

最新银行零售产品营销方案 银行产品营销方案一问一答(汇总5篇)

为了确保我们的努力取得实效，就不得不需要事先制定方案，方案是书面计划，具有内容条理清楚、步骤清晰的特点。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、时间的安排以及风险的评估等，以确保问题能够得到有效解决。以下是我给大家收集整理方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

银行零售产品营销方案篇一

(二) 市场情况

(三) 竞争者

1、主要竞争对手:

2、其他竞争对手:

储蓄: 风险小、方式期限灵活多样、简单方便、收益相对较低、

(四) 企业情况及产品

招商基金管理有限公司于20xx年12月27日经中国证监会基金字

产品特点:

(一) 市场目标

2、加强风险的管理, 不断提高产品的收益满足客户需求、

3、通过专户投资，保证每位客户的收益率、

4、发掘潜再客户，题高效益、

招商迎新，元旦福临

1、活动时间□20xx年12月31号

2、活动地点：招商先锋基金代理点

4、内容：

5、实施细节：

银行零售产品营销方案篇二

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。

金融计划模式是唯一的完全协作式方式。这种模式研究每个客户及潜在客户的需求、风险容忍程度及所处的生命周期阶段等特征，并根据客户各自的特征为其提供一整套金融计划。

银行要想有效地运用这种金融计划模式，首先要让银行的销售队伍学会如何寻求潜在客户，并且以适当的方式接近客户或潜在客户。银行保险计划只是整个金融计划的一部分。在美国，银行保险人还必须对联邦法律及银行所在州的法律十分了解。

银行作为保险人的合作伙伴必须要学会如何发现现有存款人

或借款人的消费动机。人们生活中重大事件的发生往往预示着保险需求的出现。银行雇员不仅要客户的需求与银行产品联系起来，同样也要与保险产品相联系。例如，一个年轻的存款人提供他要提取部分储蓄用以购买一辆新车。获知信息后，银行雇员应立即考虑该客户是否会需要车辆损失保险及人身意外伤害保险。这时银行雇员可以以金融服务顾问的身份向该客户提出此项建议以满足其现在及将来的保险保障需要。

总之，任何一种销售模式都要在合适的环境中才能发挥作用。关键在于销售模式一定要与银行的客户基础及保险公司的营销策略目标协调一致。欧洲银行保险人的经验表明金融计划模式是最有效的模式。

银行零售产品营销方案篇三

伴随着社会进步和经济发展,居民收入水平不断提升,理财意识及需求相应增加,理财产品逐渐成为人们新的投资选择和商业银行新的利润增长点。下面是有银行理财产品营销方案,欢迎参阅。

一、前言

债券基金,又称为债券型基金,是指专门投资于债券的基金,它通过集中众多投资者的资金,对债券进行组合投资,寻求较为稳定的收益。根据中国证监会对基金类别的分类标准,基金资产80%以上投资于债券的为债券基金。债券基金也可以有一小部分资金投资于股票市场,另外,投资于可转债和打新股也是债券基金获得收益的重要渠道。

二、市场环境分析

(一)行业情势分析

从全球基金业的发展看，20世纪80年代以后，随着世界经济的高速增长和全球经济一体化的迅速发展，受美国与其他发达国家基金业的发展对促进资本市场的健康发展经验的启示，一些发展中国家也认识到基金的重要性，对基金业的发展普遍持积极的态度，相继制定了一系列法律、法规，使基金在世界范围内得到了普及发展。根据美国投资公司协会(ici)的统计，截至20xx年末，全球共同基金的资产规模已达到18.97万亿美元，我国已成为全球第十大基金市场。

(二) 市场情况分析

证券投资基金是一种集中资金、专业理财、组合投资、分散风险的集合投资方式。一方面，它通过发行基金份额的形式面向投资人募集资金；另一方面，将募集的资金，通过专业理财、分散投资的方式投资于资本市场。其独特的制度优势促使其不断发展壮大，在金融体系中的地位和作用也不断上升。在1998年3月，南方基金管理公司和国泰基金管理公司分别发起设立了两规模均为20亿元的封闭式基金——基金开元和基金金泰以来，后起的各家基金公司纷纷发起多只基金。例如：银河基金的银河债券、招商基金的招商安本等。

(三) 竞争者分析

1、主要竞争对手分析：

截至20xx年末，我国基金管理公司有60家，都拥有自己独特的基金品种。从出售的基金来看，现在几乎都为开放式基金，而这些开放基金中也分为股票型、混合型、债券型、保本型和etf等。而受到全球金融危机的影响，债券型基金作为一种相对低风险的基金做为较优选择。

2、其他竞争对手分析：

股票：受到全球金融危机的影响，上证在3000大关失守之后，

一直都都在2800上下浮动，有涨有跌，风险较大，收益不稳。

保险：具有保障生命和经济回报的双重价值，但保险的期限过长，提前支取会损失本金。

储蓄：风险小、方式期限灵活多样、简单方便、收益相对较低。

(四) 企业情况及产品分析

招商基金管理有限公司于20xx年12月27日经中国证监会证监基金字

[20xx]100号文批准设立，是中国第一家中外合资基金管理公司。公司由招商证券股份有限公司[ing asset management b.v.(荷兰投资)、中电财务有限公司、中国华能财务有限责任公司、中远财务有限责任公司共同投资组建。公司的注册资本为人民币一亿六千万元(rmb 160□000□000 元)，其中，招商证券股份有限公司持有40%股权，荷兰投资持有30%股权，其他三家财务公司各持股权10%。

公司主要中方股东招商证券股份有限公司成立于1991年7月，是最早成立的全国性的综合类券商之一。公司注册资本24亿元，在全国拥有32个营业部，各项经营指标均位居国内券商前十名。

公司外方股东荷兰投资是ing集团的专门从事资产管理业务的全资子公司[ing集团是全球最大的多元化金融集团之一，其金融服务网遍及全球60多个国家，活跃于银行保险及资产管理业[ing集团11.5万名员工通过其丰富的环球经验为全球超过6,000万名顾客提供综合金融服务。根据20xx年7月《财富》杂志全球500大企业排名，以上市寿险公司计算[ing集团在资产及盈利两项均名列第1，而以全球最大企业资产值

计算则名列第12。根据20xx年4月福布斯杂志全球2,000大企业排名以销售额盈利资产及市值计算King集团名列第12。

公司本着“诚信、融合、创新、卓越”的经营理念，力争成为客户推崇、股东满意、员工热爱，并具有国际竞争力的专业化的资产管理公司。

招商安本增利债券型证券投资基金(以下简称“本基金”)经中国证券监督管理委员会20xx年5月23日《关于同意招商安本增利债券型证券投资基金募集的批复》(证监基金字[20xx]99号文)核准公开募集。本基金的基金合同于20xx年7月11日正式生效。本基金为契约型开放式。

产品特点分析：

(一)低风险，低收益。由于债券型基金的投资对象——债券收益稳定、风险也较小，所以，债券型基金风险较小，但是同时由于债券是固定收益产品，因此相对于股票基金，债券基金风险低但回报率也不高。

(二)费用较低。由于债券投资管理不如股票投资管理复杂，因此债券基金的管理费也相对较低。

(三)收益稳定。投资于债券定期都有利息回报，到期还承诺还本付息，因此债券基金的收益较为稳定。

(四)注重当期收益。债券基金主要追求当期较为固定的收入，相对于股票基金而言缺乏增值的潜力，较适合于不愿过多冒险，谋求当期稳定收益的投资者。

三、目标市场及客户分析

(一)市场目标

- 1、树立及巩固招商基金公司自身的品牌形象，与消费者的有效沟通，加强情感联系，进一步提高品牌知名度。
- 2、加强风险的管理，不断提高产品的收益满足客户需求。
- 3、通过专业投资，保证每位客户的收益率。
- 4、发掘潜在客户，提高融资效益。

四、销售策略分析

由于基金一类的金融理财产品是不宜公共媒体做宣传，所以，建设客户的方式就相对单一一些，就是在基金公司或其资金托管机构进行推广。

当然，口口相传的口碑效应是不受法律法规限制的，故而，良好的效益、优质的服务都能成为人们称颂与力推的产品。

而对于客户接近这点，最常用的就是介绍接近法与馈赠接近法。因为，很多普通群众对于基金都是没有什么具体概念的，尤其是在现今这个金融理财产品遍地的社会里，多了就会挑花眼，只要你说的让其动心，那就成了。

并且，现在销售过程中，也常常用一些小礼品做为购买产品或者参加活动的奖励。这种类似大人哄小孩的方式却也是相当有效的一种方法。

销售洽谈主要是要给对方全面的讲述此款产品的优势与基金管理人的能力与相应成就。这些具体的数据与事例都是比较具有说服力的，比较能让人信服。

在销售成交，制定合同的时候(其实，基金这类的产品，合同都是统一的，接下的，都是针对该份合同制定的想法。)，应该将一切可能出现的异议处理方式都一一的详尽的写入合同

之中，以免将来有不必要的纠纷。

五、营销活动方案设计

之前，有提到，基金此类产品是不适宜公共媒体宣传的，但是，公司品牌却是可以的，所以，我设计了以下方案。

招商迎新，元旦福临

1. 活动时间□20xx年12月31号

2. 活动地点：招商先锋基金代理点

3. 活动目的：庆祝20xx年元旦，为人民服务，建立公共关系，树立品牌，扩大销售业绩。

4. 内容：

这天进行优待服务，凡是来开户的都有礼品相送，有纪念价值并赠送当晚本公司的迎新晚会，凭票出席。

5. 实施细节：

20xx年12月31号9点开始，凡是在20xx年12月31日来我们营业部开户等一些手续办理，我们会以最好的服务来接待，来开户的人按照号码可以有机会抽奖，我们进行幸运基民送开户礼物，比如送礼品油，纪念品、当晚本公司的迎新晚会(凭票出席)等。这个活动的主要目的，迎接20xx年元旦，我们想用行动迎接新的一年，希望新的一年里，大家都会顺顺利利。主要是设立品牌形象，给大家留个品牌意识，能够带来更多的效益和顾客。

1、在每月理财销售计划公布后，按之前格式制作当月理财宣传页，贴于公司醒目位置。

2、利用晨会等时间向每一位员工讲明本次销售的理财产品的名称、期限、收益率等客户关心的事项，给每一位员工发放宣传页，以便顾客问都能做出正确解答，同时也提高了员工的全员营销意识。

3、给价值客户发送短信，及时告知理财讯息，以便价值客户了解最新理财资讯。

4、统计当月到期理财名单，在到期前逐一给客户打电话，询问购买意向，并帮助客户选择合适的理财产品，同时也可了解客户资金流向，通过客户了解其他银行的理财销售计划和销售方式，做到知己知彼，便于我行改进不足，提供更好的服务。

5、在每次销售前和销售后，都及时做好记录和统计工作。做到心中有数，以便在销售日当天安排客户有序的购买，在销售完毕后对客户各项信息资料进行分类归集和系统分析。

6、组织户外宣传，每两周一次，利用周末或班后时间组织营业室员工分组宣传，每次由个人营销岗带队，带领3名员工，在繁华地段或高级小区旁进行宣传，张贴海报及发放传单，并纪录意向客户姓名电话。

7、在营业室内，做好理财推介和客户推广工作，对主动询问客户做好资料留存和定期回访工作。

在理财的营销中，善于发现和总结。建立、健全的客户档案，保持并加深与客户的联系，定期与客户沟通，对优质客户实施预约服务和跟踪服务。分析客户信息，对客户进行分类，不同客户采取不同的营销方式。瞄准重点客户，通过理财为基点，发现其可挖掘的其他需求，对其实施精准营销、一站式营销、公私联动式营销，利用专业的服务、多样的产品留住客户，从而扩增优质客户规模，充分体现优质客户的价值，以期达到与客户共同实现双赢的发展目标。

一、背景资料

1、银行产品简介

动产(仓单)质押业务是中国兴业银行为客户提供的更为方便、快捷的金融服务。指客户以其合法所有且符合本行规定的动产或仓单质押，我行据此给予授信用于满足其生产经营流动资金需求。质押授信业务项下信用业务主要包括短期流动资金贷款、贸易融资、贴现、承兑、商票保贴等。

经过分析得出，三一重工股份有限公司主要从事工程机械的研发、制造、销售，是中国最大、全球第六的工程机械制造商。目前，三一混凝土机械、挖掘机、履带起重机、旋挖钻机已成为国内第一品牌，混凝土输送泵车、混凝土输送泵和全液压压路机市场占有率居国内首位，泵车产量居世界首位，是全球最大的混凝土机械制造企业。因此对应的其所需要稳固市场份额，扩大销售量，那么就需要一项专门的银行产品来解决公司稳定的购销渠道和保证资金链的完整度，那么票据的办理问题的理财产品就显得由为需要，兴业银行推出的“动产(仓单)押质受信”产品，则可以则正好可以满足三一重工股份有限公司对于这一部分的要求，可以充分的满足其生产经营流动资金需求。

2、竞争对手分析

(1)swot分析:

二、营销目标

向外界推广“动产(仓单)质押业务”，使兴业银行的新产品业务更为客户所了解。以扩大业务规模和提高银行信誉为目的，注重产品的创新发展，牢牢把握现有的客户，同时重视新客户的拓展，使其他具有潜在需求的客户对本银行的产品产生足够兴趣，对民生银行品牌的初步认可，催生出购买欲

望，主动询问客户占有相当比例。不仅如此，对于所需要营销的集团——三一重工股份有限公司，这款产品对于公司可以使公司更加有效的进行资金的周转，利用银行资金，实现杠杆采购，减少应收账款，扶持经销商共同发展，扩大市场份额；密切与生产商和银行关系，利用生产商实力，易于获得银行融资支持，增强销售竞争优势。加快资金回笼，增加批量销售量，抢占市场份额。

三、营销计划

1、营销渠道：

(1) 普遍性销售。在兴业银行的分支行网点处，要求银行的柜台人员对每位有意向的客户提供此类产品及服务。这是最直接、高效的营销形式，既节约相应的销售费用，又能很快的让客户熟知产品的特性。

(2) 专营性销售。利用在本行开户的相关企业的稳定的客户源，向其中符合条件的一些中、大型企业推销，可以通过电话访问、登门拜访等方式，向其介绍本产品的特性，既可有效的提高销售效率，又能增加产品的市场份额。

(3) 利用atm□pos自助设备等银行的外部服务设备，通过在提取款项的过程中发布广告、提供产品信息、，从而提高该产品的知名度。

(4) 利用公交站牌和大、小型的户外广告牌，刊登介绍本产品的特性广告，做到产品良好的普及性。

(5) 选择中间商代理。由兴业银行授权代理销售产品的人员，代表本银行到客户居所、工作地点等场所面对面地为客户分析保障需求、介绍产品特色，完成产品的销售，并为客户提供相关后续服务。

2、营销理念：

(一)、以客户为中心的，注重个性化、优质化、差异化、效率化服务。形成良好的售后咨询服务联系群，方便解决客户的各种疑惑和要求，为他们提供全方位的银行服务。

(二)、以银行业务为主，品牌化、专业化营销。对外业务是所有商业银行的生存之本，既要满足大多数客户的需求，也要聚焦优质行业客户，拉动银行产品的发展。充分发挥自身优势，营销全国性行业大客户。

(三)、以产品为中心，形成全面的客户评价机制，第一时间了解客户的需求。在对外理财方面的卖点主要集中在现金管理、投资增值等方面，要突出银行产品的优势进行营销，使企业通过加强对流动资金的规划，使银企双方实现双赢。

四、促销计划

1、促销策略：（1）利用在本行开户的相关企业的稳定的客户源，指派银行的工作人员向其中符合条件的一些中、大型企业推销，可以通过登门拜访的方式，向其介绍本产品的特性，既可有效的提高销售效率，又能增加产品的市场份额。

(2) 向原有的老客户提供体验式服务，将“动产(仓单)质押业务”给客户免费体验一段时间，让其亲身体会该产品的便捷、高效的特性。更直接、有效的推广本产品。

(3) 采用电话直销的方式以电话为主要沟通手段，合理地利用原有客户资源，与客户取得直接联系，并完成保产品的推介、咨询、报价、保单条件确认等主要营销过程的新型营销模式。这种方式简便，灵活，成本低。

(4) 采取让银行理财人员深入到各家规模公司去进行营销推广，先进行初步的沟通，让各家公司的管理人员对于“动产(仓

单)质押业务”有一定的了解，再推荐使用该产品。

(5)广告方式。利用公交站牌和各大、小型的户外广告牌，刊登介绍本产品的特性广告，还可以通过各大媒体如新浪、搜狐、新华网等以按钮或通栏广告的形式向全体公众告知“动产(仓单)质押业务”的信息，做到产品良好的普及性。通过这种方式，可以更加广泛的宣传新产品，提高知名度，在产品推出的初期能快速地进入市场，有利先一步抢占市场份额。

2、促销理念：

通过独特的，市场化的经营运作模式，发掘新的市场机会，开发培育新的市场核心客户，为他们开辟更大的发展空间。要通过提供专业水准的服务，使客户资产价值增加，让客户享受增值服务，实现共生共赢，共同发展的合作模式，使其经营风险降低，运营效率提高，并通过提供产品的服务，达成持续赢利的目标。适应当前经济金融发展趋势的变革，为银行将来的开辟一条更广阔的发展路途。

银行零售产品营销方案篇四

安徽工贸职业技术学院操场旁边

安徽工贸职业技术学院所有参赛人员及指导老师

时装秀现场拍卖

4日准备海报及活动礼品。

5日8点布置场地。

5日9点所有参赛队员到达会场准备。

5日10点活动正常举行现场下单。

5日11点进行拍卖。

5日12点活动圆满结束所有参赛队员留影纪念。

线上运用qq空间和校园贴吧进行宣传。

线下通过传单名片进行宣传我们的网店。

通过线上线下的营销推广，可以使我们的网店让更多的人知道，下单送礼以及现场拍卖会带来一部分销量。

银行零售产品营销方案篇五

随着社会进步及人民消费水平的不断提高，电脑消费在广大消费者中日益普及，且竞争激烈。在电脑促销中，抽奖已成为家电数码城节假日促销常用的一种形式，其形式以摸球，转盘等简易方式为主，与消费者消费心理相吻合。□xx数码广场从事多年电器尤其是电脑的销售，积累了大量商业有奖促销经验。

□xx数码广场

活动期内，凡当日在本店购物满50元者，即可凭收银小票到指定地点处参加“好运滚滚碰出来”活动。每50元可获赠抽奖券一张，多买多赠。

- 1、顾客凭收银小票到领券处，领取电脑抽奖券；
- 2、在抽奖处，将奖券上的8位数字一次性输入电脑，并按确认键；
- 5、中奖的顾客凭购物票据及抽奖券到兑奖处领奖。

奖品设置：

一等奖、二等奖、三等奖、四等奖

兑奖说明：

1、顾客兑完奖品后小票将被盖以“赠品已赠”字样，防止重复领取。

2、仅可领取奖项所对应之奖品，不可调换领取奖品。

3、奖品不兑换现金，不退不换。

1、自助式电脑有奖游戏。

2、即时开奖，顾客立即能知道自己是否中奖，增强顾客参与程度。

3、自助式电脑抽奖，活动形式新颖、高雅，抽奖游戏有趣、刺激；为顾客送去欢乐，为商家增添风采。

场地要求：把活动场地放在门口，能让更多的人关注此活动，会有更好的效果。

场地宣传布置：为了营造好的活动氛围，热闹的场景布置是很有必要；

所需设备及电脑配套设备要求：

2UPS1个，（能在断电时，供电5分钟，让工作人员能及时关机）

4、打印机：1台：能打印中奖信息；

5、数字电视：1台：让其他顾客也能很好的感受抽奖过程的视觉效果；

6、功放喇叭：1套：用于播放抽奖过程中的音乐以及做为主持人话筒的声音放大。