

银行客户活动方案(大全9篇)

为确保事情或工作顺利开展，常常要根据具体情况预先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

银行客户活动方案篇一

按照市行“思想、作风、纪律”整顿活动的部署安排，通过第一阶段的动员学习，我深刻认识到市分行开展这次整顿活动的重要性和必要性，了解了活动的指导思想、方法步骤和任务要求。第二阶段，在通过各种形式广泛征求意见的基础上，我结合自身的实际情况，对照标准，对工作进行了梳理，认真进行自查自摆，找准自身在思想、作风、纪律方面存在的问题和不足，确定明确的改进措施，以便在以后的工作中不断改进问题，弥补不足，努力提高自己的综合素质，成为一名适合建设银行战略转轨需要的一流员工。

1、新业务、新产品的学习及推广应用不足。

对新业务、新产品学习的积极性不高，存在畏难情绪，满足于原来掌握的业务和知识。对于学习，仅局限于上级行的培训，主动学习钻研较少。对于新产品的市场推广主动性不强，缺乏争先创优意识。

2、缺乏长期系统的业务规划。

每天经常是在重复日常工作，缺乏长期、持续的工作计划，对业务发展的前瞻性、目标性有待加强。

3、市场营销的力度与深度不足。

未能将外汇业务与人民币业务进行组合营销，深入市场的调研少，深入客户的现场营销少，坐在家里等待客户的现象普遍。对客户的差别化营销不足，未能有效进行客户细分，未能为客户提供差别化服务，没有为高端客户设计有竞争力的产品组合。

4、存在对业务规章理解不全面、不透彻的现象，操作中存在不规范的地方。

由于学习实践不够深入，对有些规章条例理解不透彻，导致业务操作中存在与制度要求有偏差的地方。规范操作的意识不强，存在只要不产生资金风险就万事大吉，不求细节规范的错误想法，基础管理不扎实。

上述这些问题的存在，虽然有一定的客观原因，但更主要的还是主观因素，如对自身的要求不严格，主动学习与工作的积极性不强。通过这次活动，结合“思想、作风、纪律”整顿学习方案，我对自身存在的主要问题和不足也进行了认真的总结和分析，从主观上查找原因，并在以后的工作学习中努力加以改进。

主要措施如下：

1、增强对新业务、新产品的学习及推广应用。

高度重视上级行研发出来的各类新业务、新产品，注重学习钻研，切实熟悉理解，并运用到业务中去，积极进行推广应用，走在业务发展的前列，才能在满足客户需求的同时，不断增强我行的市场竞争力，夺取更大的市场份额。

2、增强业务的计划性和前瞻性。

务必制订切实的发展计划，切勿鼠目寸光，工作要具有前瞻性，才能在市场竞争中取得先机，掌握主动权，并赢得最后

的胜利。

3、增强市场营销的力度与深度。

要树立“以客户和市场为中心”的经营理念，注重市场调研和客户需求分析，综合我行的客户资源，制订有竞争力的营销计划，成立专业的营销团队，进行本币、外币的组合营销，有效运用我行的产品。

要对市场和客户进行认真细分，针对不同的客户进行差别化营销，有的放矢，从客户的角度出发，为客户进行成本与风险分析，选择最适合的产品。要为高端客户设计一揽子的业务组合，增强客户的忠诚度，形成稳定的客户群体，树立我行良好的国际商业银行形象。

4、认真深入学习业务规章制度，增强合规意识和规范操作。

摒弃忽视规范操作的错误观念，严格制度执行，切实加强基础管理工作，防范操作风险。

今年，我行贸易融资政策、外汇局国际收支申报核销政策等有了较大变动，外汇资金衍生产品不断推出，年月日跟单信用证适用的统一惯例ucp600将正式生效，外汇从业人员必须通过不间断的学习，及时更新充实自己的专业知识，根据各项政策、规章制度和国际惯例的要求规范操作，才能真正做好日常基础工作并有效防范各类风险。

银行客户活动方案篇二

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。

成立xx支行“百日存款竞赛”工作领导小组，由行长王xxx任组长，副行长xx任副组长，副行长xx及办公室xx[]营销部xx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）。

从xx支行存款的整个结构看，活期类存款的大幅波动，是xx存款不能持续稳定增长的关键点之一，储蓄存款源的溃乏，对单个帐户的过于依赖，是影响xx支行存款的持续稳定增长的主要原因之一。

（一）稳定性因素：

（1）由于受社会经济运行规律的影响，每年初都会有大量的易变性存款和准易性存款在短期内急聚沉淀到各金融机构。但该类存款流动性大、平均占用天数低，稳定性较差。在没有新的、相当量的新存款源补充的前提下，弥补该部分存款流出后留下巨大资金空缺，需要投入更大的精力和经历更长的修复过程。这是引起xx支行存款下滑的主要原因之一。

（2）个别客户的存款波动较大地影响到xx支行存款资金的稳定性，短期内还难以补足。

（3）居民消费需求不断增长，储蓄心理不断减弱。新客户群体的增长和老客户群体的维护工作需要不断改进服务，提供合适的金融产品才能跟上，加之各金融机构竞争激烈，也致使xx支行一季度存款工作开展较为困难。

（4）新开立的存款帐户的数量大而质量欠缺，一些帐户开立后长期使用效率低，由于新增帐户存款余额的增长乏力，起不到推动作用，无疑浪费了前期投入的人力和物力成本。也是造成xx支行存款不能自然修复和回升的原因之一。

（二）金融政策及居民心理因素：

商行属地方性银行，与国有商业银行相比，无论从营业环境、硬件设备、产品的科技含量、网络覆盖面，以及服务手段、服务内容，都不在同一个起跑线上。相对于国有商业银行强大的技术手段、雄厚的资金实力、坚实的国有体制后盾、以及几十年来在社会公众心目中树立积累起来的卓著信用。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：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）

（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，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。

（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，行行全力争揽存款。

（二）以理财产品挖转存款：抓住理财产品收益高、发行期次多、资金回笼快等优势，将他行客户作为主攻点集中力量挖转，且要随时关注发行的大量信托理财产品到期时间，组织人员与大额储蓄客户进行了电话随访，与客户“零距离”接触，做到将所有信托理财产品和大额客户到期的存款都顺利转存。组织人员及时对公存客户帐面上大额存款资金进行了解，对暂时不用的存款为客户做好理财，提示转存为7天通知存款或定期存款，并做好其他业务的营销拓展工作，带动保险、基金、黄金等理财产品的快速销售，带动储蓄存款稳定增长。

（三）以结算沉淀存款：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。

（四）以代发工资吸收存款：先以借款企业为突破口来办理代发工资业务，再通过和xx区、新市区□xx区工商局联系，以区域内所有企业为目标，以代发工资为突破口，二类支行和营销部门、综合业务部门协同营销，主动实施“一揽子”金

融服务，促进存款、理财、电子银行等业务协同快速发展。

（一）落实营销环境：将营销措施落实到二类支行、营销部门负责人，要负责人引起高度重视，借以调动全员存款营销积极性，在全行树立起“抓存款就是抓效益，提高资金自给能力就是提高资产创立能力”的观念。其次在全行召开“人人抓存款”活动动员会议，组织全体员工认真学习营销活动方案，围绕任务目标统一全员思想，使大家从全局和长远的角度牢固树立服务客户、加快发展的意识。从营销环境上要落实从行领导到一般员工，人人坚守“团结激发活力、团结激发、团结激发斗志、团结创造奇迹”的信念。

（二）落实营销人员：要求窗口服务人员成为存款总量扩充的主力军。在对现实、潜在的优良客户进行分类排队的基础上，锁定目标客户，把握营销重点，开展高端营销和亲情营销。其次要加强营销部门的存贷款综合营销，强化以贷款带动存款的营销措施，确保客户资金在我行体内循环，降低实贷实付的影响。

银行客户活动方案篇三

为积极响应分行要求，举办元宵节猜灯谜庆元宵的活动，活动策划如下：

猜灯谜、庆元宵

□xx年2月19日（农历正月十五）

xx支行

1、客户通知：2月18日前，通过折页以及海报条幅的形式周边居民前来参加，对已经收集到信息的客户，可电话通知到个人。

2、物料准备：折页以及海报，客户信息登记表，各种灯谜，准备奖励所用的小礼品，空白纸条，以及礼品领取表。

条幅内容□xx银行xx年猜灯谜庆元宵——客户回馈活动

1、猜谜活动，必须是现场猜谜，不得将谜语揭下带走。

3、奖项设置：

安慰奖：答对5个以下，黑色签字笔一支

三等奖：答对6—10个，汤圆一包

二等奖：答对10—15个，水杯一个

一等奖：答对15—20个，西王玉米胚芽油一瓶，奖品兑完，活动结束。

银行客户活动方案篇四

为进一步加强我行的服务工作，不断提高服务效率，提升服务层次，塑造xx银行的服务形象，打造xx银行的服务品牌，用优质高效的服务推行我行各项经营工作。根据分行今年服务工作的指导精神，按照分行的安排，支行决定开展文明优质服务竞赛活动。活动实施方案如下：

通过此次活动，推进优质服务工作，以倡导行业文明规范服务为核心，以规范优质服务标准为向导，以建立和完善科学服务管理工作机制为重点，增强全员服务意识，不断提高服务水平，打造特色服务文化，树立和宣传服务先进典型，建设一流的服务团队，培育一流的服务文化，打造一流的服务品牌，展示一流的行业形象，提升吉林银行的服务品牌，构建“文明优质服务年”，促进支行业务发展。

为保证优质服务工作有序进行，支行成立文明优质服务竞赛活动领导小组，组成人员如下：

组长□xx

副组长□xxxxxxxx

成员□xx

领导小组办公室

主任□xx

副主任□xxxxxxxx

成员□xx

具体工作由办公室组织实施，各部门给予配合。

活动分动员、实施、总结评比三个阶段进行。

(一)动员阶段(3月16日—3月25日)。

1、组织开展学习动员活动。一是召开中层干部会，学习贯彻《xxx20xx年文明优质服务竞赛活动会议》精神，并传达给每位员工，形成落实材料。二是成立支行文明优质服务竞赛活动领导小组。建立“一把手”责任制，明确责任。三是结合工作实际，制定《xxxx文明优质服务竞赛活动实施方案》。四是召开全行员工动员大会，下发今年服务工作活动方案，明确活动目的，布置工作计划。

(二)实施阶段(3月26日—12月31日)

根据分行的竞赛方案，支行将从一下四个方面开展此次文明

优质服务竞赛工作。

1、制定措施，完善服务

组织开展查摆服务当中问题。每个网点都要组织员工对本单位服务当中的问题进行查摆、梳理，制定整改措施，每个网点都要组织员工写出题为“如何参加优质文明服务竞赛的感想和体会”，自我约束自己，积极投身到竞赛活动中。积极报道活动中涌现的好人好事，总结经验，加强交流，促进工作，提高优质服务整体工作水平。

2、组织开展学习和技能培训、比赛。

(1)以《□xxxx服务规范化标准及细则》和《□xxxx营业网点标准化管理手册》为标准，定期组织理念培训和礼仪培训，从服务语言、服务态度、职业形象、服务纪律、服务技能、服务场所、服务设施等几个方面规范临柜人员的服务方法，促进各营业网点在服务上、管理上达到流程化、标准化，全面提升吉林银行优质文明服务水平。

(2)从网点标准化建设、接待客户水平、业务办理质量等方面开展练兵，着重培养大堂经理服务能力、柜员操作技能，选拔出优秀网点，参加在分行举办现场服务演示竞赛。

(3)为全面提升临柜人员的综合理论能力和业务技能，支行将统一组织业务培训，专项技能培训，业务能手培训，每季度还将开展一次专题讲座、知识问答、技能竞赛，成绩突出的员工将代表支行参加分行举办业务竞赛。

3、开展服务监督检查活动。

对外公布监督电话，设立意见箱，及时妥善地处理客户投诉。针对投诉情况，支行将召开处理应急投诉事件经验交流会，对处理投诉率等突发事件得当、客户满意率高的进行现场讲演，以提高全行人员的处理投诉和应对突发事件的能力。

4、定期召开网点主任和大堂经理服务经验交流会。交流服务管理经验;总结服务中好的想法和做法;查找服务存在的问题和不足,对共性问题,研究解决办法。支行将聘请专业人员进行讲解,提升服务水准。

(三)总结评比阶段(20xx年6月末、12月末)。此次竞赛活动分两次评比,分别是半年小评、全年总评,上半年考评结果计入全年总分,年末总评进行奖励。支行将根据《□xxxx服务规范化标准及细则》和《□xxxx业网点标准化管理手册》的标准对各网点活动开展期间的服务工作进行全面检查、评比,并量化打分,进而产生先进集体和个人。

1、奖项设置。

半年奖项设置:网点人均业务量奖2个;文明优质服务集体奖2个(网点)。

全年奖项设置:文明优质服务先进集体(网点)2个,服务标兵2人,业务操作能手3人。

委屈奖3人。

2、奖励方式。

凡获奖单位、集体及个人,支行给予奖励并上报分行,分行将给予物质奖励及外出学习、考察奖励。

委屈奖由各网点推荐上报,经支行领导小组研究确定具体奖励措施。

3、处罚。

总行有效投诉一次的网点主任免职(有效投诉当事人下岗重新竞聘上岗),服务考评得分列分行后三名的营业网点,支行将

对网点主任问责或对网点进行经济处罚。

银行客户活动方案篇五

xxx银保监局：

xxxx在接到贵局下发关于《xxx银保监局办公室关于深入做好脱贫攻坚成效考核问题整改工作的通知》，行领导高度重视，成立领导小组制定排查整改方案，现将xxx行整改方案及整改报告，报告如下：

今年是脱贫攻坚成效考核反馈问题进行集中整改的最后一年，xxx各级机构高度重视，强化担当，提升站位。坚持把问题整改作为“一把手”xxx专门成立扶贫小额贷款工作小组对xxx扶贫小额贷款进行全面排查，确保排查不留死角。我行成立排查小组，由行长任组长，xxx任副组长，各部门负责人为组员。扶贫小额贷款排查工作小组设在xxxx，由风xxxx负责排查工作的组织安排。

1、扶贫小额贷款信贷管理办法落实情况，xxx对扶贫小额信贷制度及操作流程进行梳理、完善，排查扶贫小额信贷贷前、贷中、贷后等环节操作流程。

2、对扶贫小额信贷贷款投向、贷款主体、贷款用途等进行逐一排查。

xxxx目前扶贫小额信贷贷款余额xxx万元，xxx户。累计发放xx户，金额xxx万元。首先通过调查客户流水了解其资金流向。其次对存量xxx户进行逐村逐户逐项目进行现场排查，最后对累计发放的贷款进行一一核查。确保其扶贫小额信贷用途符合要求。

通过xxxx行认真仔细排查，xxx未发现扶贫小额信贷“户贷企

用”、“户贷社用”、信贷投放不精准、“见户即贷”等相关问题□xxxx目前扶贫小额信贷严格按照我行扶贫小额信贷管理办法发放。严格按照项目推荐，建档立卡贫困户自愿申报，乡村两级金融扶贫组织受理、初步审核、公示，上报金融扶贫服务中心汇总、公示□xxxx金融扶贫服务中心对符合条件的申请人填写表格盖章后推荐给xxx□xxx通过调查进行授信审批、贷款核保等。手续严谨、放款真实、投放精确。未发现扶贫小额信贷存在违规问题。

下一步xxx将继续高度重视扶贫小额信贷工作。建立扶贫小额信贷工作台账，按时进行日常排查、继续按各级政府及监管部门要求做好扶贫小额信贷工作。

银行客户活动方案篇六

20xx年“春天行动”已经展开□xxx积极响应支行号召结合实际，因地制宜，全面谋划“春天行动”。截止1月15日□xxx支行共开立5个基本存款账户、1个一般户、10个单位结算户，在对公开户方面已初见成效。

结合往年支行春天行动考核办法□xxx在网点主任安排下提前行动，将客户信息进行整理，实施分类分级管理。对存量账户中未开立结算卡的客户，安排专人介绍农行单位结算卡有点，联系其来办理单位结算卡，年前即储备单位结算卡4户。

存量无结算卡客户是一块可通过耕耘而获得收益的宝地。柜员xxx在客户日常维护的同时，利用我行自助终端个人卡可向单位结算卡转账，减少客户排队等候时间的的优点，抓住细微机会，向在我行开户的对公单位营销单位结算卡。

对已开立支票类的`客户，在办理支票取现业务时，柜员xxx积极推广我行单位结算卡取现方便、可在农行系统中不跨行取现的特点有目标营销客户。

网点紧抓营业窗口主阵地的服务，健全“柜台、大堂、客户经理三环联动营销”机制，想尽一切办法，利用好一切资源拓展对公业务。大堂经理xxx在指导个人客户填写存支票业务时，主动和客户沟通，询问其资金来源，通过了解情况，将客户转推荐至对公柜员处，一般存票客户都有注册工商户，对公柜员成功引导客户在我行开立基本结算账户。

网点加强对公业务基础管理力度，将对公业务的整体发展情况进行定期监测分析，对重点客户、系统大户等逐一建立监测台账，随时掌握其资金流入、流出的变化情况，及时发现出现问题，提出有效解决措施，促进对公业务的发展。

以上成绩的取得体现出xxx支行一个极具凝聚力的集体，春天行动是我们农行大型的综合营销活动，我网点一定积极努力做好营销，为我们支行对公业务快速发展多做贡献。

银行客户活动方案篇七

“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。

××××年×月×日×月×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。

刷卡消费达元（含）以上，赠送价值元礼品；

刷卡消费达元（含）以上，赠送价值元礼品；

刷卡消费达元（含）以上，赠送价值元礼品；

刷卡消费达元（含）以上，赠送价值元礼品；

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

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。

切实促进个人储蓄存款业务

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。

（四）“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。

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最好水平，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%。

圆满完成各项业务指标。

银行客户活动方案篇八

20xx年x月x日至x月x日

各支行、市行直属单位。

各行要以秋之祝福优质服务竞赛活动为契机，进行广泛深入的宣传和营销活动，安排和部署好竞赛的组织、策划、宣传和营销，促进储蓄存款业务的有效发展。同时，要加强服务的检查和监督，提高我行服务水平和社会知名度。

(一) 比服务。考核各行在营业网点的服务环境、服务手段、服务内容和服务质量等方面。

(二) 比营销。考核各行采取媒体广告、宣传条幅、街

头展销、发放宣传单等方面，向公众推介农行的个人业务品种的营销程度和宣传效果。

(三) 比管理。考核各行在执行各项规章制度，内部管理是否严格规范，是否有经济、刑事案件和重大事故发生，是否有

服务方面受客户或新闻媒介批评、曝光的事件发生。

(四) 比贡献。进行定量和定性相结合，考核评比各行 储蓄存款工作。

1、比人民币储蓄存款旬均增长率。考核各行人民币储蓄存款旬均增长速度。

2、比个人通知存款贡献率。考核各行通知存款业务系统占比情况。

3、比教育储蓄存款计划执行率。考核各行教育储蓄存款计划执行情况。

本次活动以各行xx年有关数据为基础，以市行项电为评比依据。

(一) 量化指标计算公式

1、人民币储蓄存款旬均增长率

2、个人通知存款计划执行率

公式=考核期内个人通知存款增额/各行通知存款计划×100%

3、教育储蓄存款计划执行率

公式=考核期内教育储蓄存款增额/各行教育储蓄存款计划×100%

(二) 记分办法

本次竞赛活动量化考核指标共设置500分，其中：人民币储蓄存款旬均增长率、个人通知存款计划执行率、教育储蓄存款计划执行率三项考核指标，每项各为150分，其他考核因素50

分。

1、人民币储蓄存款旬均增长率。达到本行20xx年前6个月人民币储蓄存款旬均增长率得100分，每超过(低于)1个百分点的加(减)1分，最多加(减)50分。

2、个人通知存款计划执行率。达到本行个人通知存款计划的得100分，每超过(低于)1个百分点的加(减)1分，最多加(减)50分。

3、教育储蓄存款计划执行率。达到本行教育储蓄存款计划的得100分，每超过(低于)1个百分点的.加(减)1分，最多加(减)50分。

结果等为依据，最多加(减)50分。

市行决定对在秋之祝福优质服务竞赛活动中取得优异成绩的单位、集体和个人予以通报表彰，并集中人民币x万元用于奖励。

(一)根据综合得分评出前2名，市行授予xx行xx分行xx年‘秋之祝福’优质服务标兵单位，按名次分别奖励人民币x万元□x万元。

(二)根据单项业务发展排名评出xx行xx分行xx年‘秋之祝福’优质服务教育储蓄优胜单位一名□xx行xx分行xx年‘秋之祝福’优质服务个人通知存款优胜单位一名，各奖励人民币x元。

(三)各行从储蓄网点和储蓄员中分别择优推荐3名优质服务先进集体和优质服务先进个人，于12月5日前上报市行。市行将在各行推荐储蓄网点中评出前5个，授予xx分行xx年‘秋之祝福’优质服务先进集体称号，分别奖励人民币x元;在各行推

荐的储蓄人员中评出前10名，授予xx分行xx年‘秋之祝福’优质服务先进个人称号，分别奖励人民币x元(同时推荐省行参加评比)。

做到行行有方案，所所有部署，人人都参与，力争在竞赛活动中取得优异成绩。

(二)提高服务质量，营造良好服务环境。储蓄业务能否健康、快速地发展，关键在于我们的服务质量和水平能否让客户满意，得到客户信任。为此，各行要对所辖营业网点服务质量、服务水平和安全设施进行全面检查，从而进一步提高一线员工的服务水平和服务质量，向社会展示农行的良好社会形象，增强同业竞争实力。

(三)做好个人金融产品的综合营销，要结合本行本地实际情况，充分把握时机，广泛宣传，开展一些既切入主题又形式多样的优质服务活动。

(四)在竞赛活动中，各行要严格遵守各项财经纪律和金融法规，严禁变相提高利率、高息揽储等不正当竞争行为。

(五)各行要成立竞赛活动领导小组，负责活动的组织、指导。要认真总结竞赛活动中的典型事迹，并将总结材料在12月5日前上报市行。

银行客户活动方案篇九

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。
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。
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。