

# 最新银行积分宣传语(大全10篇)

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。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。

## 银行积分宣传语篇一

无

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。

### 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

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

## 银行积分宣传语篇二

为了增强我社银行卡在成都地区的影响力和品牌效应，进一步提升广大持卡人的用卡热情，省联社决定在5月下旬至“六一”国际儿童节期间，在成都海昌极地海洋世界、欢乐谷、南湖梦幻岛开展“xxx农信卡有爱，全家‘童’样精彩”刷卡优惠促销活动。为了做好活动推广，吸引更多客户参与，特制定本方案。

### （一）成都海昌极地海洋世界

1活动时间□20xx年5月25日-20xx年5月30日。

2活动内容：活动期间，持xxx农村信用社银行卡到成都双流麓山大道二段59号海昌天澜售楼部，购成都海昌极地海洋世界门票享47折，原价130元，现价60元。

3活动细则：单卡单日限购2张，每天限50张，售完即止。

### （二）成都欢乐谷游乐园

1活动时间□20xx年5月25日-20xx年12月31日。

2活动内容：活动期间，持xxx农村信用社银行卡到成都市金牛区西华大道16号欢乐谷游乐园，购门票享9折。

3活动细则：单卡单日限购3张。

### （三）成都南湖梦幻岛

1活动时间□20xx年5月25日-20xx年12月31日。

2活动内容：活动期间，持xxx农村信用社银行卡到成都市双流县华阳镇人民南路南延线南湖旅游度假区南湖梦幻岛，购

全场畅玩套餐，享75元优惠价。

3活动细则：套票仅限一人使用，单人当天可无限次乘坐游玩指定设备。

全省集中推广时间为20xx年5月25日-20xx年6月1日。

### （一）省联社统一渠道及投放内容

#### 1站

在站首页图片栏投放宣传主画面。

#### 2123456客服

123456客服接受活动相关信息咨询。

#### 3短信宣传

省联社统一向全省金卡、白金卡客户发送活动宣传短信，内容如下：

“六一”带上xxx农信银行卡，海洋世界、欢乐谷、梦幻岛随你要！5月25日—6月1日期间，持xxx农信银行卡到成都海昌极地海洋世界、欢乐谷游乐园、南湖梦幻岛购票享折扣优惠，最高47折！详询96633。

#### 4官方微博、微信

省联社统一在行内官方微博、“蜀商惠”微信发布活动宣传图文，宣传文字内容如下：

儿童节成都畅玩一卡在手游乐胜地不愁

每个周末，有孩子家庭的人士都会为选择游玩地点而头痛，再过几天病症会加重——因为，儿童节要来了。

如果您暂时还没有孩子，那就属于一大群自诩为“大孩子”的群体。这一天，很多人才会觉得自已还年轻。

儿童节畅玩成都□xxx农信让你告别选择困难，重返童年。

一张农信卡，走进最成都南北三处游乐胜地。

## 一、欢乐谷

如果问成都哪儿的游乐园最火，无疑是欢乐谷。《奔跑吧兄弟》的泥潭大战便是选址欢乐谷。

成都欢乐谷占地由阳光港、欢乐时光、加勒比旋风、巴蜀迷情、飞行岛、魔幻城堡、飞跃地中海、欢乐光年这8大主题区域组成，拥有百余项景点。其中设置了159项体验观赏项目，包括超过54项娱乐设备设施、58处人文生态景观、27项艺术表演、20项主题游戏和商业辅助性项目。成都欢乐谷拥有中国第一台超级扭转过山车“飞跃地中海”，中国第一套双龙过山车组合设计，中国最长的双提升矿山车，中国第一个顶仓旋转式飞行岛，中国荧幕最大的4d影院，中国第一台双塔太空梭，中国第一部原创黑暗乘骑等18套国际国内第一的大型游艺景点。

在这里，可以体验极限与刺激，释放压力。

也可以观看表演，体会另一种浪漫。

现在□xxx农信携手欢乐谷推出优惠活动，即日起至20xx年12月31日，凡持xxx农信可享受门票9折优惠，每卡限购3张。

欢乐谷地点：成都市金牛区西华大道16号

## 二、海昌极地海洋世界

欢乐谷之外，还有一处让人迷恋的、寓教于乐的游乐圣地。

在海昌极地海洋世界，游客能近距离的观赏到白鲸、北极熊、企鹅、海豚、北海狮等国内罕见的极地动物以及上千种珍稀海洋鱼类，让人仿佛置身于真实纯净的极地世界。缤纷浪漫的海底观光隧道、种类繁多的热带鱼以及色彩斑斓的珊瑚，将带给你一段神秘奇幻的海底之旅；同时，成都海昌极地海洋世界还运用电子平台等高科技手段向游客们普及极地、海洋、动物的科普知识，展示科考标本、设备和器材，让游客们、特别是小朋友们能够更好地认识海洋，认识世界。在鲸豚馆内，白鲸、海豚、伪虎鲸的风采激情震撼，让人欢笑不已；在如梦如幻般的洄游大厅，美轮美奂……仿佛置身美丽奇幻的极地世界，人与自然的融入、人与动物的`和谐，悠然而生。

成都海昌极地海洋世界由极地动物展示区、鲸豚表演场、欢乐剧场、海洋动物展示区、风情小岛休闲区五大核心板块组成，每个板块分别由不同种类的动物为主题分馆围合而成，园内通过人造冰雪景观、维生系统等高科技的精密运用，使极地动物也能在内陆悠然生活，为游客带来梦幻极地的奇幻感受。

20xx年5月25日至20xx年5月30日期间□xxx农信银行持卡人在成都双流麓山大道二段59号海昌天澜售楼部领取极地海洋世界47折门票（门票价格为60元），活动期间每张银行卡限领二张，每天50张，共300张，领完为止。

海昌极地海洋世界地点：成都市天府大道南段20xx号

## 三、南湖梦幻岛

在城南，除了海昌极地海洋世界以外，还有一个地方可以让

你体会童年乐趣。

南湖梦幻岛位于南湖度假区，森林覆盖率达60%，湖域面积达30万平方米。全年活动精彩纷呈，包括“群星音乐嘉年华”、“成都国际啤酒节”、“玛雅狂欢节”等等。选择游玩梦幻岛，不但能满足对惊险、刺激的追求，还能放松身心、感受独特的美食、音乐文化。

踏进梦幻岛城堡大门，在你面前的是一棵像是从宽阔的梦幻之湖上生长起来的神秘精灵树，有人说那是阿凡达的住所，上面住着许多神态各异的童话精灵，高兴的是还有梦幻岛可爱的吉祥物宝宝yoyo□cici热情地欢迎您的到来，带着几分惊喜和猜想，开始你的梦幻之旅吧！

现在，在南湖梦幻岛“团队接待室”出示xxx农信银行卡可享受游乐套票优惠如下：

游乐套票名称：畅玩升级套票

畅玩升级套票价格□xxx农信银行持卡人享受75元优惠价（现付现金使用）

畅玩升级套票使用规则：仅限一人使用，单人当天可无限次乘坐游玩指定的40项设备。

南湖梦幻岛地点：双流县华阳镇人民南路南延线南湖度假风景区内

## （二）各法人机构推广渠道及投放内容

### 1 营业网点led屏

通过营业网点led屏滚动播放活动宣传信息，内容如下：



“六一”带上xxx农信银行卡，海洋世界、欢乐谷、梦幻岛随你要！5月25日—6月1日期间，持xxx农信银行卡到成都海昌极地海洋世界、欢乐谷游乐园、南湖梦幻岛购票享折扣优惠，最高47折！详。

## 2短信宣传

通过自有的短信平台，向除金卡、白金卡客户以外其他客户发送活动宣传短信，内容如下：

“六一”带上xxx农信银行卡，海洋世界、欢乐谷、梦幻岛随你要！5月25日—6月1日期间，持xxx农信银行卡到成都海昌极地海洋世界、欢乐谷游乐园、南湖梦幻岛购票享折扣优惠，最高47折！

## 银行积分宣传语篇三

在竞争激烈的金融市场中，银行作为服务提供者，需要通过巧妙的营销活动来吸引客户并增加市场份额。银行营销活动的策划方案是实现这一目标的重要工具。本文将详细介绍一个银行营销活动策划方案，旨在提供一个详细、具体且生动的指导，以帮助银行实现其营销目标。

1. 市场分析：在当前金融市场竞争激烈的环境下，银行需要不断创新以吸引新客户和保留现有客户。与此同时，随着互联网金融的迅速发展，许多银行客户转向了在线银行和支付服务，传统银行面临着市场份额减少的挑战。

2. 目标受众：针对广大年轻人群体，他们成为金融需求增长的主要驱动力。由于具有互联网先进性、信息获取便利性以及快速的消费决策能力，年轻人群体成为银行争夺的重要客户群体。

3. 竞争优势：银行具有丰富的金融产品、严密的风控措施以

及信誉良好的品牌形象。通过巧妙的营销活动，银行可以突出这些竞争优势，吸引客户。

1. 增加客户：通过活动吸引新客户，扩大市场份额。
2. 提高客户忠诚度：通过活动增强现有客户对银行的忠诚度，减少客户流失。
3. 提升品牌形象：通过精心策划的活动，塑造银行的良好品牌形象，树立行业领先者形象。

1. 活动主题：选择一个吸引人的主题，与目标受众相关。例如，可以选择“梦想创造者”、“智慧生活”等主题，以吸引年轻人群。

2. 活动内容：

- a. 宣传活动：通过多种渠道宣传活动，包括社交媒体、电视广告、室外广告等，提升活动知名度。

- b. 互动体验：为客户提供丰富的互动体验，以增加客户参与度。例如，可以设置线下活动，邀请客户参与竞赛、抽奖等活动，吸引他们与银行进行互动。

- c. 产品推广：利用活动的机会，重点推广银行的金融产品，以增加客户对产品的了解和兴趣。

- d. 社会责任：通过活动展现银行的社会责任感，例如与慈善机构合作，为社区做出贡献。这将增加客户对银行的好感，并提升银行的社会形象。

3. 活动预算：为活动制定详细的`预算，包括活动筹备、广告宣传、奖品和礼品等费用。预算需要合理分配，以确保活动的顺利进行。

4. 活动执行：在活动执行过程中，需要确保各个环节的顺利进行。活动执行团队需要良好的协调能力，确保活动的按计划进行。

1. 客户反馈：通过客户调查、投诉处理等方式，获取客户对活动的反馈意见。根据客户反馈，及时调整活动策略，以提高活动效果。

2. 成果评估：对活动的各项成果进行评估，包括客户增长、销售增长、品牌形象提升等。通过评估结果，判断活动是否取得了预期的效果。

3. 整改改进：根据评估结果，对活动策划方案进行整改改进。从客户需求、活动执行等方面着手，保证活动策划方案的不断优化。

通过精心策划的银行营销活动，银行可以吸引新客户，提高客户忠诚度，并树立良好的品牌形象。银行应不断创新，针对目标受众制定巧妙的活动策划方案，以在激烈的金融市场中立于不败之地。

## 银行积分宣传语篇四

“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

旺季营销期间全行以“吸收存款、拓展中收、发展客户”为主要目标，青年员工作为支行生力军，更应当积极投入到旺季营销，为提升青年员工旺季营销积极性，打好“旺季开门之战、同业领先之战”，为全年个人业务发展奠定基础。

为评价青年员工个人业务经营成果，促进全行个人银行业务进一步发展，活动将设置综合贡献奖和单项冠军奖，分别对综合及单项产品表现突出的个人进行表彰奖励、“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。

# 银行积分宣传语篇五

## 岗位作奉献、青年展风采

丰富青年员工生活，搭建互相沟通平台，增进友情，共享工作心得，展现青年员工主动向上的精神风貌。

4月20日(周五)

惠亭水库

公司青年员工，自愿报名

公司政工科(团委)

1、活动日上午8:00在公司院内集合，将活动参加人员分成几个小组(小组数视参与人数定)。(8:10~8:20)

2、各小组推选组长、副组长和平安员各一名，组长全面负责本小组各项工作，协调分工，并帮助团委确保活动顺利开展，副组长负责人员联络，小组之间沟通合作，平安员负责本组成员活动过程中的各项平安措施落实。(8:20~8:30)

3、后勤保障人员随车动身，将活动物资搬至活动地点，活动其他人员徒步动身至活动地点，途径惠亭山，各小组团结互助，争取在最短的时间内到达活动地点。(8:30~10:00)

4、开头烧烤和野炊，各小组之间加强沟通和互助，确保食物平安美味。(10:00~12:30)

5、活动中要表达节能意识，活动完毕后必需进展清扫和东西清理，保持环境干净。(12:30~13:00)

6、听取《建立和弘扬统一的企业文化》宣扬手册讲解。

7、以小组为单位，进展全体参加者的互动小嬉戏，嬉戏输的一组要表演节目。(13:00~15:00)

8、集体从惠亭山爬山返回，各小组团结互助，争取在最短的时间内返回。

1、公司属各单位、各部室青年员工自愿报名。

联络人：

2、参与活动者需遵守活动纪律，团结互助，并预备消遣小节目(无硬性要求)，充分呈现青年员工风采。

## 银行积分宣传语篇六

随着金融行业的不断发展和竞争的加剧，银行需要不断创新，改变传统的业务模式，以适应市场需求。市场营销活动是银行吸引客户、提高客户满意度以及推动销售业绩的重要手段。本文将详细介绍龙华银行的营销活动方案，着重探讨如何通过创新和差异化的活动策划，提升银行品牌形象和市场知名度。

1. 提高客户招揽率：通过精确的定位市场和目标客户，制定针对性的市场营销策略，吸引更多潜在客户。

2. 提升客户忠诚度：通过优质的服务和增值活动，加强与现有客户的关系，提高客户忠诚度和长期留存率。

3. 增加产品销量：通过特别优惠、赠礼等方式，推动产品销售，提高销售业绩，确保金融产品的市场份额。

1. 新客户招揽活动：

(1) 开设新客户高额存款招揽活动：为吸引更多存款客户，

推出高额存款利率，同时提供额外福利，如进一步提高利率、赠送精美礼品等。

(2) 内部员工奖励计划：通过内部员工推荐潜在客户并成功招揽，赠送一定奖励，激励员工积极参与招揽活动。

## 2. 客户忠诚度提升活动：

(1) 生日特别礼遇：凡是注册为龙华银行的客户，可以享受生日当月内银行推出的一系列特别礼遇，如生日礼金、特别优惠利率等。

(2) 定期存款增值计划：为了鼓励客户更好地规划财务，龙华银行推出定期存款增值计划，使客户在固定时间内享受到更高的利率，促使客户选择长期合作。

## 3. 产品推广活动：

(1) 信用卡优惠活动：与知名品牌商家合作，推出信用卡优惠活动，凡是持有龙华银行信用卡的客户，在合作商家购物时可以享受独家优惠。

(2) 贷款利率优惠：针对房贷、车贷等消费者常见的贷款需求，推出利率优惠活动，吸引更多客户办理贷款业务。

## 1. 策划与准备阶段：

制定详细的市场调研计划，了解目标客户的需求和偏好；与市场部门密切合作，制定市场营销策略和目标；招募专业团队，负责方案的细化和落实。

## 2. 活动推广阶段：

通过传统媒体和新兴媒体渠道，展开全方位的广告宣传，提高市场知名度。同时，通过客户关系管理系统[crm]电话营

销等方式，与潜在客户建立有效沟通桥梁，促使他们参与到活动中来。

### 3. 活动执行阶段：

活动执行期间，确保所有活动方案准确无误地实施。在活动过程中，与客户保持密切的沟通与互动，随时关注客户的需求和反馈，不断优化活动细节，提高活动的效果。

### 与总结

通过活动执行期间的数据收集、分析和评估，对活动的效果进行科学的评估。同时，与参与活动的客户进行深入交流，了解他们的体验和建议，为今后的活动改进提供参考。

以上便是龙华银行的。通过精细的市场调研和筹划，准确把握目标客户的需求，结合银行的资源和优势，制定针对性的市场策略，以期在激烈的金融市场中脱颖而出。银行不断创新并实施营销策略，才能赢得客户的信任和忠诚，提升市场竞争力。

## 银行积分宣传语篇七

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。

xx年xx月xx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(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：

#### “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x元(含)以上，赠送价值x元礼品；

刷卡消费达x元(含)以上，赠送价值x元礼品；

刷卡消费达x元(含)以上，赠送价值x元礼品；

刷卡消费达x元(含)以上，赠送价值x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

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

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。

### 银行积分宣传语篇八

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。

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

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。

策划活动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。银行营销方案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。

多的行业活动方案等尽在：活动方案

----

## 银行积分宣传语篇九

### 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。

共2页，当前第2页12

## 银行积分宣传语篇十

自从今年5月份某公用事业单位委托珠海工行、建行代收费用以来，前来该局各营业所以现金缴纳费的客户的数量正渐渐减少，从6、7月两个月的统计数据分析，前来该局各营业所以现金缴纳费用的客户平均占16%，银行收取现金费用的收入占某公用事业单位费用现金收入的40%，数据表明该局推出的银行代收费用政策已初见成效，基本上达到了第一阶段的宣传目的。

调查中也了解到，由于银行代收费在执行过程中，存在着一些银行营业网点等候时间过长、银行营业人员不熟悉操作规程影响交费等问题，导致有些客户仍然不愿意到银行交费，而且，有些客户对某公用事业单位不收费改委托银行收款的政策仍存在不理解和抵触的情绪，向某公用事业单位甚至市政府部门投诉，给该局抄表员、窗口收费员和局领导增加了不少压力，或多或少地影响了各营业所的正常运作。

据统计，目前有约15000户客户仍然不愿意到银行交费，常到各营业所以现金缴纳费用，这些客户占缴费用户总数的4%左右。此数量虽然不算很大，但是，仍然有必要提高警惕和重视，想方设法鼓励他们到银行交费。

因此，为了进一步深入持续推行银行代收费的政策，加快减少某公用事业单位各营业所窗口人工收费的压力与降低经营成本开支，提高服务质量，本方案提议举行“交费到银行”为主题的调查宣传活动。

了解仍然不愿意采纳到银行交费方式的用用客户的原因，为下一步工作提供第一手参考资料，再次宣传“交费到银行”

的政策，鼓励人们“交费到银行”。

20xx年x11月。

交费到银行真安全又方便。

仍然不愿意到银行交费的15000户客户。

向不愿意到银行交费的客户发送调查函，了解其不愿意采纳到银行交费方式的原因，并向回函的客户赠送礼品。

以邮资信封装置调查函，向15000户客户邮寄。

以邮资片制作调查回函，客户填妥调查回函，无须粘贴邮资可直接邮寄回某公用事业单位。

邮资封片即邮资明信片 and 邮资信封，是在普通明信片和信封的基础上发展起来的，其直接将邮资印在明信片和信封，极大的方便寄信人，并在指定的位置可发布企事业单位的广告，是一种新型的广告媒体。邮资封片是邮政部门的专营业务，任何单位与个人不得随意经营。

邮资封片的特点：

- 1、权威性：由国邮政局统一发行，具有防伪功能和一定档次。
- 2、广告性：可在指定的位置发布企事业单位的广告内容。
- 3、方便性：含有邮资图案，免去粘邮票的麻烦。
- 4、收藏性：精美的邮资封片还是集邮爱好者的收藏品。
- 5、纪念性：为重大事件发行的邮资封片还具有纪念历史的作用和意义。

制作15000枚调查函（邮资片）。

规格：正副片均148x100毫米。