6、入住套房赠送果盘
- 7、免费拨打市内电话
- 8、客房免费宽带网络

9、延迟退房时间至14:00

二、餐饮消费的营销举措

1、调整餐饮出品结构，启用新菜谱

2、使用新菜谱后餐饮二楼大厅全面实行6.8折，餐饮包厢凭会员卡或协议享受折扣(酒水、香烟、海鲜、燕鲍翅、特价菜、宴会除外)

3、餐饮就餐客人每桌任选一款特价：大闸蟹xx元/只蛋黄酥x元/份老面馒头1元/个

5、餐厅每桌消费xx元以上赠送x元免费房券壹张

三、营销部

尽快走出去对周边客户进行拜访，完成营销协议的签订；事先预付款的客户消费给予最大程度优惠，预付款起点为xx元。

四、全员营销提成奖励

对于内部员工介绍亲友来酒店消费客房价格不低于协议价按实际结算金额3%发放提成奖励，餐饮按实际结算金额的2%发放提成奖励，康体推销月卡、季卡、半年卡、年卡按xx%发放提成奖励，每月集中统计发放；经营部门负责人和营销、预订人员的提成奖励办法另行制定。

五、大力推广酒店会员卡

酒店的。会员卡现有至尊钻石卡、至尊贵宾卡和康体时段卡(含月卡、季卡、半年卡、年卡)三种类型。至尊钻石卡xx元为办卡起点，首次充值x元送xxx元，后续充值每1000元送100元；至尊贵宾卡首次充值起点为xx元，客人凭卡可享受

客房8折，餐饮、大堂吧消费8.8折，康体中心的月卡、季卡、半年卡、年卡按现有价格执行，特殊客人经批准后给予适当优惠。酒店员工推荐销售会员卡按充卡金额发放2%的提成奖励。

文档为doc格式

全员营销方案银行篇二

1. 奋起奋进，自信自强，团结友善，严肃活泼。
2. 干净，安静，团结，精进。
3. 感谢高考，坚持不懈，专心致志。
4. 贵在坚持，唯在坚持，成在坚持。
5. 浩然明理，俨然肯学。
6. 和风细雨展淑女气质，谦恭礼让显绅士风度。
7. 鸿鹄高翔，一举千里；天道酬勤，唯我独尊。
8. 鸿鹄展翅，志在蓝天。
9. 厚德载物，自强不息。
10. 厚积薄发，永不退缩，相亲相爱，超越梦想。

全员营销方案银行篇三

一、适用范围：

二、有效期□20xx年2月1日——20xx年12月31日。

三、车辆销售提成政策：

政策设置：台阶销售奖励分车型考核，以月度销售量为考核指标。

1、月度台阶销售奖励：直销专员月度销售量达到不同的台阶，享受不同的单台提成奖励政策：

2、台阶销售量目标：在每月1—3日下发当月的台阶销售量目标。

3、核算标准：实际销售量以直销专员当月实现回款开票的数量为核算标准。

4、特别说明：正式直销专员连续三个月车辆销售量在团队中排名最后的，实行末位淘汰，实习直销专员入职满3个月仍未销售车辆的实行转岗或淘汰。

四、保险销售提成政策：

政策设置：以月度销售额为考核指标。

1、商业险月度台阶销售奖励：直销专员月度销售额达到不同的台阶，享受不同的提成比例奖励政策：

2、台阶销售量目标：在每月1—3日下发当月的台阶销售量目标。

3、交强险销售提成：交强险销售额*1%，交强险不列入商业险台阶销量计算。

4、核算标准：实际销售量以直销专员当月实现回款开票的销售额为核算标准。

五、精品销售提成政策：

政策设置：以月度销售额为考核指标。

1、月度台阶销售奖励：直销专员月度销售额达到不同的台阶，享受不同的提成比例奖励政策：

2、台阶销售量目标：在每月1—3日下发当月的台阶销售量目标。

3、核算标准：实际销售量以直销专员当月实现开票的销售额为核算标准。

六、车贷销售提成奖励：

1、车贷手续费*s□手续费为1000-元/台。

2、核算标准：以当月回款开票计，无手续费的车贷不计入车贷考核量。

七、月度销售冠军奖励：

1、月度车辆销售冠军奖励：对月度各车型合计销售量最高的直销专员评定为月度车辆销售冠军荣誉奖励，并给予现金奖励300元。

2、月度保险销售冠军奖励：对月度全部保险合计销售额最高的直销专员评定为月度保险销售冠军荣誉奖励，并给予现金奖励200元。

3、月度精品销售冠军奖励：对月度全部精品合计销售额最高的直销专员评定为月度精品销售冠军荣誉奖励，并给予现金奖励200元。

4、车贷销量冠军奖：对月度全部车贷销量合计最高的直销专员评定为月度车贷销售冠军荣誉奖励，并给予现金奖励200元。

（无手续费的车贷不列入车贷销量计算）

5、享受奖励政策条件：直销专员必须完成台阶4的任务量才能享受相应的销售冠军奖励。

6、兑现方式：月度销售冠军荣誉奖励在销售部月终总结会议上颁发表彰，现金奖励在次月发工资时兑现。

八、直销员最终工资核算：

最终工资=（底薪工资+提成奖励）*0.6+（底薪工资+提成奖励）*0.2*月度客户满意度得分+（底薪工资+提成奖励）*0.2*日常行为考核得分。

九、直销员业务提成激励方案：

1、建卡数量考核：500元奖金*实际新增潜在客户数量/新增潜在客户数量，新增潜在客户数量任务以月为单位进行下达。以crm系统数据为准，有效的跟踪回访记录，信息齐全。

2、邀约到店量考核：每月1日下达任务目标，根据数据汇总情况，每月1日下达台阶目标值。

3、销量提成：按直销员月度成交结算数量，依据台阶式销售相应提成。

4、电销员最终工资核算：

最终工资=（底薪工资+提成奖励）*0.8+（底薪工资+提成奖励）*0.1*月度客户满意度得分+（底薪工资+提成奖励）*0.1*日常行为考核得分。

全员营销方案银行篇四

一：银行营销

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；

(3)通过微信宣传活动信息；

4. 活动反馈与跟踪销售行动

根据活动开展情况，由现场人员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

以客户需求为导向的财富管理业务是未来的发展趋势，是银行竞争力的重要构成因素。

而当今社会人际关系，也是财富来源，全员营销的'战略目的在于使商业银行能在各个环节协调开展营销活动，以实现最大程度的客户满意，以此树立良好的形象，保留优质客户，并通过扩散效应，最终使银行获得满意的经营利润。

银行进入全员营销状态 团队战成主流

全员营销不是空谈

常言道“一个好汉三个帮，一个篱笆三个桩”，要想做成大事，必定要有做成大事的人脉网络和人脉支持系统。

人脉资源是一种潜在的无形资产，是永不破产的银行。

人脉关系不是需要的时候马上就能建立的。

(1人)

置业顾问(8人)

销售内勤(2人)

件的决策;

7)销售状况的评估、分析,解决、处理重大的客户投诉。

2. 销售内勤

1)整理租售资料,做好统计及分类管理;2)办理相关销售手续,做好档案管理工作;

3)办理住房按揭、房产证、土地证及其它相关手续/证照;4)做好公司、楼盘的宣传推广工作(广告投放、活动执行等);5)积极完成上级临时安排的其它工作。

3. 销售主管

1)对销售现场进行全面管理,对部门经理/部门副经理负责;

2)实施部门人员在职岗位培训及测评,对人员调整提出建议;

3)协调部门人员之间的关系,做好销售团队建设,提高团队凝聚力;

4)严格执行公司销售策略,协调部门人员共同完成公司销售目标;

5)掌控销售进度,对销售现场进行实时监控,做好客户接待的协调工作;

6)处理销售现场的重大突发事件,协调处理好客户关系;7)销

售状况的评估、分析，解决、处理客户投诉;8)做好市场调查，对销售政策/策略调整提出相应建议。

9)协助部门经理完成部门工作、协助销售内勤程序性相关工作。

4. 置业顾问

3)充分展示公司、楼盘的良好形象，加强业务学习;

4)主动、自觉完成本职销售任务及上级安排的各项工作;

5)协助客户、销售内勤办理相关销售手续，做好客户跟进、服务工作;

6)负责与客户沟通联系，为客户解决困难;7)对客户有礼有节，不准有超越权限的承诺;8)任何状况下，公司利益至上，不得伤害公司利益;9)协助销售主管处理投诉问题的落实、解决;10)做好对外公关工作，完成上级临时安排的工作。

三、人员分工及工作职责

营销策划部的人员分工及工作职责，严格依照公司岗位职责的相关规定执行