

最新银行营销联谊活动方案 银行营销活动方案(精选8篇)

方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

银行营销联谊活动方案篇一

银行现阶段发展所面临的技术难题和发展阻力。我们认为，个人网上银行的最大的技术难题依然是安全问题，这也是限制电子商务发展的最重要的最大的障碍和难题，如何提高安全性需要各面的齐心协力共同提高，不仅包括政府，立法，技术，人们的安全意识等等共同提高，共同加强。

银行营销联谊活动方案篇二

一、活动主题：“新春社区行精彩巧亮相”

即将离去的20xx年，我们携手并肩取得了丰硕的成果，即将到来的20xx年充满竞争与希望，我们豪情满怀同时也坚信，我们在一起还会创造出更多奇迹！

时间:20xx年12月26日14:00—18:00

畅饮地点:温魅餐饮时间:14:00—15:20

唱响地点:温魅ktv时间:15:30—18:00

各小组成员:

a□徐

b□

c□

d□

e□

畅赢备注：

a□各小组选组长一名，小组名称、口号由各小组确定；

b□各小组备选一名高、中、低音选手一名；

c□各小组选出一名评委；(评委不参与比赛)

d□各小组限增加一个名额，于12月24日12时之前到人力资源部报名；

e□备选曲目：

高音：美声《青藏高原》《我爱你，中国》流行《飞的更高》
《死了都要爱》《大海》

歌手：韩红、阿信、张雨生、祖海、宋祖英

歌手：周冰倩、陈奕迅、张学友、萧亚轩、刘德华

歌手：梅艳芳、许巍、阿桑、蔡琴、张宇、郑中基、伍佰、阿杜

以上歌曲为备选曲目，只做参考。

f□奖项设置：小组前三名(标准：高、中、低三组比赛者得

分)(3名)、个人(高、中、低音各一名选手)(3名)、台风(1名)、才艺(1名)、组长(1名)、小组名称(1名)、口号(1名)、游戏提供(1名)

g□评分标准

歌曲的完整，在唱歌过程中不跑调，离调，不错词，歌词吐字咬字清晰(4分)

正确把握歌曲的旋律和节奏，气息、技巧把握到位(3分)

理解歌曲内涵，把握对乐曲旋律及歌词理解情感投入到位在处理上有自己独到之处(1分)

不看歌词(1分)

选手的整体造型、台风与现场观众及主持人的现场互动(1分)

(最终得分为现场评委打分的平均分，精确到0.00)

银行营销联谊活动方案篇三

绿色生活社区行

每月中旬周六一次

(1) 社区活动

(2) 闹市活动

(3) 企业行

(1) 使周围潜在客户明确知晓我行所处位置，了解浦交通银行及相关产品优势特色，逐步前来在我行开办业务。

(2) 开展产品宣传，抓住年末存款回流的机会，抢占市场份额。

(3) 储蓄存款明年开门红新增做储备，为我行后续开展个金业务奠定基础。

(1) 场地租赁费：元

(2) 宣传制作费：元

(3) 促销礼品购置费：元

(一) 社区行前工作：小区物业沟通

1、居委会。居委会信誉度高，对小区居民的情况十分了解，且在小区宣传场地。使用费、张贴宣传品的费用等方面有权给予减免。谈判切入点：合作推广社区稳健理财服务；丰富社区生活、2、小区会所或管理处。小区会所或管理处掌握大部分居民资料，尤其对资产量大的客户或积极参与社区活动的活跃客户较为熟悉，能协助吸引部分大客户。谈判切入点：增加小区增值服务。

3、选择活动现场粮油货品种类及数量，货品价格及优惠，制定现场促销活动方案

4、选择联合进驻的合作公司，挑选确认各等级奖品及数量、

(二) 线上线下同步预热、提前做好客户预约、业务预受理：

1、社区内推广(公告+一页通)

b□大堂可以放置展板使来厅堂办理业务的客户了解此次活动的时间与内容；

d□短信发布、微信互动、小区业主qq群内公告等形式全方位发布信息;逐步树立我行财富管理进社区的服务形象,加强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、社区外推广(媒体+周边商户)

a□在报纸、网络等信息留存较久的媒体上发布活动预告及活动简讯,扩大品牌效应;

b□在小区便利超市、周边商户处留存网点服务信息卡,也可作为网点活动定点报名处、

(三)物料准备

1、确定场地,设计场地的布置;

2、设计制作活动预热宣传品内容;

4、邀请社区居委会人员参加

(四)活动流程:

(五)社区行后续工作:

1、短信电话致谢物业,微信群qq群致谢客户

2、微信图文报道,社区行工作总结包括此次活动的不足及改进方案、

银行营销联谊活动方案篇四

为了确保事情或工作安全顺利进行,我们需要事先制定方案,方案是阐明具体行动的时间,地点,目的,预期效果,预算

及方法等的企划案。制定方案需要注意哪些问题呢？下面是小编精心整理的银行营销活动方案，欢迎阅读，希望大家能够喜欢。

无

以五一劳动节为契机，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。

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）开展体感的游戏互动项目。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的时候，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

根据活动的开展情况，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。

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。

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）

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）

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。

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

银行营销联谊活动方案篇五

“青春建行，展我风采”

活动开展期□xxx年1月20日—xxx年3月31日

xx支行全体青年员工

（一）“综合贡献奖”

1、指标设置内容及权重

2、奖项设置：

活动结束后，支行采用分数累计总和进行考评，计算每人综合得分之和，取前三名进行并分别给予等值300元、200元、100元物品奖励、（参评条件：总分不得低于300分且零服务有效投诉）

（二）单项营销能手奖

（1）“存款超越奖”、授予活动期间个人定期存款新增额最高的个人可获等值100元物品的奖励、（参评条件：不得低于50万）

（2）“聚财宝签约奖”、授予活动期间聚财宝客户签约数最多的个人可获等值100元物品的奖励、（参评条件：不得低于30户）

（3）“分期额度奖”、授予活动期间分期数额最高的个人可获等值100元物品的奖励、（参评条件：不得低于30万元）

（4）“信用卡进件奖”、授予活动期间信用卡进件数最多的个人可获等值100元物品的奖励、（参评条件：不得低于50张）

本方案由支行团支部按每周一统计的频率进行通报、

银行营销联谊活动方案篇六

中国邮政储蓄银行是中国邮政集团组建的全国性商业银行，前身为中国邮政储蓄。邮政储蓄自1986年4月1日恢复开办以来，经过二十多年的长足发展，已成为我国金融领域的一支重要力量。而且中国邮政储蓄银行现为国家财政资金、社保及农保项目的重点合作银行，烟草、电力、移动、联通及各保险公司等与人民生活息息相关的企事业单位、企业集团均与我行开展着业务合作。在开展合作的同时，我行通过不断完善系统和加强服务来进一步加深与各企事业单位及企业集团的合作方式和领域，为我行与更多企事业单位及企业集团开展多方面业务合作提供了有效合作模式和完善的技术支撑。

1、网点遍布城乡，资金归集迅速

中国邮政储蓄银行现已建成全国覆盖城乡网点面最广、交易额最多的金融服务网络：拥有36000个营业网点，45000个汇兑营业网点□20xx0个国际汇款营业网点，是一家网点覆盖全国城乡二元结构的国有商业银行。无论在城市还是偏僻乡镇，邮储银行都可以依托庞大的网络优势，为企业资金管理提供方便、快捷的服务与支持，为企业的发展提供广阔的网络平台。

2、强大的结算系统优势

(1) 邮储银行公司业务系统与人民银行支付结算系统的连接方式为全国最先进的“一点式接入”，减少了中间环节，提高了结算效率，通过行内汇划、同城交换或人行大小额支付系统，利用电汇或票据(支票)等结算工具，可以在最短时间内实现资金结算。

(2) 个人账户之间的往来资金结算除采用传统的结算方式外，

还可通过我行电话自助银行终端——“商易通”实现方便、快捷、不受时间、地域限制的自由转账及余额查询。

3、便捷的企业网上银行功能

我行的企业网上银行业务功能强大，网上银行的集团公司服务功能可以实时实现资金的快速上划，为客户提供统一、安全、快捷的银行服务，企业客户可以足不出户地获得账户查询、对账服务和资金划转等服务，克服了空间的限制，极大地节省了时间成本，并且提供账务交易流程的个性化设置，灵活方便，为企业拓展自身规模，提供了强有力的保障。

二、活动目的：

通过开展金融知识进社区活动，一方面可以把日常生活中需要了解到的金融知识，需要掌握的金融技能，传授给社区居民和普通百姓，丰富百姓的金融知识和理财方式，普及公众的金融知识，提高公众的风险识别和防范能力；另一方面，开展金融知识进社区活动，通过在现场对邮储银行文化的介绍、优势服务、特色产品等的展示，让群众逐渐认识到邮储银行，从心底奠定对邮储银行的品牌好感度，熟知度，从根本上提升邮储银行的品牌形象，达到邮储银行品牌形象与经济效益的双丰收。

三、服务方案内容

根据信义小区的社区特色，针对物业公司及社区居民存在的需求，本着合作共赢、服务客户的原则，我行可为社区提供以下服务：

(一)资金归集及结算服务

信义物业在我行开立对公账户，并开办企业网上银行业务，用于企业资金的归集、。物业公司与其有业务往来的企业可

通过在我行开立的单位结算账户和企业网上银行业务，根据资金管理需要随时进行资金汇划。

(二) 机构理财服务

当物业公司有闲置资金时，我行可以根据资金量、闲置期限等为物业公司提供多种资金管理和投资服务，如：定期、通知存款、协定存款及各种理财服务等多种人民币理财产品（例如：月月升理财产品，周转周期为一个月，预期年化收益率1.9%），对于资金量较大且对收益有特殊需求的情况，我行还可量身定制理财产品，确保贵公司资金保值增值，实现资金效益稳固增长的目标。

(三) 提供贷款服务

我行现已开办个人二手房贷款、小额信用贷款、个人商务贷款、中小企业贷款等多种适合企业及个人的贷款业务。我行将对物业公司及其职工，以及其辖区的社区居民申请的贷款，进行优先受理优先调查；对符合授信条件的客户在信贷规模范围内优先满足贷款需求；在政策允许范围内，给予利率优惠；在风险可控的前提下，尽量简化业务处理流程，缩短处理时限。

(四) 提供智能化服务

由于消费需求的差异性。例如，年纪稍大的业主可能偏好比较普通的物业管理服务。而对于年轻人，他们可能偏好一些特殊的服务，如代缴各项费用等特约服务。可以开辟一些智能化服务，推出了一系列改变传统生活方式的服务项目，比如：水、电、煤、物业管理等费用，业主可以用银行卡刷卡或付费，减少业主在这些方面的时间及精力的花费。

同时，依托邮政储蓄遍布城乡的服务网络，为樱花物业提供代发工资、代收社区水费电费物业费等多种代收付服务。

(五) 扩大业务宣传

一直以来，社区宣传栏都是物业和业主交流信息的主要平台，但这种形式始终存在信息量有限、时效性不强以及操作性较弱等问题。而“led显示屏和宣传栏”的形式，运用信息技术精确控制，可以大量的、随时更新宣传内容，运用这种方式对宣传信息进行更新要比才采用其他方式快很多。

可以发布一些与老百姓周边生活密切相关的金融服务资讯，同时还可以每日更新天气预报、穿衣指数、物业通知等公益信息，方便住户在出入社区的时候了解生活所需讯息。这种公益性质的信息平台为业主和物业带来了便利，如业主有租房等需求，不必在外面张贴小广告，可以免费发布。物业也可以将其当成通知小黑板、发布小区通告等等。此外，实行昼夜显示，居民可以随时阅读。从一定意义上来讲，它不仅解决了居民对信息的需求，还同时拉近了业主与物业的距离，形成了良好的公益与商业结合，创造出一个和谐的社区文化。

银行营销联谊活动方案篇七

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。

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。

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20000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。

(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。

(四)“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。

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。

银行营销联谊活动方案篇八

一、活动目的及意义：

为了迎接母亲节的到来，为母亲献上我们的一份祝福，同时也能回馈喜爱我行产品的客户，增加我们产品的营销量，提高支行在分行的排名。

二、活动主题：

传递“寸草心”对“三春晖”的浓浓爱意。

三、主办单位：

xx银行济南分行营业部。

四、活动时间：

x月x日—x月x日。

五、活动对象：

xx银行全体客户。

六、活动形式及内容

定制完成后可以分享给微信好友及朋友圈进行传播，让妈妈们感受“私人定制”的祝福。

线下活动主要包括：厅堂布置，赠送康乃馨，赠送蓝月亮洗衣液，赠送厨房餐具。

厅堂布置：为了让厅堂环绕着对伟大母亲浓浓的爱意，可在大厅门口摆上康乃馨，首先给进入厅堂的客户第一视觉的冲击力。另外，对公区，理财区，现金区摆上迷你小盆栽。

礼品赠送：凡是购买黄金产品的客户均可赠送金玫瑰和一束康乃馨，并且有机会免费参加我行周四举办的化妆活动，先到先得，名额有限。针对年轻女客户，重点推荐周四化妆活动，针对中年以上女客户，重点推荐赠送蓝月亮洗衣液或厨房餐具。作为“民生银行济南分行营业部”微信公众号的粉丝，在以“母爱永恒民生传承”为主题设计的三个贺卡模版“妈妈我爱你”；“母亲节，我在您身边”；“世界上最爱我的’人”中，还可以享有编辑文字的定制权限，定制完成后可以分享给微信好友及朋友圈进行传播，让妈妈们感受“私人定制”的祝福。

七、预期效果及展望

由于距离母亲节仅有短暂的几天，因此在综合考虑了各种情况下，根据实际情况制定出此次活动方案。赠送客户礼品是根据我行现有的礼品来做安排的，并且此次母亲节的活动恰好赶在化妆活动之前，两次活动恰到好处的可以做个交叉，也可以增加营销的噱头。希望此次活动不仅仅是用于母亲节的营销活动，也可以应用到其他的各类活动，以及各类产品的营销，并且也可以增加我们的营销氛围。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

[点击下载文档](#)

[搜索文档](#)