

银行女神节活动宣传语 银行营销活动方案 (优秀9篇)

通过致辞致谢，可以向榜样学习，树立正确的价值观和积极的心态。写致辞致谢时，可以结合对方的特点和喜好，选择适合的方式进行表达，让对方感受到我们的用心。下面是一些经典的致辞致谢范文，希望能给大家在写作上提供一些灵感和启示。

银行女神节活动宣传语篇一

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：

· 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。

· 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。

· 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。

· 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。

· 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。

银行女神节活动宣传语篇二

1加强金融经济的信息互通。区金融办依每月及时把锡山的经济发展及企业的动态信息情况以及我区年销售1亿以下的中小企业基本情况及时向银行传递，以供银行发展信贷业务作参考性的基础资料；同时积极为银企合作发展做好银行与企业的沟通工作，给予相关银行必要的支持与帮助，极大地改善和提升我区金融环境。

2组织驻区行长联席会议。为充分发挥每季的行长联席会议作用，做好银、政、企的合作对接，一是向各银行通报全区经济运行情况，并把有融资需求的企业以及我区拟上市改制的企业名单向各银行作了推荐介绍；二是共商《区20xx年度金融工作要点》的主要工作。三是积极把我区投资项目及进展情况积极提供给各银行。

1、银企对接活动取得实效。今年以来，针对当前企业急需融资的问题，区金融办牵头建立企业融资联动机制，形成条块结合、快速反映、即时协调解决单个企业融资困难的绿色通道，建立了企业融资服务工作机制，搭建起“银政企”合作的新平台。积极开展了一系列金融推介授信活动，进一步促进银企合作，今年以来，分三批累计为37家企业落实新增授信13762亿元：

第一批：为无锡圣贝尔机电有限公司等4户“三有一缺”（有市场、有效益、有信誉、缺资金）中小企业三月初解决落实新增授信11亿元。

第二批：三月份在了解到大东格雷工程技术有限公司等13家急需融资的中小企业、重点企业（项目）后，区金融办通过多方沟通衔接，有效解决无锡东方国际轻纺集团市场经营管理有限公司等5户企业的资金需求，落实新增授信金额106亿元。

第三批：在前两次的基础上，再次对我区企业融资需求情况

进行了认真的摸底调查，并向中国人民银行无锡市中心支行推介了40家“三有一缺”企业，经过市区14家金融机构的实地调查和信贷审查，其中，无锡力扬纤维有限公司等28家企业于九月底获得了银行11602亿元的授信额度。

2、“银政农”共建活动深入推进。为解决我区“三农”发展资金难题，提高金融支农的创新能力。根据驻区农业银行、锡州农商行及邮政储蓄银行推行小额、简便的涉农信贷特点，我区农办、发改局、农林局和上述三家银行积极推行“银政农”共建活动，把我区有融资需求的农业企业、农民专业合作社、种养殖户的名单进行了调查摸底。排查出我区有融资需求的农民专业合作社6家，农业企业5家，种养殖户53家，并向银行作了积极的推介。目前，共有4家农民专业合作社，家农业企业，家种养殖户与锡州农商行达成了贷款意向1411万元。其中：羊尖镇水产专业合作社50万、绿羊花卉苗木专业合作社500万、严家桥水产专业合作社100万、新峰苗木专业合作社100万、绿羊温泉农场500万、绿羊园林有限公司100万、羊尖花卉园艺场50万、虾蟹养殖专业户5万、水产养殖专业户3万、蔬菜养殖专业户3万。农业银行向东亭农户发放惠农卡5000余张，邮政储蓄银行发放农业贷款500万元。

1、动态掌握我区授信企业的信贷综合情况。为真实反映我区信贷企业的综合情况，区金融办加强与银行之间的信息沟通，每个季度对我区授信企业的信贷情况及时进行汇总，全面掌握情况。对我区部分经营状况不稳定的信贷企业加强预警，重点关注。

2、建立金融风险监测预警联络员周报制度。为切实维护地区经济和金融稳定，建立了金融风险监测预警联络员周报制度，由开发区、各镇(街道)对辖区内可能或已经出现并引发区域金融运行不稳定的有关事项，包括企业信贷突发事件、企业逃废债、非法集资、集体退保、理财产品大额亏损引发群体性投诉等情况，密切监控并及时汇总上报，力求在第一时间掌握动态情况，积极采取措施。

特化纤贷款担保事宜。我区自6月份接到华夏银行恳请锡山区人民政府协调“无锡市中亿化纤有限公司”银行贷款外部担保的函后，区金融办积极做好协调工作，加强与市银监局、相关镇政府、信贷企业、关联企业、担保企业等的沟通协调，取得了较为圆满的成效。同时，对双益纺织因受明特担保影响贷款被压缩，影响了企业正常生产，及时向市银监分局协调交流，由银监分局出面做好农业银行和中信银行的工作，使双益纺织的贷款维持现状而不受压缩。通过总结我区神羊集团、明特化纤集团财务危机经验，建立了企业信贷突发事件预警及应急处置机制，明确了处理信贷突发事件的责任主体、程序和措施等，为实现区域金融安全提供机制保障。

由我区红豆集团作为牵头股东组建的阿福小额贷款公司自4月份正式开业运营以来，已累计发放贷款161亿元，其中小企业贷款11亿元，农户及农业经济组织贷款4575万元。另外，根据省、市金融工作办公室根据小额贷款试点工作安排，我区雅迪科技有限公司顺利通过市农村小额贷款组织试点工作领导小组成员单位的严格评标，于九月份中标组建我区小额贷款公司的资格，经上报省农村小额贷款组织试点工作领导小组办公室审核通过，于十一月三日正式批复同意筹建无锡市锡山裕民农村小额贷款有限公司，经一个多月的筹备，12月份已通过省金融的开业验收，至此，我区农村小额贷款公司增至2家。另外，我区东方钢材城也通过评标，上报省金融办审核报批通过，正在筹建中。

前期主要针对担保业务方面的有关政策、农村金融组织机构的组建(如小额贷款公司、财务公司、典当等)相关的组织优惠政策和业务上的税收优惠政策进行的收集归类，并加强与这些机构的对接。

同时，根据近期无锡市出台《关于帮助企业解决续贷过程中暂时性资金困难的意见》，以解决中小企业续贷过程中出现的“资金真空”难题，被称为“过桥资金”。以及无锡人行今年初动员各商业银行研究、制定并报请市政府出台相关规定，

大幅降低相关收费标准，通过公推票选方式，确定16家企业房地产评估报告通用评估机构。今后这些通用评估机构所出具的评估报告，将被锡城所有银行认可的相关精神通过各种渠道向基层进行宣传。

银行女神节活动宣传语篇三

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《x20xx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(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、同业的目標市场、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場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个环节、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。

共2页，当前第1页12

银行女神节活动宣传语篇四

“锦龙舞春章□x行送吉祥”

活动开展期□20xx年xx月1日—20xx年3月31日

活动考核期□20xx年1月1日□20xx年3月31日

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，积极走进居民社区、商业社区和网络社区，开展系列社区金融活动，重点突破收入分配市场、县域市场、批发市场、教育市场等，加大考核激励力度，开展全方位和多层次的营销宣传活动，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。

20xx年一季度全行本外币个人存款时点新增6亿元；平均余额新增4亿元。

个人中间业务收入新增900万元。

客户新增4000户（统一折算成aum5万元（含）-20万元客户）；

收费借记卡发卡新增2万张。

信用卡新增客户3900户，分期交易额1000万元，

有效商户新增30户；

电子银行交易量比提升7个百分点，达到46%以上；自助设备交易量比达到50%以上；

个人电子银行客户新增40000户；个人产品覆盖度提升0.02。

为评价各网点20xx年一季度个人业务经营成果，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奖，分别对表现突出的网点和个人进行表彰奖励。

（一）“综合贡献奖”

1、指标设置内容及权重

2、有关指标说明。

（1）个人存款新增考核指标

个人存款平均余额新增 \square 20xx年一季度末存款日均余额减20xx年初存款考核余额，其中20xx年初存款考核余额=20xx年年末后5天存款时点余额/5。

(2) 个人客户新增考核指标：考核内容为一季度

(3) 电子银行业务考核指标：

电子银行客户新增包括个人网上银行、手机银行、电话银行、短信、短信转账汇款。全行新增客户总量目标4万户，其中：网上银行和手机银行客户各新增7500户和7000户以上，其余客户发展不限。新增短信转账汇款客户，如客户发生账务类交易，则每户按10户计算；只签约未发生交易的客户正常计算，即一户算一户。

3、奖项设置：

活动结束后，市行采用综合系数占比法进行考评，计算各网点综合得分，分别评出一等奖2名、二等奖4名、三等奖6名，共xx名授予“旺季营销综合贡献奖”并进行表彰奖励。

综合贡献奖必须满足如下必要条件：网点平均余额新增计划完成率必须达到50%以上。无发生重大投诉或重大案件。

(二) 单项奖

1、网点单项奖

(1) “存款超越奖”。授予一季度末个人存款时点余额位次提升（比20xx年后5天存款平均余额）最多的前5名网点。

(2) “增存先锋奖”。授予一季度个人存款平均余额新增最多的前5名网点。

(3) “客户成长奖”。授予aum5万元以上客户新增（折算后）最多的前5名网点。

(4) “借记卡发卡先锋奖”。评选新增收费借记卡新增最多

的.前5名网点。

(5) “精准营销奖”，授予一季度在“个人金融产品营销服务系统”商机处理率（40%）、营销成功率（60%）得分最高的前5名网点。计分方法为中位数法。

(6) “信用卡客户新增先锋奖”。评选一季度信用卡新增客户数最多的前5名网点。

(7) “产品归集量新增先锋奖”。评选产品归集量新增额最多的5名网点。

(8) “电子银行营销先锋奖”。按综合贡献奖中电子银行单项得分评选最多的前5名网点。计分方法为中位数法。

2、个人单项奖。

相关系统数据统计。

上述各项奖励除精神奖励外，奖励省外培训名额。其中综合贡献奖一、二等奖各奖励2个培训名额，综合贡献三等奖及各单项奖各奖励1个名额。

培训名额奖励标准：网点单项奖中的3-5名及“个人银行业务营销能手奖”奖励培训标准为20xx元左右，其他各奖项奖励培训标准为3000元左右。

（一）制定方案，加强组织领导。

按照省行旺季营销活动方案，结合我行实际，制定细化我行的营销活动方案。组织召开旺季营销动员会，提前预热，早谋划、早部署、早落实。各网点要成立旺季营销活动领导小组，营造浓厚的全员旺季营销氛围，力争取得优异成绩。

（二）加大营销宣传力度。

1、加大广告宣传力度。

围绕旺季营销重点产品，市行统一在晚报、交通台、街道路牌、高档社区及商业闹市区大屏幕□4s店展架等载体宣传个人银行产品。

2、发挥营业网点宣传主阵地作用。

市行将统一购置中国结、对联、窗花、福字等物品，用于网点装饰及馈赠客户，各网点要加强网点布置，增强节日氛围，充分利用宣传折页、宣传单、海报等，营造营销声势。

银行女神节活动宣传语篇五

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

银行女神节活动宣传语篇六

名家春联派送，百万红包祝福

20xx年2月8—2月15日

- 1、前期已成交老客户：
- 2、前期登记意向客户：
- 3、前期来电来访客户：
- 4、活动期间上门客户。

xxx售楼部

本次活动主要分：名家现场书写春联、按照客户需求自行挑选春联、老客户送糯米

8：00前所有的工作人员，准备就绪，做好接待准备工作；

8：10售楼部现场音响设备打开烘托氛围；

8：30老客户糯米开始登记发放。

背景板（结合活动现场做xxx展架（优惠政策），彩虹门（条

幅)，音响设备一套

笔墨纸砚、春联红纸、案台

老售楼处大喷绘布，促春联活动广告。

银行女神节活动宣传语篇七

1. 凡进金感觉商城注册会员均有精美礼品一份。限制人数线上与线下相结合怎样实现相结合会员管理售后服务没有价位优势用服务优势。

备注(小礼品宣传册杂志等帮助其更好的了解店铺的产品)

2. 金感觉网络商城开业大酬宾，全场包邮原价例如：80---
-29....原
价120.....39.....180.....59...220.....69.....
秒杀或者特价产品限时抢购。(用那几个款去做)

保暖套装：

3. 全场满300送50元代金券全场满500送100元代金券

4. 转发促销信息有抽奖送话费送精美礼品一份。(用微信宣传)

你好，欢迎致电金感觉服饰有限公司，本公司主营保暖内衣，调整型文胸、时尚单衣、美体套装等针织品。本公司在致力打造高品质的内衣连锁诚邀您的加盟与订购。

订购热线请按1

招商加盟请按2

售后服务请按3

银行女神节活动宣传语篇八

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内容
- 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。

银行女神节活动宣传语篇九

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
