

# 最新银行营销方案案例 银行活动方案(通用7篇)

“方”即方子、方法。“方案”，即在案前得出的方法，将方法呈于案前，即为“方案”。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

## 银行营销方案案例篇一

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。

20xx年9月26日—10月31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。

由于活动时间为期一个多月，各行应合理安排礼品投放节奏，确定每天各档次礼品投放数量，当天礼品送完即止；同时各行应积极做好异地卡客户消费赠礼工作。

### 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. 网点柜员统一佩带工作胸牌，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。

## 银行营销方案案例篇二

银行xx支行服务质量百日竞赛活动实施方案根据总行开展“文明、规范、优质、高效”服务质量百日竞赛活动的要求及省分行的总体布署，为了更好地开展本次竞赛活动，结合我支行的实际，特制定本实施方案。

通过组织全行柜面人员学习、培训，提高柜面人员业务素质和技能水平，增强柜面服务意识；通过检查监督，切实提高柜面服务质量，创造柜面服务光荣的良好氛围，维护建行在当地的良好声誉，充分发挥柜面营销渠道的功效，提高我支行的服务竞争力。

- 1、3月上旬成立支行服务质量百日竞赛活动领导小组，明确

组织分工。

2、3月上旬召开服务质量百日竞赛活动动员大会，支行办公室负责制作宣传横幅，并于3月10日在支行本级□xx所、xx所等三个网点统一悬挂，并利用宣传媒体的优势予以宣传，聘请社会监督员。

3、3月中旬由支行办公室、会计科、营业网点负责改进网点服务硬件设施，如设置“一米线”、统一更换意见箱、意见簿、完善便民设施等。

4、3月中下旬，由支行会计科负责组织柜面人员及相关人员学习《中国xx银行柜面服务管理办法》和《中国xx银行柜员服务标准》等手册，组织柜面人员观看总行制造的柜面服务规范演示光盘，并开展讨论，找差距。

5、4月上旬，开展柜面人员业务技能大比武，以综艺形式开展柜面服务知识竞赛，以营业室□xx所、xx所为单位，成绩列入先进集体及个人的评选。

6、4月中旬，参加省分行统一组织的柜面服务知识书面考核，成绩列入先进集体、个人的评选。

8、4月底，完成先进集体和个人的评选和审定、推荐工作，确定省分行柜面服务知识竞赛参赛队员。

#### （一）成立柜面服检查督导及先进评选小组

组长□xx

副组长□xxx

成员□xx□xx□xxx□xxx□

## （二）先进集体的评选：

1、参评单位：支行下属营业室□xx所、xx所。

2、评选名额：1名。

3、评选方法：以百分制计算，每个参评单位基础分为100分，根据评分标准及检查监督情况加、减分，以得分孰高评定。

4、评分标准：

1) 在支行举行的知识竞赛活动中取得团体第一名的加10分，第二名加5分，第三名加2分；2) 在省分行组织的理论考试中，合格率（98%含以上）按名次前后，分别加参赛单位5分、3分、1分；3) 在本次活动中各类竞赛获单项前三名的，分别加所在单位5分、3分、2分；4) 被支行评选为先进个人的，加所在单位每人每次2分，被支行推荐上报省分行的个人先进，加所在单位每人每次5分，前两项不重复计加；5) 在本次征文活动中，每少一篇文章的，扣所在单位5分，被推荐上报省分行的每篇加3分；6) 接到客户投诉（含955xx□经查属实的，实行“一票否决制”，取消参评资格；7) 根据《中国xx银行柜面服务标准》，在检查监督中发现的柜面服务不规范现象，每人每次扣所在单位1分；8) 本次活动有柜面服务先进事迹，经查属实的，每次加所在单位1-3分；9) 经检查督导及先进评选小组确认的其它加分减分项。

## （三）先进个人的评选：

1、参评人员：支行下属营业室□xx所、xx所柜面人员。

2、评选名额：4名。

3、评选方法：以百分制计算，每个参评人员基础分为100分，根据评分标准及检查监督情况加、减分，以得分孰高评定。



4、评分标准：1) 在支行举行的知识竞赛活动中取得团体第一名的每人加3分，第二名的每人加2分，第三名的每人加1分；2) 在省分行组织的理论考试中取得前三名的，每人分别5分、3分2分；3) 在本次活动中参加其它竞赛获单项前三名的，每人分别加5分、3分、2分；4) 在本次征文活动中，每少1篇扣2分，被支行评为优秀的每篇加2分，被推荐上报省分行的每篇加3分（前两项不重复计加）；5) 接到客户投诉（含955xx□经查属实的，实行“一票否决制”，取消参评资格，并按□xx省分行工作人员违规违章行为扣点管理暂行办法》等有关规定处理；7) 根据《中国xx银行柜面服务标准》，在检查监督中发现的柜面服务不规范现象，每人每次扣1分；8) 本次活动有柜面服务先进事迹，经查属实的，每次加1-3分；9) 经检查督导及先进评选小组确认的其它加分减分项。

中国xx银行xx支行

xx年2月15日

## 银行营销方案案例篇三

圣诞节作为传统的西方节日，如今被越来越多的中国人特别是年轻人所接受，与此同时，中国的圣诞节呈现越来越明显的商业化趋势，如今在中国，在圣诞节前的半个月甚至一个月，各类商家也纷纷打出圣诞牌，将自家的门店装饰得充满圣诞节日气息，借此吸引消费者，同时推出各类圣诞促销活动。商家及社会各界举办各类圣诞庆祝、纪念活动的增多，也给邮政开展市场营销活动、业务宣传、扩大社会影响和增加收益的创造有利的时机。

1、信息获取 在玄武区支局的一次局务会上，营销部总监陈曦向各网点负责人进行一个简短的贺卡项目开发培训，当陈总监就《市场视野》中关于国外邮政圣诞营销案例进行解读时，北京东路所主任刘菲想到昨日她收到的浦发银行关于圣

诞促销的小册子。刘菲是浦发银行的信用卡用户，当月收到的浦发银行账单里有一本小册子，专门介绍春节期间刷卡优惠活动的，里面有一页介绍说浦发银行将于平安夜在位于1912街区的浦发银行时尚广场举办庆祝活动。刘菲当时在会上就提出我们是不是可以从这个活动中开发出点什么样业务出来。

陈总监于是就在网上搜索一下活动详情：191浦发银行时尚广场的圣诞庆祝活动过去已经连续举办四年，往常，现场除布路巨型圣诞树及其他圣诞饰品外，还会在平安夜向市民发放许愿卡，现场填写新年心愿和新年祝福并交由“圣诞老人”投递到信箱中。

2. 方案策划 看过介绍后，陈总监立即想到，为什么不向他们推荐我们的明信片呢？既然是新年祝福，若不能传递到对方手中，便没有什么意义。如果能将许愿卡换成我们的明信片在现场发放，这样的影响力就大不相同。明信片正面可印上浦发银行广告宣传画面，这样明信片既能让市民用来传递感情，明信片广告又能在寄件人和收件人之间形成二次传播，体现浦发银行真情回馈社会的同时又能起到企业宣传的作用。况且明信片成本小，价格低，也易于主办方接受。

3、陌生拜访 陈总监着手策划出一个方案后，立即开始寻找主办方。当时的情况两眼一摸黑，知道这个活动是浦发银行办的，但又不知道具体是哪个部门负责，办公地点在哪里，负责人是谁。为此，陈总监走访距离浦发银行时尚广场最近的浦发银行城中支行，与银行一负责人交流后才知道，这个活动其实是浦发银行南京分行与南京一九一二文化传播有限公司合办的，具体操作都是由一九一二文化传播有限公司负责的。该负责人看过我们的方案后非常认同，于是主动帮助我们联系一九一二文化传播有限公司的相关工作人员。经过预约后，第二天陈总监又赶到位于珠江路的一九一二文化传播有限公司。与活动负责人接触后，对方表示这个想法非常好，但是这样做会导致活动成本增加，需要跟上级领导请示，

而且还要和浦发银行方面进行洽谈，对方也同意后才能做。陈总监考虑到，距离圣诞节只有半个月的时间，如果等他们内部沟通，又要浪费几天时间，到时就不能保证明信片能在圣诞节前印出，这个方案就黄。于是，陈总监主动提出，由我们出面与浦发银行方面进行沟通，一九一二方面欣然表示同意。

当天，陈总监又来到浦发银行南京分行找到市场部的负责人进行洽谈，看方案后，对方立即产生浓厚的兴趣，考虑到时间紧迫，该负责人当即就安排广告部门着手策划明信片的正面广告设计。

4、项目实施 此后，三方又进行多次接触，项目进展十分顺利。期间1912方面提出邮局能否在现场收寄明信片，这样市民现场填写、现场寄出，这样既可以吸引市民在广场驻足停留，又能让市民感受到祝福是在平安夜当场寄出的，感觉会更好些。陈总监表示同意，并承诺到时会抽派人手，全力支持。三、实施效果 最终，我们与一九一二方面达成最终合作协议：制作明信片三千枚，平安夜在浦发银行免费向市民发放，市民现场填写新年祝福，寄给亲朋好友，邮局现场收寄。

平安夜，现场活动非常成功：在浦发银行时尚广场中心20米高点缀着璀璨灯光的`圣诞树下，美丽的“白雪公主”负责向市民免费派发“圣诞明信片”，圣诞装扮的邮政工作人员认真的审核收件名址， 加盖日戳，并投入邮筒中交寄，现场气氛十分热烈。

1、敏锐的市场洞察力 圣诞节虽然是“洋节”，但现在已被国人普遍接受，在各类商家借助圣诞节大力开发市场的同时，邮政人也要与时俱进，要善于从此类社会热点中发掘商机，积极开拓市场。

2、帮客户赢 在这次活动中，虽然主办方的成本增加，但是

明信片也是浦发银行优质的广告载体，宣传企业形象，更重要的是，这次活动使浦发银行与1912街区收获非常好的社会影响力。这个项目的进展如此顺利，正是因为策划方案时，一直站在客户的角度考虑，迎合客户的心理预期，帮助客户实现效果最大化。

## 银行营销方案案例篇四

1. 给中信银行的`信用卡用户带来更多消费便利和优惠；
2. 丰富传统节日的庆祝气氛, 刺激消费；
3. 利用现有资源, 调动清谈时段的营业潜力；

活动定位：

在端午来临之季, 根据中信信用卡的消费类别---单笔消费和分期消费, 以及现有的合作商户, 从衣, 食, 住, 行, 为客户提供全方面一站式服务.

活动内容：

1. 活动内容[]20xx年12月7日至20xx年6月16日，凡持20xx年新申请中信信用卡(准贷记卡、贷记卡)消费，单张卡片刷卡消费满三笔，每笔刷卡满99元，即可获赠特百惠时尚水杯一个，活动期间每卡限领一个。
2. 兑奖流程：领奖地点：中信银行营业部银行卡中心一楼专柜；领奖方式：持卡人需凭20xx年新申请中信信用卡[]pos签购单、购物发票和本人有效证件到指定领奖地点领取；兑奖时间：活动结束后, 持卡人可于20xx年12月7日至20xx年6月16日(节假日除外)到指定地点兑奖。
3. 注意事项：活动期间每卡限领一次；奖品数量有限，先到先

得，赠完即止。

端午节购买商品碰到钱紧怎么办?为中信信用卡持卡用户在节假日能更加方便的购买自己称心如意的商品,特在端午期间,为各信誉记录良好的用户提升临时额度,以满足假日的刷卡需求.临时额度期限截止至20xx年6月16日.若中信提供的临时额度还满足不了用户的需求,还可以致电到中信银行客服,银行将可以为用户再提升临时额度值.

1. 超市:沃尔玛.上海华联.百货大楼.太平洋百货.洪客隆

2. 内容:南昌地区发行的中信信用卡持卡人,于规定活动时间内在指定商户消费满20xx元(含),即可获赠50元购物卡一张;消费满3000元(含),即可获赠100元购物卡一张。在超市内一次刷卡消费满20元上,即在收银台赠送客户环保购物袋一个。

领取一次奖品,领奖后pos单留存工行;奖品领取及截止时间:周一至周五:上午9:00-11:30;下午13:00-16:30;领奖截止日期为20xx年12月7日至20xx年6月16日;奖品数量有限,赠完为止。收银时刷工行卡当时有效pos签购单不分零,每人限赠环保购物袋一个,送完为止。

为答谢中信信用卡持卡人的厚爱,即日起在南昌万达影城刷中信银行信用卡购买正价场次影票,即可立即享受50%sale同时也可以使用20xx年积分兑换电影票,积分兑票同样50%sale逢节假日更有好礼相送。

想看电影?想兑积分?想拿礼物?那就赶快来万达影

1. 优惠时间20xx年12月7日至20xx年6月16日;

3. 此优惠不可与南昌万达影城其他优惠共享;

4. 其他不参与活动范围敬请参见店面公告；

5. 在法律范围内，中信银行股份有限公司南昌分行拥有对本次活动条款的最终解释权。

品味出粽, 与众不同

想吃就吃，在以下餐厅用餐，刷中信信用卡最低享用7折中信信用卡尊贵优惠！

地址：象山北路371

季季红火锅

1. 20xx年12月7日至20xx年6月16日期间，刷中信信用卡可享受7折优惠。

3. 地址：东湖区象山南路321号

家常饭酒店

2. 客户生日当天持中信信用卡消费赠送生日蛋糕、长寿面、韩国海带汤(需提前预订)。

4. 地址：孺子路141号

喜迎端午欢唱k不停

20xx年12月7日至20xx年6月16日期间, 凭中信信用卡可提前预定欢唱ktv包房, 并享受会员级待遇. 消费满200元送端午特别果盘一份. 消费满300元超市50元消费券一张. 消费满500元, 送红酒一瓶. 消费满1000元, 免包厢费.

分期享优惠, 轻松购电器

1. 分期付款：中信信用卡五折+苏宁返点2%：顾客持中信信用卡在苏宁电器活动门店现场办理工行3期、6期、9期、12期、18期、24期pos分期付款，在享受中信分期付款标准手续费五折优惠基础上，苏宁电器返分期交易额2%的积分返点。

分期期数五折后费率苏宁返点率实际手续费率

注：特价机只享五折后费率，不享苏宁返点。

2. 贵宾折上折：6月10日，苏宁电器步行街旗舰店举行中信信用卡金卡、理财金账户客户(统称贵宾客户)团购会，刷中信信用卡在提前享受五一活动价及优惠政策的基础上，再享成交价格2-10%价值的积分返点，体验贵宾专享。注：特价机不参加活动的。

## 银行营销方案案例篇五

银行保险的市场营销策略是由一系列的决策和行动方案组成的统一体，其目的. 是利用银行和保险公司双方的资料来完成经营目标。总结欧美银行保险的经营经验，营销策略的制定会受到银行品牌、销售渠道等四大要素的影响，忽视任何一个要素都会导致策略的失败。这四个要素对我国银行保险的发展有重要的启发意义。

### 一、品牌资产

银行保险的市场营销策略应该充分利用银行商誉对顾客的影响。客户普遍认为银行在咨询服务及专业知识等方面均优于保险代理人。合理的银行保险策略会充分利用银行良好的商誉，银行保险人将保险产品纳入到银行提供的产品中，并通过银行基本的通路进行销售。在欧美国家，银行的许多销售渠道都是依靠银行良好的品牌支持才得以畅通。对于顾客来说，银行是金融服务的提供者。它不仅提供传统的银行服务，还提供个人风险管理服务。

## 二、销售渠道

银行保险的销售模式应该完成以下目标：首先，该模式能充分调动有关银行人员的积极性。第二，该模式能满足银行客户的金融服务要求。第三，该模式能够有效地利用现存的银行经营网点。第四，该模式能充分利用银行的其他销售渠道所提供的多种销售机会。最后，该模式能依据保险产品特点选择销售通路，使二者协调一致。

银行保险最突出的优点是有效利用银行现有的销售网点，节约经营成本。银行保险的经营使得每增加一个客户所带来的边际成本是可以忽略不计的。银行保险人削减了传统保险人因招募、精选、培训代理人所引起的巨额成本。这部分减少的成本可以通过降低保费使客户获益，从而增强银行保险人的竞争力；也可以保持保费不变而直接提高银行保险人的收益率。因为寿险市场的保险产品的需求价格弹性不大，因此银行保险人往往采取后一种决策。

## 三、技术

欧美的银行保险人均运用一定的技术来收集、分析银行数据库中的客户信息，并以此发掘客户的需求，开发出交易简便的保险产品。

通常银行所掌握的客户资料都隐含有客户购买习惯、经济地位及理财经验等重要信息，但这些宝贵的资产是许多银行，包括大型的经验丰富的银行都没能有效利用的。运用某种技术来处理这些有关客户经济行为的信息可以为保险产品的设计和营销提供有价值的线索。例如，客户通过向银行按揭贷款购买一套房屋，这一行为就与许多保险产品相关。就传统的保险人而言，有关保单持有人的个人行为信息是难以获得的。即使获得也只能通过其代理人，而代理人可能为了自身的经济利益而阻挠保险人与客户的直接接触。



此外，银行保险人还通过技术尽量简化保险产品的购买程序，从而使得客户通过银行购买保险产品完全不同于传统方式购买保险产品，这个过程让人感觉更加愉快、轻松。用传统方式购买保险产品意味着频繁与代理人接触，经历繁复的承保过程，而这些过程在银行保险都可以省略。对于保险这种无形商品，购买过程本身就是产品十分重要的一部分。银行保险人应充分发挥技术的作用使购买过程更加简便、流畅。

#### 四、企业文化

银行与保险公司不同的经济利益引起了企业文化的冲突，而银行保险的市场营销策略会反映出这种冲突。保险公司的经营策略中如果缺少银行的承诺，那么任何银行与保险的合作计划都将失败。要使得银行承担义务，最有效的方法就是让银行分享保险公司的经营获利。因为保险公司的经营会影响银行利润，这就有效地激励银行积极参与和支持保险公司的经营策略。

在某一种具体情形下，四种关键要素中可能只有一种是最重要的。例如，某些情况下，解决企业文化冲突的问题是最重要的，而另一些情况下，发展完善银行保险的技术却是首要的。但无论怎样，银行保险人要综合考虑四种要素，以制定出完善的营销策略。

### 银行营销方案案例篇六

专家模式是通过保险公司的雇员或代表等专业人士销售投资型及其他较为复杂的保险产品。银行柜台人员帮助保险专业人士识别潜在客户。这种方式对银行柜台人员而言不需要过多的培训，而且可以收取较高的介绍费。这种模式并不能满足所有客户的需要，但它弥补了银行销售保险产品险种单一的缺点，延长了银行保险的产品线。

## 银行营销方案案例篇七

20xx年“开门红”在即，一场全员冲锋的“战斗”即将打响。我分社积极行动起来，以分社主任为核心，负责20xx年“开门红”全面工作的指挥和领导。所有员工积极行动，听从指挥，冲向“战斗”的最前线。今年，我社将认真贯彻省联社“猛增存款、稳放贷款、压降不良”的发展思路，结合我社实际情况。以业务经营为主线，以业务创新为动力，以严格管理为保障，坚持“稳健经营、稳步发展”的经营理念，积极推进业务创新，加强信贷管理，提高服务水平，保证各项业务持续快速健康发展。

20xx年xx月xx日，我分社召开全体员工会议，会议主题是“全体总动员，备战开门红”。会议由分社主任xx主持，参会人员为xx分社全体员工。会议上，所有员工积极主动发言，各抒己见，讨论20xx年“开门红”工作应该如何开展，就“开门红”具体工作，提出积极有效的措施方法。综合各方意见后，得出以下具体办法和措施：

要让全体员工深刻认识到当下形式。首季度，各大银行金融机构竞相笼络客户，招揽存款，投放贷款。我社面临极大的竞争压力，为了能高质高效的完成联社所下达“开门红”各项指标任务。我分社每位员工必须积极行动起来，提高警觉意识和竞争意识。明确目标和任务。积极团结在分社主任的统一领导下。形成统一的目标和思想。每位员工，主动走向客户，走向市场。充分利用各自的客户资源、充分发挥各自的优势长项。为“开门红”献言献策，出谋出力。

xx分社自扁平以来，存款增长始终乏力，成为业务发展的短板。分析数据结构，截止到20xx年四季度末，各项存款余额为xx万元，其中定期储蓄存款xx万元，存款总额占比xx%□个人活期存款xx万元，存款总额占比xx%□对公存款xx万元，存款总额占比xx%□由以上数据可以看出，我社目前高成本的定

期储蓄存款占了相当大的比重，而低成本的个人活期存款和对公存款比例较低。个人活期存款和对公存款仍有较大的增长空间。针对此问题，讨论过后，我社制定20xx年“开门红”具体措施。

### 1、稳定老客户，努力开拓新客户。

我社定期储户大部分为市区附近及周边乡镇的常住居民。对此我们要加大现有客户的管理和维护，完善客户管理系统和台账。借助农信社利率优势，加大宣传力度。以优惠和发放礼品的方式回馈长期支持我社发展的客户。实时对储户资金进行监管，防止客户存款的转移；积极推广我社理财产品及相关新型存款产品，抢占金融市场，笼络客户群体；坚持三扫工作的开展，深入到大街小巷，深入到社区，深入到挨家挨户。开拓新的市场，招揽新的客户。

### 2、加大pos机及银行卡的营销力度，实现对公存款和中间业务收入的增长。

xx分社地处市腹心地带□xx商业中心，拥有丰富的商业客户资源，对此我们可以借助农信社pos机优势宣传，加强pos机及银行卡的营销力度，打造xx特惠商户圈，实现对公存款及中间业务收入的稳定增长。

### 3、发挥优势，“以贷引存”。

经常深入市场调查摸底，做过细的工作寻找黄金客户放贷，加大对个体户、实体企业的支持力度，全方位开拓和创新，培植一批创利大户，牢牢占领区域市场，最大程度地做到“以贷引存”。

#### 1、要强化全员贷款营销责任，树立竞争意识。

牢固树立贷款营销竞争意识，贷款营销有任务、有压力、有

动力，全体员工不仅要对信贷业务熟悉、了解，并能够对业务流程熟练操作。凡贷款质量高、不拖欠本息、形态正常的营销员工，按收息额的一定比例实行积极的奖励政策，兑现给职工本人；反之，贷款营销形成不良，实行挂钩考核。

2、要发挥金融产品优势，满足城镇客户需求。

根据区域内产业结构和经济结构情况，因地制宜，制定科学的营销策略，牢固树立贷款户是信用社生存和发展的“衣食父母”观念，主动为贷款户提供优质高效服务，帮助他们发展经济，提高贷款营销主动性，满足不同层次、不同群体、不同客户的信贷需求，实现双赢目标。

3、要切实做好贷款审查、审批及管理工作，降低不良风险。

随着经济下行，客户经营风险慢慢向银行转移，许多客户因经营上的损失，无力偿还我社贷款本息，无形之中造成我社资产的损失。对此，我们要切实做好贷款的审查、审批及贷后管理工作。严把客户准入关，将贷后管理工作做实做细。定期对客户经营状况、资金流向进行监管，如发现客户经营状况出现异常，及时报告。及时与客户交流沟通，以将风险控制到最低。

标杆网店打造作为20xx年xx联社一项重要工作□20xx年我社将继续加强网店优质文明服务建设。

一是要加强社内文化建设，增强团队凝聚力。

二是加强员工培训学习，提高员工职业技能和素养。

三是加强营业网点环境建设，推行办公场所6s文化，规范柜面服务流程。以此来提升我社品牌形象。

20xx年“冲锋”的号角已经吹响，相信我社在联社党委的统

一领导下，一定会再接再厉，继续发扬吃苦耐劳，奋起拼搏的精神。努力为“开门红”交上一份满意的答卷。