

最新银行网点营销工作方案(优秀10篇)

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。以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

银行网点营销工作方案篇一

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。

银行网点营销工作方案篇二

“青春建行，展我风采”

活动开展期□xxx年1月20日—xxx年3月31日

xx支行全体青年员工

旺季营销期间全行以“吸收存款、拓展中收、发展客户”为主要目标，青年员工作为支行生力军，更应当积极投入到旺季营销，为提升青年员工旺季营销积极性，打好“旺季开门之战、同业领先之战”，为全年个人业务发展奠定基础。

为评价青年员工个人业务经营成果，促进全行个人银行业务进一步发展，活动将设置综合贡献奖和单项冠军奖，分别对综合及单项产品表现突出的个人进行表彰奖励、“综合贡献奖”。

1、指标设置内容及权重

2、奖项设置：

活动结束后，支行采用分数累计总和进行考评，计算每人综合得分之和，取前三名进行并分别给予等值300元、200元、100元物品奖励、（参评条件：总分不得低于300分且零服务有效投诉）

（二）单项营销能手奖

（1）“存款超越奖”、授予活动期间个人定期存款新增额最高的个人可获等值100元物品的奖励、（参评条件：不得低于50万）

（2）“聚财宝签约奖”、授予活动期间聚财宝客户签约数最多的个人可获等值100元物品的奖励、（参评条件：不得低于30户）

（3）“分期额度奖”、授予活动期间分期数额最高的个人可获等值100元物品的奖励、（参评条件：不得低于30万元）

（4）“信用卡进件奖”、授予活动期间信用卡进件数最多的个人可获等值100元物品的奖励、（参评条件：不得低于50张）

本方案由支行团支部按每周一统计的频率进行通报。

银行网点营销工作方案篇三

随着金融行业的不断发展和竞争的加剧，银行需要不断创新，改变传统的业务模式，以适应市场需求。市场营销活动是银行吸引客户、提高客户满意度以及推动销售业绩的重要手段。本文将详细介绍龙华银行的营销活动方案，着重探讨如何通过创新和差异化的活动策划，提升银行品牌形象和市场知名度。

1. 提高客户招揽率：通过精确的定位市场和目标客户，制定针对性的市场营销策略，吸引更多潜在客户。

2. 提升客户忠诚度：通过优质的服务和增值活动，加强与现有客户的关系，提高客户忠诚度和长期留存率。

3. 增加产品销量：通过特别优惠、赠礼等方式，推动产品销售，提高销售业绩，确保金融产品的市场份额。

1. 新客户招揽活动：

(1) 开设新客户高额存款招揽活动：为吸引更多存款客户，推出高额存款利率，同时提供额外福利，如进一步提高利率、赠送精美礼品等。

(2) 内部员工奖励计划：通过内部员工推荐潜在客户并成功招揽，赠送一定奖励，激励员工积极参与招揽活动。

2. 客户忠诚度提升活动：

(1) 生日特别礼遇：凡是注册为龙华银行的客户，可以享受生日当月内银行推出的一系列特别礼遇，如生日礼金、特别优惠利率等。

(2) 定期存款增值计划：为了鼓励客户更好地规划财务，龙华银行推出定期存款增值计划，使客户在固定时间内享受到更高的利率，促使客户选择长期合作。

3. 产品推广活动：

(1) 信用卡优惠活动：与知名品牌商家合作，推出信用卡优惠活动，凡是持有龙华银行信用卡的客户，在合作商家购物时可以享受独家优惠。

(2) 贷款利率优惠：针对房贷、车贷等消费者常见的贷款需求，推出利率优惠活动，吸引更多客户办理贷款业务。

1. 策划与准备阶段：

制定详细的市场调研计划，了解目标客户的需求和偏好；与市场部门密切合作，制定市场营销策略和目标；招募专业团队，负责方案的细化和落实。

2. 活动推广阶段：

通过传统媒体和新兴媒体渠道，展开全方位的广告宣传，提高市场知名度。同时，通过客户关系管理系统[crm]电话营销等方式，与潜在客户建立有效沟通桥梁，促使他们参与到活动中来。

3. 活动执行阶段：

活动执行期间，确保所有活动方案准确无误地实施。在活动中，与客户保持密切的沟通与互动，随时关注客户的需求和反馈，不断优化活动细节，提高活动的效果。

与总结

通过活动执行期间的数据收集、分析和评估，对活动的效果进行科学的评估。同时，与参与活动的客户进行深入交流，了解他们的体验和建议，为今后的活动改进提供参考。

以上便是龙华银行的。通过精细的市场调研和筹划，准确把握目标客户的需求，结合银行的资源和优势，制定针对性的市场策略，以期在激烈的金融市场中脱颖而出。银行不断创新并实施营销策略，才能赢得客户的信任和忠诚，提升市场竞争力。

银行网点营销工作方案篇四

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。

银行网点营销工作方案篇五

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。

XX年XX月XX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：

(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x元(含)以上，赠送价值x元礼品；

刷卡消费达x元(含)以上，赠送价值x元礼品；

刷卡消费达x元(含)以上，赠送价值x元礼品；

刷卡消费达x元(含)以上，赠送价值x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。

“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。

网点柜员统一佩戴工作胸牌，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

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，争取异地代发工资等批量汇款业务。

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。

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。

银行网点营销工作方案篇六

中国邮政储蓄银行是中国邮政集团组建的全国性商业银行，前身为中国邮政储蓄。邮政储蓄自1986年4月1日恢复开办以来，经过二十多年的长足发展，已成为我国金融领域的一支重要力量。而且中国邮政储蓄银行现为国家财政资金、社保及农保项目的重点合作银行，烟草、电力、移动、联通及各保险公司等与人民生活息息相关的企事业单位、企业集团均与我行开展着业务合作。在开展合作的同时，我行通过不断完善系统和加强服务来进一步加深与各企事业单位及企业集团的合作方式和领域，为我行与更多企事业单位及企业集团开展多方面业务合作提供了有效合作模式和完善的技术支撑。

1、网点遍布城乡，资金归集迅速

中国邮政储蓄银行现已建成全国覆盖城乡网点面最广、交易额最多的金融服务网络：拥有36000个营业网点，45000个汇兑营业网点□20xx0个国际汇款营业网点，是一家网点覆盖全国城乡二元结构的国有商业银行。无论在城市还是偏僻乡镇，邮储银行都可以依托庞大的网络优势，为企业资金管理提供方便、快捷的服务与支持，为企业的发展提供广阔的网络平台。

2、强大的结算系统优势

(1) 邮储银行公司业务系统与人民银行支付结算系统的连接方式为全国最先进的“一点式接入”，减少了中间环节，提高了结算效率，通过行内汇划、同城交换或人行大小额支付系统，利用电汇或票据(支票)等结算工具，可以在最短时间内实现资金结算。

(2)个人账户之间的往来资金结算除采用传统的结算方式外，还可通过我行电话自助银行终端——“商易通”实现方便、快捷、不受时间、地域限制的自由转账及余额查询。

3、便捷的企业网上银行功能

我行的企业网上银行业务功能强大，网上银行的集团公司服务功能可以实时实现资金的快速上划，为客户提供统一、安全、快捷的银行服务，企业客户可以足不出户地获得账户查询、对账服务和资金划转等服务，克服了空间的限制，极大地节省了时间成本，并且提供账务交易流程的个性化设置，灵活方便，为企业拓展自身规模，提供了强有力的保障。

二、活动目的：

通过开展金融知识进社区活动，一方面可以把日常生活中需要了解到的金融知识，需要掌握的金融技能，传授给社区居民和普通百姓，丰富百姓的金融知识和理财方式，普及公众的金融知识，提高公众的风险识别和防范能力；另一方面，开展金融知识进社区活动，通过在现场对邮储银行文化的介绍、优势服务、特色产品等的展示，让群众逐渐认识到邮储银行，从心底奠定对邮储银行的品牌好感度，熟知度，从根本上提升邮储银行的品牌形象，达到邮储银行品牌形象与经济效益的双丰收。

三、服务方案内容

根据信义小区的社区特色，针对物业公司及社区居民存在的需求，本着合作共赢、服务客户的原则，我行可为社区提供以下服务：

(一)资金归集及结算服务

信义物业在我行开立对公账户，并开办企业网上银行业务，

用于企业资金的归集、。物业公司与其有业务往来的企业可通过在我行开立的单位结算账户和企业网上银行业务，根据资金管理需要随时进行资金汇划。

(二) 机构理财服务

当物业公司有闲置资金时，我行可以根据资金量、闲置期限等为物业公司提供多种资金管理和投资服务，如：定期、通知存款、协定存款及各种理财服务等多种人民币理财产品（例如：月月升理财产品，周转周期为一个月，预期年化收益率1.9%），对于资金量较大且对收益有特殊需求的情况，我行还可量身定制理财产品，确保贵公司资金保值增值，实现资金效益稳固增长的目标。

(三) 提供贷款服务

我行现已开办个人二手房贷款、小额信用贷款、个人商务贷款、中小企业贷款等多种适合企业及个人的贷款业务。我行将对物业公司及其职工，以及其辖区的社区居民申请的贷款，进行优先受理优先调查；对符合授信条件的客户在信贷规模范围内优先满足贷款需求；在政策允许范围内，给予利率优惠；在风险可控的前提下，尽量简化业务处理流程，缩短处理时限。

(四) 提供智能化服务

由于消费需求的差异性。例如，年纪稍大的业主可能偏好比较普通的物业管理服务。而对于年轻人，他们可能偏好一些特殊的服务，如代缴各项费用等特约服务。可以开辟一些智能化服务，推出了一系列改变传统生活方式的服务项目，比如：水、电、煤、物业管理等费用，业主可以用银行卡刷卡或付费，减少业主在这些方面的时间及精力的花费。

同时，依托邮政储蓄遍布城乡的服务网络，为樱花物业提供

代发工资、代收社区水费电费物业费等多种代收付服务。

(五) 扩大业务宣传

一直以来，社区宣传栏都是物业和业主交流信息的主要平台，但这种形式始终存在信息量有限、时效性不强以及操作性较弱等问题。而“led显示屏和宣传栏”的形式，运用信息技术精确控制，可以大量的、随时更新宣传内容，运用这种方式对宣传信息进行更新要比才采用其他方式快很多。

可以发布一些与老百姓周边生活密切相关的金融服务资讯，同时还可以每日更新天气预报、穿衣指数、物业通知等公益信息，方便住户在出入社区的时候了解生活所需讯息。这种公益性质的信息平台为业主和物业带来了便利，如业主有租房等需求，不必在外面张贴小广告，可以免费发布。物业也可以将其当成通知小黑板、发布小区通告等等。此外，实行昼夜显示，居民可以随时阅读。从一定意义上来讲，它不仅解决了居民对信息的需求，还同时拉近了业主与物业的距离，形成了良好的公益与商业结合，创造出一个和谐的社区文化。

银行网点营销工作方案篇七

“青春建行，展我风采”

活动开展期□xxx年1月20日—xxx年3月31日

xx支行全体青年员工

(一) “综合贡献奖”

1、指标设置内容及权重

2、奖项设置：

活动结束后，支行采用分数累计总和进行考评，计算每人综合得分之和，取前三名进行并分别给予等值300元、200元、100元物品奖励、（参评条件：总分不得低于300分且零服务有效投诉）

（二）单项营销能手奖

（1）“存款超越奖”、授予活动期间个人定期存款新增额最高的个人可获等值100元物品的奖励、（参评条件：不得低于50万）

（2）“聚财宝签约奖”、授予活动期间聚财宝客户签约数最多的个人可获等值100元物品的奖励、（参评条件：不得低于30户）

（3）“分期额度奖”、授予活动期间分期数额最高的个人可获等值100元物品的奖励、（参评条件：不得低于30万元）

（4）“信用卡进件奖”、授予活动期间信用卡进件数最多的个人可获等值100元物品的奖励、（参评条件：不得低于50张）

本方案由支行团支部按每周一统计的频率进行通报、

银行网点营销工作方案篇八

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问题，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 and 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）。

规格：正副片均148x100毫米。

银行网点营销工作方案篇九

绿色生活社区行

每月中旬周六一次

(1) 社区活动

(2) 闹市活动

(3) 企业行

(1) 使周围潜在客户明确知晓我行所处位置，了解浦交通银行及相关产品优势特色，逐步前来在我行开办业务。

(2) 开展产品宣传，抓住年末存款回流的机会，抢占市场份额。

(3) 储蓄存款明年开门红新增做储备，为我行后续开展个金业务奠定基础。

(1) 场地租赁费：元

(2) 宣传制作费：元

(3) 促销礼品购置费：元

(一) 社区行前工作：小区物业沟通

1、居委会。居委会信誉度高，对小区居民的情况十分了解，且在小区宣传场地。使用费、张贴宣传品的费用等方面有权给予减免。谈判切入点：合作推广社区稳健理财服务；丰富社区生活、2、小区会所或管理处。小区会所或管理处掌握大部分居民资料，尤其对资产量大的客户或积极参与社区活动的活跃客户较为熟悉，能协助吸引部分大客户。谈判切入点：增加小区增值服务。

3、选择活动现场粮油货品种类及数量，货品价格及优惠，制定现场促销活动方案

4、选择联合进驻的合作公司，挑选确认各等级奖品及数量、

(二) 线上线下同步预热、提前做好客户预约、业务预受理：

1、社区内推广(公告+一页通)

b□大堂可以放置展板使来厅堂办理业务的客户了解此次活动

的时间与内容；

d□短信发布、微信互动、小区业主qq群内公告等形式全方位发布信息；逐步树立我行财富管理进社区的服务形象，加强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、社区外推广(媒体+周边商户)

a□在报纸、网络等信息留存较久的媒体上发布活动预告及活动简讯，扩大品牌效应；

b□在小区便利超市、周边商户处留存网点服务信息卡，也可作为网点活动定点报名处、

(三)物料准备

1、确定场地，设计场地的布置；

2、设计制作活动预热宣传品内容；

4、邀请社区居委会人员参加

(四)活动流程：

(五)社区行后续工作：

1、短信电话致谢物业,微信群qq群致谢客户

2、微信图文报道,社区行工作总结包括此次活动的不足及改进方案、

银行网点营销工作方案篇十

一、活动主题：“新春社区行精彩巧亮相”

即将离去的20xx年，我们携手并肩取得了丰硕的成果，即将到来的20xx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:20xx年12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

b□

c□

d□

e□

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

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)

理解歌曲内涵，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)