# 银行宣传方案(汇总13篇)

来源：网络 作者：梦里花落 更新时间：2024-05-20

*方案可以帮助我们规划未来的发展方向，明确目标的具体内容和实现路径。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、时间的安排以及风险的评估等，以确保问题能够得到有效解决。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。银行宣...*

方案可以帮助我们规划未来的发展方向，明确目标的具体内容和实现路径。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、时间的安排以及风险的评估等，以确保问题能够得到有效解决。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。

**银行宣传方案篇一**

扩大中国建设银行长沙河西中南大学支行的知名度和影响力。

通过全方位多层次的宣传让建行中南大学支行深入人心，并且让我们学生群体尽快加入网上银行，快速时尚购物的潮流中去。同时提供给大家营造一个安全、方便、满意、放心的建设银行操作平台。

1.宣传内容

媒体宣传：借助网络、传单与海报让学生们能有机会迅速和乐意的加入我们建行网上银行服务中去，通过这次宣传，给我们建设银行在中南树立一个品牌，一个很好的形象，把安全方便实惠让利给大家，让大家知道明年的新支行开张以及现在的支行具体的位置与联系方式，让大一新生对建行有所了解，让一直支持建行的老生有一个继续用建行卡的理由和希望！

同时给那些不是建行用户的学生一个优惠的活动，让他们能通过我们的网上银行推广或是新店新形象新服务加入到我们建行的客户群体中来，让同学们了解建行的宗旨和历史以及产品服务的优势和优惠政策，让大家对建行的喜爱进一步加深。用于推广建行的优秀形象——比如：龙卡储蓄卡（龙的传人用龙卡）；第一家上市公司（国家a股在香港和内地同时上市，股民满仓持有率高）；网上银行的购物（网上购物可积分，可随时随地手机支付货款，只需免费签约即无消费上限）建行的业务丰富，增长速度快（个人信贷，高端卡品，移动银行，好的口碑）；湖南省建行的优势，排名（省建行利润率，资本充足率、新贷总数等居全省银行榜首，不良贷款率等同省最少）。同时在提供的物品上给予中南建行最大的宣传，同学们都能享受实惠和对中南建行文化的信任。

营造氛围：“网上银行—足不出户的购物和缴费日益流行与火爆，营造一个建设银行网上银行、手机银行的推广活动非常重要”学生周边的横幅，展板都体现出建行将给我们带来一个安全、方便、满意、放心的建设银行网上银行操作平台，给予大家极大的信任感和新鲜感。横幅、展板都用建行行徽和具体赞助冠名宣传标语，位置十分显眼，效果十分明显。在活动之前我们的宣传工作会遍及整个南校区，在大家的期待之余一定要给大家带来神秘感，以保证当天活动的成功举办——比如：某些优惠活动，以及当天的礼品赠送与抽奖活动。

文化活动：活动当天早上布置装饰舞台，广告牌，帐篷，展柜，展板，有音箱放音乐。我们的展销活动顺利进行，用实际的产品优惠和赠品相送吸引大家过来咨询、参观我们的建行的业务和形象，再加上摆出的咨询台和活动点，相信有很多人会对建行的业务感兴趣，到时现场邀请和安排贵行人员负责答疑。在大家开始对建行业务感兴趣的时候，再推出这次活动大家可以获得的业务优惠项目，贵行对售后服务的保证，让大家自己享受了真正的实惠并感觉自己的身份上升一个层次。

到时大家对这次建行的活动就会有更加深层的好感，也同时必然对此次活动推广进行极大的考虑。同时随着广播站“中大之声”的广播，对建行的评价和历史介绍，那么建行这个品牌我想不深入人心都不可能。这样的宣传再加上这两天的活动，以及明年建行新的形象店开张，那么建行的储蓄卡在中南占有率会翻20倍以上！

而本次活动的成功举行，网上银行中南市场占有率可能会超过50%！所以我想贵行能多提供发放给大家的赠品和在活动中能利用到的宣传道具！最主要是让同学们都记得这个活动记得中南建行！并可以与我们建立长期的宣传合作关系及部分业务代理。

2.宣传平台

中南大学网络宣传，每天10次以上（集中在学生经常去的校园网站）；“中大之声”广播站（中南大学唯一的校级广播站）；学生公寓中心摆设宣传、咨询、登记点（在宣传周开始，只要天气好，我们会摆出这次活动的推广点）；体育场旁和升华广场旁拉横幅（只能拉这里了）；中南南校区海报墙贴海报与摆设活动宣传喷绘（必须的，没有活动不摆那里）；人际关系网（老师）（协会内部的人会对同学和老师进行宣传，同时活动当中推广贵行的公务员卡或其它业务，相信部分老师也会对此次活动感兴趣）。

3.任务分工和宣传时间

1.各场址的布展、布置实施工作；

2. 广告宣传品的布置落实；

3.参展企业、产品、人员陆续到位；

4.各工作组进入活动实施阶段工作。

宣传工作预计从下个星期一开始，这星期贵行签下合同协议并支付冠名宣传费用，我们商定具体事宜。这周拿到资料后马上开始打印横幅、展板、彩色宣传单和海报。预计在下周一可以完成宣传资料的整理！贵行请尽快给我们提供电子资料和文字资料，以及尽量多的现有传单。并共同商定部分横幅标语，注意事项。给我们提供技术顾问及咨询电话，便于我们随时联系询问、请求帮助和反映情况。

我们在本周日晚上或下周一开动员大会，下周具体工作向下分发布置。如下：（每天的网络宣传，天气好就有活动咨询台）

周二，在每个寝室楼栋张贴宣传活动海报，在预先设计位置上挂活动的宣传横幅、展板，对每个寝室发放宣传单，让协会成员开始对同学和老师进行宣传此次活动及建行业务。在升华广场旁的店旁贴手绘海报。

周三，经过一天的宣传，同学们对活动有个初步的了解，我们会安排人员去再次做一次调研，因为前期已经做过一次，这次调研的范围会很广，会遍及到全校师生（附上原调查用表，这次会修改），具体是否调查建行的业务要和贵行商量一下。当天晚上整理统计调查表。

周四，检查我们的海报、横幅、展板，可以在海报墙加强一次海报宣传，同时我们的推广点（咨询台）会移动位置，从中心向食堂移动。再进行一次形式上的调研，这次调研主要目的是让每个人知道这次活动，主要和他们说活动的具体情况，并确认他们是否知道这次活动，让他们参与进来。

周五，准备我们明天活动的具体事宜，贵行也需要有人员给我们的一些人员说说具体情况，同时贵行也要准备明日活动提供的物品给我们，主要是帐篷、宣传台、复印机等物品（附空白表格填写商议——可周六早上发放）。我们也会在全校每个寝室再发放一张宣传单！并外出发放少量宣传单，目的还是确认大家是否知道此次活动，让大家参与进来。

周六，活动当天，预计早上10点之前搭好所需要的舞台，道具，人员布置齐全，所有工作完备以后开始音乐，广播，礼仪，活动。今天重点是展销，在11点左右，同学们下课高峰和寝室同学出门吃饭高峰的时候，在人流量最大的地点进行大量的宣传单发放！同时加上活动现场的.工作开展、宣传，参与人数不可想象。期间让贵行业务员进行宣传和指导。同时现场要有复印机，让同学们方便登记，统一业务办理，并说明送货上门等等具体事宜。下午同学们午休出门高峰期，我们会进行抽奖，唱歌等等小活动，让大家的激情高涨。预计下午6点结束（天黑得早，而且冷）。

周日，参与人员可能比昨天少，我们就让安排我们自己的一些人员过来现场，把气氛营造起来，今天的重点就是推广建行网银，广播站继续给我们广播，大家不需近距离接触，就知道更明确这次大型活动和建行的推广业务，在大家对建行的业务考虑同时，加强此次活动的宣传。今天的咨询台至少要多一个，办理人数肯定比昨天要多，同时现场要有复印机，给予同学们方便登记，统一办理，说明送货上门等等具体事宜。下午进行最后的呼吁和表演活动，最后检查道具，清点货物和贵行业务员进行交流整理数据。预计6点结束。

下周我们对参与这次活动的学生群体进行小范围调研，明确一下大家的反映和满意程度。再与贵行一起对活动进行总结，备档。并谈谈此次的活动效果和以后的活动合作方案。

活动两天，天气十分重要，如不好（下雨等）就推迟一周，活动期间需有贵行的人员进行监察，发现问题即时提醒及挽救，全程有我们的人员拍照，给予贵行留底、备档。此次全程活动策划，活动流程，活动方式，活动开展全权由我们负责。贵行需提供的物品尽量尽快到达我们手中，如需帮助，贵行能尽力解决我们的疑问和困难。

本次活动达到的具体数字效果不予保证，但这个市场绝对相当的大！活动之中双方都不允许有违约行为！贵行以宣传和推广为主要目的，以长期业务合作为主要目标。此次活动尽量以优惠的产品办理和优质满意的服务让利给我们学生群体。

**银行宣传方案篇二**

向广大小微企业经营业主宣传小微企业金融服务政策，开展有针对性的金融知识普及；展示和推广银行业金融机构开展小微企业金融服务的成就与经验，营造良好的.社会氛围；推介特色服务和特色产品，努力提升小微企业金融服务水平。

\*\*年5月10日至6月10日，为期一个月。

（一）成立小微企业金融服务宣传月活动领导小组，由行长任组长，主管副行长任副组长，办公室及各业务部门主要负责人为成员。领导小组下设办公室在公司业务部。

（二）领导小组根据银监机构的总体要求制定和实施本行的活动方案，组织、协调和监督落实各项工作要求，确保宣教的覆盖面和有效性。领导小组办公室负责持续了解辖内银行小微企业金融服务宣传月活动筹备及开展情况，指导、督促全行有效落实宣传方案，及时收集、编辑宣传活动信息、新闻报道和总结报告等。

（一）推进小微企业金融服务的政策；

（二）小微企业金融服务取得的成绩和主要行动措施；

（三）小微企业金融特色产品和服务创新；

（四）小微企业成功融资案例等。

（一）5月10日至5月15日为准备阶段，制定详细方案，总行及各支行要通过适当形式进行动员和周密部署。

（二）5月15日至5月31日，通过新闻媒体、举办知识技能竞赛、银企对话、研讨会、上街服务等开展形式多样的活动进行宣传，在市级主要报刊上刊登“小微企业金融服务宣传月”专栏，开辟宣传网页，扩大社会影响力。

（三）在宣传月中，专门印制“小微企业金融服务宣传月”活动的宣传资料。在集中宣传月内，各支行网点要统一悬挂“小微企业金融服务宣传月”横幅，摆放宣传资料；led滚放。宣传口号：

1、深入开展“小微企业金融服务宣传月”活动

2、助小微强服务防风险惠民生

3、服务小微银企共赢

4、银企互动相伴成长

5、立足小微服务实体经济

（四）结合“金融服务下乡”走上街头或深入助小微企业开展面对面的宣教活动，发放宣传材料，确保覆盖面和宣教效果。

（五）5月31日至6月10日，为总结阶段。领导小组办公室负责对活动开展情况、效果及下一步工作进行总结，并以书面形式报保定银监分局监管二科。

全行要高度重视“小微企业金融服务宣传月”活动，精心组织，明确责任分工。领导小组办公室负责与各相关部门协调联动，按照方案抓好组织实施。在现有支持小微企业发展的政策措施基础上，针对制约企业发展的突出问题，不断完善相关政策措施。充分运用国家、地方各类中小企业专项资金和技术改造资金，支持“三型”小微企业发展；支持公共服务平台、小企业创业基地、中小企业公共服务。组织和协调好当地的政府机构、媒体等资源，充分动员，确保此次活动在当地落到实处。宣传月结束后，各支行要继续利用已有的各种资源，持续开展小微企业金融服务宣传教育工作，扩大宣传效果。

二〇xx年五月十五日

**银行宣传方案篇三**

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。

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。

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

过年包红包、市民钞换钞。春节将至，为了能在节日期间送出包着新票的红包，到银行换新钞的市民人数明显增多。以此为契机，春节前30天至春节后15天，为活动宣传、客户开卡、客服使用期，并在此期间做好支局人员培训，包含网银使用、手机银行使用、以及注意事项等细节。着重给年轻客服推销网银使用、手机银行使用相关业务，让他们办理农商行卡，并同时针对年轻客户开通网上银行和手机银行的相关业务。

所谓旺季营销，指商业银行在特定的时期(如春节、五一期间等)，利用市场金融资源相对集中的特点，加大营销力度，使业务在短期内获得超常规地发展，从而能占有更大的市场份额。作为各级银行机构发展业务的经营策略，旺季营销在促进银行业务快速增长方面，能起到重要作用。

旺季营销后应培养一批忠诚的客户。绝大多数的消费者对银行的要求是，脸色好一点，速度快一点，安全多一点，绝大多数的消费者对银行的要求是，脸色好一点，速度快一点，安全多一点。最理想的方式是通过不断完善atm、网上银行、特别是手机银行的相关功能分流散户，达到高效率服务的效果。最重要的是不断满足用户的需求，提升用户的满意度，保持用户对农商行的满意度和忠诚度。

重点是不断加强银行atm、网上银行、手机银行的功能，能够满足客户日益增长的需求。

一是atm加强相关的存取款业务以及取款的安全性;

三是随着智能手机的逐步普及，应特别加强对手机银行功能的宣传，使用户可以随时随地的办理相关业务，同时通过这次活动大力宣传，使用户了解手机银行可以转账、可以定期和活期互相转换、逐步完善重庆市水电气费以及电话费缴纳的相关细节，使客服逐不出户可以用手机缴纳相关费用;四是逐步完善手机银行的操作页面，使用户可以体验到快速简介的服务;逐步完善手机银行随时随地可以转账的功能，不局限于下午4：30分以后都不可以转账的功能，比如支付宝相关功能，随时随地可以转账，很快到账;五是完善重庆农商行手机app的软件，加强农商行手机app的相关宣传，满足用户的相关需求。

支行区县各街镇相关商户、各街镇政府相关部门、区县局机关事业单位相关人员。

利用上门“过年包红包、市民钞换钞”等服务方式，对区县各街镇相关商户、各街镇政府相关部门、区县局机关事业单位相关人员进行走访，登记客户资料。支行人员持“新零钞”，借助帮客户“换新钱”的服务方式，携带合适的宣传品，包括对联、福字、围裙等，再次对相关人员进行实地走访，核实客户信息，落实客户使用农商行业务的具体情况，对尚未使用农商行的客户要重点进行宣传和公关，利用农商行的便利性以及手续费优惠，力争走访相关人员拥有一张农商行卡。

重点宣传农商行相关便利服务，比如给年轻人宣传网上银行和手机银行的作用和安全性，着重对相关业务进行介绍。开卡时，一定要为客户开通免费一个月的试用短信业务，确保客户能实时看到账户变动情况。针对年轻群体客户，要为其开通网上银行和手机银行，方便客户转账及节省手续费。

对各街镇相关商户、各街镇政府相关部门、区县局机关事业单位的财务科、办公室相关负责人及相关领导开展免费宣传业务。对尚未把农商行作为主的`各街镇相关商户、各街镇政府相关部门、区县局机关事业单位等，可利用宣传的形式吸引客户到我行办理业务。春节前后，是农商行营业厅客户到访量最多的时期，营业厅电视媒体宣传具有良好的宣传效果。在营销商贸户时，可以向客户推介“在我行办理业务，可免费做帮您做业务宣传，可为您在节日期间带来更好的效益”，站在为客户利益着想的角度，实现双方合作共赢的目的。

五、活动注意事项

二是未做到细分客户，对客户真实需求了解不够，往往适得其反;

三是销售产品时，对风险的揭示不尽责，误导顾客，以银行良好的信誉诱导客户购买其他金融产品。

总之，以客户的满意度为目标，不断完善农商行相应的功能，不断提升自身服务质量;力争以实事求是的态度、高质量的服务满足客户的需求，使旺季营销后培养又一批忠诚农商行的客户。

**银行宣传方案篇四**

企业（银行）的宣传是沟通企业与客户、企业与社会大众最直接的方式，成为现代化企业商业竞争中取得先机的重要环节，可以说谁取得了宣传的成功谁就获得了赢得客户的先机，因此企业内拥有高效的宣传部门尤为重要，而宣传外包的悄然兴起既为企业策划了更专业的宣传效果，又能整合资源、优化资源，节约资本，可以总结为“让专业的人做专业的事”、“用最少的钱办最好的事”。而农商银行是xx地区新成立的银行，当地老百姓仅仅是怀着好奇的心理观望，对于存钱、贷款、理财等“人生大事”，他们更倾向于存入在当地有口碑的银行，或者因为消费习惯，不愿意选择新的银行。面对这样一个既是机遇又是压力的机遇，我们应当以宣传为切口，重点打造一支具有开拓性的专业性农商银行宣传队伍，深入xx地区百姓深处，走进百姓的生活和家庭，从思想和意识上让他们了解和相信农商行，并愿意选择农商行。

1.银行宣传队的作用

宣传，顾名思义，就是“向人讲解说明，进行教育；传播，宣扬。”而有技巧有针对性的宣传能够取得事半功倍的效果。我们将组织一个文化娱乐宣传队，深入县城城区和广大农村地区进行包含农商行详细情况、优惠政策、企业文化的自编自演节目类型的文化娱乐宣传队，并结合百姓生活实际，反映百姓日常生活、存钱习惯、生活愿望等，通过歌舞、小品、演说等形式进行巡回演出，给百姓单调生活增添色彩的同时，让农商银行以潜移默化的形式深入百姓心中。

2.宣传形式及内容

服务态度，吸引更多的客户存款、贷款、理财，以质量造口碑，以口碑赢客户。而建设一支专业性的宣传队伍，也是至关重要的。不过，术业有专攻，农商银行在宣传这块并不擅长，能做的也是常规的发信息、贴海报、搞优惠、送礼品等司空见惯、毫无新意的宣传手段，并不能引起广大百姓的好奇和欲望，花费了人力物力，却并不一定能收到良好的成效。

我们可以趋利避害，把自己不擅长的交给擅长的团队来做，合理利用有效资源，以结果为导向，满足预期目标，并且有更多的时间来做擅长的银行业务，做大、做精、做成品牌！

1项目确定：

对合作可能出现的问题进行协商。并且要组织相关人员开会，并提出个人见解，初步确定外包合作方案。还可在有关网站发帖，如果有关公司看到我们信息联系我们，也可与对方商谈，看是否能达成协议。最终通过商议决定选择两到三个风险小，可行性高，性价比高的广告公司合作。

2项目策划

倘若交予广告公司外包进行宣传，本项目（农商银行宣传）要有明确分工，并要各尽其责各施所长。最重要的是以效果为导向，以拉动百姓存款、理财为目的，制定合理的宣传方案，前期的宣传必须双方商定决定，绝对不允许外包公司擅自更改方案。且初步合作，必定要制定有效的监督、牵制机制，要求广告公司制定多个方案，进行对比，择优选择。

a。关于宣传队的管理

在外包宣传的过程中，我们要进行分队管理，把我们的团队分成若干小队，并设定奖金，成绩优异者可获得奖金，成绩落后者接受相应处罚；如此赏罚分明，可以充分调动外包公司的积极性和主动性，提高宣传工作质量和效率。

b.关于宣传队的活动内容

文娱宣传组是最受欢迎的一组，将农商行的资料编排成舞蹈、相声、小品等文艺节目，进村进镇巡回演出，并加入游戏互动环节，设置小礼品派发，现场办理银行卡、信用卡、存款业务优惠活动，吸引百姓办理农商行的业务；并适当照顾孤寡老人，给社会留下一个善举的印象，增加社会知名度，送温暖得回报，就是百姓愿意选择心善的企业管理自己的财产。

道。

3.外包宣传宗旨

以宣传拉存款，以宣传得客户，在宣传中深入民心；

让农商行成为百姓第一个想起来的银行。

本项目的总目标是成立“农商行宣传队”，并将业务拓展到xx地区各个村镇。为了达成这个目标，创业计划分四个阶段：

第一阶段目标：成立“农商行宣传队”，分成三个小组，同时展开宣传；

实现手段：

1）、调研市场行情，引进外包项目。

2）、以组为单位实现外包项目分配。

3）、并由各个小组负责人统计分配到个人，并做好相关记录。

4）、按时检查宣传效果，并由专门人员与公司联系。 实现时间：两个月。

第二阶段目标：实现、扩大宣传范围

实现手段：

1）、选择重点乡镇，组织文娱宣传队进镇汇演。

2）、网络宣传组开始铺天盖地的网络宣传组建。

3）、 要求外包宣传队一星期汇报一次工作情况，当场办理的银行卡由银行工作人员当天收回。

实现时间：八个月（具体视情况）。

2）、租借公共媒体、led投放广告；

实现时间：一年——二年（具体视发展情况而定）。

**银行宣传方案篇五**

本次宣传月活动主题为“多一份金融了解多一份金融保障”，通过向公众广泛宣传银行业金融知识，引导社会公众科学合理使用银行产品和服务，提升消费者金融投资安全意识和风险管理能力。

（一）面向公众，深入基层。将宣传活动重点放在社区、农村和学校，加强对基层群众金融知识的普及，实实在在地让居民（农民）、学生了解银行、会用银行产品和服务，真正让“金融知识进万家”，确保宣传活动取得实效。

（二）形式多样，注重实效。深入分析公众金融知识需求，在广泛运用大众媒体、网络、短信开展广覆盖、大纵深宣传普及的同时，根据消费者不同层次需求，运用开展现场咨询、金融知识“小讲堂”、“微电影”、有奖问答等形式，有针对性对重点群体进行普及宣传。

（三）提高认识，认真配合。协调配合、积极参与泰州银监分局组织领导的本次宣传活动。提供必要的人力、物力支持，做好活动期间的宣传教育、舆情监测、安全保障等相关工作。各支行要根据总行要求，认真配合实施宣传活动。

（四）集中宣传，长效管理。本次“金融知识进万家”宣传服务活动集中一个月时间开展，为保证宣传效果，在宣传月活动结束后，应持续开展宣传活动，将宣教活动常态化、系统化。

重点围绕个人信贷、借记卡、电子银行、自助设备、非法集资等内容进行宣传讲解。统一下发银监会设计制作的宣传折页、宣传册、展架等宣传文本。在各支行营业厅视频播放器上播放银行业金融知识宣传视频。同时，结合自身实际，开展送金融知识进学校（课堂）、进社区、进农村等形式多样的宣传教育活动。

（一）筹备阶段（20xx年6月18日至8月31日）

1.成立领导小组。为加强组织领导，总行成立由杨华副行长担任组长，电子银行部、计划财务部、个人业务部、公司业务部、办公室负责人为组员的领导小组。办公室为牵头责任部门。各支行行长为本支行宣传活动的责任人，要根据总行要求，组织开展好本支行宣传活动。

2.准备宣传材料。结合本行特色和客户需求，选择宣传主题，制作具有自身特色的宣传材料，在活动期间对外投放展示。

3.联系协调媒体。要积极联系媒体，争取支持配合，在宣传服务月活动期间通过活动报道、开辟金融知识专栏、金融问题热线问答等形式，扩大活动覆盖面，营造宣传声势。

（二）启动阶段（20xx年9月2日）

20xx年9月2日，泰州银监分局将举办泰州银行业20xx年“金融知识进万家”金融知识宣传服务月活动启动仪式。总行领导小组要选择人流量较大的场地作为宣教点进行街头知识讲解，宣教点要设置咨询台，摆放宣传材料，安排咨询员，并组织媒体宣传报道。同时，在网点悬挂宣传口号横幅、发放宣传资料（手册、折页）或摆放宣传展架，并在电子屏滚动播放宣传标语，利用银行网站、手机短信平台等形式发布宣传信息。

（三）集中宣传阶段（20xx年9月2日至9月30日）

1.在站或在营业网点播放金融知识宣教动漫片。

2.通过短信平台向客户发送至少一条由银监会领导小组办公室统一编制的关于“金融知识宣传服务活动”的短信。

3.组织青年骨干走进学校、社区、村镇，向学生、城镇居民、农民等特定社会群体有针对性地宣讲金融知识，提高宣传活动的有效性。

（四）总结阶段（20xx年10月至12月）

宣传月活动结束后，领导小组应对20xx年金融知识宣传服务月活动进行评估和总结，并于20xx年10月10日前向泰州银监分局提交书面报告。

（一）恪守宣传公益性。要严格遵守银监部门要求，在此次活动中恪守“公益性”原则，不借机宣传本行产品、品牌和口号等，不以金融知识宣传的名义向社会公众推介金融产品和服务。

（二）制定应急预案。宣传活动期间，在舆情应对、安全保障等方面应制定应急预案，并针对热点领域、公众投诉多的问题制定统一的咨询、解释口径，确保活动安全有序开展。

（三）探索长效机制。要以此次活动为契机，深入探索本单位金融知识宣传长效机制建设，共同推进金融消费者教育工作务实、有效、持续开展。

（四）加强督促检查。领导小组应加强对银宣传服务月活动开展情况的督促检查，确保宣传活动取得实效，防止形式主义和走过场的现象发生。

银行宣传活动策划方案

禁毒宣传活动方案范文

银行消防演练方案范文

文明宣传活动策划方案范文

网络宣传方案

【推荐】宣传方案范文合集四篇

【必备】宣传方案本站锦九篇

关于学校活动宣传方案范文六篇

**银行宣传方案篇六**

自从今年5月份某公用事业单位委托珠海工行、建行代收费用以来，前来该局各营业所以现金缴纳费的客户的数量正渐渐减少，从6、7月两个月的统计数据分析，前来该局各营业所以现金缴纳费用的客户平均占16%，银行收取现金费用的收入占某公用事业单位费用现金收入的40%，数据表明该局推出的银行代收费用政策已初见成效，基本上达到了第一阶段的宣传目的。

调查中也了解到，由于银行代收费在执行过程中，存在着一些银行营业网点等候时间过长、银行营业人员不熟悉操作规程影响交费等题，导致有些客户仍然不愿意到银行交费，而且，有些客户对某公用事业单位不收费改委托银行收款的政策仍存在不理解和抵触的情绪，向某公用事业单位甚至市政府部门投诉，给该局抄表员、窗口收费员和局领导增加了不少压力，或多或少地影响了各营业所的正常运作。

据统计，目前有约15000户客户仍然不愿意到银行交费，常到各营业所以现金缴纳费用，这些客户占缴费用户总数的4%左右。此数量虽然不算很大，但是，仍然有必要提高警惕和重视，想方设法鼓励他们到银行交费。

因此，为了进一步深入持续推行银行代收费的政策，加快减少某公用事业单位各营业所窗口人工收费的压力与降低经营成本开支，提高服务质量，本方案提议举行“交费到银行”为主题的调查宣传活动。

了解仍然不愿意采纳到银行交费方式的用用客户的原因，为下一步工作提供第一手参考资料，再次宣传“交费到银行”的政策，鼓励人们“交费到银行”。

20xx年x11月

交费到银行真安全又方便

仍然不愿意到银行交费的15000户客户。

向不愿意到银行交费的客户发送调查函，了解其不愿意采纳到银行交费方式的原因，并向回函的客户赠送礼品。

以邮资信封装置调查函，向15000户客户邮寄。

以邮资片制作调查回函，客户填妥调查回函，无须粘贴邮资可直接邮寄回某公用事业单位。

邮资封片即邮资明信片和邮资信封，是在普通明信片和信封的基础上发展起来的，其直接将邮资印在明信片和信封，极大的方便寄信人，并在指定的位置可发布企事业单位的广告，是一种新型的广告媒体。邮资封片是邮政部门的专营业务，任何单位与个人不得随意经营。

邮资封片的特点：

1、权威性：由国邮政局统一发行，具有防伪功能和一定档次。

2、广告性：可在指定的位置发布企事业单位的广告内容。

3、方便性：含有邮资图案，免去粘邮票的麻烦。

4、收藏性：精美的邮资封片还是集邮爱好者的收藏品。

5、纪念性：为重大事件发行的邮资封片还具有纪念历史的作用和意义

1、制作15000枚调查函（邮资片）

规格：正副片均148x100毫米

**银行宣传方案篇七**

本次宣传月活动主题为“多一份金融了解多一份金融保障”，通过向公众广泛宣传银行业金融知识，引导社会公众科学合理使用银行产品和服务，提升消费者金融投资安全意识和风险管理能力。

（一）面向公众，深入基层。将宣传活动重点放在社区、农村和学校，加强对基层群众金融知识的普及，实实在在地让居民（农民）、学生了解银行、会用银行产品和服务，真正让“金融知识进万家”，确保宣传活动取得实效。

（二）形式多样，注重实效。深入分析公众金融知识需求，在广泛运用大众媒体、网络、短信开展广覆盖、大纵深宣传普及的同时，根据消费者不同层次需求，运用开展现场咨询、金融知识“小讲堂”、“微电影”、有奖问答等形式，有针对性对重点群体进行普及宣传。

（三）提高认识，认真配合。协调配合、积极参与泰州银监分局组织领导的本次宣传活动。提供必要的人力、物力支持，做好活动期间的宣传教育、舆情监测、安全保障等相关工作。各支行要根据总行要求，认真配合实施宣传活动。

（四）集中宣传，长效管理。本次“金融知识进万家”宣传服务活动集中一个月时间开展，为保证宣传效果，在宣传月活动结束后，应持续开展宣传活动，将宣教活动常态化、系统化。

重点围绕个人信贷、借记卡、电子银行、自助设备、非法集资等内容进行宣传讲解。统一下发银监会设计制作的宣传折页、宣传册、展架等宣传文本。在各支行营业厅视频播放器上播放银行业金融知识宣传视频。同时，结合自身实际，开展送金融知识进学校（课堂）、进社区、进农村等形式多样的宣传教育活动。

（一）筹备阶段（20xx年6月18日至8月31日）

1.成立领导小组。为加强组织领导，总行成立由杨华副行长担任组长，电子银行部、计划财务部、个人业务部、公司业务部、办公室负责人为组员的领导小组。办公室为牵头责任部门。各支行行长为本支行宣传活动的责任人，要根据总行要求，组织开展好本支行宣传活动。

2.准备宣传材料。结合本行特色和客户需求，选择宣传主题，制作具有自身特色的宣传材料，在活动期间对外投放展示。

3.联系协调媒体。要积极联系媒体，争取支持配合，在宣传服务月活动期间通过活动报道、开辟金融知识专栏、金融问题热线问答等形式，扩大活动覆盖面，营造宣传声势。

（二）启动阶段（20xx年9月2日）

20xx年9月2日，泰州银监分局将举办泰州银行业20xx年“金融知识进万家”金融知识宣传服务月活动启动仪式。总行领导小组要选择人流量较大的场地作为宣教点进行街头知识讲解，宣教点要设置咨询台，摆放宣传材料，安排咨询员，并组织媒体宣传报道。同时，在网点悬挂宣传口号横幅、发放宣传资料（手册、折页）或摆放宣传展架，并在电子屏滚动播放宣传标语，利用银行网站、手机短信平台等形式发布宣传信息。

（三）集中宣传阶段（20xx年9月2日至9月30日）

1.在站或在营业网点播放金融知识宣教动漫片。

2.通过短信平台向客户发送至少一条由银监会领导小组办公室统一编制的关于“金融知识宣传服务活动”的短信。

3.组织青年骨干走进学校、社区、村镇，向学生、城镇居民、农民等特定社会群体有针对性地宣讲金融知识，提高宣传活动的有效性。

（四）总结阶段（20xx年10月至12月）

宣传月活动结束后，领导小组应对20xx年金融知识宣传服务月活动进行评估和总结，并于20xx年10月10日前向泰州银监分局提交书面报告。

（一）恪守宣传公益性。要严格遵守银监部门要求，在此次活动中恪守“公益性”原则，不借机宣传本行产品、品牌和口号等，不以金融知识宣传的名义向社会公众推介金融产品和服务。

（二）制定应急预案。宣传活动期间，在舆情应对、安全保障等方面应制定应急预案，并针对热点领域、公众投诉多的问题制定统一的咨询、解释口径，确保活动安全有序开展。

（三）探索长效机制。要以此次活动为契机，深入探索本单位金融知识宣传长效机制建设，共同推进金融消费者教育工作务实、有效、持续开展。

（四）加强督促检查。领导小组应加强对银宣传服务月活动开展情况的督促检查，确保宣传活动取得实效，防止形式主义和走过场的现象发生。

**银行宣传方案篇八**

自从今年5月份某公用事业单位委托珠海工行、建行代收费用以来，前来该局各营业所以现金缴纳费的客户的数量正渐渐减少，从6、7月两个月的统计数据分析，前来该局各营业所以现金缴纳费用的客户平均占16%，银行收取现金费用的收入占某公用事业单位费用现金收入的40%，数据表明该局推出的银行代收费用政策已初见成效，基本上达到了第一阶段的宣传目的。

调查中也了解到，由于银行代收费在执行过程中，存在着一些银行营业网点等候时间过长、银行营业人员不熟悉操作规程影响交费等题，导致有些客户仍然不愿意到银行交费，而且，有些客户对某公用事业单位不收费改委托银行收款的政策仍存在不理解和抵触的情绪，向某公用事业单位甚至市政府部门投诉，给该局抄表员、窗口收费员和局领导增加了不少压力，或多或少地影响了各营业所的正常运作。

据统计，目前有约15000户客户仍然不愿意到银行交费，常到各营业所以现金缴纳费用，这些客户占缴费用户总数的4%左右。此数量虽然不算很大，但是，仍然有必要提高警惕和重视，想方设法鼓励他们到银行交费。

因此，为了进一步深入持续推行银行代收费的政策，加快减少某公用事业单位各营业所窗口人工收费的压力与降低经营成本开支，提高服务质量，本方案提议举行“交费到银行”为主题的调查宣传活动。

了解仍然不愿意采纳到银行交费方式的用用客户的原因，为下一步工作提供第一手参考资料，再次宣传“交费到银行”的政策，鼓励人们“交费到银行”。

20xx年x11月

交费到银行真安全又方便

仍然不愿意到银行交费的\'15000户客户。

向不愿意到银行交费的客户发送调查函，了解其不愿意采纳到银行交费方式的原因，并向回函的客户赠送礼品。

以邮资信封装置调查函，向15000户客户邮寄。

以邮资片制作调查回函，客户填妥调查回函，无须粘贴邮资可直接邮寄回某公用事业单位。

邮资封片即邮资明信片和邮资信封，是在普通明信片和信封的基础上发展起来的，其直接将邮资印在明信片和信封，极大的方便寄信人，并在指定的位置可发布企事业单位的广告，是一种新型的广告媒体。邮资封片是邮政部门的专营业务，任何单位与个人不得随意经营。

邮资封片的特点：

1、权威性：由国邮政局统一发行，具有防伪功能和一定档次。

2、广告性：可在指定的位置发布企事业单位的广告内容。

3、方便性：含有邮资图案，免去粘邮票的麻烦。

4、收藏性：精美的邮资封片还是集邮爱好者的收藏品。

5、纪念性：为重大事件发行的邮资封片还具有纪念历史的作用和意义。

制作15000枚调查函（邮资片）。

**银行宣传方案篇九**

自从今年5月份某公用事业单位委托珠海工行、建行代收费用以来，前来该局各营业所以现金缴纳费的客户的数量正渐渐减少，从6、7月两个月的统计数据分析，前来该局各营业所以现金缴纳费用的客户平均占16%，银行收取现金费用的收入占某公用事业单位费用现金收入的40%，数据表明该局推出的银行代收费用政策已初见成效，基本上达到了第一阶段的宣传目的。

调查中也了解到，由于银行代收费在执行过程中，存在着一些银行营业网点等候时间过长、银行营业人员不熟悉操作规程影响交费等题，导致有些客户仍然不愿意到银行交费，而且，有些客户对某公用事业单位不收费改委托银行收款的政策仍存在不理解和抵触的情绪，向某公用事业单位甚至市政府部门投诉，给该局抄表员、窗口收费员和局领导增加了不少压力，或多或少地影响了各营业所的正常运作。

据统计，目前有约15000户客户仍然不愿意到银行交费，常到各营业所以现金缴纳费用，这些客户占缴费用户总数的4%左右。此数量虽然不算很大，但是，仍然有必要提高警惕和重视，想方设法鼓励他们到银行交费。

因此，为了进一步深入持续推行银行代收费的政策，加快减少某公用事业单位各营业所窗口人工收费的压力与降低经营成本开支，提高服务质量，本方案提议举行“交费到银行”为主题的调查宣传活动。

了解仍然不愿意采纳到银行交费方式的用用客户的原因，为下一步工作提供第一手参考资料，再次宣传“交费到银行”的政策，鼓励人们“交费到银行”。

20xx年x11月

交费到银行真安全又方便

仍然不愿意到银行交费的15000户客户。

向不愿意到银行交费的`客户发送调查函，了解其不愿意采纳到银行交费方式的原因，并向回函的客户赠送礼品。

以邮资信封装置调查函，向15000户客户邮寄。

以邮资片制作调查回函，客户填妥调查回函，无须粘贴邮资可直接邮寄回某公用事业单位。

邮资封片即邮资明信片和邮资信封，是在普通明信片和信封的基础上发展起来的，其直接将邮资印在明信片和信封，极大的方便寄信人，并在指定的位置可发布企事业单位的广告，是一种新型的广告媒体。邮资封片是邮政部门的专营业务，任何单位与个人不得随意经营。

邮资封片的特点：

1、权威性：由国邮政局统一发行，具有防伪功能和一定档次。

2、广告性：可在指定的位置发布企事业单位的广告内容。

3、方便性：含有邮资图案，免去粘邮票的麻烦。

4、收藏性：精美的邮资封片还是集邮爱好者的收藏品。

5、纪念性：为重大事件发行的邮资封片还具有纪念历史的作用和意义。

制作15000枚调查函(邮资片)。

**银行宣传方案篇十**

电子银行集服务、营销、咨询、宣传、交易为一体，代表了现代社会，银行的发展方向，主要包括：网上银行、手机银行、电话银行、电视银行等。

电子银行能够与现有的物理网点之间形成有效的互补，并将成为未来最主流的银行服务渠道。

因此，在现阶段邮储银行加大对电子银行业务的宣传力度，可以有效的开拓市场，巩固老用户，增加新用户，并且能向用户传递邮储银行领先的产品理念、强大的产品功能和良好的产品用户体验，提升品牌的时尚感觉。

本次方案将从营业网点宣传、线下活动、线上媒体宣传三方面对邮储银行石家庄市分行电子银行业务推广进行建议，希望能够为您带来帮助。

1、物料布置

电子led屏、营业厅内横幅、海报、x展架、柜面摆放宣传资料(例：邮政储蓄银行电子银行业务明白卡)

2、网点考核

将电子银行业务营销列为网点和员工的积分项目，通过正负激励对网点制定合理的考核标准，督促大堂经理与柜员相互联动，面向新老用户，热情推介电子银行业务。

3、员工培训

针对传统观念里电子银行宣传相对薄弱的县、镇营销网点，采用分县城集中培训的方式，为行内员工解决电子银行业务的营销障碍，针对管理层及大堂经理，采用统一培训的方式，解决推广方面的障碍。

4、员工竞赛及内部学习

除现有的“手机银行我开通 业务办理自由行”竞赛活动，可面向电子银行业务推行方面做的较优秀的员工征集经验文章进行全员推广，或挑选优秀员工代表对全员进行培训。

从而带动全行人员推广的积极性。

5、重点营业网点推介

节假日期间，针对重点营业网点，专人面向客户进行电子银行业务推介及负责向客户演示。

1、客户联谊会(茶话会)

活动概述：

针对邮储银行的中高端客户，例如企业主或财务经理等，以联谊会(茶话会)的形式进行邀请，活动氛围轻松，并配备茶歇，电子银行产品培训作为其中重要一环出现，主要讲解如何使用、使用安全、可能遇见问题的处理方式等，推进电子银行业务。

2、社区巡回推广活动

活动概述：

将省会社区进行筛选，针对其中的10个重点社区(例如重点网点周边)进行普及式的宣传，配合横幅、海报及演示物料，面向受众进行宣传。

3、将客户进行细分，针对不同人群，上门推介电子银行产品

活动概述：

采用拜访客户、电话推介、发送短信等形式，针对不同人群，主推不同的电子银行业务，例如，针对白领、公务员等推荐个人网上银行业务，面向企业推介代发工资，网上汇款等产品。

4、重点商业区“扫街”活动

活动概述：

针对市区、县城的重点商业区，面向各商户进行宣传，发放相关资料，并利用手机、电脑等设备进行演示。

5、面向用户开展竞赛活动

活动概述：

例如：11月1日-11月30日期间，网上银行用户及手机银行用户进行网上交易，可获得惊喜礼品。

贡献奖：此期间，累计交易笔数排名前x位，获得超值大奖;幸运奖：此期间，凡进行网上交易的用户均可参与抽奖，抽中用户可获得幸运礼品一份。

6、促销活动

活动概述：

例如，11月1日-11月30日期间，使用个人网银交易，享受手续费折扣，或免费领取小礼品、抽奖等。

考虑电子银行业务在宣传上继要求广泛性，又要对重点中高端人群有所侧重，建议选择广播、短信、公交车led屏形式对邮政储蓄电子银行业务进行宣传。

1、广播

广播媒体优势：

从上图中可看出，广播媒体成本低，针对性强。

广播受众明显趋向高端：高学历化、高管化、高收入化

市级广播媒体推荐：fm88.2石家庄新闻广播(简介见附件)

投放费用：

以月度为单位计算，则投放30天，每天10次15秒硬广，月费用如下：

投放客户 投放时间 广告规格 投放频次 广告形式 刊例价 执行折扣 总费用

邮政储蓄 30天 15秒 10 套播 4200 0.4 50400

2、短信群发

1、针对现有邮储用户，通过短信群发的方式，推介电子银行业务，例如某期间内开通电子银行用户，享受某项手续费优惠等。

2、针对某行业群体，发送有针对性的业务推介短信。

3、公交车led屏

附件：

1、石家庄新闻广播简介

fm88.2石家庄新闻广播

早、中、晚、夜 有滋有味的新闻盛宴

广覆盖、高收听

省会广播媒体第一品牌，24小时播音，市场份额突破20%。

南到邢台，东至衡水，北至保定，西至阳泉，收听覆盖人口达8000万人。

定位新、内容权威，亲和不失大气

影响具有决策力、影响力，引领社会发展潮流的主流人群，独有政府资源优势，深入解读时事新闻。

影响力大、公信力强

石家庄新闻广播，是市政府全力打造的形象广播，曾是石家庄解放60周年、北京奥运转播等大型活动唯一政府指定主办的广播媒体。

资源丰富、活动多，平台空间大

整合社会资源、媒体资源、政府资源，通过活动，积累了广泛的城市居民受众，大平台为品牌带来大收益。

2、公交车led屏简介

公交车led电子屏广告以公交车为载体，集户外、电子、移动、无线网络、平面于一体，是广大企业传播广告信息的有效手段，目前已成为户外广告的重要投放方式之一。

公交车led表现形式多样，广告制作零周期，内容醒目，有效视距远，广告内容可24小时无线发布，到达率高，且千人成本远低于电视、报纸、电台等媒体，高性价比是其他广告形式不能比拟的。

目前石家庄市公交车总数有3000多辆，营运线路184条，日均运客量160多万人次，年运送乘客实现5.86亿多人次，形成了庞大的广告信息传播网。

前言

企业手机报是专门为企业量身定制的手机宣传媒体，企业手机报是将企业简介、企业特色、产品推荐、新品上市、产品活动等制作成彩信，以彩信的形式发送给自己的客户或者合作伙伴，用户通过手机来进行阅读和体验。

企业手机报图文并茂的表现形式更能展现企业宣传宣传效果。

“服务以人为本”是毋庸置疑的，如何方便、快捷、个性化的把本银行信息和服务传递给自己的客户显得非常关键。

手机报可以扩大银行沟通渠道，建立与客户实时的沟通机制，进一步提高客户的忠诚度。

使用户摆脱了时空限制，且操作直观清晰，功能齐全，安全性高，成本低，效率高;专业企业手机报的引入将有效提升银行的服务水平，提升银行的竞争力。

一。

手机报在银行业务中运用的必要性

银行拥有很多固定的客户群体，运用手机报的形式进行重要客户的维护和新客户的开发对银行是非常必要的，其优势主要有：

1.银行运用手机报形式进行业务的宣传和推广既新颖又便捷，小小的一刊手机报可包含多张多方位的企业图片和大量文字，这点是普通的短信所无法比拟的。

2.手机报本身的优势也是其它传统媒体所不具备的，从价值的投入和能效的产出来看，手机报具有低成本、传输及时、操作直观、效率高、定向准确、互动性强、可信度高等等优点。

3.从银行对外金融业务来看，按金融界通用的2:8原则，银行业的“2:8”原则指出银行业的20%客户贡献了80%收益，而且要找对这20%的客户，是银行业务竞争的重要方面，银行的拥有自己重要的vip客户群，这些客户为银行做的贡献是很多的，同时竞争每时每刻都存在着，增强企业本身的竞争力是必须的。

运用手机报的方式开发和维护这些高收入同时有高需求的客户有非常可观的效果

4.从银行内部管理来看，银行有着非常多的网点和职工，如何把银行的管理目标、工作部署、企业情况等对职工及时传达，企业手机报是非常有效的方式，且生动形象，真实而有说服力，省时省力，能起到团结职工，凝聚企业向心力，打造良好企业精神的作用，既是银行管理者的有效管理手段，也是银行职工参与银行管理的有效途径。

5.从银行对外的形象宣传来看，手机报形象生动，在手机媒体中属于高品质的宣传形式，也很符合银行的社会形象和企业地位，选用银行的专属图片(企业图片，金融服务项目，理财产品图片等等)加上文字，将有非常好的效果，而且深入人心。

二、手机报的优势

手机报集中了以往纸质媒体、广播媒体、电视媒体、网络媒体的优点，并兼具无线网络媒体传输的随时、随地、随身的新特征。

手机媒体利用无线传输的方式，以主动推送的短信、彩信实现新闻信息的传播功能，它的特点在于快速、便捷，其优势主要表现在以下几个方面：

1、阅读率高：短信、彩信等多为强制性阅读，先睹为快

2、属地定向：精确到省、市

3、层次定向：不同的消费层次传递不同的信息

4、及时性强：企业可以即时投放

5、互动性强：随时、随地、随身进行互动

6、可存储性：内容可存储在手机上，在需要的时候可方便调取

7、到达率高：手机成为最贴身的媒介终端，待机时间更有长达24小时 ;

8、二次传播：无限制转发，越有创意越可以像病毒一样迅速扩散

10、定位受众准确：可发送一对一的个人化信息。

除了某些直接邮寄的广告，传统的媒体都是把完全相同的广告信息传递给所有人。

11、可信度高：彩信图文并茂，可将丰富的企业与产品信息传达给客户，降低客户对企业与产品的怀疑度与戒心。

较短信这种单纯文字、无法判断内容真实情况的推广方式，更能打动客户

三、手机报以运用的行业领域

手机媒体作为新兴的传播媒体，通过手机报的方式已经成功的应用在许多行业领域。

图片加文字的企业专刊已经越来越能展现手机报的.传媒优势。

1、各型企事业单位：手机报可包含新产品发布、各种产品销售信息、内部通知、业务变更、与本单位业务人员、出差人员、各地经销联系等，直观且丰富且生动。

5、旅行社：发布旅游景点图片，旅游线路信息、报价等广告

7、房地产、楼盘的销售等 ：让潜在购房者可以直观的看到房产信息

四、在银行业务中运用功能推荐

1、银行内部管理

重要信息通知：重要电子邮件到达通知、会议通知、预设日程通知;

银行动态：向员工发送本行最新动态信息;

员工管理：向员工发送工作安排与工作计划，通过短信互动，及时了解工作进展情况。

2、银行综合信息服务

银行基本信息发布;

银行业务品种的介绍;

银行业务的宣传与推广信息;

银行储蓄网点、atm网点和特约商户的分布情况;

3、信用卡业务 介绍

4、个人金融业务：通知、查询 等。

5、企业金融业务：通知、查询 等。

五、银行手机媒体应用模式

1、手机报为行业机构、企事业单位提供随时、随地、随心的移动信息交互解决方案，同时结合行业、企业及其用户的特点，进行针对性的业务策划和技术开发，协助企业客户把握移动通信技术进步所带来的商务模式和服务方式创新，构建企业客户与其终端用户之间更为人性、更为便捷、更为优质的信息沟通渠道，进而帮助企业实现价值最大化。

2、专业的设计团队：拥有专业的广告创意，与手机报制作团队，通过对客户产品与服务的理解从图片的设计制作，文案的编辑，声音的采集与录音制作等方面为客户打造优质的第五媒体传播内容，将产品与服务生动、立体、形象的展现在目标消费人群的手机媒体上，最大化提升广告效能。

3、优质的彩信通道，广告推广到达率为90%以上。

4、雄厚的技术实力：自主研发的彩信技术，颠覆传统彩信应用方式，将传统彩信1帧(1幅图片+文字)延伸为10帧(10幅图片+声音+视频+音乐+文字)将彩信广告效能提高10倍，成本降低10倍，将推广力度最大化。

5、信息交互服务，彩信推广服务同时可为用户提供客户反馈，区别于其他同类企业，不仅仅提供产品推广服务，同时可接收被推广潜在客户的反馈信息。

拿到第一手用户反馈资料，为下一步销售提供重要参考数据，了解意向客户需求。

6、为客户提供从策划制作、目标受众群体筛选、广告投放、后续跟踪等一站式全程服务。

7、我方提供技术支持。

如：制作、编辑、发送等。

8、也可由使用方自己制作、编辑。

提交我方平台，审查后给予发送。

自己确定发送时间、内容和对象。

9、给予合作方一定的号码数据库支持。

10、费用预存方式，批量发送，费用在发送前结算。

11、手机报按：1—10万，0.28元/条。

10—20万，0.26元/条，20万上，0.24元/条。

12、客户端可以提供给对方在自己的电脑上操作发送。

13、提供发送清单供对方进行查阅，验证发送情况。

六、银行手机报运用领域

1、银行手机信息内刊

以文字、图片、声音、视频、动画形式，生动形象的、图文并茂的，将银行内部重要信息通知、最新银行动态、员工管理政策及时的、准确的、全面的、传递给需要到达的每位员工手机上阅读。

或将银行综合信息传递给银行vip会员。

2、银行手机信息外刊、外部开发维护客户应用

以文字、图片、声音、视频、动画形式，生动形象的、图文并茂的，将银行银行综合信息、银行基本信息、银行业务品种的介绍、银行业务的宣传与推广信息、银行储蓄网点、atm网点和特约商户的分布情况等传递给相应的目标受众手机上阅读、宣传。

达到到开发客户、维护银行客户的目的。

**银行宣传方案篇十一**

一、活动背景：

自从今年5月份某公用事业单位委托珠海工行、建行代收费用以来，前来该局各营业所以现金缴纳费的客户的数量正渐渐减少，从6、7月两个月的统计数据分析，前来该局各营业所以现金缴纳费用的客户平均占16%，银行收取现金费用的收入占某公用事业单位费用现金收入的40%，数据表明该局推出的银行代收费用政策已初见成效，基本上达到了第一阶段的宣传目的。

调查中也了解到，由于银行代收费在执行过程中，存在着一些银行营业网点等候时间过长、银行营业人员不熟悉操作规程影响交费等题，导致有些客户仍然不愿意到银行交费，而且，有些客户对某公用事业单位不收费改委托银行收款的.政策仍存在不理解和抵触的情绪，向某公用事业单位甚至市政府部门投诉，给该局抄表员、窗口收费员和局领导增加了不少压力，或多或少地影响了各营业所的正常运作。

据统计，目前有约15000户客户仍然不愿意到银行交费，常到各营业所以现金缴纳费用，这些客户占缴费用户总数的4%左右。此数量虽然不算很大，但是，仍然有必要提高警惕和重视，想方设法鼓励他们到银行交费。

因此，为了进一步深入持续推行银行代收费的政策，加快减少某公用事业单位各营业所窗口人工收费的压力与降低经营成本开支，提高服务质量，本方案提议举行“交费到银行”为主题的调查宣传活动。

了解仍然不愿意采纳到银行交费方式的用用客户的原因，为下一步工作提供第一手参考资料，再次宣传“交费到银行”的政策，鼓励人们“交费到银行”。

20xx年x11月

交费到银行真安全又方便

仍然不愿意到银行交费的15000户客户。

向不愿意到银行交费的客户发送调查函，了解其不愿意采纳到银行交费方式的原因，并向回函的客户赠送礼品。

以邮资信封装置调查函，向15000户客户邮寄。

以邮资片制作调查回函，客户填妥调查回函，无须粘贴邮资可直接邮寄回某公用事业单位。

邮资封片即邮资明信片和邮资信封，是在普通明信片和信封的基础上发展起来的，其直接将邮资印在明信片和信封，极大的方便寄信人，并在指定的位置可发布企事业单位的广告，是一种新型的广告媒体。邮资封片是邮政部门的专营业务，任何单位与个人不得随意经营。

邮资封片的特点：

1、权威性：由国邮政局统一发行，具有防伪功能和一定档次。

2、广告性：可在指定的位置发布企事业单位的广告内容。

3、方便性：含有邮资图案，免去粘邮票的麻烦。

4、收藏性：精美的邮资封片还是集邮爱好者的收藏品。

5、纪念性：为重大事件发行的邮资封片还具有纪念历史的作用和意义。

略（根据情况自行补充）

**银行宣传方案篇十二**

自从今年5月份某公用事业单位委托珠海工行、建行代收费用以来，前来该局各营业所以现金缴纳费的客户的数量正渐渐减少，从6、7月两个月的统计数据分析，前来该局各营业所以现金缴纳费用的客户平均占16%，银行收取现金费用的收入占某公用事业单位费用现金收入的40%，数据表明该局推出的银行代收费用政策已初见成效，基本上达到了第一阶段的宣传目的。

调查中也了解到，由于银行代收费在执行过程中，存在着一些银行营业网点等候时间过长、银行营业人员不熟悉操作规程影响交费等题，导致有些客户仍然不愿意到银行交费，而且，有些客户对某公用事业单位不收费改委托银行收款的政策仍存在不理解和抵触的情绪，向某公用事业单位甚至市政府部门投诉，给该局抄表员、窗口收费员和局领导增加了不少压力，或多或少地影响了各营业所的正常运作。

据统计，目前有约15000户客户仍然不愿意到银行交费，常到各营业所以现金缴纳费用，这些客户占缴费用户总数的4%左右。此数量虽然不算很大，但是，仍然有必要提高警惕和重视，想方设法鼓励他们到银行交费。

因此，为了进一步深入持续推行银行代收费的政策，加快减少某公用事业单位各营业所窗口人工收费的压力与降低经营成本开支，提高服务质量，本方案提议举行“交费到银行”为主题的调查宣传活动。

了解仍然不愿意采纳到银行交费方式的用用客户的原因，为下一步工作提供第一手参考资料，再次宣传“交费到银行”的政策，鼓励人们“交费到银行”。

20xx年x11月

交费到银行真安全又方便

仍然不愿意到银行交费的15000户客户。

向不愿意到银行交费的.客户发送调查函，了解其不愿意采纳到银行交费方式的原因，并向回函的客户赠送礼品。

以邮资信封装置调查函，向15000户客户邮寄。

以邮资片制作调查回函，客户填妥调查回函，无须粘贴邮资可直接邮寄回某公用事业单位。

邮资封片即邮资明信片和邮资信封，是在普通明信片和信封的基础上发展起来的，其直接将邮资印在明信片和信封，极大的方便寄信人，并在指定的位置可发布企事业单位的广告，是一种新型的广告媒体。邮资封片是邮政部门的专营业务，任何单位与个人不得随意经营。

邮资封片的特点：

1、权威性：由国邮政局统一发行，具有防伪功能和一定档次。

2、广告性：可在指定的位置发布企事业单位的广告内容。

3、方便性：含有邮资图案，免去粘邮票的麻烦。

4、收藏性：精美的邮资封片还是集邮爱好者的收藏品。

5、纪念性：为重大事件发行的邮资封片还具有纪念历史的作用和意义

**银行宣传方案篇十三**

根据关于开展金融知识普及月宣传活动方案的通知要求,苏州农商银行特制定金融知识普及月特色专题活动方案，现就有关活动方案通知汇报如下：

本行成立专项行动领导小组：

组长：xxx

副组长：xxx

组员：xx

由总行办公室负责具体宣传活动筹划、推动、开展情况，各个单位做好分工内工作。

本次活动旨在针对消费者金融知识的薄弱环节和金融需求，经过开展金融知识普及活动，帮助金融消费者和投资者理性选择适合自己的金融产品和服务，远离非法金融活动，主动适应数字金融时代的发展，着力做好电信网络诈骗的预防、识别和处置工作，提升金融消费者的金融知识和风险责任意识。

（一）筹备时期（20xx年8月31日前）总行办公室制定活动方案，仔细做好各项预备工作，并依照本方案积极筹备宣传活动工作。

（二）实施时期（20xx年9月1日至9月30日）各单位依照宣传工作方案，开展形式多样、内容丰富的“金融知识普及月”的宣传工作。

（三）总结时期（20xx年9月底）各单位将宣传工作的开展事情、做法及经验进行总结，以书面形式报送至总行办公室。

1.做好宣传前期准备。一是制定宣传口号。充分协调线上、线下多渠道，深入研究宣传对象特点，结合实际案例撰写宣传内容，揭示当前非法金融活动惯用套路和手法，确保重点人群愿意听、能听懂、记得住，切实提高群众的.警觉性和防范力。二是制作宣传海波。制作针对性强、通俗易懂的宣传海报、宣传折页，扩大宣传范围。（落实单位：办公室）

2.做好线上宣传工作。要充分依托手机银行、网上银行、微信公众号、微信订阅号、抖音订阅号等网络载体，建立精准宣传机制，定期推送各类宣传内容。（落实单位：办公室、网络金融部）

3.推动线下宣传工作。要充分发挥营业网点、助农取款服务点的物理优势，通过在led显示屏滚动播放宣传标语、厅堂摆放宣传海报、向客户发放宣传折页、工作人员现场讲解等多种方式，阐明远离非法金融活动，主动适应数字金融时代发展的重要性。结合走访工作，到农村、进社区、到商户进行宣传，做实做细宣传工作。（落实单位：办公室、运营管理部、各网点）

紧扣活动主题，将宣传内容分为两个系列：

（一）第一系列宣传内容以普及期货金融知识为主，内容包括但别限于金融基础知识、理财产品知识、以及最新的监管信息等。

（二）第二系列宣传内容以防范非法金融活动为要紧宣传内容。内容包含金融风险、非法诈骗风险、洗钱风险等案例信息。

运营管理部、网络金融部、办公室及各网点应于20xx年9月24日前将宣传总结报告及相关图片打包后通过云盘报送至办公室xx处。

20xx年8月31日

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