# 银行情人节活动方案(实用10篇)

来源：网络 作者：落梅无痕 更新时间：2024-06-09

*为保证事情或工作高起点、高质量、高水平开展，常常需要提前准备一份具体、详细、针对性强的方案，方案是书面计划，是具体行动实施办法细则，步骤等。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希...*

为保证事情或工作高起点、高质量、高水平开展，常常需要提前准备一份具体、详细、针对性强的方案，方案是书面计划，是具体行动实施办法细则，步骤等。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

**银行情人节活动方案篇一**

特惠商户经营，历来是各银行角逐最为激烈的焦点，综由于特惠商户本身的.特性，各同业都出现了同质化严重、盲目追求规模、维护效率低下、宣传效果差、合作不深入等问题，商户逐渐失去了积极性，对于邮储银行来来说，这是机遇，更是挑战。为更加有效的进行商户深度经营，打造我行银行卡的领先品牌，初步定于20xx年策划了一次以甜品为主题的餐饮活动，通过在贺兰市场中筛选出口碑好、品牌好、大家都认可的商户，以刷邮储卡5折的方式回馈持卡人，以口碑效应带来商户爆棚，从而实现了商户、持卡人、邮储银行三方共赢的良好局面。

“真爱永恒、邮储随行！”邮储银行5折特惠季

白领人士，年轻群体。

20xx年2月1日---20xx年2月29日

邮储银行金卡以上客户

20xx年2月1日---20xx年2月29日期间，每天推出一家甜品店，达标邮储银行金卡客户可领餐券一张，凭餐券享受指定套餐5折优惠（具体细则以店内公告为准）。

1、 报纸宣传：网站首页及活动专栏进行宣传

2、 短信发送

3、在各分支行进行dm单/折页x架/易拉宝、横幅宣传。

4、电子显示屏：分支行电子显示屏进行活动宣传。

5、报广宣传；活动前和活动期间分别在主流媒体上进行软文宣传。

6、广播宣传。

1、统一制作活动标示，提示客户。

2、根据各商户具体情况布置x展架、海报/贴纸/台牌/宣传单

3、商场店内广播，对活动进行不间断播放。

4、设立邮储银行活动通道，进行活动宣传。

**银行情人节活动方案篇二**

特惠商户经营，历来是各银行角逐最为激烈的焦点，综由于特惠商户本身的`特性，各同业都出现了同质化严重、盲目追求规模、维护效率低下、宣传效果差、合作不深入等问题，商户逐渐失去了积极性，对于xx银行来来说，这是机遇，更是挑战。为更加有效的进行商户深度经营，打造我行银行卡的领先品牌，初步定于20xx年策划了一次以甜品为主题的餐饮活动，通过在xx市场中筛选出口碑好、品牌好、大家都认可的商户，以刷xx卡x折的方式回馈持卡人，以口碑效应带来商户爆棚，从而实现了商户、持卡人、xx银行三方共赢的良好局面。

“真爱永恒、xx随行!”xx银行x折特惠季

白领人士，年轻群体。

20xx年3月x日---20xx年6月xx日

兴业银行金卡以上客户

活动内容:20xx年3月x日---20xx年3月xx日期间，每天推出一家甜品店，达标xx银行金卡客户可领餐券一张，凭餐券享受指定套餐x折优惠(具体细则以店内公告为准)。

商户名称活动内容活动时间

xxxx指定套餐x折每周一

xxxx指定套餐x折每周二

xxxx指定套餐x折每周三

xxxx指定套餐x折每周四

xxxx指定套餐x折每周五

1、报纸宣传：网站首页及活动专栏进行宣传

2、短信发送

3、在各分支行进行dm单/折页x架/易拉宝、横幅宣传。

4、电子显示屏：分支行电子显示屏进行活动宣传。

5、报广宣传;活动前和活动期间分别在主流媒体上进行软文宣传。

6、广播宣传。

1、统一制作活动标示，提示客户。

2、根据各商户具体情况布置x展架、海报/贴纸/台牌/宣传单

3、商场店内广播，对活动进行不间断播放。

4、设立xx银行活动通道，进行活动宣传。

**银行情人节活动方案篇三**

在情人节即将到来之际，为回馈客户，中国银行泉州分行开展主题为“百年中行e生相伴”的个人电子银行情人节特别活动。

一、时间：20xx年2月13日―3月14日

二、对象：中行泉州分行个人网银和手机银行客户

三、内容：

(一)免费开通网银，共享甜蜜好礼

2月13日―14日，个人客户持有效身份证件到泉州中行网点柜台同时开通理财版(或贵宾版)个人网上银行、手机银行和电话银行服务，可获德芙巧克力一份，情侣双人同开更有“心”喜。礼品数量有限，送完为止。

(二)轻松动账交易，喜赢新年大礼

活动期间，个人客户通过网银和手机银行进行20笔以上(含)指定交易即可获中奖机会。尊享奖1名，赠苹果ipad2平板电脑1台;乐享奖20名，各赠西服熊精美u盘1个。

指定交易包括转账汇款、定期存款、网上支付、信用卡转账、代缴费、投资理财(含中银理财计划、外汇、黄金、双向宝、基金、国债、第三方存管、银期转账、b股银证转账)、结售汇、跨行现金管理等交易。

四、说明：1.本次活动交易数据以中行系统数据为准。2.活动结束后，中行将在《泉州晚报》公布获奖名单并向客户发送通知短信，请及时关注。获奖客户请携有效身份证件至网银开户行领奖。3.本次活动两项奖项不同时获取，以价值较高的奖项为准。4.所有礼品不能兑换现金，本活动最终解释权归中国银行泉州分行所有。

【优惠链接】20xx年1月1日―3月31日，手机银行理财版和贵宾版转账汇款执行优惠费率，除中行跨省卡卡转账按两折优惠(即转账金额的万分之六，最低1元，最高12元)外，包括国内跨行转账在内的其他多项转账汇款全部免费。个人网银贵宾版客户转账汇款执行优惠费率，本币中行省内、跨省卡折转账免费、跨省卡卡转账2折优惠、跨行转账汇划5折优惠;外币境内汇划费全免，外币跨境汇款8折优惠(其中电讯费正常收取)。个人网银理财版客户转账汇款执行优惠费率，本币中行省内转账免费、跨省卡卡转账2折优惠、跨省卡折转账7.5折优惠;外币跨境汇款8折优惠(其中电讯费正常收取)。(中行)

文档为doc格式

**银行情人节活动方案篇四**

活动主题：牵手渡鹊桥，相会于xx

活动时间：暂定20xx年2月14日

活动对象：xx银行借记卡持卡客户（以家庭或者情侣为单位）

活动范围：xx分行各营业网点和社区网点

物料宣传：

1、活动前期配备活动海报、宣传单页进行落地的活动宣传。

2、在营业网点周边社区和写字楼及合作单位内摆放宣传物料进行活动宣传。

电话营销：

1、每家营业网点向各自的存量客户通过电话邀约和现场拜访的方式邀请客户参加活动。

媒体宣传：

2、在xx银行的微信公众平台上以软文的形式发布本次活动的相关信息，作为线上的推广渠道之一。

（1）七夕节整体活动墙

1.营业网点放置一面活动背景墙，背景墙上面印有爱心的图案或者xx银行的logo图案。

2.在背景墙上指定的logo处插满玫瑰

3.客户到营业网点内在背景墙前照相并发至朋友圈领取玫瑰一朵。

（2）摄影作品甄选

营业网点收集分享在剪影墙前拍摄的摄影作品。参赛客户可在剪影墙前摆出各种各样的姿势，根据在剪影墙前拍摄的照片作为参赛作品。

（3）缘分墙寻觅有缘人

收集分享有征婚交友需求的客户信息填写表格，放置在缘分墙上，作为整体活动墙的辅助功能，也是让整个活动更契合与七夕有关的活动主题。

1.以”牵手渡鹊桥，相会于恒丰“为主题，用在剪影墙内摆出的姿势作为摄影作品的表达形式，以评选出最佳作品。

2.参赛客户可以自带拍摄工具拍摄也可由银行工作人员辅助拍摄。

3.在活动过程中，评比标准为：以参赛客户在剪影墙内摆出的.姿势传达出的姿态表达程度，创意和新奇程度作为评判标准。

**银行情人节活动方案篇五**

活动主题：牵手渡鹊桥，相会于xx活动时间：暂定20xx年x月xx日

活动对象：xx银行借记卡持卡客户(以家庭或者情侣为单位)

活动范围：南京分行各营业网点和社区网点

活动目的：通过互动形式的体验和新颖的活动方式传播xx银行的知名度，在客户与工作人员的交流互动中增加现有客户的质量，以及拓展新客户的数量。

物料宣传：

1、活动前期配备活动海报、宣传单页进行落地的活动宣传。

2、在营业网点周边社区和写字楼及合作单位内摆放宣传物料进行活动宣传。

电话营销：

3、每家营业网点向各自的存量客户通过电话邀约和现场拜访的方式邀请客户参加活动。

媒体宣传：

4、在xx银行的微信公众平台上以软文的形式发布本次活动的相关信息，作为线上的推广渠道之一。

(1)七夕节整体活动墙

1.营业网点放置一面活动背景墙，背景墙上面印有爱心的图案或者xx银行的logo图案。

2.在背景墙上指定的logo处插满玫瑰

3.客户到营业网点内在背景墙前照相并发至朋友圈领取玫瑰一朵。

(2)摄影作品甄选

营业网点收集在剪影墙前拍摄的摄影作品。参赛客户可在剪影墙前摆出各种各样的姿势，根据在剪影墙前拍摄的照片作为参赛作品。

(3)缘分墙寻觅有缘人

收集有征婚交友需求的客户信息填写表格，放置在缘分墙上，作为整体活动墙的辅助功能，也是让整个活动更契合与七夕有关的活动主题。

1.以\"牵手渡鹊桥，相会于恒丰\"为主题，用在剪影墙内摆出的姿势作为摄影作品的表达形式，以评选出最佳作品。

2.参赛客户可以自带拍摄工具拍摄也可由银行工作人员辅助拍摄。

3.在活动过程中，评比标准为：以参赛客户在剪影墙内摆出的姿势传达出的姿态表达程度，创意和新奇程度作为评判标准。

**银行情人节活动方案篇六**

2月14日情人节就要到了，为消费者创造一个既浪漫又温馨的\'节日，是每一家酒店都在努力的工作。

根据我们酒店自身的经营特色，根据常消费熟客的消费习惯。今年，我们定制出一下情人节推广计划，来向消费者传送这个节目的讯息，供总办审阅。

天元酒店情人节(天赐良缘，情定天元)

20xx年2月14日

主要地点：香榭岛西餐厅(酒店六楼)

次要地点：客房

1、通过浪漫的场景布置，为消费者创造一个温馨，旖旎的爱的殿堂;

2、摆放“情人留言卡片”，供情侣在上面写下爱的誓言

3、客房设立“粉红情侣套房”，巧妙布置，并赠送玫瑰花，巧克力，香槟酒

1、外围设一块桁架做宣传广告

2、大堂电子屏、led屏滚动播放关于活动内容

3、一楼、六楼各放一个小展架

4、六楼餐厅每个餐桌摆一个烛台，一只玫瑰花

5、整个餐厅用白色桌布、白色椅子、腊梅、沙缦点缀整个餐厅

6、吧台摆一束鲜花(百合、马蹄莲)

7、西餐厅门口搭个拱门花柱

8、彩灯和沙缦布置现场用粉色气球点缀

9、现场拍照(拍立得20元/张)

10、餐台摆一个香槟塔

11、专门设一个餐台放一个大蛋糕摆在餐台上

1、宣传单：1000份(客房，各营业口)

2、短信发布:1300元(2万条)

3、内部广告发布：(电子屏，三明电视台字幕滚动频，含喷绘)

4、广告文字：

a、天赐良缘，情定天元。(广告词)

b、春信绽放，玫瑰花开，爱情来了，你的故事开始了;情人节到了，在天元大酒店准备一份珍爱的礼物，然后温柔地携上你的她或他，就在这个浪漫的日子开始相约。(短信)

1、营销部：2月10日前推出活动广告

2、其他部门2月10前结合营销计划，制定好情人节活动细则

3、餐厅客房在2月13日前做好情人节氛围营造工作

4、工程部：结合活动计划，做好用光，用电工作的安排及特殊道具的制作

1、玫瑰花：

2、巧克力：

3、宣传单：1000张x0.1元=100元

4、喷绘：200元

5、x展架：60元

6、短信：1300元(2万条)

**银行情人节活动方案篇七**

20xx年2月13日―20xx年2月14日

二、

玫瑰花（包装）、精美卡片（提前写好情人节主题的祝福语，结尾空出客户名字）

1、活动期间新开xx卡客户，同时开通手机银行、网银并且当场用手机银行办理一笔业务的客户，可获增1枝玫瑰花（带卡片）

2、凡是到网点办理业务的前14名客户，均可获赠温馨玫瑰花一枝

3、给另一半存定期的客户，均可获赠玫瑰花一枝

4、1月份到2月份存款5万以上的潜在客户，也可获赠玫瑰花一枝；

银行情人节活动方案9

在情人节即将到来之际，为回馈客户，xx分行开展主题为“百年xx生相伴”的个人电子银行情人节特别活动。

20xx年x月x日―x月x日

xx分行个人网银和手机银行客户

（一）免费开通网银，共享甜蜜好礼

3月x日―x日，个人客户持有效身份证件到xx网点柜台同时开通理财版（或贵宾版）个人网上银行、手机银行和电话银行服务，可获德芙巧克力一份，情侣双人同开更有“心”喜。礼品数量有限，送完为止。

（二）轻松动账交易，喜赢新年大礼

活动期间，个人客户通过网银和手机银行进行x笔以上（含）指定交易即可获中奖机会。尊享奖x名，赠苹果ipad2平板电脑x台；乐享奖x名，各赠西服熊精美u盘x个。

指定交易包括转账汇款、定期存款、网上支付、信用卡转账、代缴费、投资理财（含xx理财计划、外汇、黄金、双向宝、基金、国债、第三方存管、银期转账、b股银证转账）、结售汇、跨行现金管理等交易。

1、本次活动交易数据以中行系统数据为准。

2、活动结束后，xx将在《xx晚报》公布获奖名单并向客户发送通知短信，请及时关注。获奖客户请携有效身份证件至网银开户行领奖。

3、本次活动两项奖项不同时获取，以价值较高的奖项为准。

4、所有礼品不能兑换现金，本活动最终解释权归xx分行所有。

**银行情人节活动方案篇八**

活动主题：

“真爱永恒、邮储随行！”邮储银行5折特惠季

活动定位：

白领人士，年轻群体。

活动时间：

20\_\_年2月1日---20\_\_年2月29日

参与对象：

邮储银行金卡以上客户

活动内容:

20\_\_年2月1日---20\_\_年2月29日期间，每天推出一家甜品店，达标邮储银行金卡客户可领餐券一张，凭餐券享受指定套餐5折优惠（具体细则以店内公告为准）。

活动宣传

1、报纸宣传：网站首页及活动专栏进行宣传

2、短信发送

3、在各分支行进行dm单/折页x架/易拉宝、横幅宣传。

4、电子显示屏：分支行电子显示屏进行活动宣传。

5、报广宣传；活动前和活动期间分别在主流媒体上进行软文宣传。

6、广播宣传。

商户渠道

1、统一制作活动标示，提示客户。

2、根据各商户具体情况布置x展架、海报/贴纸/台牌/宣传单

3、商场店内广播，对活动进行不间断播放。

4、设立邮储银行活动通道，进行活动宣传。

银行情人节活动方案3

一、活动概述

活动主题：牵手渡鹊桥，相会于\_\_

活动时间：暂定20\_\_年2月14日

活动对象：\_\_银行借记卡持卡客户（以家庭或者情侣为单位）

活动范围：\_\_分行各营业网点和社区网点

二、前期活动宣传

物料宣传：

1、活动前期配备活动海报、宣传单页进行落地的活动宣传。

2、在营业网点周边社区和写字楼及合作单位内摆放宣传物料进行活动宣传。

电话营销：

1、每家营业网点向各自的存量客户通过电话邀约和现场拜访的方式邀请客户参加活动。

媒体宣传：

2、在\_\_银行的微信公众平台上以软文的形式发布本次活动的相关信息，作为线上的推广渠道之一。

三、活动内容

（1）七夕节整体活动墙

1.营业网点放置一面活动背景墙，背景墙上面印有爱心的图案或者\_\_银行的logo图案。

2.在背景墙上指定的logo处插满玫瑰

3.客户到营业网点内在背景墙前照相并发至朋友圈领取玫瑰一朵。

（2）摄影作品甄选

营业网点收集分享在剪影墙前拍摄的摄影作品。参赛客户可在剪影墙前摆出各种各样的姿势，根据在剪影墙前拍摄的照片作为参赛作品。

（3）缘分墙寻觅有缘人

收集分享有征婚交友需求的客户信息填写表格，放置在缘分墙上，作为整体活动墙的辅助功能，也是让整个活动更契合与七夕有关的活动主题。

四、活动规则

1.以”牵手渡鹊桥，相会于恒丰“为主题，用在剪影墙内摆出的姿势作为摄影作品的表达形式，以评选出最佳作品。

2.参赛客户可以自带拍摄工具拍摄也可由银行工作人员辅助拍摄。

3.在活动过程中，评比标准为：以参赛客户在剪影墙内摆出的姿势传达出的姿态表达程度，创意和新奇程度作为评判标准。

**银行情人节活动方案篇九**

活动主题：牵手渡鹊桥，相会于xx

活动时间：暂定20xx年8月20日

活动目的：通过互动形式的体验和新颖的活动方式传播xx银行的知名度，在客户与工作人员的`交流互动中增加现有客户的质量，以及拓展新客户的数量。

物料宣传：

1、活动前期配备活动海报、宣传单页进行落地的活动宣传。

2、在营业网点周边社区和写字楼及合作单位内摆放宣传物料进行活动宣传。

电话营销：

3、每家营业网点向各自的存量客户通过电话邀约和现场拜访的方式邀请客户参加活动。

媒体宣传：

4、在xx银行的微信公众平台上以软文的形式发布本次活动的相关信息，作为线上的推广渠道之一。

（1）七夕节整体活动墙

1、营业网点放置一面活动背景墙，背景墙上面印有爱心的图案或者xx银行的logo图案。

2、在背景墙上指定的logo处插满玫瑰

3、客户到营业网点内在背景墙前照相并发至朋友圈领取玫瑰一朵。

（2）摄影作品甄选

营业网点收集在剪影墙前拍摄的摄影作品。参赛客户可在剪影墙前摆出各种各样的姿势，根据在剪影墙前拍摄的照片作为参赛作品。

（3）缘分墙寻觅有缘人

**银行情人节活动方案篇十**

活动主题：牵手渡鹊桥，相会于恒丰

活动时间：暂定20xx年8月20日

活动目的：通过互动形式的体验和新颖的活动方式传播民生银行的知名度，在客户与工作人员的交流互动中增加现有客户的质量，以及拓展新客户的数量。

物料宣传：

1、活动前期配备活动海报、宣传单页进行落地的活动宣传。

2、在营业网点周边社区和写字楼及合作单位内摆放宣传物料进行活动宣传。

电话营销：

3、每家营业网点向各自的存量客户通过电话邀约和现场拜访的方式邀请客户参加活动。

媒体宣传：

4、在恒丰银行的微信公众平台上以软文的形式发布本次活动的相关信息，作为线上的推广渠道之一。

(1)七夕节整体活动墙

1.营业网点放置一面活动背景墙，背景墙上面印有爱心的图案或者恒丰银行的logo图案。

2.在背景墙上指定的logo处插满玫瑰

3.客户到营业网点内在背景墙前照相并发至朋友圈领取玫瑰一朵。

(2)摄影作品甄选

营业网点收集在剪影墙前拍摄的摄影作品。参赛客户可在剪影墙前摆出各种各样的姿势，根据在剪影墙前拍摄的照片作为参赛作品。

(3)缘分墙寻觅有缘人

收集有征婚交友需求的客户信息填写表格，放置在缘分墙上，作为整体活动墙的辅助功能，也是让整个活动更契合与七夕有关的活动主题。

1.以”牵手渡鹊桥，相会于恒丰“为主题，用在剪影墙内摆出的姿势作为摄影作品的表达形式，以评选出最佳作品。

2.参赛客户可以自带拍摄工具拍摄也可由银行工作人员辅助拍摄。

3.在活动过程中，评比标准为：以参赛客户在剪影墙内摆出的姿势传达出的姿态表达程度，创意和新奇程度作为评判标准。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn