

银行跨年活动口号 银行活动方案银行营销活动方案(汇总11篇)

在写作或演讲过程中，提纲是一个必不可少的步骤，可以帮助我们更好地组织和表达观点。在编写提纲时，可以使用标点符号、数字、字母等符号来标明不同的层级，帮助读者抓住重点与次要点。以下是一些提纲案例，供大家参考和学习。

银行跨年活动口号篇一

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。

银行跨年活动口号篇二

12月8日—12月14日新媒体、海报宣传。

12月11日—12月14日广播站宣传、（电子宣传）12月12日—12月14日进宿舍宣传—宣传单页12月14日现场宣传。

12月14日后后期宣传。

内蒙古大学艺术学院本部各个宿舍楼门口、食堂门前、食堂二楼、校园展板、校园广播站（led显示屏）。

1. 活动前期宣传：

（1）新媒体宣传：通过人人网；腾讯微博、新浪微博；微信三大主要媒介进行滚动式宣传。

a.人人网：设立快乐518超市主题火锅公共主页；

b.腾讯微博、新浪微博：发布举办欢唱100分活动举办信息及快乐518自助火锅的全程赞助。

c.微信：为518自助火锅设置专属公众平台以及二维码，活动小组负责转发二维码信息，帮助提高本次活动的宣传强度以及518自助火锅的知名度。

（2）进宿舍宣传：在活动临近时，小组成员将会手持印有赞助商信息的活动宣传单页进入艺术学院学生宿舍逐一进行面对面宣传。（在此环节赞助商若有其他宣传需要，可与活动小组负责人商议）

（3）海报宣传（或地毯宣传）：在宣传校园宣传栏（1张）、宿舍楼门口（男生1号公寓、女生2号公寓各一张）、食堂楼门口（1张）张贴海报进行宣传。

(4) 条幅宣传：在食堂二楼悬挂由518自助火锅赞助的欢唱100分活动条幅。

(5) 展板宣传：将活动当中精彩节目的简介、照片放在展板上进行宣传。

(6) 广播宣传：学院通过联系广播站对活动时间、内容以及赞助商进行宣传。

(7) 电子宣传：通过各个宿舍楼的led电子展板宣传此次活动。

(8) 电视宣传：活动赞助商518自助火锅可协助小组成员制作一段3—5分钟的宣传广告，通过食堂的电视进行循环式播放。

2. 活动现场宣传：

(1) 工作人员的工作证印有活动赞助商商标。

(2) 活动中使用的话筒上设置活动赞助商logo□

(3) 观众席椅背上贴有活动赞助商商标。

(4) 观众坐席礼包中放置相关宣传单品（单品形式由赞助商决定，可宣传公司地址以及店内相关活动）。

(5) 进场时可通过投影播放活动赞助商宣传短片。

(6) 活动ppt中可放置活动赞助商商标。

(7) 现场微博平台互动对赞助商进行宣传。

(8) 活动游戏中对参与者发放活动赞助商优惠券、奖品。

(9) 主持人主持中可对赞助商进行宣传（如：主持词中提及该活动由快乐518自助火锅全程赞助）。

(1) 整理活动相关图片、文字上传到前期宣传中涉及到的人人网；腾讯微博、新浪微博；微信三大主要媒介的平台上。

(2) 在艺术学院官网发布关于此次活动的新闻。

银行跨年活动口号篇三

商业银行以“金秋营销”为主题开展一系列营销活动，如何写活动方案呢？下面本站小编给大家分享关于商业银行营销活动方案的相关资料，希望对您有帮助。

一、合作单位简介

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

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，视策划的具体情况而定。

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。

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) 活动期间申请卡免收当年年费。

(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。

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。

银行跨年活动口号篇四

一、活动目的重装开业，重新定位进口商品卖场。

二、活动主题

青岛保税区进口商品直销中心盛大开业。七重豪礼马上送。

三、活动时间

4.30--5.6

四、活动内容

1、开业来就送：活动期间，只要到保税区进口商品直销中心就可获赠免费礼品一份，让我们共享开业盛典。（扫描微信就可免费送）

2、100万礼券大派送：活动期间准备100万购物券大礼，助力你的旅行。

3、超低特价任你抢：0.99元 1.99元 2.99元 3.99元 4.99元.....，数千种特价商品疯狂抢购，国内商品的价格，进口商品的享受。

4、满额劲爆送：在活动期间只要购物满200元，即可送价值20元的旅行帽一顶，为您的旅程助力，加油！

5、寻找幸运顾客：每天从收银台结款处，不定时抽出6个时间段，对于正在结款顾客的金额打9折，让你幸运到家。

6、整点秒杀：每天整点时段，推出限时限量抢购单品，省钱省到你尖叫！

7、活动猜猜乐：活动期间，每天推出各个国家的不同商品，顾客进行竞猜，只要猜对，即有礼品一份，让你旅途添欢乐。

五、宣传方式

单页：制造精美宣传单页

免费wifi登陆后即出现门店宣传信息。

微信：设立门店微信，通过不断互动，锁定老顾客。扫街举牌：组成10人小队，手举广告牌沿火车站扫街。锁定售票处：对售票处的购票者实行无缝覆盖。

车站顾客入口：无论如何打通关系，允许在此发放单页或者购物卡。

六、费用预算

七、部门分工

八、活动效果

银行跨年活动口号篇五

银行将举办以吸引客户为目的的营销活动，那么如何写商业银行的营销方案呢？下面小编给大家介绍关于商业银行营销方案的相关资料，希望对您有所帮助。

商业银行营销方案一

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：

“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”

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。

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”

活动期间申请卡免收当年年费。

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元以上，赠送价值100元礼品；

刷卡消费达5000元以上，赠送价值150元礼品；

刷卡消费达10000元以上，赠送价值200元礼品；

刷卡消费达20000元以上，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。

“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，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。
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。

“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。

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。

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。

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。

“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。

五、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。

商业银行营销方案二

一. 方案简介：

方案最终目标：通过为建行打造一支过硬的校园推广队伍实现建行电子银行产品的校园推广。

方案运营策略：线下校园团队

二. 方案设计

在这里，我们将以最简明的方式告诉您关于我们方案的各个环节，让您在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。

2. . 在推广过程中采取公益的营销方式，首先，创建校园推广团队并邀请在校大学生加入我们的推广队伍能够使我们因地制宜的进行营销活动，另一方面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

为了实现以上的构思，我们设计了一场名为“建行关爱行动”的营销活动，活动的主要目的是通过博客和大学生推广团队这两套策略，在大学生市场推广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。

方案分为两个部分，第一部分名为“建行关爱行动”，第二部分名为“将关爱进行到底”，我们按照地理因素将大学生

市场划分为大学城市场和老校区市场，在方案中，第一部分的设计主要是以解决大学生的实际问题为目标，在大学城市场推广建行的电子银行系列产品，方便大学生的生活，同时校园推广团队的招募为解决大学生就业难、实践能力欠缺的问题提供了思路，体现了建行产品对于大学生的关爱。第二部分在第一部分销售的基础之上通过与公益特性这一接口的对接，联系相关媒体及公益机构，通过我们的大学生团队围绕校园从事相关的公益活动，并进一步的对第一部分中校园团队所解决的社会问题加以巩固，从而强化建行电子银行产品及建行品牌本身的高度的社会责任感，在此基础之上继续产品在大学生市场上的纵向延伸，进入老校区市场并占领这一市场，最终获得全局的大学生市场，并为实现这一市场的长期利益打下了基础。

商业银行营销方案三

为增进广西机电学院广大师生对我行电子银行产品的了解，促进我行电子银行服务在高校的应用推广，民族支行决定在上级行的协助下，携手银华基金公司在广西机电学院开展“金e顺?校园行”电子银行产品推介活动，具体方案如下：

一、活动主题：金e顺校园行—电子银行知识及基金理财专家讲座

二、活动时间□20xx年11月10日至20xx年11月30日。

三、活动地点：广西机电学院校区内

四、参加人员：

广西机电学院校领导、相关处室、院系领导、广大教职员
工和学生代表

农行区分行电子银行部领导、区分行营业部卡中心、民族支

行相关人员。

邀请附近高校领导及财务人员

五、活动内容：电子银行知识及基金理财专家讲座

六、活动流程

前期准备11月11日在校园网发布我行电子银行业务宣传内容，在校园布告栏张贴宣传海报。11月11-12日通过与学校学工部、学生会以及学生社团联系，从中选择学生骨干协助我行组织和开展活动，完成校园产品经理的招聘及培训工作，至少招聘20人以上的产品经理队伍。11月13日在校园设立宣传点。通过班委会及网点索票的方式赠送推介会入场券约300份，确定参加推介会的主体人员。11月13日在推介会前一天做好会场布置以及演示设备的安装调试工作11月13-14日邀请广西机电院校领导、相关处室、院系领导及附近高校领导及财务人员11月14日召开产品推介会。

11月14日下午4点产品推介会

1、主要流程

领导讲话。

现场推介农行的电子银行产品：包括个人网上银行、电话银行、短信通，大学生优卡、手机银行、电子商务、自助设备服务等。

现场有奖问答和抽奖活动。

具体流程

——15:00分我行会务人员及校方协办人员提前1小时到场，安排好与会领导及嘉宾的座位，并做好推介会前的各项准备。

----16: 00分主持人祝开场词，由学院、农行与会领导讲话。

----16: 10正式开始金e顺校园行—电子银行知识讲座。

----16: 25分穿插5个提问，由嘉宾举手抢答。答对者，现场奖励一份精美礼品。

----16: 40分基金理财专家讲座

----16: 50分穿插5个提问，由嘉宾举手抢答。答对者，现场奖励一份精美礼品。

----17: 00分继续宣讲

----17: 10分宣讲结束。现场业务咨询、抽奖。

后继拓展

1、农行充分发动校园产品经理，对登记的参会人员及其他师生开展电子银行业务的跟踪拓展。

2、对成功拓展的，给予一定的计价奖励，以调动其营销积极性。

3、对开户的学生提供价值20元的精美礼品一份。

4、在相思湖支行设专门柜员负责营销登记工作

七、礼品安排

1、推介会设特等奖1名，奖励价值1000元奖品一份；一等奖5名，各奖励价值300元奖品一份；二等奖20名，各奖励价值150元奖品一份；三等奖60名，各奖励价值70元奖品一份。

2、提供价值20元精美礼品200份，用于奖励广大师生开户，

激发学生积极性。开户后凭开户证明到相思湖支行领取。

八、活动分工

广西机电学校负责在校园网发布我行电子银行业务宣传内容，在校园布告栏张贴宣传海报。协助农行与学校学工部、学生会以及学生社团联系，从中选择20人以上学生骨干完成校园产品经理的招聘及培训工作通过班委会确定每班参加人员，确定约300人推介会的主体人员。协助农行做好会场布置以及演示设备的安装调试工作邀请广西机电学院领导、相关处室、院系领导及附近高校领导及财务人员。

农行负责宣传ppt内容及海报的联系和提供。负责与校方一起招聘20人以上学生骨干为校园产品经理，对校园产品经理进行必要的电子银行、基金业务知识培训，会场布置。联系广告公司制作相关推介会背景图，在推介会前一天做好会场布置以及演示设备的安装调试工作。

负责推介会人员入场。与校方一起安排好与会领导及嘉宾的座位，并做好推介会前的各项准备；人员入场开始后，做好入场券验票及副券收集，并做好到会人员的入座引导。

商业银行营销方案

银行跨年活动口号篇六

一、活动目标

为感谢广大客户长期以来对本支行的关心和支持，进一步提升本支行的市场影响力，本支行以感恩之心举办以下营销活动，努力回报客户的信任，致力提升客户价值，和客户共谋发展，分享创造硕果。

二、活动内容

(一)开展“存款拿大奖，福气喜临门”主题活动

- 1、活动对象:支行全体存款客户。
- 2、活动时间:201x年7月1日—201x年10月31日。
- 3、活动规则:活动期间，凡是到支行办理存款业务满xxxx元的客户即可获得一次抽奖资格。活动期末抽取20名幸运客户，分别赢取价值xxxx元的xx商品。

(二)开展“贷款喜得奖，好运日日来”主题活动

- 1、活动对象:支行全体贷款客户。
- 2、活动时间:201x年7月1日—201x年10月31日。
- 3、活动规则:活动期间，凡是到支行办理贷款业务的客户即可获得一次抽奖资格。活动期末抽取20名幸运客户，分别赢取价值xxxx元的xx商品。

(三)开展“用电子银行，得惊喜好礼”主题活动

1. 活动对象:支行全体企业网银、个人网银和手机银行客户。
2. 活动时间:201x年7月1日—201x年10月31日。
3. 活动规则:活动期间，一是支行企业网上银行客户使用企业网银完成账务类交易5笔(含)以上，累计金额达100万元即可参与抽奖。活动期末抽取10名幸运客户，分别获赠价值xxxx元的xx商品。二是支行个人网上银行客户、手机银行客户分别完成个人网上银行、手机银行账务类交易5笔(含)以上，且每笔金额超过200元即可参与抽奖，各获赠以下奖品:一等

奖20名(个人网银和手机银行用户各10名), 分别赢取价值xxxx元的xx商品。二等奖500名(个人网银和手机银行用户各250名), 分别获赠100元话费充值卡一张。

三、活动安排

活动结束后在11月中旬抽奖, 抽奖在公证部门的公证下进行, 由电脑随机抽奖。获奖信息在支行各网点营业厅公布, 并到指定地点*。

四、活动声明

自获奖名单公布起一个月内, 客户未来指定地点*, 视为客户自动放弃。

五、活动宣传

(一)本支行各营业网点张贴本次营销活动的宣传海报, 活动信息通过led屏幕滚动播出。

(二)本支行通过电视、报刊等媒体对本次营销活动进行宣传。

(三)本支行各部门和营业网点解答客户有关本次营销活动的咨询。

一、活动总主题

“中行卡五一献礼, ‘金’喜来找你!”

二、参加活动卡种

长城系列信用卡、中银系列信用卡

三、活动时间

4月30日-5月3日

四、活动内容

(1) 一重礼---“商场、超市购物大抽奖”

活动期间，在指定商场、超市持卡累计消费满一定金额即可参加商场、超市大抽奖活动。

万亚商场标准:当日单笔消费满500元即可参加商场抽奖活动，活动中将抽出5名幸运客户，每人奖励500元商场购物券。

时代超市标准:单笔消费满99元即可参加抽奖活动，每个超市将抽出50名幸运客户，每人奖励价值100元超市券。

(2) 二重礼---刷卡赢“金”活动

凡活动期间，消费累计满3000元即可参加抽奖赢“金”活动(房地产类、汽车类、批发类、医疗教育类、慈善类、政府服务类交易不参加本次活动)，该抽奖活动按发卡归属地进行抽奖，吴江奖项设置如下：

特等奖1名奖励10g金条一根

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

201x年12月1日---201x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

201x年12月1日—201x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，兑奖日期为中奖次日至201x年12月日----201x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。

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：×年×月×日×月×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(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：

．“金秋营销自助服务送好礼”

活动期间持我行储蓄卡在全省范围内的自助设备上缴纳次费

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。

凡在活动期间办理签署代缴费协议的客户，可获得价值元的礼品一份。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。

· “金秋营销卡庆双节”

活动期间申请卡免收当年年费。

刷卡消费达到一定标准，可凭消费交易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。

刷卡消费达元(含)以上，赠送价值元礼品；

刷卡消费达元(含)以上，赠送价值元礼品；

刷卡消费达元(含)以上，赠送价值元礼品；

刷卡消费达元(含)以上，赠送价值元礼品；

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，积极筛选一个大型商场、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。

· “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%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：

. 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。

(三)“金秋营销产品欢乐送”社区活动。

. 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。

. 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。

积极拓展速汇通业务

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。

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。

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。

. 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。

. 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。

. 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月份实现以下目标：

. 客户新增超过历史同期水平，并使客户结构得到改善，质量得到进一步提高；

. 自助设备存取款及其他代理业务交易量比月份增长%。

. *完成各项业务指标。

银行跨年活动口号篇七

银行通过对营销活动特点的分析，提出项目化管理方法是开展营销活动的有效手段。下面是有银行营销活动方案，欢迎阅读。

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)活动期间申请卡免收当年年费。

(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。
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。

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。

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

银行跨年活动口号篇八

1、活动期间，通过个人手机银行成功办理工行汇款、跨行汇款、跨境汇款、手机号汇款、网上购物等特定交易(单笔交易金额不少于100元)的客户，均可参加抽奖活动，奖项如下：

幸运奖：每月300名，每个中奖客户获价值约100元的礼品一份。

2、活动期间，通过个人手机银行成功办理工行汇款、和跨行汇款、外汇买卖、基金申购与定投、国债买卖、账户贵金属和积存金主动积存等特定交易(单笔交易金额不少于5000元)的客户，均可参加抽奖活动，奖项如下：

达人奖：每月400名，每个中奖客户获价值约300元的礼品一份。(达人奖和幸运奖可以兼得)

至尊奖：每季度10名，每个中奖客户奖励工银如意金一块(15克)。

(二)手机银行客户端体验“天天有抽奖，月月有大奖”活动

体验奖：全年设置3万名(每日有100个中奖名额，当日中奖名额未用完自动累积到次日)，每个中奖客户奖励5元移动话费。

快乐奖：全年设置1万名(每日有33个中奖名额，当日中奖名额未用完自动累积到次日)，每个中奖客户奖励10元移动话费。

惊喜奖：全年设置100名(每月有10个中奖名额)，每个中奖客户奖励工银如意金一块(10克)。

银行跨年活动口号篇九

活动主题：“情人节——表达你的爱”活动

活动对象：1万以上存量客户(爱人/父母/子女/闺蜜/朋友)

活动规模：根据实际人数确定

活动地点：网点厅堂

活动目的：1. 有效维护存量客户，增加客户粘度

2. 营销我行产品，提升余额

3. 进行他行策反，实现客户的资产转移

情人节活动前期如何准备

“情人节”活动我们需要做好哪些准备呢?我们可以从邀约准备、物料准备、人员配备、现场布置四个环节进行。具体如下：

邀约准备

可以采用电话、短信及微信的公众号的形式，邀约在我行资产达到1万及以上存量客户，邀约内容重点突出本次活动的回馈。邀约时间建议为活动前一周。

物料准备

宣传物品(宣传单页、易拉宝、荧光板、绶带);消耗物品(纸巾、名片、纸杯);文档表格(客户签到表、调查问卷);其他,如玫瑰花及拍立得(用于拍照留念)。

人员配备

厅堂需3名人员,包括1名负责引导和介绍人员,1名礼品发放人员,1名主持人;第三方人员参与配合(花店老师、影楼摄像师)。

现场布置

在外景的安排上,建议在厅堂门口悬挂横幅,文案内容为“情人节——表达你的爱”,提前3天摆放。同时建议用鲜花、爱心等装饰厅堂,在烘托氛围的同时也可以作为拍照的背景。客户等候区则建议摆放易拉宝4个(系列活动介绍2个,银行产品介绍2个),签到处让客户签名并拍照留念。

如何进行现场营销和后期跟进

活动中如何做好现场的营销与后期跟进呢?我们可以通过“前期造势、现场营销、后期跟进”三个内容进行分析,让活动开展更加有序。

前期造势

首先,通过短信、微信的公众号、电话、微信等方式对存量客户进行活动告知和邀约,同时,我们还可以在微信上设计相应的活动游戏,吸引更多客户参与进来。

其次,在营业网点进行阵地宣传,包含在网点门口宣传电子屏幕信息滚动,在厅堂内设置易拉宝进行活动宣传,同时对到访客户进行一对一的一句话活动告知。到访客户的一对一宣传能让客户更佳具体地了解客户需求和活动内容。增加活

动热闹性，让活动更具营销氛围，帮助网点获取到访客户。

第三，活动前几天和活动当天，在网点周边社区进行活动宣传，以吸引更多的人关注和参与。活动要提前做好活动宣传，沿社区内进行宣传，可以引发社区内的活动效益，让更多的人了解网点品牌和活动主题内容，营造良好的活动氛围，这是前期造势中，效果显著的方式之一。

现场营销

活动开始时，主持人介绍活动目的和活动参与资格获取方式，以及活动流程。在信息登记环节，利用问卷进行调查，了解客户的金融需求，挖掘意向客户。在客户排队等候时，主持人借助活动展示区、礼品展示区，介绍以往类似活动情况以及与主题活动相关的服务介绍，介绍一系列增值服务，让客户有一个初步的接触和了解。通过现场互动游戏，有奖问答环节，激发客户参与度。

后期跟进

夕会总结活动流程，整理活动成果，对现场成交、意向客户名单进行整理，分配意向客户到各人；讨论后续跟进话术，制定后期跟进计划；每天晨会演练跟进话术，夕会汇报跟进成果，一周后总结跟进成果。

活动注意事项

首先，一定要重视活动前期的造势宣传，这是奠定我们到访客户数的基础；对于参加活动的获取客户信息，我们也需要对其信息做好收集和存档，并进行专人跟进。后期跟进过程中，要了解意向客户的潜在需求，同时注意联络频度，做好持续性的客户维护工作。

银行跨年活动口号篇十

活动介绍：

1. 活动主题：粽子节，一起“包”奖啦！
2. 活动目的：获取br资源、会员活动
3. 活动时间：6月x日-6月x日

活动形式：

1. 活动工具销售推“包粽子”营销活动插件

运用“销售推”小程序上“包粽子”营销活动插件，让客户转发小程序给好友，帮忙集“粽子原料”，实现裂变。客户集齐不同“粽子原料”合成不同口味的粽子，可以获得不同奖品，并最终到店参与礼品兑换或者门店线下活动，趣味性与节日庆祝兼具。

2. 活动内容

- a.会员点击会籍分享的活动小程序码，或在门店扫一扫展架上的小程序码，进入即参与活动。
- b.会员可转发此活动至朋友微信处，即可以一定概率获得特殊食材蛋黄、鲜肉或红枣。
- c.会员多次转发，有更大几率获得特殊食材蛋黄，竞争大奖。
- d.在合成粽子时，需通过手机号验证。

奖项设置(建议)：

普通粽子：门店现场端午家庭运动会门票一套/到店即可领取“端午礼盒”一份。

红豆粽□XXXX□

鲜肉粽□XXXXXXXX□

蛋黄粽□XXXX□

蛋黄鲜肉粽□XXXXX□

银行跨年活动口号篇十一

为增进_____广大师生对我行电子银行产品的了解，促进我行电子银行服务在高校的应用推广，民族支行决定在上级行的协助下，携手银华基金公司在_____开展“金e顺?校园行”电子银行产品推介活动，具体方案如下：

一、活动主题：金e顺校园行—电子银行知识及基金理财专家讲座

二、活动时间：20_年11月10日至20_年11月30日。

三、活动地点：_____

四、参加人员：

(一)广西机电学院领导、相关处室、院系领导、广大教职员工和学生代表

(二)农行区分行电子银行部领导、区分行营业部卡中心、民族支行相关人员。

(三)邀请附近高校领导及财务人员

五、活动内容：电子银行知识及基金理财专家讲座

六、活动流程

(一)前期准备11月11日在校园网发布我行电子银行业务宣传内容，在校园布告栏张贴宣传海报。11月11-12日通过与学校学工部、学生会以及学生社团联系，从中选择学生骨干协助我行组织和开展活动，完成校园产品经理的招聘及培训工作，至少招聘20人以上的产品经理队伍。11月13日在校园设立宣传点。通过班委会及网点索票的方式赠送推介会入场券约300份，确定参加推介会的主体人员。11月13日在推介会前一天做好会场布置以及演示设备的安装调试工作11月13-14日邀请广西机电学院领导、相关处室、院系领导及附近高校领导及财务人员11月14日召开产品推介会。

(二)11月14日下午4点产品推介会

1、主要流程

(1)领导讲话(约10分钟)。

(2)现场推介农行的电子银行产品：包括个人网上银行、电话银行、短信通，大学生优卡、手机银行、电子商务、自助设备服务等。(约50分钟)。

(3)现场有奖问答和抽奖活动(约20分钟)。

(二)具体流程

----15:00分我行会务人员及校方协办人员提前1小时到场，安排好与会领导及嘉宾的座位，并做好推介会前的各项准备。

----16:00分主持人祝开场词，由学院、农行与会领导讲话。

----16:10正式开始金e顺校园行—电子银行知识讲座。

----16: 25分穿插5个提问，由嘉宾举手抢答。答对者，现场奖励一份精美礼品。

----16: 40分基金理财专家讲座

----16: 50分穿插5个提问，由嘉宾举手抢答。答对者，现场奖励一份精美礼品。

----17: 00分继续宣讲

----17: 10分宣讲结束。现场业务咨询、抽奖。

1、农行充分发动校园产品经理，对登记的参会人员及其他师生开展电子银行业务的跟踪拓展。

2、对成功拓展的，给予一定的计价奖励，以调动其营销积极性。

3、对开户的学生提供价值20元的精美礼品一份。

4、在相思湖支行设专门柜员负责营销登记工作

七、礼品安排

1、推介会设特等奖1名，奖励价值1000元奖品一份；一等奖5名，各奖励价值300元奖品一份；二等奖20名，各奖励价值150元奖品一份；三等奖60名，各奖励价值70元奖品一份。

2、提供价值20元精美礼品200份，用于奖励广大师生开户，激发学生积极性。开户后凭开户证明到相思湖支行领取。

八、活动分工

(一)广西机电学校负责在校园网发布我行电子银行业务宣传内容，在校园布告栏张贴宣传海报。协助农行与学校学工部、

学生会以及学生社团联系，从中选择20人以上学生骨干完成校园产品经理的招聘及培训工作通过班委会确定每班参加人员，确定约300人推介会的主体人员。协助农行做好会场布置以及演示设备的安装调试工作邀请广西机电学院领导、相关处室、院系领导及附近高校领导及财务人员。

(二) 农行负责宣传ppt内容及海报的联系和提供。负责与校方一起招聘20人以上学生骨干为校园产品经理，对校园产品经理进行必要的电子银行、基金业务知识培训，会场布置。联系广告公司制作相关推介会背景图，在推介会前一天做好会场布置以及演示设备的安装调试工作。

负责推介会人员入场。与校方一起安排好与会领导及嘉宾的座位，并做好推介会前的各项准备；人员入场开始后，做好入场券验票及副券收集，并做好到会人员的入座引导。