

最新银行营销活动方案(优秀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。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。

银行营销活动方案篇一

二、活动时间：20年月日—20年月日

三、活动地点：

四、活动内容：

活动期间，凡顾客在乐园性购币满50元即可获得抽奖券一张，满100元可获得两张，以此类推，多买多赠。另外活动期间店内所有礼品机内娃娃都要挂上抽奖券作为礼品机促销，顾客填写好抽奖券，把副券投入放置于收银台上的抽奖箱中，正券自己保留以备兑奖用，即可参与惊喜连连大抽奖活动，本次抽奖活动分为两次抽取，时间安排如下：

现场由主持人唱票三声还不出现则取消其本次中奖资格，需另外抽取这个奖项的下一个幸运玩家，直到幸运的玩家在现场为止(如不明白可查看下面详细流程)。每次抽奖的奖项设置如下：

1、20年月日14：00分所有工作人员到位。主持人不停播放抽奖时间倒计时与抽奖细节和流程。

如抽取到的幸运顾客不在现场，主持人唱票三次则把该券放在另一箱子里(注：不在现场奖票会在抽奖结束后重新放回抽奖箱)重新抽取四等奖名单，直至获奖的顾客在现场为止。三

等奖、二等奖和一等奖也同样邀请两名顾客为我们抽取3名、2名和1名幸运的顾客。(注意;抽奖开始后得奖幸运顾客到验票台进行验票,验票奖品台要2人)。三,二,一等奖就一起排队领奖拍照留念,市场部准备好各个奖项的凭证。

3、20年月日15:00分抽奖活动结束后,主持人把抽取到不在现场的抽奖券重新投放如抽奖箱中放置于收银台上,保洁负责清理活动现场。

4、月日下午的抽奖活动流程与上述相同。

5、抽奖活动全部结束后,活动负责人把礼品签收表填单进行统计。

b□物料准备:

验票台一张,凳子2张。话筒音响一套,抽奖箱一个,小框一个(放不在现场奖券),三等奖凭证3份,二等奖凭证2份,一等奖凭证1份□vip年卡2张、500元会员卡一张4张、100元贵宾券10张、30元贵宾券40张。

c□场地要求:舞台附近全部清空。

d□宣传语:亲爱的小朋友们家长们,月日至月日期间凡在本店办理会员卡即可获得抽奖券一张,参加抽奖总动员活动,欢乐多多!奖品多多!赶快行动起来!!!

银行营销活动方案篇二

院属各科室:

目前,我市已进入创建国家卫生城市决战决胜冲刺阶段,根据市创卫总指挥部、市卫生局党委的统一部署,按照“找差距、抓提升,盯弱点、抓突击,建机制、抓管理”的工作要

求，决定在全院开展为期两周的环境卫生大扫除活动。

一、活动主题

爱国卫生大扫除，我为创卫做贡献

二、活动时间

20_年6月24日至7月7日，每天下午16:30分到19时，除值班人员外，统一安排环境卫生大扫除，每天不少于2小时。利用早、中、晚业余时间开展的卫生大扫除活动，具体安排由各科室结合实际自行确定。

三、活动内容

以净化环境卫生为重点，落实“门前五包”（包卫生、包绿化、包美化、包秩序、包看护）责任制，以院区、各病房区、就诊诊疗区、宿舍区、活动区、厕所等为重点，开展地毯式的环境卫生大扫除活动，对垃圾、烟头、小广告、四害孳生地等进行清扫整治，彻底清理卫生死角，主动开展控烟工作，确保达到创卫标准。

四、有关要求

（一）加强组织领导。各科室要加强领导，深入发动职工全员参与大扫除活动，力求活动取得实效。活动所需工具由各科室自行解决。

（二）清理卫生死角。各科室要严格按照创建国家卫生城市标准，加强卫生整治，清除积存的各类垃圾、乱堆乱放等杂物和乱贴乱画的小广告。进一步清除四害孳生地，做好除四害工作。要通过大扫除彻底清理卫生死角，同时进一步加强环境卫生日常管理，建立卫生保洁长效机制，严防反弹。详细标准参加《济南市创建国家卫生城市技术指南》。

银行营销活动方案篇三

三对照活动是一种常用的管理方法，旨在通过对比不同的行业、企业、团队、个人的做法，找出优劣之处，为自己的管理提供借鉴和改进的方向。最近，我参与了一次针对自己所在部门的三对照活动，收获颇丰，现在我将分享我的心得体会。

第二段：方案介绍

这次我们选择了三个部门作为参照对象，分别是公司内部服务、产品质量管理、客户关系维护。针对每个部门，我们分别选出了具有代表性的企业作为对照对象。然后，我们通过实地走访、问卷调查、访谈等方式，深入了解了他们的管理制度、企业文化、工作流程等。最后，对比分析，发现其与我们的差异和不足之处。

第三段：心得体会之一

我发现，三对照的过程给予我们了思考与梳理的时间，也帮我们反思他人的优点与缺点。比如，我们所参照的一个公司在产品创新和研发上取得了不少突破，这让我们深感到自己在这方面的不足。于是，我们着手研发我们的新产品，加强市场营销推广，提高我们的产品竞争力。

第四段：心得体会之二

经过对比，我也发现了许多优点。比如那家企业在管理制度和企业文化上下足了功夫，给我们留下了很好的印象。这启示我们，我们应当通过制定更为细致周密的管理制度，来完善我们的团队文化建设。

第五段：总结

总的来说，这次的三对照活动让我们研究了其他企业的管理思想、工作方法和行业经验，通过对比、选择和学习，帮助我们发现自己的问题、强化对内部管理、团队建设和营销策略方面的深度思考，学习到了许多新的管理思想和方法。我相信这次的三对照活动，能够在一定程度上提升我们的工作水平和能力，同时为我们今后的工作提供了可供参考和学习的经验。

银行营销活动方案篇四

音乐活动设计方案是一项具有挑战性的任务，需要不断地反思和总结。在我设计音乐活动的过程中，我获得了很多的经验和启示，让我明确了如何才能设计出更具有吸引力和品质的音乐活动方案。

第二段：音乐活动设计的目的

音乐活动设计的目的是为了创造一种有趣和有意义的环境，让听众能够以轻松愉快的方式参与其中。在设计音乐活动的时候，我们需要充分考虑听众的口味和需求，以及地点的状况和场地的大小。同时，音乐类型、曲目选择、演出者的安排也非常重要，它们都要在我们设计方案时得到充分考虑。

第三段：音乐活动设计的要素和技巧

在设计音乐活动的过程中，要素和技巧非常的重要。首先，我们需要摸清听众的需求和口味，根据这些信息确定活动的类型和规模。其次，我们需要注意演出地点和场地的大小，合理规划演出者的表演时间和顺序，以及在演出的间隙设置合适的休息时间让听众休息。最后，我们还要考虑到音乐的长短、高潮部分的选择、演员的技巧等细节问题。

第四段：经验和教训

在音乐活动设计的过程中，难免会发生一些失误和挫折。有时候现实情况与我们的预期并不一样，这时候我们需要灵活应对，充分发挥我们的创造力，给听众带来惊喜。同时，我们还需要准确评估我们的设计方案是否符合听众的要求，在活动结束后及时总结和分析，找出不足之处并加以改进。

第五段：结论

通过设计音乐活动，我深刻地认识到了音乐活动作为一种特殊形式的活动具有许多独特的要素和技巧，需要我们注重细节和不断的总结和改进。只有在亲身实践中积累经验，才能设计出更优秀和成功的音乐活动方案。因此，在未来的音乐活动设计中，我会更加注重听众的反馈并不断改进我的设计方案，为听众带来更加多彩和精彩的音乐活动体验。

银行营销活动方案篇五

员工生日活动共分为户外、室内及公益活动三种：

一、户外活动：

1、员工生日活动方案之户外系列一：郊游

主题：员工集体生日会

目的：增强员工归属感，丰富员工生活，增进各部门员工沟通了解

地点：农家乐等

参加人数：40人左右(可1-3个月过生日员工合并一起做)

总费用□2400-3xx0元

具体内容：

进行爬山或打牌等休闲游戏比赛，给获奖队伍颁奖？

2、员工生日活动方案之户外系列二：定向运动

主题：精诚合作，团队至上

目的：锻炼员工吃苦耐劳的精神

加强沟通理解，体现团队凝聚力，提升员工间的协作精神

总费用□3xx0-4000元

具体内容：

分组进行定向运动、拓展运动或找宝藏等活动给获奖队伍颁奖？

二、室内活动

1、员工生日活动方案之室内活动系列一：趣味运动比赛

主题：

生命源于运动，运动给工作活力

目的：

通过运动体现竞争与协作的意识以及增强员工身体素质

方式：员工之间的双人羽毛球比赛双人乒乓球赛或趣味体育项目(备注：也可与其他相关业务公司联谊搞活动，一方面节省费用，另一方面增加员工社会交往)

地点：体育中心等

总费用□3xx0-4000元

具体内容：

全部人都参加比赛，优胜劣汰

给获奖队伍颁奖？

2、员工生日活动方案之室内活动系列二：精彩电影生活

主题：电影丰富我们的生活

目的：放松精神，丰富员工生活，通过看电影增加员工交流

方式：看电影

地点：电影院

参加人数：10人左右(可1-3个月过生日员工合并一起做)

费用：50元/人(其中xx元含午餐)

总费用：500元

具体内容：

1、全部人都参加比赛，优胜劣汰

2、给获奖队伍颁奖

三、公益活动

1、公员工生日公益活动系列一：生日爱心奉献之旅

主题：的幸福是为他人的奉献!在感谢生命的同时，感谢和帮助他人!

目的：

- 1、激发员工的社会责任感
- 2、树立员工良好道德观和价值观
- 3、回馈社会，塑造公司良好的社会形象

方式：慰问儿童福利院或残疾人协会或是希望小学，给他们捐款捐物或做些力所能及的工作。

地点：福利院或相关机构

参加人数□xx人左右

奖励：将能够获得公司1天的带薪假期

2、员工生日公益活动系列二：保护自然，珍惜家园

主题：建设我们的家园

目的：

- 1、激发员工的社会责任感
- 2、树立员工爱护环境，珍惜资源，减少浪费的意识
- 2、回馈社会，塑造公司良好的社会形象

方式：到山林进行义务植树活动

地点：根据联系情况决定

总费用□1000-3xx0元

奖励：将能够获得公司1天的带薪假期

银行营销活动方案篇六

在音乐活动设计方案的制定中，需要进行充分的理论研究。首先要确定音乐活动的目的、主题和受众群体，以便更好地制定活动策划方案。而在这个过程中，要根据受众群体的需求和音乐特点来定位音乐活动，并考虑细节问题，如演出形式、节目安排以及搭建场地的地点等。因为这些都会直接影响到音乐活动的效果。

二、实践操作

实践操作是设计方案的重头戏，也是对理论研究的检验。在实践操作中，需要做到密切配合，注意细节，尽可能地将策划方案中的各个环节顺利实施。同时，也要预留足够的时间和资源来处理突发问题。在音乐活动现场，气氛的营造是非常关键的。配合好现场的灯光音响，为现场观众带来良好的听觉和视觉享受，也会加深观众对音乐活动的感官印象，让活动更具丰富性。

三、心得收获

通过设计方案实践操作的过程，我们对设计方案的重要性有了更深刻的领悟。制定合理的方案，也就意味着整个活动能够顺利展开。同时，在现场与现场工作人员、观众以及参演人员、嘉宾们的接触过程中也意识到不管是在策划方案还是现场操作中，与人交往都是不可或缺。

四、团队合作

设计方案中需要的不只是个人的能力，还需要充分的团队合

作精神。“一人之力无法成事”这句话在这里体现的淋漓尽致。只有通过团队合作，才能有效地将设计方案中的各个部分有机结合、完美呈现。在整个过程中，如何协调团队成员的意见，让团队内成员之间形成默契，做到同心协力，是一个难点。

五、总结与展望

在设计方案的过程中，我们体会到了这项工作的艰辛和不容易，同时也深刻领悟到其意义所在。制定合理的策划方案，将会为音乐活动的成功展开打下坚实的基础。同时需要也认识到拥有了设计方案并不代表整个活动就会成功，团队合作及时的应对突发事件也是非常重要的。希望在以后的活动中运用之前的经验，做得更加出色。

银行营销活动方案篇七

公司工会拟定于xxxx年x月x日(周x)下午在公司会议室组织一场结合设计知识的趣味竞赛，为了使比赛能够顺利开展，特制作活动方案如下：

1、主持人：(待定)

2、竞赛仲裁委员会成员：黄院长办公室主任一二三四所长设计工作室组长

3、参赛岗位：设计院全员及一所全员

4、竞赛形式及办法：

(一)组队模式：抽签决定

分为5队抽签，组合一共5种颜色(红黄蓝绿紫)

(二)比赛方式：题目类型有以下三种

银行营销活动方案篇八

1. 召开集体会议，将野炊的相关任务、活动中安全等注意事项进行说明，并敲定其它的活动细则。
2. 有经验者带领几个人先去探好路线及野炊的地点。
3. 每组领班将各自组员要做的菜名及所需调料报上来，好统一安排。
4. 分配人员进行水、食材、调料、锅、碗、瓢、盆等一些食物和厨具的准备。
5. 星期天早上部分人员到公司食堂，将购买的菜进行清洗、打包
6. 8点准时出发预计8：30上轮渡
7. 9点搭灶台开始野炊。
8. 11：30烧烤
9. 12：30自由活动，骑车的人员可以环岛骑行。
10. 15：30返程

银行营销活动方案篇九

(一)

活动背景：若是社区活动，需进行社区分析

活动目的：

活动详情：

- 1、活动对象：活动针对的目标群体是什么
- 2、活动主题：此次活动的主要中心内容是什么
- 3、活动方式：此次活动的方式是合作还是个体操作，活动的形式是以什么方式展现
- 4、活动时间及地点：
- 5、宣传计划：活动开展前的广告宣传及形式
- 6、物资准备：活动中需要什么物品

活动流程：

活动分工：

效果预算和目标：

费用预算：

意外防范：

(二)

以促销方案为例

一、活动目的：对市场现状及活动目的进行阐述。市场现状如何?开展这次活动的目的是什么?是处理库存?是提升销量?是打击竞争对手?是新品上市?还是提升品牌认知度及美誉度?只有目的明确，才能使活动有的放矢。

二、 活动对象：活动针对的是目标市场的每一个人还是某一特定群体?活动控制在范围多大内?哪些人是促销的主要目标?哪些人是促销的次要目标?这些选择的正确与否会直接影响到促销的最终效果。

三、 活动主题：在这一部分，主要是解决两个问题：

1、 确定活动主题

2、 包装活动主题

降价?价格折扣?赠品?抽奖?礼券?服务促销?演示促销?消费信用?还是其它促销工具?选择什么样的促销工具和什么样的促销主题，要考虑到活动的目标、竞争条件和环境及促销的费用预算和分配。

在确定了主题之后要尽可能艺术化地“扯虎皮做大旗”，淡化促销的商业目的，使活动更接近于消费者，更能打动消费者。几年前爱多vcd的“阳光行动”堪称经典，把一个简简单单的降价促销行动包装成维护消费者权益的爱心行动。

这一部分是促销活动方案的核心部分，应该力求创新，使活动具有震撼力和排他性。

四、 活动方式：这一部分主要阐述活动开展的具体方式。有两个问题要重点考虑：

1、 确定伙伴：拉上政府做后盾，还是挂上媒体的“羊头”来卖自己的“狗肉”?是厂家单独行动，还是和经销商联手?或是与其它厂家联合促销?和政府或媒体合作，有助于借势和造势;和经销商或其它厂家联合可整合资源，降低费用及风险。

2、 确定刺激程度：要使促销取得成功，必须要使活动具有刺激力，能刺激目标对象参与。刺激程度越高，促进销售的反

应越大。但这种刺激也存在边际效应。因此必须根据促销实践进行分析和总结，并结合客观市场环境确定适当的刺激程度和相应的费用投入。

五、 活动时间和地点：促销活动的时间和地点选择得当会事半功倍，选择不当则会费力不讨好。在时间上尽量让消费者有空闲参与，在地点上也要让消费者方便，而且要事前与城管、工商等部门沟通好。不仅发动促销战役的时机和地点很重要，持续多长时间效果会最好也要深入分析。持续时间过短会导致在这一时间内无法实现重复购买，很多应获得的利益不能实现；持续时间过长，又会引起费用过高而且市场形不成热度，并降低顾客心目中的身价。

六、 广告配合方式：一个成功的促销活动，需要全方位的广告配合。选择什么样的广告创意及表现手法？选择什么样的媒介炒作？这些都意味着不同的受众抵达率和费用投入。

七、 前期准备：前期准备分三块，

1、 人员安排

2、 物资准备

3、 试验方案