# 银行宣传活动策划方案范文

来源：网络 作者：星月相依 更新时间：2024-01-07

*在一些特殊的日子里，银行会进行营销活动，在进行活动之前，银行相关的负责人就会做出一个宣传活动策划方案，来使得活动顺利的开展。下面是小编为大家整理跌精彩内容，希望大家能够喜欢。银行宣传活动策划方案1(一)本次营销策划的目标人群:以湖南大众传媒...*

在一些特殊的日子里，银行会进行营销活动，在进行活动之前，银行相关的负责人就会做出一个宣传活动策划方案，来使得活动顺利的开展。下面是小编为大家整理跌精彩内容，希望大家能够喜欢。

**银行宣传活动策划方案1**

(一)本次营销策划的目标人群:以湖南大众传媒为中心的所有周边高校学生为目标客户。

(二)市场状况分析:

1)宏观环境分析:随着我国科技技术不断发展我国智能手机已经逐步出现了“普遍化”、“大众化”根据Gartner统计数据显示，20\_\_年第一季度，全球普通手机销量为3.147亿部，同比增长17%，而智能手机销量同比增长48.7%，达5430万部。第二季度，全球智能手机销量达6165万部，同比增长50%。预计20\_\_年底，智能手机用户将突破1.5亿。据测算，智能手机将以每年50%的速度提升。这意味着到20\_\_年，中国将有一半以上的手机用户使用智能手机终端，届时将全面进入手机智能时代。

2)产品分析:根据湖南大众传媒和建行合作每个学生都有一张建行的卡情况，所以我们可以断定湖南大众传媒学生使用最频繁的是建行的卡，民生银行相对于建行而言有如下优势:

1.转账汇款，手续费全免。

2.免全省跨行取款手续费。

3.免年费，免短信提醒费，免小额账户管理费。

劣势:

1.建行网点比民生银行多，对于消费者而言办理业务方便。

2.建行你民生银行基础雄厚，挂国家信誉，对消费者而言会觉得更安全。

3)竞争者分析:通过和其他组比较，我们组得出了如下结论。

优势:

1.社会实践工作经验丰富。

2.在不断的进取与工作当中，累积了丰富的人脉资源。

3.思想活跃，遇到事情能快速的解决事情。

劣势:

1.团队成员合作意识不强。

2.团队成员执行意识不强。

4)消费者分析:由于这次我们的目标客户是以湖南大众传媒为中心的所有周边高校学生所以他们的年龄、职业、文化层次都差不多，所以我们将从他们的性别和消费习惯来分析。

1.男生的消费习惯:对物品的价格没有清晰的把握，不喜欢讨价还价，不愿意花太多时间，一般为有目标的按需购物，知道要买的对象便直冲目标，不会顾及其他。不会在同类商品做太多的比较。

2.女生的消费习惯:对物品价格关注较多，购物时比较细心谨慎。喜欢讨价还价省金钱，对视没有太多限制。购物一般为没有目标的四处闲逛。

(三)营销策略:根据以上分析我们组制定出了以下方案

1)1.根据现在学生对明星的崇拜，我们将以“快乐大本营”、“我们约会吧”、“天天向上”门票为奖励，举办一场以“节约每一分钱”为主题的活动，活动结束后现场抽奖第一名3人这三名可以任意选择“快乐大本营”、“我们约会吧”、“天天向上”的门票一张，第二

名二名可以任意选择“我们约会吧”、“天天向上”的门票一张，第三名1名，可以获得一张“我们约会吧”门票一张。本次活动换参与者都可以获得一份安慰奖那就是由举办方向各位参与者的手机充值10元以内的话费，参与方式就是加入民生银行手机银行这个大家庭中来。

2、广告方式:主要以发传单的方式进行，预计500张。

2)根据大学生希望自己能获得跟多的知识和实践动手操作能力，我们组将利用自己已建立的人脉关系为我们的学弟学妹们提供一份和他们所学专业有关的工作。当然也是要以开民生银行卡作为交换，我们组为什么不免费啦，原因就是为了让我们的学弟学妹们明白天下没有免费的午餐。

(四)财务预算:根据我们组和“快乐大本营”、“我们约会吧”、“天天向上”的工作人员交流这三场节目门票大概都在60元左右，本次活动预计100名参与者，安慰奖就是每个人充一元话费，根据淘宝上的拍价大概一元话费实际价格为0.98元可以买到，印500张彩色宣传单大概110元，所以合计本次活动总开支大概是606+(100-6)0.98+110=562.12元

(五)人员分配:

1)肖振华主要负责

1、谈妥“快乐大本营”、“我们约会吧”、“天天向上”的门票价格。

2、和学校商量租借教室等问题。

3、和银行那边商量。

2)杨慧主要负责湖南大众传媒学生的传单发放，数量120张。

3)黎如主要负责长沙师范学生传单发放，数量120张。

4)唐小山和赵晓阳主要负责湖南机电学生传单发放，数量260张

**银行宣传活动策划方案2**

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。

二、活动目的：

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”。

三、宣传时间：

20x年x11月

四、活动主题：

交费到银行真安全又方便

五、活动对象：

仍然不愿意到银行交费的15000户客户。

六、活动概述：

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。

七、宣传方式：

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。

八、活动媒体介绍：

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、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。

九、活动内容：

略(根据情况自行补充)

**银行宣传活动策划方案3**

活动目的

1、答谢客户，进一步密切客户与银行之间的关系。

2、宣传\_\_银行的整体形象，展示\_\_银行的企业实力与特色文化。

3、推介\_\_银行的理念与服务，巩固老客户，吸引新客户，为新一年的业务拓展奠定基础。

策划要点

1、突出行业特色，让参会者全面感受\_\_银行的文化和内涵。

2、活动环节力求简单新颖，便于客户参与，又能留下深刻印象。

活动方案

一、晚宴主题：感谢·感动·感恩，共通20\_

二、举办时间：

三、举办地点：当地四或五酒店

四、参加人员：企业知名人士、政府相关部门的领导、文艺界特邀嘉宾

五、晚宴内容

1、感谢

环节一：\_\_银行女员工集体合唱《感谢你》，拉开晚宴的大幕。(网上可查找到相关视频。注：歌词的个别部分可以根据实际情况修改，比如“感谢你，我忠诚的爱人和朋友”可改为“感谢你，我忠诚的客户朋友”。)

环节二：主持人邀请所有来宾“真诚携手、共筑交行”活动。

内容：

(1)提前准备好一个漂亮的特大储钱罐(如果时间允许，甚至可以以x行的标志做造型。如果不想那么麻烦，就去买一个，大型礼品店里可能会有，马的造型优先考虑。没有够大的，自己改装一个也行，重要的是表面要装饰成金色，并贴上\_\_银行的标志)

(2)购买10000枚钱币摸样、金纸包装的巧克力。

(3)活动现场，请每个客户向里面放置8块(重要嘉宾可放置18或88块)巧克力，预示明年事业发达、财源滚滚。

(4)所有与会人员与金色储钱罐合影留念。

2、感动

环节一：由\_\_银行工作人员表演自编自演的小品，通过将原始银行的模型(票号)与现代银行服务的对比，体现\_\_银行“提供更优金融方案持续创造共同价值”的愿景。小品包含着目前最流行的“穿越”元素，因古今差异明显，非常容易出彩。

环节二：请政府领导、知名企业家、书法名家共四位(提前联系确认)当场献宝。

内容：

(1)四人分别题写\_\_银行的企业文化理念。

(2)大屏幕播放\_\_银行企业宣传片(去掉声音)。

环节三：请文艺界嘉宾演奏乐曲(是具有民族特色、有比较大气、喜庆的)。

环节四：由\_\_银行工作人员表演小品《密码》(将高秀敏和赵世林合演小品加以修改即可，将赵世林的身份改为\_\_银行工作人员。网上可查找到相关视频。)

3、感恩

环节一：由\_\_银行工作人员表演自编自演的双簧《我的一天》(表现出工作人员的爱岗敬业、竭诚为客户服务，高品质、高效率、负责任)。

环节二：幸运抽奖。

内容：

(1)设置3等奖28名，二等奖18名，一等奖8名，由出席的重要领导抽出。(奖品数量和质量可根据预算进行调整)

(2)每轮奖项颁将完毕后，要求获奖人员要履行一个程序，就是“一句话，一辈子”、“一生情，一杯酒”。“一句话，一辈子”，邀请其中的重要人物发表感言，全体获奖人员“以歌代言”，集体合唱一首认为可以表达获奖群体心声的歌曲。“一生情，一杯酒”，抽到奖品的人，共同举杯庆祝、相互祝愿。

环节三：由\_\_银行人员表演《感恩的心》(建议采取手语伴奏或手语+演唱的方式，这个学起来还是比较容易的。而且效果好比单纯演唱好得多。网上可查找到相关视频)。

4、结束

主持人宣布晚宴结束，播放歌曲〈难忘今宵〉。

方案说明

1、以上节目内容，可根据晚宴时间，做灵活的调整。

2、具体节目内容的策划、写作，可进一步合作(作者具有这方面的创作经验)。

**银行宣传活动策划方案4**

一、活动背景：

幸福专列二年级的做人教育目标确定为：自信、宽容、关爱、幸福，要实现这样的目标，必须通过一系列行之有效的活动来完成。在一年级和二年级上册开展小活动的基础上，真是推出幸福银行系列活动。

二、指导思想

以《小学生日常行为规范》、《公民道德实施纲要》为指导，以“存的是美德，储的是爱心”“存的是快乐，储的是自信”为宗旨，将爱心奉献、学会自信与班级活动、表彰奖励有机地结合，建立起多元的评价体系，努力培养学生的\'的自信心、爱心，全面提高幸福专列成员的思想道德素质和综合素质。

三、幸福银行的运作体系

设置“幸福银行总行”，下设两个分行：快乐银行、爱心银行。

四、幸福银行的运作理念

1、科学化的制度管理

2、前沿化的程序操作

3、丰富化的活动内涵

4、多元化的评价体系

五、活动实施办法

1、总行长由中队长担任，总辅导员协助指导。分行长由选举产生，各分行设三名银行柜员，由报名、考核产生。

2、每人设置两本存折，由银行柜员进行记录，要求条目清晰，书写工整，盖章。

3、结合队员的表现及时登记，各支行每月一小结，每学期一汇总。[\_TAG\_h2]

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！