# 银行营销活动方案(通用13篇)

来源：网络 作者：雪海孤独 更新时间：2024-05-30

*为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。银行营销活动方案篇一无以吸引客...*

为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

**银行营销活动方案篇一**

无

以吸引客户为活动目的，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。

**银行营销活动方案篇二**

本方案所指客户包括存款客户、贷款客户，客户类别包括个人客户和对公客户，业务涉及贷款、贴现、承兑、开销户、存取款、转账结算、pos机等业务。

指导思想：信用社的长远发展要以“效益”为中心，在正确处理近期与远期关系的基础上，制订切合实际的发展策略，尽快建立一个以效益为纽带，以业务的持续、稳步增长为目标，以充分员工的主观能动性为目的的资金营销和运作方案，迅速开展工作，为信用社圆满完成上级下达的任务指标和信用社长远发展而努力。

工作思路：以客户为中心，经过对存款和贷款进行结构分析，细分客户，量化激励，全员营销。工作中充分授权，配比费用、存款重视账户开立、贷款重视信贷关系的确立，维护好存量客户、开拓新的黄金客户，客户经理以很多的时间走出去，充分了解客户，迅速熟悉客户社交圈，进而赢得客户，占领市场。

服务理念：纵线关注全流程服务，横线关注全方位服务，把差错化为惊喜、把平淡化为满意、把高兴化为眷恋，跟踪到位，横道边，纵到底，把阶段性行为变成高效的、有灵性的持续服务。

第一部分贷款营销

信贷是收入之源，是立社之基。

一、个人客户

1、纯农区的农户

对纯农区的农户继续实行“五户联保”的形式，金额单户10万元，并在适宜的村促成农民专业合作社、和农民信用共同体等农村经济组织的产生，改变农村金融体系缺乏独立承当民事职责且有必须组织性的贷款主体的现象。

2、城中村村民

对城中村村民贷款继续实行“五户联保”的形式，金额单户30万元，大力推广，资料中有村委的介绍信，并要求在我部办理贷款的客户数到达五户的，城中村委会在我部开立结算账户。且由五户以上的客户组成信用共同体，统一评级定信用等级，信用共同体全体客户同意能够推荐其他村民加入享受统一的优惠利率，贷款金额，若信用共同体中村民有一户出现逾期、欠息等违约行为，则统一下调信用共同体中所有成员的信用级次。不仅仅能够加深信用社和所扶持村民所在村委的天然联系，并且还能够实现营销链的外延，并且对贷款资产的质量起到进取有效的防范作用。具体参照商户通贷款操作。

3、社区居民

由于社区居民零散，且不具有很强的组织性，所以对社区居民贷款一律采取抵押的方式进行，金额以评估价值并参照市场价确定合理的抵押率来定。

4、个体工商户

对于在同一市场里的个体工商户，采取两户商户保证担保加市场担保的方式进行，不得突破200万元。对不在同一市场或市场难以供给担保的且由五户以上的个体工商户组成信用共同体，统一评级定信用等级，由信用共同体所有成员向商户供给无限连带职责的保证担保，授信金额核定为50万元，全体成员同意能够推荐其他商户加入享受统一的优惠利率，授信额度，若信用共同体中有一户商户出现逾期、欠息等违约行为，则统一下调信用共同体中所有成员的信用级次，并由所有成员来偿还贷款本息。从而实现营销链的外延，节俭人力成本，并对贷款资产的质量起到进取有效的防范作用。具体参照商户通贷款操作。

5、城市白领(含信用社职工)

参照《白领通》执行

6、微小企业老板

把控风险口外延，加强和以在省联社备案的担保公司的合作，采取担保公司总授信，老板贷款，担保公司担保的方式开展业务。

二、企业客户

1、存量贷款

客户经理必须维护好存量客户，作为基本工资的发放考核指标，在存量贷款未发生重大变化时，予以进取办理、并尽快熟悉客户上下游客户及社会关系，实现全方位合作。

2、品牌(自然增长)营销贷款

3、营销贷款(主要是指由明确的单位职工作为营销人的贷款)

(1)全员营销，具体分营销人、客户经理(主调查人为客户经理和协助调查人为其他客户经理)，注：营销人不参与调查。

(2)核定营销金额：信用社负责人总额度5000万元，单户不超过500万元;信用社主任助理3000万元、单户不超过300万元;各科室科长1000万元、单户不超过100万元，副科长700万元，单户不超过70万元;信用社客户经理700万元、单户不超过50万元;信用社其他员工和机关员工300万元，单户不超过30万元。

(3)操作流程

按照利息收入的5%给营销人提取奖励费用，奖励费用进入专户管理，并登记台账，在贷款本息全部收回时兑现。

若贷款进入收回再贷程序，则奖励费用兑现20%，余额和收回再贷的奖励费用一并入专户管理，在贷款彻底收回时全部给予兑现。

若贷款出现风险，则奖励费用全部用来弥补损失，调查人、审查人、贷审会成员、分管主任、主任尽职免责，由营销人负责偿还和并承担贷款营销职责。

参考其他银行利率定价及费用奖励模式：12%的年利率中，包含了资金筹资成本、管理、营销及人工费用大约为7%;研究到商业风险，必须要有2%左右的风险加价;此外还有1%的一般准备计提。同时加上合理利润1.4%，并研究当地银行市场竞争状况，按照0.6%的比例计提奖励费用即利息收入的5%。

(4)贷款期限、利率及还款方式

贷款期限以短期贷款(1年以内)为主，贷款利率执行联社贷款的现行利率，还款采取按月结息到期还本的方式。

4、票据业务

主任助理主抓，利用掌握的客户资源，安排专人办理，重新完善贴现手续，合规操作，日均余额2个亿，循环操作，保证合法有效、到期兑付。

三、人员安排及流程时限

1、信用社全部信贷人员均为客户经理

2、流程时限

依据市办对信用社贷款职责的确定，客户经理负责贷款流程中受理和调查两个环节，初步确定接收资料到正式受理，所有贷款期限均为为3天，完成初审，到达准入条件、并满足客户需求后方可正式受理。

调查时限要求：根据贷款金额来确定，具体为：50万以下贷款均在3个工作日办完，50万-100万贷款在5个工作日办完，100万-500万贷款均在6个工作日办完、500万元以上贷款在8个工作日内完成。调查质量要求：调查方案必须详实，做到心中有数。

第二部分存款营销

“存款是立社之本”，是资金运营、创造效益的基本保障。主动营销存款成为了“立社”的关键之举。

1、存款营销流程和重点的确定

本方案所指存款营销包括存款客户账户和客户日均存款余额及客户业务发生额的营销。随着银监局对金融企业存贷比的监管要求的变化，存贷比中存款量以日均余额来监管，所以我部存款客户的营销理念必须迅速转变，并结合我部实际，存款营销以吸引存款大户在我部开户为重点，营销流程为：开户(账户营销)----日常结算(结算便利)----月底余额。

2.全员营销任务的确定：为培养具有强烈生存意识的现代商业银行员工的氛围，凡是在我部员工都要有吸储任务，员工(大堂经理、信贷外勤人员、岗位负责人、主任除外)最低基数为每季存款净增50万元。

3、存款营销专业团队任务的确定：

存款的组织是一个系统工程，根据每位员工的自身实际(形象、口才、人脉、本事、耐力等)和岗位特点，信用社实行全员参与但各有侧重的存款营销办法，由信贷外勤人员和岗位负责人组成信用社存款营销团队，并结合信贷收益(发放贷款的收益水平》增量存款上存的收益水平)，运用资金上应优先研究信贷投放，主要侧重于零(低)风险贷款商品和个体、私营企业临时性贷款，从而实现存贷齐头并进，到达利益化。存款营销团队员工营销存款每季新增保证1000万元，负责人每季新增3000万元，主任助理每季新增1500万元。

4、存量存款任务：商业银行经营是以效益为中心，存量一块毕竟同样产生效益。忽视存量存款，会严重挫伤员工的工作进取性。加强对原有存款业务的发生和巩固工作，对存款营销团队中从事专门存量存款客户维护工作的员工任务为每季新增存款50万元。

5、新业务：发展某种新业务，一般短期内不会产生多少可观的存款额，或许从长远看有利于存款的稳步增长。研究“考核报酬的即期性与部分新业务带来存款的远期性”的关系时，避免失去存款新的增长点。目前对专门从事系统性的代收代付业务的员工存款每季新增50万元。

5、存款业务分析例会的确定

为避免出现“鞭打快牛”和“懒牛卧车槽”及“挖空心思凑数据”的情景，每月召开一次存款营销分析会，根据任务的完成情景，每位员工社会关系、个人精力、个人素质、甚至个人形象等情景，具体分析制定下个季度的任务目标。

6.考核办法：凡是吸收的存款，一律存在联社信用社，月末由信用社安排专人建帐。在年终对超过基数的存款，按照账户的每日存款余额的千分之一进行统一考核奖励。

利用唯物辩证法的观点和思路开展工作，诠释好“熙熙攘攘皆为利来、家有梧桐树引得凤凰来、酒香也怕巷子深”这三句话，经营风险、融通资金、提升服务、加快营销、实现双赢。

**银行营销活动方案篇三**

迎合目标消费群心理，满足情感需求。

目标人群是xx岁~xx岁之间，在政府机关、企业担任中高层职务的人士。由于工作繁忙，与家人在一起的时间一般较少，特别是与父母亲在一起的时间更少，所以一般都存在“回报养育之恩”的心结，可以引发其潜在情感需求。

**银行营销活动方案篇四**

在20xx年新春来临之际，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：

市财政局、xx银行。

暂定20xx年2月1日（星期五）晚上7：30-9：00。

待定。

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。

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。

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。

**银行营销活动方案篇五**

沛县农村商业银行上银行、手机银行(客户端)、微信银行、圆鼎卡用户。

20xx年6月5日-20xx年6月18日。

浓香粽情感恩父爱

1、一重礼：圆鼎卡用户消费有礼

活动期间，我行圆鼎卡新老客户凡持卡在徐州贵和百货商场、沛县燕山华联超市消费满2笔或消费金额满288元，即可获赠毛巾礼盒一套。名额有限，先到先得(限前100名)。每个客户限领一次。

2、二重礼：手机银行、上银行新用户交易有礼

活动期间，首次开通并使用沛县农村商业银行上银行、手机银行(客户端)转账、缴费成功的客户，即可获赠精美礼品一份。礼品规则设置如下：

(1)粽子礼盒一个，限端午节当天前100名。

(2)30元移动充值卡，限前100名(和粽子礼盒活动不可同时参加)。

以上奖品，每个客户限领一次。

3、三重礼：省级微信银行关注有礼活动期间，

(1)、凡关注江苏农村商业银行微信银行并成功绑定圆鼎卡并成功无卡取款一次的客户，即可获赠10元手机话费。名额有限，先到先得(限前500名)。每个客户限领一次。

(2)、所有关注江苏沛县农村商业银行微信银行并成功绑定圆鼎卡的.客户，均可获得一次抽奖机会。奖项设置为：

一等奖：10名，60克银条一个

二等奖：200名，30元移动充值卡三等奖：1000名，10元手机话费

4、四重礼：圆鼎卡、手机银行(客户端)、上银行动户有礼

凡20xx年1-5月份没有发生过交易的银行卡、手机银行(客户端)、上银行客户，活动期间，只要发生一笔金额超过100元的交易即可获赠20元手机话费。(限前500名每个客户只能领一次。)

**银行营销活动方案篇六**

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)活动期间申请卡免收当年年费。

(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20xx0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。

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。

**银行营销活动方案篇七**

银行是现代社会经济发展的重要组成部分，而银行营销活动则是银行在市场竞争中获取客户、增加市场份额的重要手段。有效的银行营销活动策划方案能够帮助银行吸引更多的客户，增加业务量，提高盈利能力。本文将详细探讨银行营销活动策划方案，以期为银行的市场发展提供一定的参考。

银行作为金融机构，其目标客户主要包括个人客户和企业客户。在策划银行营销活动时，需要充分了解目标客户的特征和需求，从而有针对性地制定推广方案。

个人客户方面，银行可以将目标群体分为不同的细分市场，如有稳定收入的白领阶层、有购房需求的年轻人群以及退休人员等等。企业客户方面，则可根据企业类型、规模等进行分类。对不同类型的客户，银行需要根据其需求量身定制相应的产品和服务，并通过营销活动吸引他们。

在进行银行营销活动策划时，需要明确活动的目标、主题和内容，以及活动推广的渠道和方式。

1.活动目标：

银行一般的营销活动目标包括增加客户数、促进销售、提高客户忠诚度等。在制定具体目标时，需要根据银行的实际情况和市场需求，确立可量化的目标。

2.活动主题和内容：

活动主题可以根据不同的节日、季节或银行产品特点来确定。例如，可以组织“金秋购房季”活动，为有购房需求的客户提供优惠贷款和其他相关服务；或者以“新年财富计划”为主题，向客户推广保险、基金等理财产品。

在确定活动内容时，需要结合目标客户的需求和市场竞争情况，提供有吸引力的产品和服务。同时，可以设计一些趣味的互动环节，增加客户的参与度和活动的趣味性。

3.活动推广渠道和方式：

银行营销活动的推广渠道和方式可以多样化。常见的推广渠道包括线上推广（网站、社交媒体等）和线下宣传（广告、传单等）。根据目标客户的特点和营销活动的具体内容，可以选择合适的推广渠道和方式。

制定完银行营销活动策划方案后，需要进行具体的执行和监测工作。

1.活动执行：

活动执行是确保活动能顺利实施的关键环节。银行需要组织相应的人力、物力和财力资源，确保活动的顺利进行。此外，银行还需要制定详细的执行计划，并建立相应的沟通机制，确保各个环节协同合作。

2.活动监测：

活动监测是评估活动效果的重要手段。银行可以通过跟踪客户的反馈、营销数据的分析等方式，了解活动的效果和问题，并及时调整营销策略。同时，在活动开始之前，需要设定明确的指标和评估方法，以便更准确地评估活动的效果。

活动结束后，银行需要进行全面的评估和总结，以为下一次活动的策划提供经验。

1.活动评估：

银行可以通过对活动效果、参与度、客户满意度等方面的评估，了解活动的优劣势。通过评估结果，可以判断活动的成功度，并找出可以改进的\'地方。

2.活动改进：

根据活动评估的结果，银行需有针对性地对活动进行改进。在下一次活动的策划中，可以充分利用此次评估的经验教训，进一步提升活动的效果和质量。

银行营销活动策划方案的制定对于银行在市场竞争中取得优势至关重要。通过详细研究和了解目标客户的需求，制定相应的活动策略，有效地执行和监测活动，银行可以不断提升自身市场影响力，并实现可持续的发展。因此，在市场营销活动上投入的精力和资源是值得的，也是银行走向成功的必要途径。

**银行营销活动方案篇八**

刷银联卡，专享五一xxx电器补贴

2024年月日至月

日。

在川所有xxx电器门店。

所有以62开头的银联卡持卡人，包括借记卡和信用卡。

（一）刷银联卡专享特价电器

1.活动时间：

xx月xx日至xx月xx日

2.活动内容：银联卡持卡人在xxx电器门店，可以专享价格购买特惠机型。具体如下：

（1）普卡持卡人：可以购买近50款特价机型，涵盖彩电、冰箱、洗衣机、空调、手机、笔记本电脑、数码相机、厨卫、热水器、电压力锅、电饭煲、微波炉等12个品类，品牌涵盖索尼、三星、海尔、长虹、tcl、三洋、美的、格力、联想、惠普等知名畅销品牌。这些机型的售价显著低于同期市场价格（为同期市场价的8-9折），并低于同期网络销售价。包括如2888元的43寸三洋led彩电（市场价3788元），299元的20升海尔微波炉（市场价399元）等。在店内展示时，均贴上银联卡专享的标签，消费者只有刷银联卡才能专享优惠。

（2）白金卡持卡人：除了可购供给银联卡普卡持卡人的机型外，白金卡持卡人还可额外享受9种高端商品的特惠，包括夏普电视、大金空调等高档品牌，如60寸的`夏普智能电视等。

（3）福农卡持卡人：在所有特价商品中，还在福农卡发行较多的地区，推出多款适合农场市场的银联福农卡专享机型。

（二）刷银联卡专享电器补贴

1.活动时间：

xx月xx日至xx月xx日

2.活动内容：消费者在xxx门店刷银联卡（卡号62开头）购买电器，刷卡金额达到标准后，凭身份证可领取100元电器消费补贴券，每人限领1张。刷卡金额标准为：

（1）购小家电单件满800元补贴100元

（2）购彩电、冰箱、洗衣机、空调、厨卫、影音产品单件满1000元补贴100元

（3）购手机、数码、电脑单件满2024元补贴100元

注：补贴金额在最低成交价基础上抵扣100元（每台产品抵扣一次）;银联客户专享机型及特价机不参加该活动。

（三）刷银联卡幸运大抽奖

1.活动时间：4月20日至5月6日

2.活动内容：银联卡持卡人在xxx门店刷卡消费符合“刷出现金补贴”活动的刷卡标准，即可参加抽奖活动。抽奖方式采取事后抽奖，以刮刮奖的形似抽取。

三等奖：价值100元以下奖品（具体见店堂公告）（2）4月29日至5月6日为第二阶段，奖品为：一等奖：5000元以下购买金额现金返还,具体数量待定幸运奖：价值100元以下奖品（具体见店堂公告）

（四）银联持卡人专场团购

1.活动时间：4月28日

2.活动内容：在部分成都xxx电器门店开展对银联卡持卡人举行的专场团购（具体方案另行通知）。

**银行营销活动方案篇九**

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:xx银行关于营销策划书

2)营销策划的部门与策划人。

营销策划:xx银行分(支)行客户部

主策划人:、

3)营销策划的时间。

x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。

写作指要：

撰写营销策划方案，应注意把握以下几个要点：

1.要突出卖点。

说服是策划方案的本质特征。每个策划方案一定要有独特的卖点，让读者一看就明白，一看就心动，以说服领导采纳。

2.要突出创新。

不要把策划书当作计划书来写，因为计划无需创意，只处理细节，而策划必须要有创意。

3.要突出重点。

策划方案切不可面面俱倒，无论是项目介绍、策划分析还是营销执行方案都要重点突出。

**银行营销活动方案篇十**

“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。

××××年×月×日×月×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（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：

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：

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。

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。

活动期间，速汇通汇款手续费优惠％幅度。

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。

．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。

．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。

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。

**银行营销活动方案篇十一**

农信手机银行，你交易，我送礼

201 年 月 日—201 年 月 日

签约农信系统手机银行的客户

活动期间，每个月使用手机银行办理交易3笔以上，就有机会获得农信社、农商银行送出的礼品(具体奖品以各行社对外宣传内容为准)。奖项由电脑系统产生，中奖信息通过公告、电话或短信通知客户。

（一）提高手机银行客户覆盖率，促进睡眠户激活。

（二）提高手机银行动户率，提升客户忠诚度。

1、短信

通过96xxx短信平台向辖内所有持卡客户发送活动信息，短信内容如下：xx农信系统客户在20xx年8月—12月期间，每个月使用农信系统手机银行办理交易3笔以上，就有机会中奖，详询96xxx（福建农信）

中奖短信：您使用（某某联社）手机银行办理交易，获得由（某某联社）送出的价值(200元)左右的精美礼品，请持本人有效身份证件到（某某联社）营业部领取奖品。

2、福建农信网各行社子网站

3、客户端手机银行宣传平台：通过客户端手机银行登录提示的界面，发布宣传信息。

4、福建农信社农商银行微信服务平台

5、辖内各行社营业网点

各网点需在辖内网点led显示屏上发布活动信息，内容如下： （某某联社）客户在20xx年8月—12月期间，每个月使用农信系统手机银行办理交易3笔以上，就有机会中奖，详询96xxx（福建农信）

1、活动奖品由辖内各行社提供。

2、中奖的比例由各行社根据本社的客户存量自行决定。

奖品设置如下：

一等奖，价值200元左右的精美礼品一份

二等奖，价值100元左右的精美礼品一份

三等奖，价值50元左右的精美礼品一份

每月后10日内，各行社成立由稽核监察部、财务管理部、业务发展部、电子银行部等相关部门组成的抽奖小组，从符合条件的客户中随机抽取中奖客户。抽奖过程在视频监控下进行。

客户在接到中奖通知后，持本人签约手机及有效身份证件到（某某联社）指定的网点办理兑付。（各行社需事先指定兑奖营业网点）

1、每月10日内在联社门户网站“重要公告”栏目、客户端手机银行、微信公众号等平台公布中奖名单。（同一客户不重复中奖）

2、通过客服热线或96xxx短信平台与中奖客户联系，通知获奖情况及礼品配送方式。

3、客服热线无法联系到的客户，且客户在网站公布中奖名单后两周内未联系联社的，或者兑奖前客户撤销签约手机银行的，其获奖资格自动取消。

4、中奖客户需自行向当地税务机关申报、缴纳个人所得税。

**银行营销活动方案篇十二**

中行贺新春〃好礼滚滚来

20xx年1月1日至3月31日

xw支行辖内各网点

好礼一、进门有礼：活动期间到辖内网点办理业务，可获得红包、对联、福字、利是封等新年礼品，数量有限，先到先得！

好礼二、存款有礼：活动期间凡在xw支行各网点办理定期存款的客户，可活动精美礼品，规则如下：

好礼三、理财有礼：

1、参与对象：

a：新增定期存款2万元以上的客户；

d:信用卡当月累计消费达20xx元或办理卡分期的客户；

e:购买贵金属累计达2万元的客户。

2、参与方式：

a类客户：因省行抽奖系统所示礼品并未配送，故不是客户现场录入抽奖系统抽奖，而是现场领取礼品、事后统一录入抽奖系统以便参加省行的三类抽奖。理财经理在赠送新增存款2万元以上的客户相关礼品时，将客户信息录入《开门红主题营销活动礼品领取名单》，客户签字。理财经理每周将此信息录入到省行抽奖系统（省行网站个金板块“开门红专栏”上）。

b、c、d、e类客户短信报名参与或银行大堂报名：

编辑短信内容：“我要抽奖+姓名+业务名称+身份证号码”（例如客户张明购买贵金属达2万元可编辑短信“我要抽奖张明贵金属身份证号码”即可参加活动），移动发送至“106573095566”，联通发送至“10655795566”，电信发送至“106596095566”。或由客户自行到大堂经理处报名，大堂经理在系统内录入客户信息，但并不派发礼品。

3、礼品内容：

1）万事如意奖：每周每网点从参与“合家欢乐奖”的客户中抽取1名客户，赠送联嘉云购物卡100元。

2）福星高照奖：5克蛇年金钱（活动期间全省由抽奖系统抽取，全省500份）

3）五福同庆奖：iphone5手机（活动期间全省由抽奖系统抽取，全省50份）。

注：网点抽奖操作流程

经省行测试，抽奖程序已经安装在省行个金板块网站“开门红专栏”上（见附件一），现将测试用户名743，密码11111111发送至各行。由于需统计客户抽奖情况，各网点需按照对应的用户名和密码进行活动抽奖，由于涉及到保密工作，用户及密码表连同通知分别发各行。

1、网点严格按照对应的用户名和密码登录抽奖页面，抽奖程序仅能使用内网登录，建议使用大堂引导台的内网电脑，如无大堂引导台内网电脑，可固定使用厅堂开放区的.内网电脑（活动期间内网点不得随意更换电脑）。

2、网点大堂经理可在客户领取排队叫号凭条时提醒客户办理指定业务可参加现场送礼和系统集中抽奖活动，做好客户解释工作。

3、网点大堂经理检查客户业务凭条后，在符合抽奖条件的客户业务回单上加签“已送礼”字样后，并在电脑上填写客户姓名、身份证号码、手机号码、业务流水号后进行电脑抽奖。

4、每个身份证号当天仅能参加一次抽奖，由大堂经理将符合条件的客户信息录入抽奖系统抽取万事如意奖（合家欢乐奖的中奖客户不配发礼品，只做信息录入，进入省行抽奖信息库）。

省行统一抽奖

参加网点电脑现场抽奖的客户自动获得省行系统抽奖资格，将有机会抽取iphone5（16g行货）、蛇年5克金钱等大奖。省行将对获奖客户资格进行审核，审核无误后在省行个金在线网站上公布。

蛇年5克金钱、iphone5手机（16g行货）两项奖品由省行统一准备，并通过省行办公电话（84207888）通知中奖客户至省行领奖，客户领奖时须携带本人身份证等有效证件前往省行指定地点领取奖品，并在奖品登记表上签字确认。

各行在活动过程中，如遇问题及时与个人金融部联系。

**银行营销活动方案篇十三**

“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。

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)活动期间申请卡免收当年年费。

(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。

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

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。

(四)“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水平，并使客户结构得到改善，质量得到进一步提高。

2.卡社会知名度和使用率得到进一步提高，当月刷卡消费交易额比去年同期和今年9月份都有较大幅度增长，同业占比在9月份基础上有所上升。

3.速汇通竞争优势得到巩固和提高，促进业务持续快速发展，手续费收入新增创历史同期水平。

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。

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