# 202\_银行七夕节营销活动总结

来源：网络 作者：静水流深 更新时间：2025-03-10

*20\_银行七夕节营销活动总结汇总5篇七夕节是一个富有浪漫色彩的传统节日，它饱含了爱情、感情、幸福和希望。在这个特别的日子里，让我们一起为爱而生，共同感受这份浪漫气息。以下是小编整理的银行七夕节营销活动总结，欢迎大家借鉴与参考!银行七夕节营销...*

20\_银行七夕节营销活动总结汇总5篇

七夕节是一个富有浪漫色彩的传统节日，它饱含了爱情、感情、幸福和希望。在这个特别的日子里，让我们一起为爱而生，共同感受这份浪漫气息。以下是小编整理的银行七夕节营销活动总结，欢迎大家借鉴与参考!

**银行七夕节营销活动总结（精选篇1）**

活动主题：

“情人节——表达你的爱”活动

活动对象：

1万以上存量客户（爱人/父母/子女/闺蜜/朋友）

活动规模：

根据实际人数确定

活动地点：

网点厅堂

活动目的：

1、有效维护存量客户，增加客户粘度

2、营销我行产品，提升余额

3、进行他行策反，实现客户的资产转移

活动意义：

通过网点为客户（爱人/朋友/父母/子女/闺蜜）拍照，举办赠照片活动及送花活动，寓意着真诚与爱意，从而增加客户对网点的满意度和忠诚度。。

情人节活动前期如何准备

“情人节”活动我们需要做好哪些准备呢？我们可以从邀约准备、物料准备、人员配备、现场布置四个环节进行。具体如下：

邀约准备

可以采用电话、短信及微信的公众号的形式，邀约在我行资产达到1万及以上存量客户，邀约内容重点突出本次活动的回馈。邀约时间建议为活动前一周。

物料准备

宣传物品（宣传单页、易拉宝、荧光板、绶带）；消耗物品（纸巾、名片、纸杯）；文档表格（客户签到表、调查问卷）；其他，如玫瑰花及拍立得（用于拍照留念）。

人员配备

厅堂需3名人员，包括1名负责引导和介绍人员，1名礼品发放人员，1名主持人；第三方人员参与配合（花店老师、影楼摄像师）。

现场布置

在外景的安排上，建议在厅堂门口悬挂横幅，文案内容为“情人节——表达你的爱”，提前3天摆放。同时建议用鲜花、爱心等装饰厅堂，在烘托氛围的同时也可以作为拍照的背景。客户等候区则建议摆放易拉宝4个（系列活动介绍2个，银行产品介绍2个），签到处让客户签名并拍照留念。

如何进行现场营销和后期跟进

活动中如何做好现场的营销与后期跟进呢？我们可以通过“前期造势、现场营销、后期跟进”三个内容进行分析，让活动开展更加有序。

前期造势

首先，通过短信、微信的公众号、电话、微信等方式对存量客户进行活动告知和邀约，同时，我们还可以在微信上设计相应的活动游戏，吸引更多客户参与进来。

其次，在营业网点进行阵地宣传，包含在网点门口宣传电子屏幕信息滚动，在厅堂内设置易拉宝进行活动宣传，同时对到访客户进行一对一的一句话活动告知。到访客户的一对一宣传能让客户更佳具体地了解客户需求和活动内容。增加活动热闹性，让活动更具营销氛围，帮助网点获取到访客户。

第三，活动前几天和活动当天，在网点周边社区进行活动宣传，以吸引更多的人关注和参与。活动要提前做好活动宣传，沿社区内进行宣传，可以引发社区内的活动效益，让更多的人了解网点品牌和活动主题内容，营造良好的活动氛围，这是前期造势中，效果显著的方式之一。

现场营销

活动开始时，主持人介绍活动目的和活动参与资格获取方式，以及活动流程。在信息登记环节，利用问卷进行调查，了解客户的金融需求，挖掘意向客户。在客户排队等候时，主持人借助活动展示区、礼品展示区，介绍以往类似活动情况以及与主题活动相关的服务介绍，介绍一系列增值服务，让客户有一个初步的接触和了解。通过现场互动游戏，有奖问答环节，激发客户参与度。

后期跟进

夕会总结活动流程，整理活动成果，对现场成交、意向客户名单进行整理，分配意向客户到各人；讨论后续跟进话术，制定后期跟进计划；每天晨会演练跟进话术，夕会汇报跟进成果，一周后总结跟进成果。

活动注意事项

首先，一定要重视活动前期的造势宣传，这是奠定我们到访客户数的`基础；对于参加活动的获取客户信息，我们也需要对其信息做好收集和存档，并进行专人跟进。后期跟进过程中，要了解意向客户的潜在需求，同时注意联络频度，做好持续性的客户维护工作。

**银行七夕节营销活动总结（精选篇2）**

一、活动主题

相濡以沫，最爱七夕

二、活动时间

8月10日——8月17日

三、策划主旨

1、七夕节要区别情人节，从传播的口径到活动的组织，落脚于夫妻间的情份。

2、整个策划的主题围绕“情感、爱、家庭”，实现活动与营销活动的融合。

四、活动内容

1、相濡以沫，最爱七夕——“我与我的爱人”大型征集活动(8月10日——8月17日)

还记得您们的第一张合影照片么?

还记得你们面对亲朋好友时许下的诺言么?

某某火锅“我与我的爱人”大型征集活动拉开帷幕，即日起征集最早的结婚照片、最早的婚礼诺言……，活动结束后，按照照片拍摄日期，结婚时间早晚排定。

最早的结婚照片5张，每张照片的主人奖励\_\_价值200元的精美礼品;

最早的婚礼诺言5个，每个诺言的主人奖励\_\_价值200元的精美礼品。

照片(征集完成后，做成展架，照片原稿将返还本人)/诺言由顾客手写，签名，制作成展架放置在活动现场展示。

**银行七夕节营销活动总结（精选篇3）**

活动主题：

“情人节——表达你的爱”活动

活动对象：

1万以上存量客户（爱人/父母/子女/闺蜜/朋友）

活动规模：

根据实际人数确定

活动地点：

网点厅堂

活动目的：

1、有效维护存量客户，增加客户粘度

2、营销我行产品，提升余额

3、进行他行策反，实现客户的资产转移

活动意义：

通过网点为客户（爱人/朋友/父母/子女/闺蜜）拍照，举办赠照片活动及送花活动，寓意着真诚与爱意，从而增加客户对网点的满意度和忠诚度

情人节活动前期如何准备

“情人节”活动我们需要做好哪些准备呢？我们可以从邀约准备、物料准备、人员配备、现场布置四个环节进行。具体如下：

邀约准备

可以采用电话、短信及微信的公众号的形式，邀约在我行资产达到1万及以上存量客户，邀约内容重点突出本次活动的回馈。邀约时间建议为活动前一周。

物料准备

宣传物品（宣传单页、易拉宝、荧光板、绶带）；消耗物品（纸巾、名片、纸杯）；文档表格（客户签到表、调查问卷）；其他，如玫瑰花及拍立得（用于拍照留念）。

人员配备

厅堂需3名人员，包括1名负责引导和介绍人员，1名礼品发放人员，1名主持人；第三方人员参与配合（花店老师、影楼摄像师）。

现场布置

在外景的安排上，建议在厅堂门口悬挂横幅，文案内容为“情人节——表达你的爱”，提前3天摆放。同时建议用鲜花、爱心等装饰厅堂，在烘托氛围的同时也可以作为拍照的背景。客户等候区则建议摆放易拉宝4个（系列活动介绍2个，银行产品介绍2个），签到处让客户签名并拍照留念。

如何进行现场营销和后期跟进

活动中如何做好现场的营销与后期跟进呢？我们可以通过“前期造势、现场营销、后期跟进”三个内容进行分析，让活动开展更加有序。

前期造势

首先，通过短信、微信的公众号、电话、微信等方式对存量客户进行活动告知和邀约，同时，我们还可以在微信上设计相应的活动游戏，吸引更多客户参与进来。

其次，在营业网点进行阵地宣传，包含在网点门口宣传电子屏幕信息滚动，在厅堂内设置易拉宝进行活动宣传，同时对到访客户进行一对一的一句话活动告知。到访客户的一对一宣传能让客户更佳具体地了解客户需求和活动内容。增加活动热闹性，让活动更具营销氛围，帮助网点获取到访客户。

第三，活动前几天和活动当天，在网点周边社区进行活动宣传，以吸引更多的人关注和参与。活动要提前做好活动宣传，沿社区内进行宣传，可以引发社区内的活动效益，让更多的人了解网点品牌和活动主题内容，营造良好的活动氛围，这是前期造势中，效果显著的方式之一。

现场营销

活动开始时，主持人介绍活动目的和活动参与资格获取方式，以及活动流程。在信息登记环节，利用问卷进行调查，了解客户的金融需求，挖掘意向客户。在客户排队等候时，主持人借助活动展示区、礼品展示区，介绍以往类似活动情况以及与主题活动相关的服务介绍，介绍一系列增值服务，让客户有一个初步的接触和了解。通过现场互动游戏，有奖问答环节，激发客户参与度。

后期跟进

夕会总结活动流程，整理活动成果，对现场成交、意向客户名单进行整理，分配意向客户到各人；讨论后续跟进话术，制定后期跟进计划；每天晨会演练跟进话术，夕会汇报跟进成果，一周后总结跟进成果。

活动注意事项

首先，一定要重视活动前期的造势宣传，这是奠定我们到访客户数的基础；对于参加活动的获取客户信息，我们也需要对其信息做好收集和存档，并进行专人跟进。后期跟进过程中，要了解意向客户的潜在需求，同时注意联络频度，做好持续性的客户维护工作。

**银行七夕节营销活动总结（精选篇4）**

一、活动时间

20\_\_年7月25日—20\_\_年8月4日

二、活动礼品

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）

三、活动内容

1、活动期间新开\_\_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7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、7月份到8月份存款5万以上的潜在客户，也可获赠玫瑰花一枝；

**银行七夕节营销活动总结（精选篇5）**

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\_\_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20\_\_年策划了一次以甜品为主题的餐饮活动，通过在\_\_市场中筛选出口碑好、品牌好、大家都认可的商户，以刷\_\_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、\_\_银行三方共赢的良好局面。

一、活动主题：

“真爱永恒、\_\_随行！”\_\_银行5折特惠季

二、活动定位：

白领人士，年轻群体。

三、活动时间：

20\_\_年7月25日——20\_\_年8月4日

四、参与对象：

\_\_银行金卡以上客户

五、活动内容：

20\_\_年7月25日——20\_\_年8月4日期间，每天推出一家甜品店，达标\_\_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）。

六、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。

七、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。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！