

最新银行跨年度营销活动方案策划 银行 营销活动方案(大全11篇)

年会策划是企业展示和交流的重要环节，要有创意和亮点才能吸引参与者的注意。针对不同行业和目标受众的广告策划范文，展示了多样化的创意和营销手法。

银行跨年度营销活动方案策划篇一

· 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。

银行跨年度营销活动方案策划篇二

“中行卡五一献礼，‘金’喜来找你！”

长城系列信用卡、中银系列信用卡

4月30日-5月3日

(1)一重礼——“商场、超市购物大抽奖”

活动期间，在指定商场、超市持卡累计消费满一定金额即可参加商场、超市大抽奖活动。

万亚商场标准：当日单笔消费满500元即可参加商场抽奖活动，活动中将抽出5名幸运客户，每人奖励500元商场购物券。

时代超市标准：单笔消费满99元即可参加抽奖活动，每个超市将抽出50名幸运客户，每人奖励价值100元超市券。

(2) 二重礼——刷卡赢“金”活动

凡活动期间，消费累计满3000元即可参加抽奖赢“金”活动(房地产类、汽车类、批发类、医疗教育类、慈善类、政府服务类交易不参加本次活动)，该抽奖活动按发卡归属地进行抽奖，吴江奖项设置如下：

特等奖1名奖励10g金条一根

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。

刷银联卡，安全健康，时尚的选择。

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，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。

银行跨年度营销活动方案策划篇三

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。

银行跨年度营销活动方案策划篇四

定制完成后可以分享给微信好友及朋友圈进行传播，让妈妈们感受“私人定制”的祝福。

线下活动主要包括：厅堂布置，赠送康乃馨，赠送蓝月亮洗衣液，赠送厨房餐具。

厅堂布置：为了让厅堂环绕着对伟大母亲浓浓的爱意，可在大厅门口摆上康乃馨，首先给进入厅堂的客户第一视觉的冲击力。另外，对公区，理财区，现金区摆上迷你小盆栽。

礼品赠送：凡是购买黄金产品的客户均可赠送金玫瑰和一束康乃馨，并且有机会免费参加我行周四举办的化妆活动，先到先得，名额有限。针对年轻女客户，重点推荐周四化妆活动，针对中年以上女客户，重点推荐赠送蓝月亮洗衣液或厨房餐具。作为“民生银行济南分行营业部”微信公众号的粉丝，在以“母爱永恒民生传承”为主题设计的三个贺卡模版“妈妈我爱你”；“母亲节，我在您身边”；“世界上最爱我的’人”中，还可以享有编辑文字的定制权限，定制完成后可以分享给微信好友及朋友圈进行传播，让妈妈们感受“私人定制”的祝福。

银行跨年度营销活动方案策划篇五

一、目的：

庆祝xx百年元宵佳节,推动传统艺术教育花灯创作的概念,以延续传统民俗工艺技术之传承。本次活动期透过邀请师生集结创意思考,培养合作的精神,并开放民众参加为灯会加入更多的创意,藉由花灯设计表现,实际参与这场大台中年度盛会。

二、主办单位：

XX

三、承办单位：

XX

四、协办单位：

XX

五：报名方式：

(一) 报名日期：即日起至XX年X月X日止

(二) 报名手续：

1. 以传真或邮寄报名为主，参赛者填妥报名表后，邮寄或传真至灯会承办厂商XX有限公司(地址□XX市南港区南港路3段80巷38号6楼；电话□XX-2654XX□传真□XX-2654XX)□以邮戳或传真时间为凭。请务必正确填写联络电话，以利连系作业。若有疑问可电洽XX市政府观光旅游局，电话□(04)2XX分机XX□

2. 学校请以团体报名方式参加，统一收件，送件，承办单位将於收到报名表后，给予编号，做为现场布置区域之规划依据。

3. 报名表可至XX观光旅游网下载查询

六、比赛类别：

分成简易花灯设计类组，自由创作类组

(一) 第一组简易花灯设计类：

由主办单位准备花灯基本模型简易材料，提供给xx市各中小学，於收到报名表后邮寄予参赛者，限量300份，领完为止，以此标准花灯模型，各参赛者得自由发挥，创意彩绘或进一步延伸创意设计亦可。

(二) 第二组自由创作类：

由参赛者自行创作花灯，需符合比赛规格即可。

七、主题：

以生肖[x]造型为发想，结合本次首届xx灯会及xx百年庆，或相关概念为基础做延伸，自由发挥。

八、材质规格：

(一) 参赛作品必须以「悬挂方式」制作。

(二) 花灯制作时需以完整的个体设计，俾便於悬挂，材质采牢固，环保，防水，不易破损为原则。

(三) 所有作品均需由内部发光，每件作品总耗电量以「100瓦」为主(采用乾电池或蜡烛者，一律不予收件)。

(四) 每件作品必须设置「至少保留150公分以上延伸性插头」以便连接电源。

九、比赛类别分组及制作规格：

(一) 简易花灯设计类组：

(1) 初中组：小型花灯(宽30至60公分, 高60至90公分, 长90公分以内)

(2) 小学组：小型花灯(宽30至60公分,高60至90公分,长90公分以内)

(二) 自由创作类组：

(1) 社会组(含大专院校)：中型花灯(宽60公分,高90至120公分,长150公分以内)

(2) 高中职组：中型花灯(宽60公分,高90至120公分,长150公分以内)

(3) 初中组：小型花灯(宽30至60公分,高60至90公分,长90公分以内)

(4) 小学组：小型花灯(宽30至60公分,高60至90公分,长90公分以内)

十、奖励办法：每类组录取三名,奖金金额如下

(一) 简易花灯设计类组：

(1) 初中组：第一名五千元，第二名四千元，第三名三千元，特优一千元3名

(2) 小学组：第一名五千元，第二名四千元，第三名三千元，特优一千元3名

(二) 自由创作类组：

银行跨年度营销活动方案策划篇六

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。

银行跨年度营销活动方案策划篇七

随着电子商务的越来越广泛的应用和越来越受到人们的亲睐的大背景下，作为电子商务重要的核心部分的资金流——即网上支付的手段越来越显得重要和备受关注。网上支付手段的安全性，可靠性，及时性，快捷性等直接关系到电子商务的发展和广泛应用的步伐，成为电子商务发展的重要突破环节。目前主流在网上支付手段很多，主要有：支付宝，支付通，财付通，网上银行，以及电子货币比如点卡□qq币等等一些其他的支付手段。支付手段的多样化为用户提供了更多的选择空间和更灵活的支付方式，但是还要看到现在的各种支付手段并没有达到最方便最快捷最安全的地步，作为一个正在逐步完善的市场我们需要不断新的更适应这个市场发展的方式和方法。我们正是在这样的背景和思想下提出自己的《农行电子银行营销方案》的。

银行跨年度营销活动方案策划篇八

20xx年xx月彩电夏季已来临，为了能让顾客在购买电视时得到更多的优惠，同时提高创维彩电在xx信用卡商城的销售份额，给双方产生更大的效益，制定x月份酒店直销的促销活动。

品鉴酷开智能3d创维直销刷卡5折起

xx月xx日-xx日

在创维办事处指定的酒店进行落地活动，现场刷卡支付。

创维电视所有型号，价格最低5折起（超低特价机除外），具体机型价格见附表（待定）。

（一）我司资源

- 1、我司给xx信用卡持卡客户提供优惠的价格产品（最低5折起）。
- 2、我司给xx信用卡持卡客户提供0运费的服务。
- 3、我司给xx信用卡持卡客户提供优质的售后保障服务。
- 4、我司提供活动场地，销售样机，以及相关的客服人员及销售人员。
- 5、我司针对市区进行大约50万条短信的发送。
- 6、超低特价机42寸下乡补贴价2999元、32寸活动价1999（各50台），市场42寸售价为4399元，32寸市场售价为2999元。

（二）银行资源

1□xx银行筛选符合一定条件的持卡客户数量（30万），进行短信发送。

2□xx银行提供信用卡中心首页的显著广告位，进行广告宣传。

a信息发布执行要点

1、要按照合适的.标准来筛选xx信用卡持卡客户信息，确保信息发布时有针对性，短信内容由双方协商确定。

2、在信用卡商城首页设立活动专题，内容包括活动形式（折扣优惠+家电下乡），时间、地点、咨询电话（座机）。

b活动报名执行要点

1、在活动报名阶段，我司制作标准的表格，安排相关人员记录来电顾客的姓名，电话，所在区域，预购型号。并根据实际情况，放大活动的利益点（惊爆特价机，高折扣，家电下乡等三重优惠）

2、对于咨询家电下乡的顾客，按照标准的国家家电下乡的流程告知顾客，国家家电下乡流程在附件中。

c活动现场执行要点

1、销售讲解由创维内蒙分公司直销+市场部主导操作，包括人员的培训，接待人员的培训，活动现场流程的安排，确保活动现场有条不紊的进行。

2、订单收款由xx电器的相关财务人员来完成，并做好订单记录，以便在xx银行进行核对。

3、订单收款完成后，由xx电器统一安排送货。

d售后服务执行要点

1、送货前，与顾客约定送货时间，最好能在七个工作日内将货配送到位，如果有特殊情况，要与顾客沟通好，避免投诉。

2、退换货的问题，如果是产品本身的质量问题，可进行退换货的服务。

银行跨年度营销活动方案策划篇九

一、活动主题：“新春社区行精彩巧亮相”

即将离去的，我们携手并肩取得了丰硕的成果，即将到来的20**年充满竞争与希望，我们豪情满怀同时也坚信，我们在一起还会创造出更多奇迹！

时间：月26日14:00—18:00

畅饮地点：温魅餐饮时间：14:00—15:20

唱响地点：温魅ktv时间：15:30—18:00

各小组成员：

a□徐XXXXXXXXXX

b□XXXXXXXXXXXX

c□XXXXXXXXXX

d□XXXXXXXXXX

e□XXXXXXXXXX

畅赢备注：

a□各小组选组长一名，小组名称、口号由各小组确定；

b□各小组备选一名高、中、低音选手一名；

c□各小组选出一名评委；(评委不参与比赛)

d□各小组限增加一个名额，于12月24日12时之前到人力资源部报名；

e□备选曲目：

高音：美声《青藏高原》《我爱你，中国》流行《飞的更高》
《死了都要爱》《大海》

歌手：韩红、阿信、张雨生、祖海、宋祖英

歌手：周冰倩、陈奕迅、张学友、萧亚轩、刘德华

低音：□k歌》《执着》《曾经的你》《一生爱你千百回》《我是真的受伤了》《掌心》

歌手：梅艳芳、许巍、阿桑、蔡琴、张宇、郑中基、伍佰、阿杜

以上歌曲为备选曲目，只做参考。

f□奖项设置：小组前三名(标准：高、中、低三组比赛者得分)(3名)、个人(高、中、低音各一名选手)(3名)、台风(1名)、才艺(1名)、组长(1名)、小组名称(1名)、口号(1名)、游戏提供(1名)

g□评分标准

歌曲的完整，在唱歌过程中不跑调，离调，不错词，歌词吐字咬字清晰(4分)

正确把握歌曲的旋律和节奏，气息、技巧把握到位(3分)

理解歌曲，把握对乐曲旋律及歌词理解情感投入到位在处理上有自己独到之处(1分)

不看歌词(1分)

选手的整体造型、台风与现场观众及主持人的现场互动(1分)

(最终得分为现场评委打分的平均分，精确到0.00)

银行跨年度营销活动方案策划篇十

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。

银行跨年度营销活动方案策划篇十一

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。