

2023年银行七夕活动策划(优秀5篇)

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。相信许多人会觉得范文很难写？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。

银行七夕活动策划篇一

七夕节(x月x日)是我国重要的民族传统节日之一，为了保护 and 传承好这一非物质文化遗产，充分发挥传统节日在弘扬中华优秀传统文化和加强公民思想道德建设中的载体作用，教育和引导人民群众树立正确的爱情观、婚恋观，促进家庭和睦和社会和谐，分局决定于8月份开展“我们的节日·爱在七夕”主题活动，具体实施方案如下：

深化“我们的节日”主题活动，以社会主义核心价值观体系建设为根本，广泛开展“我们的节日·七夕节”主题活动。通过开展一系列丰富多彩的活动，凸显七夕节爱情忠贞、家庭幸福等文化内涵，引导人们认知传统、尊重传统、继承传统、弘扬传统，促进现代家庭观念的健康成长，在全社会形成奋发向上的精神力量和团结和睦的精神纽带。

以“爱情忠贞、家庭幸福”为主题，引导人们追求爱情忠贞美满、家庭和睦幸福的美好生活。

- 1、开展“爱在七夕·中华经典诵读”活动。分局组织开展爱情诗词征集或诵读活动，倡导忠贞的爱情观；各科室组织开展吟诵经典爱情诗篇、传诵美丽爱情故事等中华经典诵读活动，引导人们感受传统文化魅力，努力把积极的人生追求、高尚的情感境界、健康的生活情趣传递给干部群众。

- 2、开展“爱在七夕”各类文化活动。分局将组织开展篝火情

歌会活动，将中华忠贞爱情的传统文明发扬光大，营造家庭美满、社会和谐的氛围，将“我们的节日·爱在七夕”主题活动推向高潮。

教育深刻。各科室要精心组织活动内容，把节日期间的中华经典诵读引向深入。

2、突出主题、形式多样。要以陶冶人民群众高尚情操为主线，突出爱情忠贞、家庭幸福、社会和谐这个主题，要注重创新活动内容、形式和载体，将中华优秀传统文化与现代文明紧密结合起来，引领文明风尚，陶冶高尚情操，提升文明素养。

3、加强宣传，营造氛围。要加大宣传力度，充分发挥各类媒体的作用，广泛宣传各单位、各科室深入开展“我们的节日·爱在七夕”活动情况，及时报道广大干部群众的过节心得，营造浓厚的节日氛围。

银行七夕活动策划篇二

提升品牌形象，推进服务及品牌影响力

XXXX年XX月XX日

岁月无声——真爱永恒

古典情人节优质服务

主题突出了金嘉利借中国情人节这一隆重主题，为顾客送去温馨浪漫的服务心愿。

金嘉利店面及周边区域

贯穿于活动，形成主体表现。

有效地互动演绎及内容传达。

所有用品标示。

所有宣传表现。

社会影响与口碑传播。

目标一：树立七夕期间活动影响力珠宝业强劲品牌。

目标二：通过本次活动，使公司形象和社会美誉度进一步提升。

十、活动诉求对象：活动地点区域针对人群。

诉求元素：温馨、浪漫和狂欢。

以温馨、浪漫、狂欢及游戏类活动为主，配合七夕中国古典情人节这一主题。密切公司与新老业主、客户之间的关系，树立公司口碑，增强客户对于及公司的认同。

1：吸乒乓球表演赛

主题：“吸引力”的秘密

所获奖项：最具吸引力奖

责任人：现场主持

获奖者可得到由公司奖励的精美钻饰一件。

2、美丽的爱情传说

1) “缘”来的时候。

责任人：现场主持

获奖者可得到由公司奖励的精美钻饰一件。

3：女士盖上红盖头为男士打领带。

银行七夕活动策划篇三

提升品牌形象，推进服务及品牌影响力

XXXX年XX月XX日

岁月无声——真爱永恒

古典情人节优质服务

主题突出了金嘉利借中国情人节这一隆重主题，为顾客送去温馨浪漫的服务心愿。

金嘉利店面及周边区域

#贯穿于活动，形成主体表现。

#有效地互动演绎及内容传达。

#所有用品标示。

#所有宣传表现。

#社会影响与口碑传播。

目标一：树立七夕期间活动影响力珠宝业强劲品牌。

目标二：通过本次活动，使公司形象和社会美誉度进一步提升。

十、活动诉求对象：活动地点区域针对人群。

诉求元素：温馨、浪漫和狂欢。

以温馨、浪漫、狂欢及游戏类活动为主，配合七夕中国古典情人节这一主题。密切公司与新老业主、客户之间的关系，树立公司口碑，增强客户对于及公司的认同。

1、吸乒乓球表演赛

主题：“吸引力”的秘密

所获奖项：最具吸引力奖

责任人：现场主持

获奖者可得到由公司奖励的精美钻饰一件。

2、美丽的爱情传说

1) “缘”来的时候。

责任人：现场主持

获奖者可得到由公司奖励的精美钻饰一件。

3、女士盖上红盖头为男士打领带。

银行七夕活动策划篇四

“情人节营销”

本次活动以“情人节营销”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。

20xx年xx月xx日-xx月xx日。

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“情人节营销”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。

活动主要包括以下内容：

(一)“情人节营销产品欢乐送”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. “情人节营销.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. “情人节营销. 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；

银行七夕活动策划篇五

2023年8月xx日至8月xx日

龙卡信用卡持卡人

xxx市xxx

活动一：信用卡分期专享礼

8月xx日，使用建行信用卡在麦凯乐指定区域分期付款购买店内商品，可在商场原有折扣上再享9.7折优惠，同时3期、6期享0利息，0手续费优惠。

活动二：信用卡分期梯级增礼

8月xx日，使用建行信用卡在麦凯乐指定区域分期付款购买店

内商品，分期金额满足以下条件，即可获赠礼品一份。

消费条件礼品名称

单卡每日分期消费满1888元(含)以上10元米旗券蛋糕券2张

单卡每日累计消费满3888元(含)以上十全十美纪念册

单卡每日累计消费满5888元(含)以上羊年套装银条

活动三：办理龙卡信用卡赠礼

活动现场成功办理建行龙卡信用卡，赠送10元米旗券两张。(赠券使用详询商户，礼品领取地点：麦凯乐4楼信用卡办理处)

活动四：扫二维码享赠礼

(注：合作商户促销活动、领奖地点以店内告知为准，详见商户现场信息)。

1. 2023年8月xx日至2023年8月xx日

2. 活动对象：本活动对象为所有账户状态正常的龙卡信用卡持卡人(学生卡及商务卡除外)，主、附卡可单独参加活动。

3. 奖励条件：活动期间，活动一每卡每日限参加一次。即8月xx日，每卡每日累计刷卡分期额度为xx元之间(折算后)，活动期间分期总额限量100万，每日分期总额度限额，先到先得，赠完为止；活动二不限制参加次数。即8月xx日xxx日信用卡分期梯级礼活动，不限制参加次数，分期额度不限量，分期手续费由持卡客户承担。

4. 本活动不可折换现金，不找赎，所购产品及刷卡赠送的'礼

品若有产品质量问题由供应商负责。

5. 非真实交易、分单交易、取消/退款交易及我行规定不计积分的交易，团购交易均不计入本次活动。如出现非真实交易的情形，我行将取消持卡人的获赠资格，并保留采取其他相应法律措施的权利。

6. 持卡人于活动期间有迟缴、违反中国xx银行龙卡信用卡章程或卡片已冻结，即丧失参加活动资格。

7. 活动商户地址□xxxx;服务电话□xxx;营业时间:9:00x21:00;

8. 对于相关约定如有疑问，请咨询xx银行新阳支行客服电话□xxxx

银行有权依据法律、法规、规章或业务需要中止或取消此次活动或者修改活动方案，并经活动现场公告后生效。