

# 银行营销存款的活动 银行存款营销活动 方案(通用5篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？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。

## 银行营销存款的活动篇一

我认为具体情况具体分析很重要，根据不同的客户群体，采用不同的方法进行存款营销。

1、定期为主，活期为辅。众所周知，银行存款最重要的就是要稳定，如果说今天把存款揽进来，明天就取走的话那也就是徒劳。现实中我们也不能保证我们的每一笔揽存都能一直稳定，所以我们只能是以定期为主，活期为辅，定活并存。但从某种意义上说，活期也有它的优势，一是它的运营成本要比定期低，活期的利率是0.385%，而定期（一年）的利率是2.1%，这对于银行利润来说是有区别的；二是活期账户资金变动较大，某种程度上有大幅度新增的可能。

2、分散风险，减小波动。银行本身就是一个高风险的行业，柜员揽存的风险固然就是客户存款会不会大额变动，对于这个问题我的观点是广泛撒网，分散风险。举个很简单的例子：一个100万的存款客户和十个10万的存款客户，十个10万的客户存款的稳定性很可能高于一个100万客户。所以说我们不能只依赖于大客户，在营销大客户的同时也要积累大量中小型客户，形成大小并存，大小互补的稳定局面。所以对于我认为所有来存款的客户（无论金额大小），我们都要谨慎对待，将眼光放远一些。

3、客户至上，利益为先。银行业在一定程度上说也是服务业

的一种，客户至上也是商业银行一贯坚持的经营理念，这不仅仅局限在优质服务，更重要的是客户利益。一切从客户角度出发，从客户利益出发似乎是我们每一位银行员工的原则，而柜面人员既是商业银行与客户接触最密切的群体，也是银行营销客户的重要渠道和风险防范的直接参与者，因此柜面人员在揽存的思路上一定要特别注重客户利益。

## 银行营销存款的活动篇二

抓住xx节和xx节的有利时机开展xx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。

### （1）积极拓展xx业务

x月、x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

x月、x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xx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□xx节期间，各行要做好安排，活动期间，教育储蓄可只分两次存入的创新优势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

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。

## 银行营销存款的活动篇三

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

20\_\_年\_\_月\_\_日---20\_\_年\_\_月\_\_日

### 三、宣传主题

刷银联卡，安全健康，时尚的选择。

### 四、活动规则

20\_\_年12月1日—20\_\_年12月30日，凡持卡号“6”字打头的银联标准卡在\_\_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“\_\_市银行卡活动\_\_等奖”的签购单到\_\_银行卡管理办公室领取（\_\_市\_\_路\_\_号\_\_银行内），咨询电话\_\_\_\_\_，兑奖日期为中奖次日至20\_\_年\_\_月\_\_日----20\_\_年\_\_月\_\_日止，兑奖期间的工作日星期一至上午8：30—11：30，奖项逾期不领者，视作放弃领奖。

## 银行营销存款的活动篇四

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\_\_银行的服务形象，打造\_\_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( \_\_\_月\_\_\_日—\_\_\_月\_\_\_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《\_\_\_20\_\_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( \_\_\_月\_\_\_日—\_\_\_月\_\_\_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务方法，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（20\_\_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。

## 银行营销存款的活动篇五

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\_\_节和\_\_节的有利时机开展\_\_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\_\_业务

\_月、\_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

\_月、\_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\_\_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。\_\_节期间，各行要做好安排，活动期间，教育储蓄可只分两次存入的创新优势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

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。