

# 最新银行存款送礼营销方案 银行存款营销方案(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。通过制定方案，我们可以有计划地推进工作，逐步实现目标，提高工作效率和质量。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。

## 银行存款送礼营销方案篇一

抓住xx节和xx节的有利时机开展xx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。

### (1) 积极拓展xx业务

x月、x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，争取导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

x月、x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xx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理财□xx节期间，各行要做好安排，活动期间，教育储蓄可只分两次存入的创新优势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

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。

## 银行存款送礼营销方案篇二

坚持以加快存款发展作为主题。抓住机遇，适应市场的需求，加大存款营销力度，壮大我行的存款市场份额。

本行存款的结构特点（应包括但不限于：存款的基础结构，如公存、储蓄及定活期比例；高端客户情况；主要贷款户派生存款情况等）。是商行在短期内无法达到的目标。加之国家政策宣传多年来一直偏重于对国有大中型金融机构的宣传报道。这些客观因素，无形中对商行存款组织工作产生了一定影响。导致部分企业和居民在对金融机构的选择和认知上，更倾向于国有商业银行。因此，这对吸收社会公众存款的能力和范围有较大的限制和制约。

（一）优化存款结构：

（二）改进服务内容、优化服务手段：

一方面，注重优质客户的培植工作一方面，从柜面采集信息、挖掘优质客户群体，另一方面，不能简单的以信贷客户经理为吸引存款的营销人员，由于信贷客户经理在开展小企业营销工作后无法能对所有客户的存款进行细致的维护。

着手建立电子版优质客户信息档案，随时对客户进行跟踪，通过对优质客户信息的对比、遴选，将优质客户群体进行细分，实行分层次的差异化服务，做好存款后续维护和开发工作。

培养客户对商行的信任度和忠诚度，在稳定现有优质客户的基础上，积极发展新的优质客户群体；另一方面，努力改善柜面服务，配置大堂经理，二类支行全体人员要明确自身定位，把现有存款业务做活、做到位。在当前激烈的金融业竞争中，我们需要突出服务优质的特色，充分挖掘自身的长处和亮点。

为彻底扭转储蓄存款大幅波动的不良局面，尽快建立以存款为中心的多项工作措施深入挖掘目标市场，开展竞赛活动争揽存款、以理财产品挖转存款、以结算沉淀存款、以代发工资吸收存款等活动来服务稳定存款。

#### （一）开展储蓄竞赛活动争揽存款：

制定强有力的激励措施，树立集体与个人目标统一、利益一致的“一盘棋”意识，全行全力争揽存款。

#### （三）以结算沉淀存款：

### 银行存款送礼营销方案篇三

20xx年一季度全市主要银行金融机构存款基本都是增加的，同期我行存款是下降的，面对越来越激烈的存款竞争，制定一个完善而有效的存款营销策略成为当前最为迫切的前提！一个好的营销方案将会成为扩充市场、延伸品牌度的有效手段。

坚持以加快存款发展作为主题。抓住机遇，适应市场的需求，加大存款营销力度，壮大我行的存款市场份额。

成立\*\*支行“百日存款竞赛”工作领导小组，由行长王\*\*\*任组长，副行长\*\*任副组长，副行长\*\*及办公室\*\*、营销部\*\*为成员。领导小组下设办公室在办公室，具体负责“百日存款竞赛”的营销体系建设工作的组织、联络、协调、督查、调度和考评。

本行存款的结构特点（应包括但不限于：存款的基础结构，如公存、储蓄及定活期比例；高端客户情况；主要贷款户派生存款情况等）。是商行在短期内无法达到的目标。加之国家政策宣传多年来一直偏重于对国有大中型金融机构的宣传报道。这些客观因素，无形中对商行存款组织工作产生了一定影响。导致部分企业和居民在对金融机构的选择和认知上，更倾向于国有商业银行。因此，这对吸收社会公众存款的能力和范围有较大的限制和制约。

一方面努力提高存款的稳定性，增加定期储蓄存款部分，寻找和吸收新的存款客户，在确保存款总量即定的前提下，加强存款自我更新，自我补充的能力。第二、优化存款质量，建立信用客户群体，资金运用将偏重于有较好优势发展的企业，为其提供配套服务，使这一部分客户的所有业务不流失。（具体量化指标、）

一方面，注重优质客户的培植工作一方面，从柜面采集信息、挖掘优质客户群体，另一方面，不能简单的以信贷客户经理为吸引存款的营销人员，由于信贷客户经理在开展小企业营销工作后无法能对所有客户的存款进行细致的维护。

对每三位小企业客户经理配置专人进行存款、中间业务、理财产品的营销，对此类人员的应挑选业务能力、表达能力、专业修养更强的营销人员从事此项工作，一方面是通过信贷营销部门的.提供的信息对信贷客户进行长期的跟踪维护，另一方面通过对支行提供的客户信息来开展长期不断的存款大户维护工作。

着手建立电子版优质客户信息档案，随时对客户进行跟踪，通过对优质客户信息的对比、遴选，将优质客户群体进行细分，实行分层次的差异化服务，做好存款后续维护和开发工作。

培养客户对商行的信任度和忠诚度，在稳定现有优质客户的基础上，积极发展新的优质客户群体；另一方面，努力改善柜面服务，配置大堂经理，二类支行全体人员要明确自身定位，把现有存款业务做活、做到位。在当前激烈的金融业竞争中，我们需要突出服务优质的特色，充分挖掘自身的长处和亮点。

为彻底扭转储蓄存款大幅波动的不良局面，尽快建立以存款为中心的多项工作措施深入挖掘目标市场，开展竞赛活动争揽存款、以理财产品挖转存款、以结算沉淀存款、以代发工资吸收存款等活动来服务稳定存款。

制定强有力的激励措施，树立集体与个人目标统一、利益一致的“一盘棋”意识，全行全力争揽存款。

积极分析存量客户的资金运作情况，利用网银转账功能做好付款方、收款方资金划转，确保资金在支行内部循环，确保储蓄存款稳定。

## **银行存款送礼营销方案篇四**

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

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；

### （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

### （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

## 银行存款送礼营销方案篇五

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

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。

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；

2、社区外推广（媒体+周边商户）

(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；
- 5、邀请社区居委会人员参加

（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