

# 2023年银行进学校营销简报 银行营销活动方案(实用9篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。

## 银行进学校营销简报篇一

岗位作奉献、青年展风采

丰富青年员工生活，搭建互相沟通平台，增进友情，共享工作心得，展现青年员工主动向上的精神风貌。

4月20日(周五)

惠亭水库

公司青年员工，自愿报名

公司政工科(团委)

1、活动日上午8:00在公司院内集合，将活动参加人员分成几个小组(小组数视参与人数定)。(8:10~8:20)

2、各小组推选组长、副组长和平安员各一名，组长全面负责本小组各项工作，协调分工，并帮助团委确保活动顺利开展，副组长负责人员联络，小组之间沟通合作，平安员负责本组成员活动过程中的各项平安措施落实。(8:20~8:30)

3、后勤保障人员随车动身，将活动物资搬至活动地点，活动

其别人员徒步动身至活动地点，途径惠亭山，各小组团结互助，争取在最短的时间内到达活动地点。(8:30~10:00)

4、开头烧烤和野炊，各小组之间加强沟通和互助，确保食物平安美味。(10:00~12:30)

5、活动中要表达节能意识，活动完毕后必需进展清扫和东西清理，保持环境干净。(12:30~13:00)

6、听取《建立和弘扬统一的企业文化》宣扬手册讲解。

7、以小组为单位，进展全体参加者的互动小嬉戏，嬉戏输的一组要表演节目。(13:00~15:00)

8、集体从惠亭山爬山返回，各小组团结互助，争取在最短的时间内返回。

1、公司属各单位、各部室青年员工自愿报名。

联络人：

2、参与活动者需遵守活动纪律，团结互助，并预备消遣小节目(无硬性要求)，充分呈现青年员工风采。

## 银行进学校营销简报篇二

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、梦幻岛随你耍！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，很多人才会觉得自己还年轻。

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！

## 银行进学校营销简报篇三

在竞争激烈的金融市场中，银行作为服务提供者，需要通过巧妙的营销活动来吸引客户并增加市场份额。银行营销活动的策划方案是实现这一目标的重要工具。本文将详细介绍一个银行营销活动策划方案，旨在提供一个详细、具体且生动的指导，以帮助银行实现其营销目标。

1. 市场分析：在当前金融市场竞争激烈的环境下，银行需要不断创新以吸引新客户和保留现有客户。与此同时，随着互联网金融的迅速发展，许多银行客户转向了在线银行和支付服务，传统银行面临着市场份额减少的挑战。

2. 目标受众：针对广大年轻人群体，他们成为金融需求增长的主要驱动力。由于具有互联网先进性、信息获取便利性以及快速的消费决策能力，年轻人群体成为银行争夺的重要客户群体。

3. 竞争优势：银行具有丰富的金融产品、严密的风控措施以及信誉良好的品牌形象。通过巧妙的营销活动，银行可以突出这些竞争优势，吸引客户。

1. 增加客户：通过活动吸引新客户，扩大市场份额。

2. 提高客户忠诚度：通过活动增强现有客户对银行的忠诚度，减少客户流失。

3. 提升品牌形象：通过精心策划的活动，塑造银行的良好品牌形象，树立行业领先者形象。



1. 活动主题：选择一个吸引人的主题，与目标受众相关。例如，可以选择“梦想创造者”、“智慧生活”等主题，以吸引年轻人群。

2. 活动内容：

a. 宣传活动：通过多种渠道宣传活动，包括社交媒体、电视广告、室外广告等，提升活动知名度。

b. 互动体验：为客户提供丰富的互动体验，以增加客户参与度。例如，可以设置线下活动，邀请客户参与竞赛、抽奖等活动，吸引他们与银行进行互动。

c. 产品推广：利用活动的机会，重点推广银行的金融产品，以增加客户对产品的了解和兴趣。

d. 社会责任：通过活动展现银行的社会责任感，例如与慈善机构合作，为社区做出贡献。这将增加客户对银行的好感，并提升银行的社会形象。

3. 活动预算：为活动制定详细的预算，包括活动筹备、广告宣传、奖品和礼品等费用。预算需要合理分配，以确保活动的顺利进行。

4. 活动执行：在活动执行过程中，需要确保各个环节的顺利进行。活动执行团队需要良好的协调能力，确保活动的按计划进行。

1. 客户反馈：通过客户调查、投诉处理等方式，获取客户对活动的反馈意见。根据客户反馈，及时调整活动策略，以提高活动效果。

2. 成果评估：对活动的各项成果进行评估，包括客户增长、销售增长、品牌形象提升等。通过评估结果，判断活动是否

取得了预期的效果。

3. 整改改进：根据评估结果，对活动策划方案进行整改改进。从客户需求、活动执行等方面着手，保证活动策划方案的不断优化。

通过精心策划的银行营销活动，银行可以吸引新客户，提高客户忠诚度，并树立良好的品牌形象。银行应不断创新，针对目标受众制定巧妙的活动策划方案，以在激烈的金融市场中立于不败之地。

## 银行进学校营销简报篇四

“青春建行，展我风采”

活动开展期□xxx年1月20日—xxx年3月31日

xx支行全体青年员工

旺季营销期间全行以“吸收存款、拓展中收、发展客户”为主要目标，青年员工作为支行生力军，更应当积极投入到旺季营销，为提升青年员工旺季营销积极性，打好“旺季开门之战、同业领先之战”，为全年个人业务发展奠定基础。

为评价青年员工个人业务经营成果，促进全行个人银行业务进一步发展，活动将设置综合贡献奖和单项冠军奖，分别对综合及单项产品表现突出的个人进行表彰奖励、“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）

本方案由支行团支部按每周一统计的频率进行通报。

## 银行进学校营销简报篇五

银行是依法成立的经营货币信贷业务的金融机构。银行是商品货币经济发展到一定阶段的产物。下面是银行活动方案范文，欢迎参阅。

为进一步加强我行的服务工作，不断提高服务效率，提升服务层次，塑造xx银行的服务形象，打造xx银行的服务品牌，用优质高效的服务推行我行各项经营工作。根据分行今年服务工作的指导精神，按照分行的安排，支行决定开展文明优质服务竞赛活动。活动实施方案如下：

## 一、竞赛目标

通过此次活动，推进优质服务工作，以倡导行业文明规范服务为核心，以规范优质服务标准为向导，以建立和完善科学服务管理工作机制为重点，增强全员服务意识，不断提高服务水平，打造特色服务文化，树立和宣传服务先进典型，建设一流的服务团队，培育一流的服务文化，打造一流的服务品牌，展示一流的行业形象，提升吉林银行的服务品牌，构建“文明优质服务年”，促进支行业务发展。

## 二、组织领导

为保证优质服务工作有序进行，支行成立文明优质服务竞赛活动领导小组，组成人员如下：

组长：

副组长：

成员：

领导小组办公室

主任：

副主任：

成员：

具体工作由办公室组织实施，各部门给予配合。

## 三、活动安排

活动分动员、实施、总结评比三个阶段进行。

(一) 动员阶段(3月16日—3月25日)。

1、组织开展学习动员活动。一是召开中层干部会，学习贯彻《20xx年文明优质服务竞赛活动会议》精神，并传达给每位员工，形成落实材料。二是成立支行文明优质服务竞赛活动领导小组。建立“一把手”责任制，明确责任。三是结合工作实际，制定《文明优质服务竞赛活动实施方案》。四是召开全行员工动员大会，下发今年服务工作活动方案，明确活动目的，布置工作计划。

(二) 实施阶段(3月26日—12月31日)

根据分行的竞赛方案，支行将从一下四个方面开展此次文明优质服务竞赛工作。

1、制定措施，完善服务

组织开展查摆服务当中问题。每个网点都要组织员工对本单位服务当中的问题进行查摆、梳理，制定整改措施，每个网点都要组织员工写出题为“如何参加优质文明服务竞赛的感想和体会”，自我约束自己，积极投身到竞赛活动中。积极报道活动中涌现的好人好事，总结经验，加强交流，促进工作，提高优质服务整体工作水平。

2、组织开展学习和技能培训、比赛。

(1)以《服务规范化标准及细则》和《营业网点标准化管理手册》为标准，定期组织理念培训和礼仪培训，从服务语言、服务态度、职业形象、服务纪律、服务技能、服务场所、服务设施等几个方面规范临柜人员的服方法，促进各营业网点在服务上、管理上达到流程化、标准化，全面提升吉林银行优质文明服务水平。

(2)从网点标准化建设、接待客户水平、业务办理质量等方面

开展练兵，着重培养大堂经理服务能力、柜员操作技能，选拔出优秀网点，参加在分行举办现场服务演示竞赛。

(3)为全面提升临柜人员的综合理论能力和业务技能，支行将统一组织业务培训，专项技能培训，业务能手培训，每季度还将开展一次专题讲座、知识问答、技能竞赛，成绩突出的员工将代表支行参加分行举办业务竞赛。

3、开展服务监督检查活动。对外公布监督电话，设立意见箱，及时妥善地处理客户投诉。针对投诉情况，支行将召开处理应急投诉事件经验交流会，对处理投诉率等突发事件得当、客户满意率高的进行现场讲演，以提高全行人员的处理投诉和应对突发事件的能力。

4、定期召开网点主任和大堂经理服务经验交流会。交流服务管理经验；总结服务中好的想法和做法；查找服务存在的问题和不足，对共性问题，研究解决办法。支行将聘请专业人员进行讲解，提升服务水准。

(三)总结评比阶段(20xx年6月末、12月末)。此次竞赛活动分两次评比，分别是半年小评、全年总评，上半年考评结果计入全年总分，年末总评进行奖励。支行将根据《服务规范化标准及细则》和《业网点标准化管理手册》的标准对各网点活动开展期间的服务工作进行全面检查、评比，并量化打分，进而产生先进集体和个人。

#### 四、奖惩措施

##### 1、奖项设置。

半年奖项设置：网点人均业务量奖2个；文明优质服务集体奖2个(网点)。

全年奖项设置：文明优质服务先进集体(网点)2个，服务标

兵2人，业务操作能手3人。

委屈奖3人。

## 2、奖励方式。

凡获奖单位、集体及个人，支行给予奖励并上报分行，分行将给予物质奖励及外出学习、考察奖励。

委屈奖由各网点推荐上报，经支行领导小组研究确定具体奖励措施。

## 3、处罚。

总行有效投诉一次的网点主任免职(有效投诉当事人下岗重新竞聘上岗)，服务考评得分列分行后三名的营业网点，支行将对网点主任问责或对网点进行经济处罚。

### 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

1. 概念：营销策划方案是商业银行在进行金融产品或服务的市场销售之前，为使销售达到预期目标而进行的各种销售促进活动的整体性策划文书。

2. 作用：营销策划是针对某一客户开发和某一产品营销而制作的规划，它的任务是为将朦胧的“将来时”渐变为有序的“现在进行时”提供行动指南，由此而形成的营销策划方案则是商业银行开展市场营销活动的蓝本。

3. 特点：营销策划方案必须具备鲜明的目的性、明显的综合性、强烈的针对性、突出的操作性、确切的明了性等特点，即体现“围绕主题、目的明确，深入细致、周到具体，一事一策，简易明了”的要求。

## 结构模式

1. 种类：商业银行市场营销策划方案因其策划的对象不同，可分为大型优良客户营销策划方案、重大项目营销策划方案、市场调查策划方案、产品推介策划方案等等。

2. 结构：

营销策划方案的基本结构是：

第一部分：营销策划方案封面

在这部分内容中，策划者需分项简要概述以下内容：

1) 营销策划的全称。

基本格式是：xx银行关于营销策划书

2) 营销策划的部门与策划人。

营销策划：xx银行分(支)行客户部

主策划人：、

3) 营销策划的时间。

x年x月x日

第二部分：营销策划主题和项目介绍

根据不同的营销策划对象(即营销策划项目), 拟定各自所应围绕的主题。营销策划主题是整个营销策划的基石和内核, 是营销策划的基本准绳。在阐述营销策划主题的基础上, 要对策划的项目情况作一简要的介绍, 包括项目的背景、项目的概况、项目的进展、项目的发展趋势等。

### 第三部分：营销策划分析

营销策划分析可以是逐项分类分析, 也可以作综合分析, 视策划的具体情况来定。

#### 1) 项目市场分析。

宏观环境状况。主要包括宏观经济形势、宏观经济政策、金融货币政策、资本市场走势、资金市场情况等等。

项目市场状况。主要包括现有产品或服务的市场销售情况和市场需求情况、客户对商业银行新产品或服务的潜在需求、市场占有份额、市场容量、市场拓展空间等等。

同业市场状况。主要包括同业的机构、同业的的目标市场、同业的竞争手段、同业的营销方式、同业进入市场的可能与程度等等。

各种不同的营销策划所需的市场分析资料是不完全相同的, 要根据营销策划需要去搜集, 并在营销策划中简要说明。

#### 2) 基本问题分析。

营销策划所面临的问题和所要解决的问题, 这些问题的生成原因是什么?其中主要原因有哪些?解决这些问题的基本思路如何确定, 出发点是什么?通过何种途径, 采取什么方式解决?等等。

### 3) 主要优劣势分析。

主要优势分析：围绕营销策划主题，将要开展某一方面的市场营销活动(如市场调查、新产品开发、市场促销、广告宣传等)，拥有哪些方面的优势，主要是自身优势(即自身的强项)分析，也应考虑外部的一些有利因素。营销策划就是要利用好有利因素，发挥出自身优势。分析优势应冷静客观，既不能“过”，也不能“不及”，要实事求是。

主要劣势分析：主要劣势分析就是分析与将要开展的市场营销活动相关联的外部一些不利因素和自身的弱项、短处等。营销策划就是要避免和化解这些不利因素，如何弥补自身的不足，错开自身的弱项。

主要条件分析：主要条件分析就是分析将要开展的市场营销活动所需要的条件，包括已具备的条件和尚须创造的条件，逐一系列出，逐一分析，以求得资源的最佳利用与组合。

### 第四部分：营销策划目标

不同项目的营销策划，有各自不同的营销策划目标，而营销策划目标大多由一些具体的指标所组成。拟订营销策划目标，要实事求是，经过努力能够达到。

### 第五部分：营销执行方案(即保障措施)

制订营销执行方案，是营销策划的重头戏，是对市场营销活动各环节、各个方面工作的精心设计、周密安排和逐一布置与落实，是营销活动组织、开展的脚本。

制订营销执行方案应考虑以下问题：

(1) 理顺本次营销活动所涉及的各种关系。

(2) 把握本次营销活动的重点和难点。

(3) 确定本次营销活动应采取的策略。

(4) 弄清楚开展本次营销活动可利用的人、财、物等方面的资源与条件，确定好策划预算。

(5) 本次营销团队人员的组成，各参与部门及人员在本次营销活动中所应完成的任务、所应承担的责任和所应充当的角色。

(6) 开展本次营销活动的监控、反馈机制和传导系统。

(7) 完成本次营销策划任务的时间安排(分阶段任务)。

(8) 开展本次营销活动可能出现的突发问题与应急措施。

(9) 对本次营销活动的考核奖惩方式。

写作指要：

撰写营销策划方案，应注意把握以下几个要点：

1. 要突出卖点。

说服是策划方案的本质特征。每个策划方案一定要有独特的卖点，让读者一看就明白，一看就心动，以说服领导采纳。

2. 要突出创新。

不要把策划书当作计划书来写，因为计划无需创意，只处理细节，而策划必须要有创意。

3. 要突出重点。

策划方案切不可面面俱倒，无论是项目介绍、策划分析还是

营销执行方案都要重点突出。

共2页，当前第1页12

## 银行进学校营销简报篇六

### 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。

银行营销活动方案3篇活动方案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。

#### 一、活动目的

营造良好刷卡用卡环境,提高持卡人用卡意识,培养市民用卡习惯,让更多市民能够享受银行卡这一新型结算工具所带来的便利,方便群众生活。

#### 二、活动时间

20xx年12月1日---20xx年12月30日

#### 三、活动组织

本次活动承办单位仪征市银行卡工作领导小组办公室、江苏仪征农村合作银行、中国工商银行仪征支行、中国农业银行仪征支行、中国银行仪征支行、中国建设银行仪征支行、交通银行仪征支行、中信银行仪征支行、江苏银行仪征支行、

仪征邮政储蓄银行，扬州银通公司(协办)，中国银联江苏分公司提供技术支持。

#### 四、宣传主题

刷银联卡，安全健康，时尚的选择。

#### 五、活动规则

20xx年12月1日—20xx年12月30日，凡持卡号“6”字打头的银联标准卡在仪征市辖内指定商户刷卡消费68元(单笔交易)以上的持卡人均有机会获奖，奖项如下：

特等奖1名，韩国游(6000元等值奖品)

一等奖30名，各奖励400元等值奖品

二等奖90名，各奖励200元等值奖品

三等奖1200名，各奖励10元等值奖品

兑奖方式：持卡人联机抽奖奖项凭标有“仪征市银行卡活动x等奖”的签购单到仪征银行卡管理办公室领取(仪征市解放西路106号人民银行内)，咨询电话82660688，兑奖日期为中奖次日至20xx年12月日----20xx年1月30日止，兑奖期间的工作日星期一上午8：30—11：30，奖项逾期不领者，视作放弃领奖。

共2页，当前第2页12

## 银行进学校营销简报篇七

阅读后对我们的方案能够有一个总体的了解，为您进一步的研读我们的方案提供一个清晰的思路。

## 1. 方案的设计构思

从解决大学生实际问题的角度出发，设计一套能够解决具体问题的方案，从而为企业在大学生市场获取长远利益打下基础。

### 核心词解释

大学生实际问题：在大学城及城郊大学读书的大学生由于地理位置的原因面临着去银行办理业务不方便的现实以及往返途中安全难以得到保证的现状。

## 2. 方案的实现思路

1. 通过建行电子银行产品所具有的安全便捷的特性与大学生的实际问题进行对口，针对实际情况用我们设计的不同产品组合解决这一问题。

通过培养大学生实践能力为解决就业等方面的问题做出了努力，体现了这一方案的公益性，也为长期占有大学生市场打下了基础。

3. 在做好产品推广的同时，要想长期的从某一市场获利，必须要让这一市场的顾客感觉到企业的社会责任，针对大学生市场而言，大学生对于公益和就业的关注程度远远高出其它任何一个群体，因此在合适的时机与相关公益机构和媒体进行合作举办一些围绕校园的公益活动，与前面提到的邀请大学生加入推广队伍这一体现建行解决大学生就业的决心的行动相配合，既能够在这一市场获得良好的口碑，为长期获利做出铺垫，又体现了建行高度的社会责任感，巩固了企业的品牌形象。

## 3. 方案的具体设计

建设银行电子银行产品的同时体现企业的高度的社会责任感，为企业在这一市场的长期利益打下基础。

策划活动方案应注意把握以下几个要点：

### 1. 要突出卖点。

说服是策划方案的本质特征。银行营销方案每个策划方案一定要有独特的卖点，让读者一看就明白，一看就心动，以说服领导采纳。

### 2. 要突出创新。

不要把策划书当作计划书来写，因为计划无需创意，只处理细节，而策划必须要有创意。

### 3. 要突出重点。

策划方案切不可面面俱到，无论是项目介绍、策划分析还是营销执行方案都要重点突出。

多的行业活动方案等尽在：活动方案

----

## 银行进学校营销简报篇八

自从今年5月份某公用事业单位委托珠海工行、建行代收费用以来，前来该局各营业所以现金缴纳费的客户的数量正渐渐减少，从6、7月两个月的统计数据分析，前来该局各营业所以现金缴纳费用的客户平均占16%，银行收取现金费用的收入占某公用事业单位费用现金收入的40%，数据表明该局推出的银行代收费用政策已初见成效，基本上达到了第一阶段的宣传目的。

调查中也了解到，由于银行代收费在执行过程中，存在着一些银行营业网点等候时间过长、银行营业人员不熟悉操作规程影响交费等问题，导致有些客户仍然不愿意到银行交费，而且，有些客户对某公用事业单位不收费改委托银行收款的政策仍存在不理解和抵触的情绪，向某公用事业单位甚至市政府部门投诉，给该局抄表员、窗口收费员和局领导增加了不少压力，或多或少地影响了各营业所的正常运作。

据统计，目前有约15000户客户仍然不愿意到银行交费，常到各营业所以现金缴纳费用，这些客户占缴费用户总数的4%左右。此数量虽然不算很大，但是，仍然有必要提高警惕和重视，想方设法鼓励他们到银行交费。

因此，为了进一步深入持续推行银行代收费的政策，加快减少某公用事业单位各营业所窗口人工收费的压力与降低经营成本开支，提高服务质量，本方案提议举行“交费到银行”为主题的调查宣传活动。

了解仍然不愿意采纳到银行交费方式的用用客户的原因，为下一步工作提供第一手参考资料，再次宣传“交费到银行”的政策，鼓励人们“交费到银行”。

20xx年x11月。

交费到银行真安全又方便。

仍然不愿意到银行交费的15000户客户。

向不愿意到银行交费的客户发送调查函，了解其不愿意采纳到银行交费方式的原因，并向回函的客户赠送礼品。

以邮资信封装置调查函，向15000户客户邮寄。

以邮资片制作调查回函，客户填妥调查回函，无须粘贴邮资



可直接邮寄回某公用事业单位。

邮资封片即邮资明信片 and 邮资信封，是在普通明信片和信封的基础上发展起来的，其直接将邮资印在明信片和信封，极大的方便寄信人，并在指定的位置可发布企事业单位的广告，是一种新型的广告媒体。邮资封片是邮政部门的专营业务，任何单位与个人不得随意经营。

邮资封片的特点：

- 1、权威性：由国邮政局统一发行，具有防伪功能和一定档次。
- 2、广告性：可在指定的位置发布企事业单位的广告内容。
- 3、方便性：含有邮资图案，免去粘邮票的麻烦。
- 4、收藏性：精美的邮资封片还是集邮爱好者的收藏品。
- 5、纪念性：为重大事件发行的邮资封片还具有纪念历史的作用和意义。

制作15000枚调查函（邮资片）。

规格：正副片均148x100毫米。

## 银行进学校营销简报篇九

一、活动思路：

通过开业庆典现场的活动氛围的布置，对目标受众形成强烈的视觉冲击力，一方面提高该银行的品牌形象，另一方面也提高了受众目标对该银行的认知。通过结合现场氛围的布展，对银行的促销活动进行宣传与推广，从而达到品牌与促销双管齐下的目的。其手段可以使用广告资源的整合，达到立体

之效果，宣传达到最大化，提升银行的社会影响力。

## 二、活动时间/地点

活动时间：待定

活动地点：某银行

## 三、现场布置

1.2.

3.

围。

5. 银行门前街道灯杆旗（若干）内容更换为“\*\*银行\*\*月\*\*日隆重开业”。

6. 银行门口led显示屏内容为“热烈庆祝\*\*银行\*\*月\*\*日隆重开业+促销广告”

7. 舞台的搭建，用红色地毯铺盖。背景为喷绘巨幔，内容为银行开业

## 四、室内布置

1、门口摆放x展架两个，摆放在明显部位，内容设置为银行开业与促销活动的內容

2、厅内悬挂喷绘吊旗若干，内容为“\*\*银行隆重开业”。

3、安排桌椅若干，用以嘉宾休息。

## 五、礼仪方面

1.2.

3.

4.

5.

6.

7.

8.

9.

10.

11.

12. 印刷精美请帖，邀请相关部门领导参加开业仪式。安排若干礼仪小姐，为开业提供专业礼仪服务，一用来迎宾，二可以招待嘉宾。设置接待签到处，安排2名礼仪小姐接待。邀请舞狮队与乐队为开业庆典助兴，增加活动氛围。邀请专业主持人主持开业活动，保证仪式的顺利进行。邀请媒体记者参加，可以维护与媒体之间的关系，又可以扩大社会影响力。准备礼品袋（上印有银行的开业信息）、贵宾证于开业前夕发放。胸花若干，用于参加开业仪式人员佩戴 庆典礼花10筒，用以现场助兴。剪彩用具（剪刀、彩球）音响设备，营造喜庆氛围 糖果若干，用以招待来宾。

## 六、活动程序

8: 00 所有工作人员到岗，做庆典前准备，以确保万无一失。  
8: 30 开放音响，活跃现场，吸引人气，为开业仪式做准备。  
9: 00 嘉宾到场，礼仪小姐提供礼仪服务，招待嘉宾。9: 20  
主持人到场，向大家介绍银行的基本情况。

9: 28 主持人宣布开业仪式开始，礼仪小姐引领嘉宾到达剪彩现场，乐队鼓乐齐鸣，金狮

## 七、媒体安排

廊坊日报1版 消费广场2版

户外围挡广告（位于十字路口）2块 银行门口灯杆旗 若干  
舞狮以及乐队

短信发放1000条

（短信内容：\*\*银行\*月\*日隆重开业，活动当天光临现场并有精美礼品赠送，数量有限，送完为止。）礼品和银行争取。

## 八、物料需求

九、成立应急组，及时协调解决活动现场问题。