

银行外拓营销活动总结(优秀5篇)

总结是对过去一定时期的工作、学习或思想情况进行回顾、分析，并做出客观评价的书面材料，它有助于我们寻找工作和事物发展的规律，从而掌握并运用这些规律，是时候写一份总结了。那么，我们该怎么写总结呢？这里给大家分享一些最新的总结书范文，方便大家学习。

银行外拓营销活动总结篇一

今年以来，某银行根据省分行的统一安排和部署，抢抓两节资金回笼旺季，强力实施以“伴你成长金钥匙春天行动”为主题的综合营销活动，各项业务发展取得显著成绩。截止20__年2月5日，各项存款总量达到亿元，比年初净增亿元，其中个人储蓄存款总量亿元，比年初净增亿元；贷款余额亿元，比年初增净万元；中间业务收入万元，其中银行卡实现收入元。

强化领导，精心部署“春天行动”省分行作出实行“春天行动”的决定后，某银行迅速召开行长办公会、行务会、员工大会对省分行精神进行传达贯彻，对全行“春天行动”市场营销活动进行研究和布置。

一是切实强化领导。为了提高认识，让各级切实强化对“春天行动”的组织领导银行营销活动总结银行营销活动总结。支行党委在行务会、主任会议上反复强调，一年之际在于春，两节期间，人流、物流、资金流高度聚集，是一年之中不可再生的稀缺资源，牢牢把握机遇，抓好两节期间的市场营销工作，对顺利完成全行全年的工作目标，具有重大的战略意义。通过反复传导，各单位主要负责人普遍增强了对“春天行动”的紧迫感和责任感，工作的主动性大大提高。同时，支行及时成立以党委书记、行长任组长，副行长任副组长，支行前后台部门负责人为成员的“伴你成长金钥匙春天行动”综合营销领导小组；各单位也相应成立以主要负责人为组长，业务

骨干为成员的工作小组，并明确各级专班组长、成员，对 春天行动 各项工作目标、措施，落实情况的具体责任，切实加强对 春天行动 的组织领导。

二是细化营销方案。支行及时出台《某银行 伴你成长金钥匙 春天行动 综合营销实施方案》，对 春天行动 的行动时间、参加单位、组织机构、行动目标、营销策略、主要保障机制、考核指标、评比奖励进行了细化。通过建立客户经理队伍、营造综合营销平台、丰富金融产品、优化客户结构、完善保障机制，着力打造五位一体的综合营销体系，实现营销工作向科学化、专业化、标准化、系统化推进。使营销方案对全行市场营销工作具有很强的指导性。

三是强势宣传发动银行营销活动在前期准备工作充分的基础上，支行及时召开全行 春天行动 市场营销动员大会。会上，支行党委书记、行长作了题为《紧急行动全员出击抢抓商机，实现 春天行动 首季市场营销开门红》的主题报告，大大鼓舞了全行士气；分管行领导和相关部门负责人对营销活动进行再部署；部门、分理处代表作了表态式发言。全行 春天行动 市场营销活动，在热烈的气氛中强势展开，为开门红奠定必胜的基础。

落实措施，迅速掀起春天行动高潮。

一是各单位主要负责人站在营销一线，靠前指挥，率先垂范。二是窗口开足，实行全天候、满负荷运作。三是走出去营销，抢挖他行优质客户。四是加大宣传力度，在支行统一采用电视、报刊、大型户外广告进行宣传的同时，各网点及时配套使用广播、流动宣传车、拉横幅以及在车站、码头、居民小区等人流聚集区设立咨询站点等多种方式全面启动宣传工作，要形成全方位、立体型的宣传氛围，五是做好优质服务工作，确保行容行貌好、服务设施好、文明用语好的 三好 标准，努力给顾客营造一种舒心的环境。对高价值客户实行差异化服务，尽快解决客户存、取款排长队的问题。各单位通过抓

岗位练兵，努力提高服务水平；通过抓星级员工的培养，努力提高服务水平；通过狠抓奖优罚劣，努力提高服务水平，对优质服务好的重奖，对与顾客争吵、态度生硬、服务效率低下等有损银行形象的一律给予重处罚。六是强化上下联动，整体营销的功能，对优质客户实行资产、负责、中间业务，本外币业务一体化营销，全方位放大客户价值。

强化督办，将 春天行动 向纵深推进期间，支行分别召开行务会，城区、乡镇主任会议，听取市场营销工作汇报，分析、协调解决存在的问题，促进 春天行动 ，迅速扩大战果，向纵深全面推进。针对元月中旬，营销工作整体放缓的趋势，支行实地调研究后，及时印发了《关于抓好当前市场营销工作的紧急通知》，提出了加快营销进度的6项具体措施，由包片行领导和包点部室，亲自送到各网点，亲自组织员工进行学习，亲自抓落实，迅速扭转了营销工作裹足不前的僵化局面。支行要求，包点部门要切实加强对网点的联系指导，实实在在帮助网点解决营销中的难点问题银行营销活动工作总结。对一般性的问题，能现场解决的要现场解决，确实不能解决的收集起来，向分管行领导及时汇报，争取创造条件，及时解决。

银行外拓营销活动总结篇二

2021年以来，某银行根据省分行的统一安排和部署，抢抓两节资金回笼旺季，强力实施以伴你成长金钥匙春天行动为主题的综合营销活动，各项业务发展取得显著成绩。截止2021年xx月xx日，各项存款总量达到xx亿元，比年初净增xx亿元，其中个人储蓄存款总量xx亿元，比2021年初净增xx亿元；贷款余额xx亿元，比年初增净xx万元；中间业务收入xx万元，其中银行卡实现收入xx万元。

一、强化领导，精心部署春天行动

省分行作出实行春天行动的决定后，某银行迅速召开行长办公会、行务会、员工大会对省分行精神进行传达贯彻，对全行春天行动市场营销活动进行研究和布置。

一是切实强化领导。为了提高认识，让各级切实强化对春天行动的组织领导。支行党委在行务会、主任会议上反复强调，一年之际在于春，两节期间，人流、物流、资金流高度聚集，是一年之中不可再生的稀缺资源，牢牢把握机遇，抓好两节期间的市场营销工作，对顺利完成全行全年的工作目标，具有重大的战略意义。通过反复传导，各单位主要负责人普遍增强了对春天行动的紧迫感和责任感，工作的主动性大大提高。同时，支行及时成立以党委书记、行长任组长，副行长任副组长，支行前后台部门负责人为成员的伴你成长金钥匙春天行动综合营销领导小组；各单位也相应成立以主要负责人为组长，业务骨干为成员的工作小组，并明确各级专班组长、成员，对春天行动各项工作目标、措施，落实情况的具体责任，切实加强对春天行动的组织领导。

二是细化营销方案。支行及时出台《xx银行伴你成长金钥匙春天行动综合营销实施方案》，对春天行动的行动时间、参加单位、组织机构、行动目标、营销策略、主要保障机制、考核指标、评比奖励进行了细化。通过建立客户经理队伍、营造综合营销平台、丰富金融产品、优化客户结构、完善保障机制，着力打造五位一体的综合营销体系，实现营销工作向科学化、专业化、标准化、系统化推进。使营销方案对全行市场营销工作具有很强的指导性。

三是强势宣传发动。在前期准备工作充分的基础上，支行及时召开全行春天行动市场营销动员大会。会上，支行党委书记、行长作了题为《紧急行动全员出击抢抓商机，实现春天行动首季市场营销开门红》的主题报告，大大鼓舞了全行士气；分管行领导和相关部门负责人对营销活动进行再部署；部门、分理处代表作了表态式发言。全行春天行动市场营销活动，在热烈的气氛中强势展开，为开门红奠定必胜的基础。

二、落实措施，迅速掀起春天行动高潮

一是各单位主要负责人站在营销一线，靠前指挥，率先垂范。二是窗口开足，实行全天候、满负荷运作。三是走出去营销，抢挖他行优质客户。四是加大宣传力度，在支行统一采用电视、报刊、大型户外广告进行宣传的同时，各网点及时配套使用广播、流动宣传车、拉横幅以及在车站、码头、居民小区等人流聚集区设立咨询站点等多种方式全面启动宣传工作，要形成全方位、立体型的宣传氛围，五是做好优质服务工作，确保行容行貌好、服务设施好、文明用语好的三好标准，努力给顾客营造一种舒心的环境。对高价值客户实行差异化服务，尽快解决客户存、取款排长队的问题。各单位通过抓岗位练兵，努力提高服务水平；通过抓星级员工的培养，努力提高服务水平；通过狠抓奖优罚劣，努力提高服务水平，对优质服务好的重奖，对与顾客争吵、态度生硬、服务效率低下等有损银行形象的一律给予重处罚。六是强化上下联动，整体营销的功能，对优质客户实行资产、负责、中间业务，本外币业务一体化营销，全方位放大客户价值。

三、强化督办，将春天行动向纵深推进

期间，支行分别召开行务会，城区、乡镇主任会议，听取市场营销工作汇报，分析、协调解决存在的问题，促进春天行动，迅速扩大战果，向纵深全面推进。针对元月中旬，营销工作整体放缓的趋势，支行实地调研后，及时印发了《关于抓好当前市场营销工作的紧急通知》，提出了加快营销进度的6项具体措施，由包片行领导和包点部室，亲自送到各网点，亲自组织员工进行学习，亲自抓落实，迅速扭转了营销工作裹足不前的僵化局面。支行要求，包点部门要切实加强对网点的联系指导，实实在在帮助网点解决营销中的难点问题。对一般性的问题，能现场解决的要现场解决，确实不能解决的收集起来，向分管行领导及时汇报，争取创造条件，及时解决。

在2021年来临之际，我相信我们银行会吸取2021年的优点，同时改正不足之处，相信我们会做的更好！

银行外拓营销活动总结篇三

我行xx年的旺季营销活动已经时间过半，在活动进程中，银泽支行整体形势运行良好，绝大部分都能如期完成序时进度，现就银泽支行旺季营销期间的一些经验汇报下面。

早在20xx年的12月中旬，我支行就连续召开有关20xx年旺季营销的动员大会，根据历年来的方案自行制定了各条线旺季营销实施方案，并根据支行自身客户结构特点，制定了自己的宣传方案，并成立以马培文为活动小组组长的对公存款、个人存款、电子银行、信用卡营销小组进行有针对性的专项营销。例如：信用卡方面：我行结合自身代办财政业务，将主要精力放在单位公务员卡的发放，截止3月3日，我行信用卡进件370张，其中财政预算单位公务员卡153张，占进件总数的40.8%；电子银行方面：我行加大对电子银行产品优惠-五重“惊喜”的宣传，由大堂经理第一时间激活电子银行产品并进行账务性交易，同时为客户赠送礼品，提高电子银行同步签约率与电子银行账务性交易占比；重点产品方面：利用ocrm系统和营销作业支持系统，筛选目标客户，主动联系，精准营销。

在我分行明确了对公对私旺季营销各项目标之后，我行在第一时间进行了按条线、小组进行了第二次分化，使每个员工都明白自己的侧重点行销对象以及营销的具体目标数额。而且指标的落实都在分行确定目标的基础之上再增加三分之一，以保证我行旺季营销目标的全面实现。

我支行与我行其他营业网点相比较，代理财政业务是我行的亮点也是造成我支行业务量倍增的主要原因。在邻近年底个财政预算单位大量的资金结算，每天为此业务量新增达三百多笔，我支行一方面适时组织人力解决客户拥挤现象，维护大厅秩序，另一方面全员做资金截留的工作，通过全员近一

个月的努力，截留存款达1000多万元，而且也维护了一批优质个人以及公司客户；同时充分利用国人春节的风俗，全体员工带着我行分发的对联和挂历，主动上门慰问客户，通过走家串户进行慰问优质客户以及周边有潜力的客户，我行的电子银行业务以及实物黄金，都有了较以往大的突破，特别是实物黄金的销售，我支行基本没有一笔“大单生意”，全是20克、50克的零星销售，就是这样，目前黄金销售6780克，这不能不说是大力宣传，上门营销的功劳。借记卡方面，力求开户向客户推荐用卡，这得益于低柜人员的大力销售，经测算，两班低柜人员每天每人办卡近10张；电子银行业务，在以前年度一直是我支行的短板，经过有分工、有目标的营销，截止目前都位居全区同业的前列。账户金、基金定投、代理保险等重点产品完成率也位居全行前列。

结合去年年底打造标杆网点的培训，我行员工不断固化样板网点打造的成果，统一着装、习惯标准服务用语，通过标准化、规范化的服务，提升柜员综合素质，实现客户的满意度和忠诚度。从而树立起建行银泽支行对外良好的口碑。同时通过ocrm系统对临界客户进行积极挖掘，对临界目标客户拓展上迁，有效提高个人客户增长。

我行从成立之初，年轻员工就是我行所有网点占比最高的。为此，我支行注重对员工的培训，不断加强自身学习，通过以老带新、岗位轮换等形式，使得新员工在最短时间内都成为全面手。

同时，我行所有员工于第一时间学习上级行的文件精神 and 规章制度，对我行的新产品进行全面掌握，这样在提高自身业务水平的时候，还抓住产品的优势和特点，提高了服务客户的能力，更好地营销产品。

银行外拓营销活动总结篇四

两节期间，按照省行《关于开展邮储银行跨年度宣传活动的

通知》“要求，我分行认真组织综合宣传和业务营销活动，取得了良好效果。现将有关情况汇报如下：

一、加强领导，细化措施 为确保跨年度宣传营销活动有序开展，取得预期效果，我分行成立由主管行长任组长，办公室、财务会计部、综合业务部、公司业务部，信贷业务部、渠道与科技部等部门总经理为成员的跨年度宣传工作领导小组，并由办公室、财务会计部、综合业务部、公司业务部、信贷业务部、渠道与科技部相关人员组成日常工作机构，具体负责活动的组织、调动、通报等工作。同时，按照省行跨年度宣传工作的总体要求，我分行结合自身实际，制定了具体的落实方案，对各支行、各部门、各网点提出了具体明确的要求，将责任落实到人，按阶段进行推进。

节日氛围，提升网点形象，树立邮储银行品牌；二是通过电梯广告、电视广告、灯杆广告的线上媒体的投放，增强邮储银行的社会知名度；三是借势新闻媒体开展宣传，“两节”期间，继续加强与《__日报》等媒体的沟通联系，以服务“三农”支持中小企业发展、提升服务水平等为主题，组织稿件刊发，通过软新闻提升邮储银行的知名度。

三、认真组织，系统推进 一是做好宣传品的配发布放工作。根据各支行实际情况，统筹考虑，将省行配发的宣传品和市分行制作的宣传品及时下发到支行，分配到各支行。二是要求各支行、各网点负责人高度重视此次宣传营销活动，要求支行长站在营销一线，靠前指挥，率先垂范。三是在窗口加大宣传力度，利用网点资源优势，采取宣传折页、标语、电视等形式，广泛开展业务宣传，带动了业务增长。三是是积极开展客户走访活动，利用节前期间，采取向客户赠送小礼品的方式，了解用户需求，推介邮储银行业务。四是组织开展客户答谢会、联谊会，增进与客户的沟通，提升客户的忠诚度，挖掘客户的潜在价值。两节期间，各支行组织召开推介会、答谢会50余场，发展保险400余万元。五是利用春节期间有利时机，积极开展信贷宣传站建设，扩展了业务宣传渠

道。目前，各支行已按市分行要求建立了10个宣传站，并在显著位置布放了信贷业务宣传牌，为一季度加快信贷业务发展奠定了良好基础。

通过20__年跨年度宣传营销活动的开展，在很大程度上提高了邮储银行的'社会知名度，和邮储银行产品、服务的社会认知度，对加快业务发展起到了积极的推动作用。

银行外拓营销活动总结篇五

今年以来，某银行根据省分行的统一安排和部署，抢抓两节资金回笼旺季，强力实施以伴你成长金钥匙春天行动为主题的综合营销活动，各项业务发展取得显著成绩。截止20xx年2月5日，各项存款总量达到亿元，比年初净增亿元，其中个人储蓄存款总量亿元，比年初净增亿元；贷款余额亿元，比年初增净万元；中间业务收入万元，其中银行卡实现收入元。

强化领导，精心部署春天行动省分行作出实行春天行动的决定后，某银行迅速召开行长办公会、行务会、员工大会对省分行精神进行传达贯彻，对全行春天行动市场营销活动进行研究和布置。

一是切实强化领导。为了提高认识，让各级切实强化对春天行动的组织领导银行营销活动总结银行营销活动总结。支行党委在行务会、主任会议上反复强调，一年之际在于春，两节期间，人流、物流、资金流高度聚集，是一年之中不可再生的稀缺资源，牢牢把握机遇，抓好两节期间的市场营销工作，对顺利完成全行全年的工作目标，具有重大的战略意义。通过反复传导，各单位主要负责人普遍增强了对春天行动的紧迫感和责任感，工作的主动性大大提高。同时，支行及时成立以党委书记、行长任组长，副行长任副组长，支行前后台部门负责人为成员的伴你成长金钥匙春天行动综合营销领导小组；各单位也相应成立以主要负责人为组长，业务骨干

为成员的工作小组，并明确各级专班组长、成员，对春天行动各项工作目标、措施，落实情况的具体责任，切实加强春天行动的组织领导。

二是细化营销方案。支行及时出台《某银行伴你成长金钥匙春天行动综合营销实施方案》，对春天行动的行动时间、参加单位、组织机构、行动目标、营销策略、主要保障机制、考核指标、评比奖励进行了细化。通过建立客户经理队伍、营造综合营销平台、丰富金融产品、优化客户结构、完善保障机制，着力打造五位一体的综合营销体系，实现营销工作向科学化、专业化、标准化、系统化推进。使营销方案对全行市场营销工作具有很强的指导性。

三是强势宣传发动银行营销活动在前期准备工作充分的基础上，支行及时召开全行春天行动市场营销动员大会。会上，支行党委书记、行长作了题为《紧急行动全员出击抢抓商机，实现春天行动首季市场营销开门红》的主题报告，大大鼓舞了全行士气；分管行领导和相关部门负责人对营销活动进行再部署；部门、分理处代表作了表态式发言。全行春天行动市场营销活动，在热烈的气氛中强势展开，为开门红奠定必胜的基础。

落实措施，迅速掀起春天行动高潮。

一是各单位主要负责人站在营销一线，靠前指挥，率先垂范。二是窗口开足，实行全天候、满负荷运作。三是走出去营销，抢挖他行优质客户。四是加大宣传力度，在支行统一采用电视、报刊、大型户外广告进行宣传的同时，各网点及时配套使用广播、流动宣传车、拉横幅以及在车站、码头、居民小区等人流聚集区设立咨询站点等多种方式全面启动宣传工作，要形成全方位、立体型的宣传氛围，五是做好优质服务工作，确保行容行貌好、服务设施好、文明用语好的三好标准，努力给顾客营造一种舒心的环境。对高价值客户实行差异化服务，尽快解决客户存、取款排长队的问题。各单位通过抓岗

位练兵，努力提高服务水平；通过抓星级员工的培养，努力提高服务水平；通过狠抓奖优罚劣，努力提高服务水平，对优质服务好的重奖，对与顾客争吵、态度生硬、服务效率低下等有损银行形象的一律给予重处罚。六是强化上下联动，整体营销的功能，对优质客户实行资产、负责、中间业务，本外币业务一体化营销，全方位放大客户价值。