# 2024年十一银行活动策划方案(优质9篇)

来源：网络 作者：紫云飞舞 更新时间：2024-08-03

*为了确保事情或工作有序有效开展，通常需要提前准备好一份方案，方案属于计划类文书的一种。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、风险的评估以及市场的需求等，以确保方案的可行性和成功实施。下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来...*

为了确保事情或工作有序有效开展，通常需要提前准备好一份方案，方案属于计划类文书的一种。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、风险的评估以及市场的需求等，以确保方案的可行性和成功实施。下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**十一银行活动策划方案篇一**

本次活动以“金秋营销”为主题，旨在向高中端客户和大众客户表达银行与之分享耕耘硕果、共创美好未来的真诚愿望，传播银行个人银行业务以客户为中心、致力于实现银客“双赢”的经营理念。各行可在此基础上，根据本行的活动特色，提炼活动主要“卖点”作为副题。

20xx年9月26日-10月31日。

以 中秋佳节、国庆节为引爆点，以个人高中端客户和持卡人为重点目标群体，以巩固和发展客户、促进储蓄卡使用、提高速汇通手续费等中间业务收入为主攻目标，重 点拓展购物、旅游、餐饮、娱乐市场及其相关市场，同时扩大产品覆盖人群，促进客户多频次、多品种使用，带动个人银行业务全面发展。

同时通过“金秋营销”宣 传活动的开展，确立我行品牌社会形象，增强客户对我行个人金融三级服务(vip服务、社区服务、自助服务)的认知和感受，提高电子渠道的分销效率,切实提 升经营业绩。

活动主要包括以下内容：

(一)“金秋营销产品欢乐送”优惠促销赠礼活动。

为鼓励持卡人刷卡消费和无纸化支付，促进银行卡和自助设备各项业务量的迅速增长，同时保持和提升速汇通业务竞争优势，促进汇款业务持续快速发展，特开展以下优惠促销赠礼活动：

1.“金秋营销.自助服务送好礼”

(1)活动期间持我行储蓄卡在全省范围内的自助设备上缴纳2次费用的客户，可持缴费凭证及存取款凭证，到所在地的营业网点兑换价值200元的礼品一份。先到先得，送完为止。凭证必须是同一储蓄卡的缴费凭证，礼品兑换后，我行将收回缴费凭证。

(2)凡在活动期间办理签署代缴费协议的客户，可获得价值200元的礼品一份。签约即送，一户一份，先到先得，送完为止。

活动礼品由各行自行购置。

2.“金秋营销.卡庆双节”

(1)活动期间卡免收当年年费。

(2)刷卡消费达到一定标准，可凭消费交易pos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1000元(含)以上，赠送价值100元礼品;

刷卡消费达5000元(含)以上，赠送价值150元礼品;

刷卡消费达10000元(含)以上，赠送价值200元礼品;

刷卡消费达20000元(含)以上，赠送价值300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5000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3-4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。

由于活动时间为期一个多月，各行应合理安排礼品投放节奏，确定每天各档次礼品投放数量，当天礼品送完即止;同时各行应积极做好异地卡客户消费赠礼工作。

3.“金秋营销.速汇通优惠大放送”

活动期间，速汇通汇款手续费优惠20%幅度。

(二)“金秋营销.产品欢乐送”网点个银产品展示及优质服务活动。

以营业网点为单位开展“金秋营销.产品欢乐送”优质服务及个银产品的展示活动。活动主要内容有：

1.营业网点统一悬挂宣传横幅，张贴和摆放省分行下发的营销活动海报以及活动宣传折页(近期下发)，以新颖、丰富的视觉感染力，吸引客户关注。

2.网点柜员统一佩带工作胸牌，增加员工亲和力，突出我行员工热情、亲切的服务形象。

3.活动期间，网点须设专门的宣传咨询台并配备导储员，加强动态推介，引导客户使用我行提供的自助渠道办理普通存取款和缴费业务，积极做好相关兑奖工作。

4.积极开展网点优质服务工作，提高速汇通等业务的柜台服务质量，加强柜台人员与客户的交流，切实提升网点服务形象。

5.切实做好对客户的绿色通道服务，严格按照有关要求向客户提供优先优惠服务，为客户营造良好的节日服务环境。

(三)“金秋营销.产品欢乐送”社区活动。

1.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。

2.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。

(1)积极拓展速汇通业务

9 月、10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。

(2)切实促进个人储蓄存款业务

9 月、10月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。

(3)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。

(三)“金秋营销.产品欢乐送”活动。

以 本次活动为切入点，通过建立客户回访制度、了解客户节日需求，充分利用合作单位的服务功能向客户提供全方位贵宾增值服务;同时抓住高端客户“十一”期间 有闲暇考虑个人或家庭的财务规划问题的有利时机，向高端客户推介个人理财业务,进一步提高乐当家理财服务的吸引力。

主要内容有：

1.活动期间，各行采用信函方式或人工送达方式向客户发送省分行统一制做的一张节日贺卡，并同时准备一定金额的礼品。礼品袋由省分行统一制作下发，礼品由各行自备。

2.联合本地餐饮、娱乐等行业的高档合作机构在活动期间向持有我行卡的客户提供打折优惠;联合机场、车站等交通部门向我行客户提供贵宾服务。

3. 国庆节期间，客户外出较多，各行要确保理财中心、理财专柜和客户专窗正常营业;同时组织营业网点、个贷中心等经营机构切实落实客户绿色通道服务和各项优先 优惠服务，为客户营造良好的节日服务环境;另外要密切协作，严格执行“漫游服务”标准,确保总行v客户在全国范围内能够得到专门服务，兑现乐当家的品牌承 诺。

通过本次系列活动，全行个人银行业务力争在10月份实现以下目标：

1.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;

4.自助设备存取款及其他代理业务交易量比9月份增长10%。

5.圆满完成各项业务指标。

**十一银行活动策划方案篇二**

感恩节因与中华民族始终弘扬的传统美德契合，同样获得国人的青睐。感恩随心，幸福常在。下面是相关的活动方案，快来看看吧。

礼包1：餐饮优惠送美食

饕餮大餐的魅力难以阻挡，节日与美食也总是相生相随。今年的“感恩节”，兴业银行推出“约惠佳丽，尽享2人同行1人免单”活动，兴业银行信用卡持卡人在指定的厦门佳丽海鲜酒楼自助餐厅可优惠享受广式蒸笼蒸品、精美茶点甜品……让“味蕾”在感恩节绽放。

据悉，即日起至2024年1月31日，每逢周二晚持兴业银行信用卡至厦门佳丽海鲜酒楼自助餐厅消费，每逢周六持晚持兴业银行信用卡至指定的厦门京闽中心酒店自助西餐厅消费，可享自助餐“2人同行、1人免单”优惠，活动优惠名额有限，先到先得，享完即止。

礼包2：微信充值送话费

在外学习、工作，在感恩节到来之际，兴业银行提醒您：别忘了打个电话回家，和家人聊聊天。

兴业银行为持卡人推出微信支付手机话费充值优惠活动：即日起至2024年11月30日，在手机微信上绑定兴业银行信用卡，通过微信支付将银行账户的资金充值到任意所需的手机话费账户中，首次成功充值50元便可获赠10元话费。日常持卡人也可以登录兴业银行信用卡中心的\'官方网站，点击“话费充值”完成操作。

礼包3：爱心存单送关怀

在兴业银行营业大厅,记者碰到了前来办理“心心相印”爱心存单的市民小张,他告诉记者:“他关注兴业银行这个‘心心相印’爱心存单好久了,存单设计和贺卡一样,配的爱心祝福卡,温馨有爱。而且和一般存单一样,一年期存款利息也上浮10%,经济实用。再之媳妇马上就要临盆了,自己正好也发了季度奖金,准备给媳妇个小小的惊喜,这笔钱留着以后作为孩子的成长基金。”

记者从兴业银行理财经理处得知,这款“心心相印”爱心存单50元起存,最低存款期限为三个月,非常的便捷，按照赠送对象的年龄大致分为老、中、青三类主题卡,不少市民前来购买馈赠亲友。存单有金额和期限,但存单上的数字却在向家人默默地表达了亲情的无价和永存。

礼包4：“安愉”升级送收益

记者了解到，继广场舞大赛之后，兴业银行国内首个养老金融方案“安愉人生”进行了二次升级，升级后该服务将以搭建养老金融平台为出发点，提供专属理财产品、存款利率上浮等金融服务，并针对老年客户发行专属理财卡——松鹤卡，作为“安愉人生”客户享受相关产品、服务的载体。

近期，大家熟悉的兴业银行“稳健型”的理财产品——天天万利宝的年化参考净收益率已达5.5%以上;而且“安愉养老财富1号”理财产品也以其“风险较低，收益较高”的特点吸引了许多中老年客户前往购买咨询。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

**十一银行活动策划方案篇三**

随着电信行业客户服务的深入，以积分、缴费等原由赠送客户礼品越来与普遍，赠品使用日益丰富，逐渐发展成为电信企业巩固客户忠诚度的重要手段，随着市场竞争越发激烈，也面临着赠品缺少差异化；赠品价值越来越大，企业成本增加；怎配多为日常用品，难以加载企业宣传信息等问题，使赠品功能降低。邮政刮刮卡是邮政针对商务市场推出的一款整合刮刮奖、体育彩票、中邮阅读卡资源为一体的产品。

（一）活动载体：幸运刮刮卡定制企业宣传信息

1、包含邮政即开奖+“我中彩票了”体彩（福彩）优惠券（2元）+两个月免费中邮阅读卡（价值30元）中奖率高。

邮政提供27.5%的中奖率；奖额高：邮政提供4999元、1000元、500元不同的高额中奖机会；体彩（福彩）奖金最高1000万元。

2、电信公司可自设中奖奖品。

（二）活动费用预算

幸运刮刮卡：单价2元/枚，数量5万枚，活动总计费用10万元。

（三）活动运作模式

1、到电信办理业务的客户进行赠送。

2、可通过电信公司客户数据对客户进行寄递。

3、邮政提供免费名址数据提供寄递服务。

1、体现x电信对老客户的关怀，达到巩固客户的目的。

2、可搭载业务宣传，通过邮寄精准找到潜在客户。

3、成本低，反馈高，可提高客户意料外收获。

银行客户提升活动的方案

活动地点：二楼理财沙龙

活动主题：红酒品鉴——邮政储蓄银行高端酒会

嘉宾人数：10—20人

活动目的：为感谢客户对邮政储蓄的支持与信赖，特别为高端大客户群体举办此次酒

会。向客户介绍邮政储蓄的前景与优势，为客户提供一个良好的投资储蓄环境。

活动流程

布置会场：n元

冷餐:n元

红酒：n元

奖品：n元

银行客户提升活动的方案

目前公司已拥有一定的客户群体，且销售压力增大，增速放缓。

1、维系与老客户的友好合作关系，感恩老客户的支持，回馈老客户。

2、拓展新客户的，推广公司项目。

3、缓解销售压力，促进销售速度的目标，推动客户转介活动。

20xx年7月1日~20xx年10月31日

所有客户以及订单客户

老客户向公司推荐新客户，并且达成成交意向，新客户签订确认书之后，将依据相关成交情况给予老客户相应奖赏。

1、老客户：与本项目已签订合同的客户。

2、新客户：在老客户的推荐下，首次了解公司项目，或在对项目有一定了解的.基础上，首次亲临本公司进行咨询，并成功签约的客户。

1、老客户介绍的新客户是第一次到销售中心，新客户必须填写《好邻居推荐单》。

2、参加此活动的客户必须是由以老带新的成交的新老客户，自行购买的新成交客户不在此活动范围内。

3、新老客户必须签订合同，缴清地款。

4、新客户在签订合同后即享有与老客户一样的优惠。

1、“感恩老友”基金（3000元）

2、“好朋友”基金（1000元）

3、代金券（价值500元）

4、“开门大吉”礼包（价值500元）

1、口头告知

在新客户成交时，销售员给其详细介绍“以老带新”的回报

措施，利用首因效果加强其印象，使其成为“以老带新”中的忠实一员。

2、电话告知

活动确定后，销售员分批电话告知其老客户老带新推荐好邻客户群

奖励制度

已签订合同、缴款完毕，并向亲友介绍、推荐；且推荐购买成功的老客户

赠送

“感恩老友”基金3000元，此基金可依据推荐新客户成交的块数，进行累加。

在购买地块半年内动工的客户土地正式启用后赠送“开门大吉”礼包（价值500元）

居基金活动信息，鼓励其以老带新，并每半个月进行再提醒；

4、在营销中心设置易拉宝介绍“感恩老友”奖赏活动措施及内容

1、首先填写《好邻居推荐单》

2、销售部负责人签字

3、新客户签约

4、成交后填写并发放老带新的“感恩老友”计划基金

**十一银行活动策划方案篇四**

无

以引客户为活动目的，与社区客户互动，进行项目社区文化营造与感受，带动新老客户，提高我行社区银行人气，吸引客户群的关注度，扩大社区银行的影响力与认知度。

1.活动内容

(1)体感游戏吸眼球

为达到吸引新老客户群认识我社区银行，走进我社区银行，特举办此项游戏活动以达到令人瞩目的效果。每周安排固定时段，在我社区银行门口(或能力可及范围内)开展体感游戏互动项目。此项游戏内容活动方式新颖脱俗，另外又起到一个全民健身的效果，定能吸引路过的客户，而这些驻足的客户，必定有我行正在寻找的客户群体。另外：参加体感互动游戏的客户需在活动参加详情登记簿上签字留电话以作为我行客户信息来源。

(2)当客户吸引人群吸引至一定规模时，可继续开展有奖抢答环节。

到访客户既可体验体感游戏的乐趣，又可参加抢答问题的有奖回馈，宣传定能达到预期效果。

2.交流话题建议

抢答问题建议如下：

1.某银行是哪年成立的?

2.某银行的经营理念是什么?

3.某银行理财产品的产品规格有几种?问题可选择一些针对客户需求方面的。

3.宣传方式

(1)在社区银行周边小区的报箱内投递活动广告;

(2)在社区银行周边小区的电梯内、宣传栏张贴营销活动广告;

(3)通过微信宣传活动信息;

4.活动反馈与跟踪销售行动计划

根据活动开展情况，由现场人员总结客户回答问题情况进行分析，有针对性的服务客户。对于参加游戏互动的客户，待游戏结束之后再进行有针对性的深度挖掘。

1.目标客户

目标客户包括：社区银行周边小区通过宣传慕名而来的到访客户，以及当天老带新客户;

2.客户组织

约访的新老客户当日来我我行，由接待人员进行简单了解后进行分流引导，咨询客户带到咨询区，参加游戏客户带至游戏区登记，游戏开始时间由固定人员讲述游戏方式及注意事项后开始互动游戏和抢答游戏，对于回答正确我行问题的客户给与渤海银行专属纪念品。

1.时间

社区银行开业后的节假日或法定休息日均可。

2.地点

我行社区银行门口(或能力范围可及内)

xbox360体感游戏机1台3000元

纪念品100份0--500元(可用我行现有水杯或其他)

平板电视1台3000元(社区银行应自有此设备)

1.通过本次活动预计带来的业务量业务量不敢保，人气量肯定暴增。

2.通过本次活动预计带来的影响。

预期影响给客户留下深刻印象的同时，配合理财及储蓄产品的销售，大幅增加网点存款和业务量。

1.活动策划人：2人

职责：安排现场分区接待客户以及设备调试等流程分配

2.活动协调人：3人

职责：接待来访客户并做好推广解释工作

3.活动现场负责人：1人

职责：负责一切当日活动细则

1.概念：营销策划方案是商业银行在进行金融产品或服务的市场销售之前，为使销售达到预期目标而进行的各种销售促进活动的整体性策划文书。

2.作用：营销策划是针对某一客户开发和某一产品营销而制作的规划，它的任务是为将朦胧的“将来时”渐变为有序的“现在进行时”提供行动指南，由此而形成的营销策划方案则是商业银行开展市场营销活动的蓝本。

3.特点：营销策划方案必须具备鲜明的目的性、明显的综合性、强烈的针对性、突出的操作性、确切的`明了性等特点，即体现“围绕主题、目的明确，深入细致、周到具体，一事一策，简易明了”的要求。

结构模式

1.种类：商业银行市场营销策划方案因其策划的对象不同，可分为大型优良客户营销策划方案、重大项目营销策划方案、市场调查策划方案、产品推介策划方案等等。

2.结构：

营销策划方案的基本结构是：

第一部分：营销策划方案封面

在这部分内容中，策划者需分项简要概述以下内容：

(1)营销策划的全称。

基本格式是:x银行关于xx营销策划书

(2)营销策划的部门与策划人。

营销策划:x银行x分(支)行客户部

主策划人:xx、xx、xx

(3)营销策划的时间。

20xx年x月x日

第二部分：营销策划主题和项目介绍

根据不同的营销策划对象(即营销策划项目)，拟定各自所应围绕的主题。营销策划主题是整个营销策划的基石和内核，是营销策划的基本准绳。在阐述营销策划主题的基础上，要对策划的项目情况作一简要的介绍，包括项目的背景、项目的概况、项目的进展、项目的发展趋势等。

第三部分：营销策划分析

营销策划分析可以是逐项分类分析，也可以作综合分析，视策划的具体情况来定。

(1)项目市场分析。

宏观环境状况。主要包括宏观经济形势、宏观经济政策、金融货币政策、资本市场走势、资金市场情况等等。

项目市场状况。主要包括现有产品或服务的市场销售情况和市场需求情况、客户对商业银行新产品或服务的潜在需求、市场占有份额、市场容量、市场拓展空间等等。

同业市场状况。主要包括同业的机构、同业的目标市场、同业的竞争手段、同业的营销方式、同业进入市场的可能与程度等等。

各种不同的营销策划所需的市场分析资料是不完全相同的，要根据营销策划需要去搜集，并在营销策划中简要说明。

(2)基本问题分析。

营销策划所面临的问题和所要解决的问题，这些问题的生成原因是什么?其中主要原因有哪些?解决这些问题的基本思路如何确定，出发点是什么?通过何种途径，采取什么方式解决?等等。

(3)主要优劣势分析。

主要优势分析：围绕营销策划主题，将要开展某一方面的市场营销活动(如市场调查、新产品开发、市场促销、广告宣传等)，拥有哪些方面的优势，主要是自身优势(即自身的强项)分析，也应考虑外部的一些有利因素。营销策划就是要利用好有利因素，发挥出自身优势。分析优势应冷静客观，既不能“过”，也不能“不及”，要实事求是。

主要劣势分析：主要劣势分析就是分析与将要开展的市场营销活动相关联的外部一些不利因素和自身的弱项、短处等。营销策划就是要避免和化解这些不利因素，如何弥补自身的不足，错开自身的弱项。

主要条件分析：主要条件分析就是分析将要开展的市场营销活动所需要的条件，包括已具备的条件和尚须创造的条件，逐一列出，逐一分析，以求得资源的最佳利用与组合。

第四部分：营销策划目标

不同项目的营销策划，有各自不同的营销策划目标，而营销策划目标大多由一些具体的指标所组成。拟订营销策划目标，要实事求是，经过努力能够达到。

第五部分：营销执行方案(即保障措施)

制订营销执行方案，是营销策划的重头戏，是对市场营销活动各道环节、各个方面工作的精心设计、周密安排和逐一布置与落实，是营销活动组织、开展的脚本。

制订营销执行方案应考虑以下问题：

(1)理顺本次营销活动所涉及的各种关系。

(2)把握本次营销活动的重点和难点。

(3)确定本次营销活动应采取的策略。

(4)弄清楚开展本次营销活动可利用的人、财、物等方面的资源与条件，确定好策划预算。

(5)本次营销团队人员的组成，各参与部门及人员在本次营销活动中所应完成的任务、所应承担的责任和所应充当的角色。

(6)开展本次营销活动的监控、反馈机制和传导系统。

(7)完成本次营销策划任务的时间安排(分阶段任务)。

(8)开展本次营销活动可能出现的突发问题与应急措施。

(9)对本次营销活动的考核奖惩方式。

**十一银行活动策划方案篇五**

在20xx年腊八节来临之际，为进一步丰富广大干部职工的精神文化生活，展现干部职工的精神风貌，打造团结、和谐的团队精神，拟于20xx年春节前夕举办迎春联欢活动，现提出如下活动方案：

一、主办单位：

市财政局、xx银行。

二、活动时间：

暂定20xx年2月1日（星期五）晚上7：30-9：00。

三、活动地点：

待定。

四、参加人员：

市财政局全体人员155人（含离退休老干部）；xx银行有关人员，约300人左右。

五、活动内容：

1、主持人：市财政局、xx银行各派1名男主持人、1名女主持人。

2、节目安排：整场晚会控制在90分钟左右，计划安排10个左右节目。其中市财政局选送3-4个节目，xx银行选送4-5个节目。

3、晚会形式：

（1）设置幸运大抽奖环节：设特等奖2名，奖励价值500元物品；一等奖10名，奖励价值300元物品；二等奖20名，奖励价值200元物品；三等奖30名，奖励价值100元物品。所有奖项分别由两家单位领导抽取。

（2）设置游戏互动环节：在节目中穿插1-2轮互动游戏项目。

（3）歌曲中穿插交谊舞表演。

（4）邀请领导即兴演出。

（5）设置节目表演奖和游戏参与奖，对所有上台表演节目的和参加互动游戏的，给予小礼品奖励。

六、有关事项：

1、成立活动筹备工作组。为做好整个活动的组织协调工作，拟成立活动筹备工作组，组长建议由两家单位分管领导担任，成员由两家单位抽调相关人员组成。工作组下设节目、会务、后勤三个小组，节目组负责节目编排、审核、互动游戏设置等相关工作，会务组负责舞台设计、场地布置及晚会现场等工作，后勤组负责物品采购、音响设备等后勤保障工作。

2、活动纪念品：为所有参加人员每人准备一份纪念品，按一定标准设置。

**十一银行活动策划方案篇六**

巧借中秋东风，结合本酒店的实际情况和中国传统的民族风俗，以直销为主，推动全员销售，达到经济效益与社会效益双丰收，中秋节月饼策划方案。

组 长：xx

副组长：xx

成 员：营销人员及各部门经理

20xx年8月15日20xx年09月22日

销售渠道为各大企事业机关单位，酒店协议客户；

通过市场营销部和餐饮部到市内各大单位上门推销，拜访客户，争取大的订单；

按部门分配进行销售；

实行酒店全员销售，采取提成销售制度，以刺激员工的销售积极性；

举行月饼品尝展销会暨答谢老客户冷餐酒会；

在酒店网站及网络订房设月饼销售点；

有潜力的商店、超市代理销售。

1、餐饮部：

协助工程部对大堂月饼展台进行布置；

负责“答谢老客户暨开来大酒店月饼展销会”会场台型的设计、摆放、服务工作；

答谢酒会的准备、服务；

协助营销部维持“答谢老客户暨开来大酒店月饼展销会”活动秩序。

2、房务部：

做好大堂服务人员中秋节促销活动的对客宣传；

将中秋宣传彩页摆放到客房房间；

设计中秋入住客房赠送月饼的销售方案，并做好月饼销售的统计。

3、工程部：

协助营销部粘贴楼体大型广告图片；

负责大堂月饼展台的制作；

负责酒店广场月饼销售点的搭建。

4、财务部：

组织印刷中秋节宣传彩页；

提供“答谢客户暨开来大酒店月饼展销会”有奖竞猜活动奖品；

协助营销部组织有奖竞猜活动礼品的发放；

协调厨房展示月饼品种；

提供团购月饼提货券。

5、总办、人事部：

负责大堂展台的管理；

对“答谢客户暨开来大酒店月饼展销会”邀请人员做好引领服务；

负责广场月饼销售点的布置及组织销售。

6、营销部：

负责月饼活动的广告宣传页、楼体广告、团购提取券的设计、制作；

统计“答谢老客户暨开来大酒店月饼展销会”邀请人员名单的.、发放请柬、群发短信。

组织“答谢老客户暨开来大酒店月饼展销会”的节目及维持活动秩序；

协助各相关部门进行月饼展台、活动场地的布置；

负责活动期间重要客户的引领、接待、迎送。

1、8月18号前联系月饼盒生产厂家并设计盒样，28号前月饼盒到位。

2\"大堂月饼展台的布置于8月25日前完成。

3、月饼货品的领取、销售统计负责人于8月25日8：30前到位。

4、户外广告、宣传彩页于8月15日前完成 。

6、活动邀请人员名单、请柬发放、群发短信告知指定日期12：00前完成。

7、网络月饼销售点的组织销售于8月25日前到位开始销售 。

1、档次定价：a款288元/盒

b款188元/盒

c款98元/盒

d款58元/盒

2、团购的优惠价的确定范围？

100盒以上 折 不再提成及返佣

50盒以上 8折 不再提成及返佣

满10盒送一盒

3、能否开展有奖销售？

8折以内的给予营销人员提成15%左右；即a款提45元、b款提成25元，c款提成15元，d款提成5元。

1、月饼盒制作：a款盒200x60元左右=1xx元

b款盒500x35元左右=17500元

c款盒500x25元左右=12500元

d款盒1000x13元左右=13000元

合计：55000元

2、月饼原料成本：a款：60元/盒

b款：45元/盒

c款：25元/盒

d款：12元/盒。

3、条 幅： 80 元

4、外墙喷绘： 300 元

5、月饼彩页：500元

6、多功能厅喷绘： 160元

7、嫦娥装两套： 300元

8、大堂展台月饼销售点及网路营销点：待定

9、酒会：因人数未定因此费用待定。

银行在居民社区搞活动的策划方案 提示：从三个方面策划活动:

2、主题类的活动（健康讲座及义诊、书法比赛、篮球比赛、棋牌比赛、宠物等 ）

关爱生命 关爱生活 （有奖问答） 家庭主妇

我们不仅要对自己的身体健康负责，我们也要对自己的理财健康负责，没有好的理财管家，怎能享受美好的生活！大到国家，小到家庭，俗话说，吃不穷、穿不穷、算计不到就受穷，可见一个好的理财机制对我们的生活是多么重要！

3、节点类的活动：如暑假寒假等

投资基金 （零风险、时间长、回报多）相当于存款

家中的孩子 （点点滴滴从无到有、从少到多，为我们的下一代积累财富，让他们展开双翅，任我飞翔。）

您存进去的是一根冰棍儿钱、是一块儿豆腐钱、是一瓶饮料钱，但得到的回报的级别却是宝马级的。只要您持之以恒，梦想就会变成现实。

按以下条目来完成：

一、活动主题及思路

二、目标群体

三、活动设计: 前期宣传 当天活动流程 活动人员分工 四活动物料

五 营销方法及话术 六活动预计效果 采取就近原则，选择银行附近的居民小区，这样是让居民有安全感，知道这个活动是真的，没有欺诈行为。事先和小区物业做好沟通，到时候可以提供一些帮助。

活动前在小区门口进行广播宣传和散发传单，可以事先做一个大的幕布，张贴在小区显眼的位置。把此次活动的大概内容写上去，让大家有一个大概的了解。

**十一银行活动策划方案篇七**

x20xx年12月9日至20xx年12月25日

二、活动对象

农行信用卡持卡人（商务卡、准贷记卡除外）

三、活动内容

20xx年12月9日至20xx年12月25日，持农行信用卡（商务卡、准贷记卡除外）在宾馆、餐饮、百货三类商户累计消费金额排名前10名，即可获得“xxxx海南日月湾国际冲浪节”农行大礼包获邀于20xx年1月免费观赏海南首届国际冲浪比赛、入住艾美酒店，欢享奢华与狂欢，体验不凡人生！

四、活动细则

（四）宾馆、餐饮、百货类商户的认定以中国农业银行系统设置为准；

（五）刷卡消费时间以系统入账时间为准；

（六）美元消费按1：8的比率折算成人民币计算；

（八）中国农业银行将于活动结束后公布获奖持卡人名单并通知持卡人相关兑奖事宜；

（九）中国农业银行在法律许可的范围内保留对本活动内容的最终解释权。

**十一银行活动策划方案篇八**

全球成长心连心(heartchorusglobalinitiative)是成长心连心国际协会(heartchorusassociationinternational,hcai)旗下的大型公益项目。成长心连心国际协会(以下简称hcai)是一家在加拿大联邦政府注册的非盈利机构，註冊编號：916598-3。hcai在全球范围内组织活动，服务于中学生、大学生、社区以及企业。同时，hcai也将持续地全球招募和训练志愿者、团队领袖、训练师以及教练来共同支持和推广成長心連心公益项目。

8月全球成长心连心要做什么活动?

“成长心连心”进入中国20周年之际，从202月全面启动筹备“全球成长心连心-8月加拿大专场”，于2024年2月-7月从中国内地300多所高校中筛选出一批优秀大学生到加拿大多伦多，和来自五大洲四大洋的另外一批优秀华人大学生，共同创办一场“全球成长心连心”，并会创造一个特别有意义的吉尼斯世界纪录。

每个人都将亲身体验到『把爱传出去』的精神内涵。企业家物资或捐款的的形式来支持大学生实现本次旅程，为大学生提供整个训练项目的费用，含食宿及中国至加拿大往返的交通费用;中国大学生通过自身努力对助学公益组织——麦田计划1800元人民币的捐赠来帮助山区贫困学生实现求学之梦。北美华人大学生也将通过对北美帮带公益组织——大哥哥大姐姐(biggerbrothersbiggersisters,bbbs)300元加币的捐赠来自更多加拿大的孩子得到大哥哥大姐姐们一对一的帮带。全球范围内的义工们则尽心筹备，促成本次活动的圆满举行。

企业可以参与吗?

我们诚挚邀请有实力有爱心的企业单位搭乘这艘爱心之船，承载及发扬企业对社会的回馈，让爱发酵，升华!

以下有六种参与办法及回馈方案供企业家们参考及投入行动。

捐赠赞助方案一、企业英雄榜

全球成长心连心的宗旨是集合华人的力量创造一份“爱的传递”，企业家通过资金赞助，同时也可以通过企业英雄榜鼓励并支持大学生迈出校园，贡献一份自己的力量给社会。成功进入“全球成长心连心”的大学生都是经过多次筛选的优秀人材，他们经过素质训练之后，在心态、行动力等方面会有更多的提升。邀请各企业主成为伯乐，慧眼识国际人才，让企业注入全球视野素质的新生力量，优先考虑录用参加过“全球成长心连心”的大学生，或给予实习机会。欢迎企业家进入英雄榜(实习名额)，培养优秀的新生代。

捐赠赞助方案二、物资赞助

1.“全球成长心连心”8月加拿大专场独家服装赞助

2.“全球成长心连心”8月加拿大专场独家感恩信封赞助。有此资源及意向的企业联系“全球成长心连心”中国筹委会秘书-林颖。

捐赠赞助方案三、1万元人民币

印制彩旗1面，放于吉尼斯世界纪录活动当天现场，体现团队(或个人)精神，展现团体(或个人)风貌，把爱传出去。(欢迎各团体或个人往加拿大见证吉尼斯纪录产生的神圣时刻)

捐赠赞助方案四、2万人民币

2万元即可申请“家庭版成长心连心”一场。

注：企业需负责场地、物资和训练师的差旅费

捐赠赞助方案五、4万人民币

4万元即可申请到“企业版成长心连心”两场，2024年一场及一场。

注：企业需负责场地、物资和训练师的差旅费

捐赠赞助方案六、6万人民币

可提名两名大学生直接进入“全球成长心连心”面谈快通道

备注：6万元(相当于支持3名大学生参加本次活动)

捐助方式及详情

所有国内捐款会由“广东省麦田教育基金会”协助审核，3千元以上的捐款会开具抵税收据。感谢“广东省麦田教育基金会”的支持，“成长心连心国际协会”将拨出百分之十的捐款给“广东省麦田教育基金会”支持山区贫困学生援助项目。

户名:广东省麦田教育基金会

帐号:44001863201053026377

开户行:中国建设银行广东省分行

**十一银行活动策划方案篇九**

一、活动目标

为感谢广大客户长期以来对本支行的关心和支持，进一步提升本支行的市场影响力，本支行以感恩之心举办以下营销活动，努力回报客户的信任，致力提升客户价值，和客户共谋发展，分享创造硕果。

二、活动内容

(一)开展“存款拿大奖，福气喜临门”主题活动

1、活动对象:支行全体存款客户。

2、活动时间:201x年7月1日—201x年10月31日。

3、活动规则:活动期间，凡是到支行办理存款业务满xxxx元的客户即可获得一次抽奖资格。活动期末抽取20名幸运客户，分别赢取价值xxxx元的xx商品。

(二)开展“贷款喜得奖，好运日日来”主题活动

1、活动对象:支行全体贷款客户。

2、活动时间:201x年7月1日—201x年10月31日。

3、活动规则:活动期间，凡是到支行办理贷款业务的客户即可获得一次抽奖资格。活动期末抽取20名幸运客户，分别赢取价值xxxx元的xx商品。

(三)开展“用电子银行，得惊喜好礼”主题活动

1.活动对象:支行全体企业网银、个人网银和手机银行客户。

2.活动时间:201x年7月1日—201x年10月31日。

3.活动规则:活动期间，一是支行企业网上银行客户使用企业网银完成账务类交易5笔(含)以上，累计金额达100万元即可参与抽奖。活动期末抽取10名幸运客户，分别获赠价值xxxx元的xx商品。二是支行个人网上银行客户、手机银行客户分别完成个人网上银行、手机银行账务类交易5笔(含)以上，且每笔金额超过200元即可参与抽奖，各获赠以下奖品:一等奖20名(个人网银和手机银行用户各10名)，分别赢取价值xxxx元的xx商品。二等奖500名(个人网银和手机银行用户各250名)，分别获赠100元话费充值卡一张。

三、活动安排

活动结束后在11月中旬抽奖，抽奖在公证部门的公证下进行，由电脑随机抽奖。获奖信息在支行各网点营业厅公布，并到指定地点\*。

四、活动声明

自获奖名单公布起一个月内，客户未来指定地点\*，视为客户自动放弃。

五、活动宣传

(一)本支行各营业网点张贴本次营销活动的宣传海报，活动信息通过led屏幕滚动播出。

(二)本支行通过电视、报刊等媒体对本次营销活动进行宣传。

(三)本支行各部门和营业网点解答客户有关本次营销活动的咨询。

一、活动总主题

“中行卡五一献礼，‘金’喜来找你!”

二、参加活动卡种

长城系列信用卡、中银系列信用卡

三、活动时间

4月30日-5月3日

四、活动内容

(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

201x年12月1日---201x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。

四、宣传主题

刷银联卡，安全健康，时尚的选择。

五、活动规则

201x年12月1日—201x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201x年12月日----201x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。

一、活动主题:“金秋营销”

本次活动以“金秋营销”为主题，旨在向高中端客户和大众客户表达银行与之分享耕耘硕果、共创美好未来的真诚愿望，传播银行个人银行业务以客户为中心、致力于实现银客“双赢”的经营理念。各行可在此基础上，根据本行的活动特色，提炼活动主要“卖点”作为副题。

二、活动时间:×年×月×日×月×日。

三、活动目的:

以中秋佳节、国庆节为引爆点，以个人高中端客户和持卡人为重点目标群体，以巩固和发展客户、促进储蓄卡使用、提高速汇通手续费等中间业务收入为主攻目标，重点拓展购物、旅游、餐饮、娱乐市场及其相关市场，同时扩大产品覆盖人群，促进客户多频次、多品种使用，带动个人银行业务全面发展同时通过“金秋营销”宣传活动的开展，确立我行品牌社会形象，增强客户对我行个人金融三级服务(服务、社区服务、自助服务)的认知和感受，提高电子渠道的分销效率，切实提升经营业绩。

四、活动内容

活动主要包括以下内容:

(一)“金秋营销产品欢乐送”优惠促销赠礼活动。

为鼓励持卡人刷卡消费和无纸化支付，促进银行卡和自助设备各项业务量的迅速增长，同时保持和提升速汇通业务竞争优势，促进汇款业务持续快速发展，特开展以下优惠促销赠礼活动:

.“金秋营销自助服务送好礼”

活动期间持我行储蓄卡在全省范围内的自助设备上缴纳次费用的客户，可持缴费凭证及存取款凭证，到所在地的营业网点兑换价值元的礼品一份。先到先得，送完为止。凭证必须是同一储蓄卡的缴费凭证，礼品兑换后，我行将收回缴费凭证。

凡在活动期间办理签署代缴费协议的客户，可获得价值元的礼品一份。签约即送，一户一份，先到先得，送完为止。

活动礼品由各行自行购置。

.“金秋营销卡庆双节”

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—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。

.“金秋营销速汇通优惠大放送”

活动期间，速汇通汇款手续费优惠%幅度。

二“金秋营销产品欢乐送”网点个银产品展示及优质服务活动。

以营业网点为单位开展“金秋营销产品欢乐送”优质服务及个银产品的展示活动。活动主要内容有:

.营业网点统一悬挂宣传横幅，张贴和摆放省分行下发的营销活动海报以及活动宣传折页(近期下发)，以新颖、丰富的视觉感染力，吸引客户关注。

.网点柜员统一佩带工作胸牌，增加员工亲和力，突出我行员工热情、亲切的服务形象。

.活动期间，网点须设专门的宣传咨询台并配备导储员，加强动态推介，引导客户使用我行提供的自助渠道办理普通存取款和缴费业务，积极做好相关兑奖工作。

.积极开展网点优质服务工作，提高速汇通等业务的柜台服务质量，加强柜台人员与客户的交流，切实提升网点服务形象。

.切实做好对客户的绿色通道服务，严格按照有关要求向客户提供优先优惠服务，为客户营造良好的节日服务环境。

(三)“金秋营销产品欢乐送”社区活动。

.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、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

月、月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。

(三)“金秋营销产品欢乐送”活动。

.活动期间，各行采用信函方式或人工送达方式向客户发送省分行统一制做的一张节日贺卡，并同时准备一定金额的礼品。礼品袋由省分行统一制作下发，礼品由各行自备。

.联合本地餐饮、娱乐等行业的高档合作机构在活动期间向持有我行卡的客户提供打折优惠;联合机场、车站等交通部门向我行客户提供贵宾服务。

.国庆节期间，客户外出较多，各行要确保理财中心、理财专柜和客户专窗正常营业;同时组织营业网点、个贷中心等经营机构切实落实客户绿色通道服务和各项优先优惠服务，为客户营造良好的节日服务环境;另外要密切协作，严格执行“漫游服务”标准，确保总行客户在全国范围内能够得到专门服务，兑现乐当家的品牌承诺。

四、活动目标

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%。

.\*完成各项业务指标。

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