

# 2023年老客户回馈活动文案 回馈老客户 活动方案(大全8篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。

## 老客户回馈活动文案篇一

xx网，全球首创订单营销平台，致力于为广大中小企业提供最新的需求信息，普及新的网络营销理念，让更多的中小企业通过电子商务平台来做大做强为己任，让网络营销真正的成为企业的营销利器。它由河南xx网络技术有限公司（以下简称xx公司）创建，总部xx（中国）网络技术有限公司设在香港。

xx网从创建以来，就受到社会各界的瞩目，“一站式”的网络营销方案更是得到了客户的广泛认可。为了回馈客户一直以来的支持和信任，建立一个良好的合作环境，xx网在这个金秋十月推出了回馈老客户优惠活动。

## 老客户回馈活动文案篇二

珠宝十周年庆浓情献礼诺爱一生系列美钻特价促销，寓意：  
永恒承诺钟爱你一生一世

20xx年xx月xx日至20xx年xx月xx日

春节这个节日没有特定的消费群体，且活动的持续有效期较长，价格战无疑是争取消费者的方法。采用节日期间推出特定款超低特价的商品增加柜台前的人气，从而可以吸引跟多

的消费者。

## 诺爱一生系列美钻

款式风格：均以经典、高贵、简单、优雅、大方为主珠宝店新年促销策划方案——策划书。

销售对象：首饰名称寓意非常适合新婚佳人选购，款式风格同样也适合大众消费者佩戴，所以适销对象广泛。

主钻定位：10分，15分，20分，款式共10款（10分五款，15分三款，20分两款）

活动地点：珠宝全国各地专卖店/柜

## 恒久钻石见证美满婚姻

随着珠宝形象代言人、影星蒋雯丽主演的电视剧《中国式离婚》的热播，人们对婚姻方面的讨论越来越多，这些讨论最终都集中到婚姻的宽容和信任的问题上，人们普遍认为婚姻不能持久的原因在于双方不够信任和宽容。

钻石是恒久的，将钻石的恒久与婚姻的恒久联系起来就构成我们新款信守系列钻饰的情感主题，同时也构成此次促销活动的情感诉求点，我们是用带有恒久情感内涵的钻石以签约的形式保障人们婚姻的长久，我们通过恒久这一宣传点将钻石和婚姻联系起来，逐步形成与国际接轨的钻石消费文化，对行业的销售方式和消费文化也是一个创举，在消费者心中及珠宝行业中扩大珠宝的知名度和美誉度，提高珠宝的品牌情感附加值。

### （1）三年之约：

注：离婚证日期在购买之日后的离婚证才可作为退款凭证，

且经珠宝全国加盟店/柜在顾客居住地的民政部门调查确认后  
才可获退款（在购买前协议离婚者不在退款范围之内）。

## （2）牵手十年：

凡签约后十年仍然相依相守的夫妻将会获得珠宝送出的精美  
婚庆纪念首饰，而且会在婚庆纪念日获得珠宝的祝福及精美  
礼物，还可经常参加珠宝举办的各种联谊活动等等。

## 老客户回馈活动文案篇三

引导老客户介绍新客户来我司购车，可享受售后588元的代金券  
（可到售后购买任意产品和服务）。

1、由于售后服务站刚起步，保有客户较少，营业额产值低，  
所以要提升售后老客户的会厂率。

2、快临近年尾，为了促进年底销量的冲刺，更需要提升老客  
户的转介绍率，以售后代金券的形式，来反馈给老客户。

3、为了提升老客户的满意度和忠诚度，为年底销量冲刺做强  
有力的动力。

1、介绍人首先必须是长城老客户，以当事人的行驶证作为依  
据。

2、介绍人必须有介绍新客户来我店购车，并产生购车交易的  
新客户，以新客户的姓名，车型，车架号，到我司财务部存  
档，最后由财务部汇总同意领用。

3、广宣方面：

（1）统一以短信群发的方式通知长城老客户告知此活动。

（2）通过当地的一些汽车网（如汽车之家，太平洋汽车

网[51qc汽车网，05967车市等)和新浪微博，长城车友汇qq群，发新闻通知。

(3) 物料准备方面：制作x展架，摆于展厅和售后服务站休息区。

该活动政策与销售员让利政策无冲突，属临时另增激励政策。

活动时间从20xx年11月21日至20xx年3月31日止

## 老客户回馈活动文案篇四

借助公司上市周年庆，推出感恩回馈，赠送老客户教育金、新客户助学金抵房款的活动，结合媒体，广告宣传，通过活动，增加公司美誉度。

结合活动对老业主进行回访，交流感情，传达项目优惠信息，引导客户加入盛客通，促进项目销售。

## 老客户回馈活动文案篇五

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：

## 老客户回馈活动文案篇六

活动期间在规定时间内持中行卡在指定商店刷卡消费即可享受“黄金每克266元，凭中行卡每克减2元，购物前一百名客户送转运珠”特惠。

### 五、活动规则

- 1、客户需持中行卡刷卡消费方可参加活动；
- 2、持卡人需在结账时出示中行卡，并明示使用及参与活动；
- 3、活动不可兑换现金、不找零、不与其它优惠同时享受。
- 4、持卡人享受优惠后，商户须派专人填写《顾客签单记录表》相关内容（见附表）；

5、优惠条款适用于参加本次优惠活动签约商户，如遇商户停业需提前告知；

6、中国银行在法律许可的范围内享有本次活动的最终解释权。

## 老客户回馈活动文案篇七

为了增强活动的互动性，充分调动消费者的参与热情，达到预期的目的，本次活动设定以轻松趣味的游戏板块为主，在游戏中充分兼顾浦发银行企业文化和产品特色。通过不同奖励方式和奖品的设置吸引人气。

同时，本次活动加入现场服务环节。通过有奖现场办理业务，真诚邀请消费者在意见簿上提建议等活动，了解消费者需求，强化浦发银行的服务品牌。

### 1. 表演板块

#### 开场舞蹈

特编舞蹈《东方卡之舞》作为活动开场舞蹈，舞蹈演员手持象征着各种浦发银行卡的kt板进行舞蹈，通过舞蹈时间吸引眼球，酝酿气氛。

#### 浦发感恩舞蹈表演

由三湘支行员工特别奉献，排练舞蹈在游艺会现场进行表演，是三湘支行对客户们两年以来的支持和关怀表达感恩，具有特别意义(建议：手语舞我是真的很不错)

#### 现场调酒表演

活动临近结束时，邀请调酒师进行调酒表演，斟满香槟塔，让员工与现场消费者一起，共庆浦发银行三湘支行两周年生

日快乐。

## 2. 游戏板块：

### 抢答游戏

舞蹈结束后，演员手中的kt板集中到主持人手中进行第一个问答游戏：针对手中每张不同的卡设定相关问题进行抢答，送出第一批盖章兑奖凭证(即游艺盖章资料)。

### 投球游戏情满三湘

在银行前坪设立背景板，图案背景为长沙市网格地图，上面依据浦发银行网点分布情况，设立5块可翻动的kt板，kt板用浦发各种产品构成，其余大部分空白网格不可翻动。邀请参与者进行投球游戏，将手中的皮球每投进银行网点的空格内一次即可获得盖章兑奖凭证一张，每人三次投球机会。表现的是浦发银行回馈客户，客户投入浦发的意义。

### 记忆游戏欢乐寻宝：

由工作人员先展示浦发各种银行卡，并提示观众记忆，1分钟后将卡收起。然后依据每张卡提问，观众要在一堆kt板卡样中选出对应的一张，例如(提问：东方借记卡?观众就挑选出相应的一张)，每挑中一张可得盖章兑奖凭证一枚，每人三次机会，限时30秒。

### 浦发飞行棋

飞行棋是一种大众的游戏，在这里与浦发的各种产品和业务相结合。由一根长绳子构成路线图，在路线图上分别以浦发各种产品和业务命名点，中间部分点划为水池、高山等，依据飞行棋的玩法，掷骰子决定行进步伐。每次由5-8名观众同时游戏，每到一个产品点则取走地上的产品标志，最终取得

标志最多的为第一名，先到达终点的为第二名，分别获得三枚和两枚盖章兑奖凭证。

### 幸运触摸

现场设立一个背景板，中间是浦发三湘支行的照片标志，消费者手拿象征东方卡的kt板，蒙上双眼，原地转三个圈后，要将手中的kt板贴到背景板上三湘支行上，完成任务的可以得到一枚盖章兑奖凭证。

### 客户抽奖

浦发东方卡的客户，填写资料进行抽奖，资料上半部分为活动宣传和游艺盖章处，下半部分为填写卡号和电话号码，以作为抽奖凭证。

注：现场应准备糖果若干，不断发给现场的儿童，在吸引儿童的同时引起家长的关注，从而保持现场人气。

## 3. 服务板块

### 现场办卡申请：

在活动中开辟半小时，浦发银行对信用卡进行推介，并邀请消费者现场填写信用卡申请。

资料，对每位完成资料填写的消费者，发放三枚盖章兑奖凭证。

### 现场业务受理：

在活动时间内，营业厅同时对外开放，现场接受存款和开卡业务办理。凡存款额度1000元以上赠送4.5l金龙鱼油一瓶，限量20瓶；500到1000元赠送2l金龙鱼油一瓶，限量40瓶，其余



不限额度，均可获盖章兑奖凭证三枚。

现场建议聆听：

拿出银行内准备的客户意见簿，真诚邀请消费者在上面发表自己的看法，通过工作意见

和建议的收集，建立完善的服务标准，巩固品牌形象。

#### 4. 奖励板块

##### 奖励规则

1. 确定盖章兑奖凭证，即盖有浦发银行活动章的印刷品，用于活动过程中发放。

2. 参与游戏获得胜利的消费者和参与现场信用卡申请的客户均可获得盖章兑奖凭证

3. 活动中和活动结束后，消费者均可凭凭证数目兑换相应礼品，凭证由活动组收回。

4. 确定凭证数目与兑奖等级，提前公示告知，浦发银行三湘支行对本活动享有法律范围内

的最终解释权。

##### 奖品设置

1. 盖章兑奖凭证集齐3个可换取精美小礼品一份，每5个可换取精美玩具一个，每10个

可获得2L金龙鱼油一瓶，并可参加幸运抽奖。

2. 浦发东方卡的客户，填写资料后可直接参与幸运抽奖，并

获得盖章兑奖凭证一个。

等奖三名，各奖价值188元礼品；幸运奖5名，各奖4.5l金龙鱼油一瓶。

## 老客户回馈活动文案篇八

凡在活动期间：

- 1、购买6张客户卡，送价值600元普通的账户基础服务一年；
- 2、在客户工厂账户充值1000元，即赠送价值600元的普通账户基础服务一年；
- 3、在客户工厂账户充值1500元，即获取价值1500元的管家式服务一年；
- 4、在客户工厂账户充值20xx元及以上者，即可获赠特众广告三种任选其一3个月地区定向xx网广告位置一个月需求定向一个月即时定向5、品牌位赠送加入“xx经验专家”的老客户，在活动期间回答问题超过15条以上者，均可获赠1个月的xx网品牌位；加入采买合作伙伴的老客户，在活动期间发布采购信息达10条以上，或发布采购信息总价值达3000元以上者，均可获赠1个月的xx网品牌位。

更多详情请咨询xx网客服电话：