

银行学校营销活动策划方案 学校银行营销方案(模板5篇)

无论是在个人生活中还是在组织管理中，方案都是一种重要的工具和方法，可以帮助我们更好地应对各种挑战和问题，实现个人和组织的发展目标。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。

银行学校营销活动策划方案篇一

一、指导思想

认真学习邓小平理论、“三个代表”重要思想和科学发展观，以党的十七大、十七届三中、四中全会精神为指导，贯彻落实市分行20**年工作计划要求，树立一切以客户为中心的思想意识，加强“软实力”建设，以卓越服务创造价值为手段，积极主动为客户搞好服务，千方百计为客户排忧解难，优化本行发展环境，增强工作信心与决心，促进本行各项业务平稳较快发展，提高经济效益。

二、总体目标

围绕20**年全年理财产品及基金营销计划，重点解决我行服务工作中存在的不足与突出问题，进一步提高我行服务水平、服务能力，增强服务形象和体现服务价值，达到“服务好、质量好、客户满意”的目标，成为客户满意度最高和客户首选的银行，从而助推各项理财产品及基金营销业务平稳较快发展，创造良好经济效益。

三、具体工作措施

1、通过宣传，形成营销活动声势

我行要利用电子屏、横幅、板报、专栏和资料等进行开展“理财产品及基金营销”活动宣传，形成营销活动声势和竞争氛围，提高全体人员积极参与，争先恐后的热烈气氛，做到优质服务，以优质服务创造优良工作业绩。活动期间，我行在醒目位置统一悬挂有关营销活动宣传标语，银行工作人员披授带佩徽章上岗。窗口单位设立营销活动宣传栏，安排佩戴授带的引导员进行引导服务和讲解，树立窗口单位优质服务良好形象，切实推进营销活动的深入开展。

2、抓住时机，切实开展营销工作

我行要抓住一切有利时机做好集中营销工作，各网点要在显眼位置摆放新版宣传折页，营造“理财产品及基金营销”就在客户身边的浓厚氛围。网点工作人员要向客户进行业务咨询，积极推介“理财产品及基金”，向客户详细介绍理财产品及基金功能特点和办理要求。同时要加强对存量客户的维护和再营销工作，根据我行实际，结合下达的工作计划任务，筛选存量优质客户，进行主动营销。优化流程，强化服务质量，针对存量优质贷款客户，推出有吸引力的服务措施，拓展营销深度，扩大我行业务范围和优质客户群体。

3、采取定向营销的方式

提升“理财产品及基金”品牌形象。我行要选择房地产开发商开发的按揭楼盘、汽车经销商营业场所及个体工商户集聚等有利区域进行现场营销，搭配宣传折页等陈列物，营造亲近客户的氛围，现场组织开展“理财产品及基金”营销咨询活动，派发业务宣传品，吸引客户前来参观、咨询，扩大“理财产品及基金”品牌的社会影响，促进“理财产品及基金”的销售。

4、加强工作纪律，确保任务完成

在开展“理财产品及基金营销”活动中，我行要加强工作纪

律，凡本行工作人员必须准时上班，不准随便离岗，原则上不准请事假，以饱满的精神，高昂的斗志投入到营销活动中。我行要把营销活动的任务指标分解到人，使人人肩上有担子、有责任，要想方设法完成任务指标。为提高营销活动工作效率和综合竞争力，我行各工作人员根据岗位职责要求实行上下联动全员营销，争取超额完成市分行下达的工作计划任务，以优异成绩向市分行汇报。

银行学校营销活动策划方案篇二

一、活动宗旨： 栀子花开---xxx银行母亲节豪礼大放送！

二、活动时间[]20xx年5月4日零点开始—5月6日23：59分结束

三、奖项设置：

礼盒一： 价值1000余元林清轩栀子花系列礼盒；数量2盒；

礼盒二： 价值600余元林清轩洗护用品礼盒；数量8盒；

礼盒三： 价值260余元淡泊坊香皂、芦荟礼盒；数量20盒；

礼盒四： 价值50元精美天堂伞；数量100把；

礼盒五： 价值10元精美卡夹；数量200个；

四、活动细则：

1、关注“中国xxx银行xxxx分行”或“”公众账号，本次活动仅限xxxx[]丹东、鞍山、锦州地区。

2、参与方式：关注微信平台，回复“母亲节”，点击图文，进行选择礼盒，确定后发到朋友圈，让小伙伴们帮你点击礼盒，达到拆礼盒人数，便可领取相应奖品。

(例：亲选了一个林清轩栀子花系列礼盒，需要150个小伙伴帮你点击完成拆礼盒任务，才能获得奖品，但帮你点击的小伙伴也可参与此活动，领取礼盒，转发朋友圈，达到拆礼盒相应人数，就可获得相应奖品。)

温馨提示：按最先完成拆礼盒人数进行派发礼品，先到先得噢！看看谁手快吧！

五、兑奖规则：

2、请务必填写真实的手机号作为重要兑奖凭证，否则中奖信息作为无效处理；

4、兑奖地点□xxxx市和平区和平北大街电子银行部或电话联系沟通便捷分支行领取，

5、兑奖时间：5月7日—5月8日，请在工作时间内领取礼品，过期视为放弃；

6、本活动最终解释权归“中国xxx银行xxxx分行”所有。

六、奖品详情：

礼盒1：林清轩栀子花系列礼盒；数量2盒；需150人帮拆礼盒；

礼盒2：林清轩洗护用品礼盒；数量8盒；需100人帮拆礼盒；

礼盒3：淡泊坊香皂、芦荟礼盒；数量20盒；需80人帮拆礼盒；

礼盒4：精美天堂伞；数量100把；需50人帮拆礼盒；

礼盒5：精美卡夹；数量200个；需20人帮拆礼盒；

银行学校营销活动策划方案篇三

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况，我支行制定了如下首季开门红方案：

一、总体工作思路

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。

二、经营管理目标

(一)经营目标

做好个人金融资产净增，在20**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。

三、主要工作措施

(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，提供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

关注符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、社交圈等内容的基本信息档案，维护存量客户，拓展增量客户，从存量客户中挖掘优质客户，区别对待不同界面客户，提供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，通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，大量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；要通过街道(社区)办事处、产业集聚镇的配合，采取发放宣传册页、面对面问卷调查、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，积极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”，形成涵盖住房、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，一方面可以提高贷款的议价能力，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能力，着力推广符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，通过数据库营销手段，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，通过特色化功能，提供精细化服务，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能力。

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。品牌是客户对产品接受程度和偏好度的标准，要在辖内积极开展营销活动，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，通过折扣优惠、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。通过营业网点、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，积极

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，符合条件的要严格落实商户优惠措施。

四、工作要求

(一)牢固树立合规经营理念，坚持合适的产品销售给合适的客户原则，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能力充分评估，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名，争取20**年再创新辉煌！

银行学校营销活动策划方案篇四

经讨论研究决定具体活动如下：

(1)、活动时间：2013-6-10至2013-6-12

活动地点：宿迁金鹰国际购物中心

活动对象：中行信用卡持卡客户

活动内容：活动期间持中行信用卡消费满500元即送价值100元电影兑换券2张，数量有限，送完即止。

(2)、活动时间：2013-6-10至2013-6-12

活动地点：宿迁宝莱百货购物中心

活动对象：中行信用卡持卡客户

活动内容：活动期间持中行信用卡消费满500元即送价值100元电影兑换券2张，数量有限，送完即止。

(3)、活动时间：2013-6-10至2013-6-12

活动地点：宿迁一百商场

活动对象：中行信用卡持卡客户

活动内容：活动期间持中行信用卡消费满500元即送价值100元电影兑换券2张，数量有限，送完即止。

(4)、活动时间：2013-6-10至2013-6-12

活动地点：宿迁红星凯盛国际家居广场

活动对象：中行信用卡持卡客户

活动内容：活动期间持中行信用卡办理分期业务单笔满2000元即送银条一根，数量有限；刷中行信用卡还可参加现场抽奖活动，满1000元可领取两张抽奖券，满2000元可领取三张抽奖券，以此类推。

银行学校营销活动策划方案篇五

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

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

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

过年包红包、市民钞换钞。春节将至，为了能在节日期间送出包着新票的红包，到银行换新钞的市民人数明显增多。以此为契机，春节前30天至春节后15天，为活动宣传、客户开卡、客服使用期，并在此期间做好支局人员培训，包含网银使用、手机银行使用、以及注意事项等细节。着重给年轻客

服推销网银使用、手机银行使用相关业务，让他们办理农商银行卡，并同时针对年轻客户开通网上银行和手机银行的相关业务。

二、活动目的及意义

所谓旺季营销，指商业银行在特定的时期(如春节、五一期间等)，利用市场金融资源相对集中的特点，加大营销力度，使业务在短期内获得超常规地发展，从而能占有更大的市场份额。作为各级银行机构发展业务的经营策略，旺季营销在促进银行业务快速增长方面，能起到重要作用。

旺季营销后应培养一批忠诚的客户。绝大多数的消费者对银行的要求是，脸色好一点，速度快一点，安全多一点，绝大多数的消费者对银行的要求是，脸色好一点，速度快一点，安全多一点。最理想的方式是通过不断完善atm□网上银行、特别是手机银行的相关功能分流散户，达到高效率服务的效果。最重要的是不断满足用户的需求，提升用户的满意度，保持用户对农商行的满意度和忠诚度。

重点是不断加强银行atm□网上银行、手机银行的功能，能够满足客户日益增长的需求。

一是atm加强相关的存取款业务以及取款的安全性；

三是随着智能手机的逐步普及，应特别加强对手机银行功能的宣传，使用户可以随时随地地办理相关业务，同时通过这次活动大力宣传，使用户了解手机银行可以转账、可以定期和活期互相转换、逐步完善重庆市水电气费以及电话费缴纳的相关细节，使客服逐不出户可以用手机缴纳相关费用；四是逐步完善手机银行的操作页面，使用户可以体验到快速简介的服务；逐步完善手机银行随时随地可以转账的功能，不局限于下午4：30分以后都不可以转账的功能，比如支付宝相关功能，随时随地可以转账，很快到账；五是完善重庆农商行手

机app的软件，加强农商行手机app的相关宣传，满足用户的相关需求。

三、活动地点

支行区县各街镇相关商户、各街镇政府相关部门、区县局机关事业单位相关人员。

四、实施方案

利用上门“过年包红包、市民钞换钞”等服务方式，对区县各街镇相关商户、各街镇政府相关部门、区县局机关事业单位相关人员进行走访，登记客户资料。支行人员持“新零钞”，借助帮客户“换新钱”的服务方式，携带合适的宣传品，包括对联、福字、围裙等，再次对相关人员进行实地走访，核实客户信息，落实客户使用农商行业务的具体情况，对尚未使用农商行的客户要重点进行宣传和公关，利用农商行的便利性以及手续费优惠，力争走访相关人员拥有一张农商行卡。

重点宣传农商行相关便利服务，比如给年轻人宣传网上银行和手机银行的作用和安全性，着重对相关业务进行介绍。开卡时，一定要为客户开通免费一个月的试用短信业务，确保客户能实时看到账户变动情况。针对年轻群体客户，要为其开通网上银行和手机银行，方便客户转账及节省手续费。

对各街镇相关商户、各街镇政府相关部门、区县局机关事业单位的财务科、办公室相关负责人及相关领导开展免费宣传业务。对尚未把农商行作为主的各街镇相关商户、各街镇政府相关部门、区县局机关事业单位等，可利用宣传的形式吸引客户到我行办理业务。春节前后，是农商行营业厅客户到访量最多的时期，营业厅电视媒体宣传具有良好的宣传效果。在营销商贸户时，可以向客户推介“在我行办理业务，可免费做帮您做业务宣传，可为您在节日期间带来更好的效益”，

站在为客户利益着想的角度，实现双方合作共赢的目的。

五、活动注意事项

二是未做到细分客户，对客户真实需求了解不够，往往适得其反；

三是销售产品时，对风险的揭示不尽责，误导顾客，以银行良好的信誉诱导客户购买其他金融产品。

总之，以客户的满意度为目标，不断完善农商行相应的功能，不断提升自身服务质量；力争以实事求是的态度、高质量的服务满足客户的需求，使旺季营销后培养又一批忠诚农商行的客户。