

金融公司市场活动方案

金融公司市场活动方案（精选 16 篇）

为了确保活动能有条不紊地开展，往往需要预先制定好活动方案，活动方案是为某一活动所制定的，包括具体行动实施办法细则，步骤等。我们该怎么去写活动方案呢？下面是小编为大家收集的金融公司市场活动方案，欢迎阅读与收藏。

金融公司市场活动方案 篇 1

一、合作单位简介

无

二、活动目的

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。

三、活动内容要点

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。

四、目标客户组织

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。

五、时间地点的安排

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）

六、费用预算（请详细列出各项费用名称，单价，数量，总价等）

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）

七、预期效果分析

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。

八、人员安排与职责

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

金融公司市场活动方案 篇2

一、活动概述：

活动主题：牵手渡鹊桥，相会于恒丰

活动时间：暂定20xx年8月20日

活动对象：民生银行借记卡持卡客户(以家庭或者情侣为单位)

活动范围：南京分行各营业网点和社区网点

活动目的：通过互动形式的体验和新颖的活动方式传播民生银行的知名度，在客户与工作人员的交流互动中增加现有客户的质量，以及拓展新客户数量。

二、前期活动宣传

物料宣传：

1、活动前期配备活动海报、宣传单页进行落地的活动宣传。

2、在营业网点周边社区和写字楼及合作单位内摆放宣传物料进行活动宣传。

电话营销：

3、每家营业网点向各自的存量客户通过电话邀约和现场拜访的方式邀请客户参加活动。

媒体宣传：

4、在恒丰银行的微信公众平台上以软文的形式发布本次活动的的相关信息，作为线上的推广渠道之一。

三、活动内容：

(1)七夕节整体活动墙

1.营业网点放置一面活动背景墙，背景墙上印有爱心的图案或者恒丰银行的 LOGO 图案。

2.在背景墙上指定的 LOGO 处插满玫瑰

3.客户到营业网点内在背景墙前照相并发至朋友圈领取玫瑰一朵。

(2)摄影作品甄选

营业网点收集在剪影墙前拍摄的摄影作品。参赛客户可在剪影墙前摆出各种各样的姿势，根据在剪影墙前拍摄的照片作为参赛作品。

(3)缘分墙寻觅有缘人

收集有征婚交友需求的客户信息填写表格，放置在缘分墙上，作为整体活动墙的辅助功能，也是让整个活动更契合与七夕有关的活动主题。

四、活动规则：

1.以”牵手渡鹊桥，相会于恒丰“为主题，用在剪影墙内摆出的姿势作为摄影作品的表达形式，以评选出最佳作品。

2.参赛客户可以自带拍摄工具拍摄也可由银行工作人员辅助拍摄。

3.在活动过程中，评比标准为：以参赛客户在剪影墙内摆出的姿势传达出的姿态表达程度，创意和新奇程度作为评判标准。

金融公司市场活动方案 篇 3

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：

xxxx 年 x 月 x 日 x 月 x 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。

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

“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

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。

（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。

五、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最好水平，并使客户结构得到改善，质量得到进一步提高；

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；

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最好水平；

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。

金融公司市场活动方案 篇 4

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

20XX 年 5 月 1 日—20XX 年 5 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

20XX 年 5 月 1 日—20XX 年 5 月 30 日，凡持卡号“6”字打头的银联标准卡在 XX 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“XX 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(XX 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 20XX 年 5 月 1 日—20XX 年 5 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。

金融公司市场活动方案 篇 5

20XX 年一季度全市主要银行金融机构存款基本都是增加的，同期我行存款是下降的，面对越来越激烈的存款竞争，制定一个完善而有效的存款营销策略成为当前最为迫切的前提！一个好的营销方案将会成为扩充市场、延伸品牌度的有效手段。

一、指导思想

坚持以加快存款发展作为主题。抓住机遇，适应市场的需求，加大存款营销力度，壮大我行的存款市场份额。

二、组织领导

成立支行“百日存款竞赛”工作领导小组，由行长任组长，副行长任副组长，副行长及办公室、营销部为成员。领导小组下设办公室在办公室，具体负责“百日存款竞赛”的营销体系建设工作的组织、联络、协调、督查、调度和考评。

三、目前存款现状

本行存款的结构特点（应包括但不限于：存款的基础结构，如公存、储蓄及定活期比例；高端客户情况；主要贷款户派生存款情况等）。是商行在短期内无法达到的目标。加之国家政策宣传多年来一直偏重于对国有大中型金融机构的宣传报道。这些客观因素，无形中对商行存款组织工作产生了一定影响。导致部分企业和居民在对金融机构的选择和认知上，更倾向于国有商业银行。因此，这对吸收社会公众存款的能力和范围有较大的限制和制约。

四、营销策略

（一）优化存款结构：

一方面努力提高存款的稳定性，增加定期储蓄存款部分，寻找和吸收新的存款客户，在确保存款总量即定的前提下，加强存款自我更新，自我补充的能力。

二、优化存款质量，建立信用客户群体，资金运用将偏重于有较好优势发展的企业，为其提供配套服务，使这一部分客户的所有业务不流失。（具体量化指标、）

（二）改进服务内容、优化服务手段：

一方面，注重优质客户的培植工作一方面，从柜面采集信息、挖

掘优质客户群体，另一方面，不能简单的以信贷客户经理为吸引存款的营销人员，由于信贷客户经理在开展小企业营销工作后无法能对所有客户的存款进行细致的维护。

对每三位小企业客户经理配置专人进行存款、中间业务、理财产品的营销，对此类人员的应挑选业务能力、表达能力、专业修养更强的营销人员从事此项工作，一方面是通过信贷营销部门提供的信息对信贷客户进行长期的跟踪维护，另一方面通过对支行提供的客户信息来开展长期不断的存款大户维护工作。

着手建立电子版优质客户信息档案，随时对客户进行跟踪，通过对优质客户信息的对比、遴选，将优质客户群体进行细分，实行分层次的差异化服务，做好存款后续维护和开发工作。

培养客户对商行的信任度和忠诚度，在稳定现有优质客户的基础上，积极发展新的优质客户群体；另一方面，努力改善柜面服务，配置大堂经理，二类支行全体人员要明确自身定位，把现有存款业务做活、做到位。在当前激烈的金融业竞争中，我们需要突出服务优质的特色，充分挖掘自身的长处和亮点。

五、营销措施

为彻底扭转储蓄存款大幅波动的不良局面，尽快建立以存款为中心的多项工作措施深入挖掘目标市场，开展竞赛活动争揽存款、以理财产品挖转存款、以结算沉淀存款、以代发工资吸收存款等活动来服务稳定存款。

（一）开展储蓄竞赛活动争揽存款：

制定强有力的激励措施，树立集体与个人目标统一、利益一致的“一盘棋”意识，全行全力争揽存款。

（三）以结算沉淀存款：

积极分析存量客户的资金运作情况，利用网银转账功能做好付款方、收款方资金划转，确保资金在支行内部循环，确保储蓄存款稳定。

金融公司市场活动方案 篇 6

一、活动对象

沛县农村商业银行网上银行、手机银行(客户端)、微信银行、圆鼎

卡用户。

二、活动时间

20xx 年 6 月 5 日-20xx 年 6 月 18 日。

三、活动主题

浓香粽情，感恩父爱

四、活动内容

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、网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网上银行、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)、网上银行动户有礼

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)、网上银行客户，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。)

金融公司市场活动方案 篇 7

为了更好地回馈客户，xx 银行 xx 省分行特别推出 20xx 年金穗卡“缤纷有礼”礼享计划，刷金穗卡，享八重大礼，与您共享春夏秋冬的精彩，更有天天好礼带给您 365 天的惊喜。

一重礼：办卡有礼

20xx 年 x 月 1 日至 x 月 31 日申办成功金穗贷记卡，赠送精美礼品一份，免首年年费，首年消费 5 次，免次年年费。

二重礼：激活用卡积分礼

20xx 年 x 月 1 日至 x 月 31 日新办金穗贷记卡，在核准发卡后的三个月内，贷记卡激活并消费一次，不限金额，即获赠消费积分 2000 分；老客户激活并消费一次，赠送积分 1000 分。

三重礼：银行卡消费积分有礼

20xx 年全年，我行各类金穗卡(金穗借记卡、准贷记卡、贷记卡和各类联名卡)刷卡消费继续享受消费积分奖励，一般百货、宾馆、餐饮等商户消费一元积一分，批发类商户 100 元积一分；省外消费单笔最高限积 20000 分；美元帐户一美元积 8 分；代收代付不积分。届时我行将提供精致女人、品位男人、快乐宝贝、健康人生等四大系列精美、时尚礼品供您选择，让您的生活更有质量、更有回味。

四重礼：xx 迪斯尼旅游礼

20xx 年是 xx 回归祖国 x 周年的日子，自 x 月 1 日至 x 月 31 日期间，金穗贷记卡(含都市卡)客户只要刷卡消费满 20xx 元，即可参加抽奖，全省将抽奖产生 50 名中奖者，畅游 xx 迪斯尼乐园，包含一日游园券一张和来回交通费(中奖人至 xx 的交通费用自理)及 xx 当地两晚酒店住宿(两人一间)。刷金穗贷记卡，畅游 xx 迪斯尼。

五重礼：炎炎夏日清凉礼

夏日清凉饮品大派送！20xx 年 x 月 1 日至 x 月 30 日，贷记卡消费达到 588 元，客户致电和电话登记，即可获赠清凉饮品一箱，全省派送 3000 份，送完为止。(各地区知名冷食连锁店提供饮品票)

六重礼：金秋喜迎国庆礼

20xx 年 x 月 1 日至 x 月 31 日，贷记卡刷卡消费满 20xx 元，送价值 100 元旅游优惠券，全省派送 1000 份；刷卡满 2000 元，送 300 元旅游优惠券，全省限送 500 份。实行先刷到额度先送，送完为止。同时在 x 月 1 日至 x 月 7 日期间所有金穗卡刷卡消费即可获双倍积分。

七重礼：温馨浪漫新年礼

20xx 年 x 月 23 日至 x 月 24 日，x 月 30 日至 xx 年 x 月 1 日 x 行携手全省 20 多家知名商户开展刷贷记卡满就送(减)活动，在商户优惠打折的基础上，刷贷记卡单笔消费满 400 或 300 元即送 40 或 30 元。同时在 xx 年 x 月、x 月收到的单月对帐单消费累计金额满 20xx 元，送 xx 纪念品一个，每张对帐单限换一个，先到先得，送完为止。

八重礼：都市卡消费礼上礼

20xx 年，金穗都市卡除享受以上多重大礼外，还可在全省 3000 多家“便 e 店”凭卡享受消费打折、免费洗车、健身美容、旅游休闲等优惠，同时在春夏秋冬还将享受 xx 都市网的一连串惊喜，都市生活首选“金穗都市卡”。

金融公司市场活动方案 篇 8

一、活动背景

2 月 14 日情人节就要到了，为消费者创造一个既浪漫又温馨的节日，是每一家酒店都在努力的工作。

根据我们酒店自身的经营特色，根据常消费熟客的消费习惯。今年，我们定制出一下情人节推广计划，来向消费者传送这个节日的讯息，供总办审阅。

二、活动主题

天元酒店情人节(天赐良缘，情定天元)

三、活动时间

20XX 年 2 月 14 日

四、活动地点

主要地点：香榭岛西餐厅(酒店六楼)

次要地点：客房

五、活动方法

1、通过浪漫的场景布置，为消费者创造一个温馨，旖旎的爱的殿堂；

2、摆放“情人留言卡片”，供情侣在上面写下爱的誓言

3、客房设立“粉红情侣套房”，巧妙布置，并赠送玫瑰花，巧克力，香槟酒

六、气氛营造

1、外围设一块桁架做宣传广告

2、大堂电子屏、LED 屏滚动播放关于活动内容

3、一楼、六楼各放一个小展架

4、六楼餐厅每个餐桌摆一个烛台，一只玫瑰花

5、整个餐厅用白色桌布、白色椅子、腊梅、沙幔点缀整个餐厅

6、吧台摆一束鲜花(百合、马蹄莲)

7、西餐厅门口搭个拱门花柱

8、彩灯和沙幔布置现场用粉色气球点缀

9、现场拍照(拍立得 20 元/张)

10、餐台摆一个香槟塔

11、专门设一个餐台放一个大蛋糕摆在餐台上

七、广告方法

1、宣传单：1000 份(客房，各营业口)

2、短信发布：1300 元(2 万条)

3、内部广告发布：(电子屏，三明电视台字幕滚动频，含喷绘)

4、广告文字：

A、天赐良缘，情定天元。(广告词)

B、春信绽放，玫瑰花开，爱情来了，你的故事开始了 ;情人节到了，在天元大酒店准备一份珍贵的礼物，然后温柔地携上你的她或他，就在这个浪漫的日子开始相约。(短信)

八、活动安排

1、营销部：2 月 10 日前推出活动广告

2、其他部门 2 月 10 前结合营销计划，制定好情人节活动细则

3、餐厅客房在 2 月 13 日前做好情人节氛围营造工作

4、工程部：结合活动计划，做好用光，用电工作的安排及特殊道具的制作

九、费用预算

1、玫瑰花：

2、巧克力：

3、宣传单：1000 张*0.1 元=100 元

4、喷绘：200 元

5、X 展架：60 元

6、短信：1300 元(2 万条)

金融公司市场活动方案 篇 9

农历 5 月是太阳的季节，5 月初 5 是端午节，5 月初 1 至 5 月初 5 还是中国传统的“女儿节”。为感谢女性同胞为我们作出的辛勤贡献，同时体现 xx 对客户的人性化关怀，xx 特别为女性客户准备了一份小礼物。

一、活动时间

20xx 年 x 月 x 日至 20xx 年 x 月 x 日。

二、活动地点

全国所有 xxxx 分行；

三、活动目的

(1)提升 xx 品牌形象；

(2)体现 xx 对客户的人性化关怀；

(3)提升业务。

四、活动主题

关爱身边的百变小女人；

一祝天下女人女儿节快乐。

五、活动策略

通过氛围装饰！

六、促销方案

在使用我行银行卡支付的时候可以的到以下优惠或赠品：

(1)百变随心任搭配：

购买任意一款沙发，即送同系列“沙发套”一套(特价款除外)；

同时赠送女儿节礼物—竹纤维拖鞋一双；

(2)舒适睡眠养娇颜：

购买任意一套 xx 软床(含软床及床垫)，即送同系列配套床品四件套一套(床笠一床、枕头两个、蚕丝被一床)；

同时赠送女儿节礼物—真丝睡衣一件；

(3)感谢有你：

凡购买过 xxx 产品的老客户，活动现场购买任意一套沙发套，即赠送女儿节礼物—竹纤维拖鞋一双；

购买床品一套(含：床笠一床、枕头两个、蚕丝被一床)，即赠送女儿节礼物—真丝睡衣一件；

(4)持家有道：

凡在活动期间缴纳定金¥500 元，并在 6.30 前补齐货款客户，凭收据可抵¥1000 元货款。

超过 x 月 x 日仍未补齐货款者，不享受本次活动优惠，并且定金不予退还，可在购买其他正价商品时按收据金额充抵货款。

(银行支持政策：沙发面套、床品、家纺产品按照正常程序下单，银行与经销商各承担 50%；下单时间截止 20xx 年 x 月 30 日。如发现经销商截留沙发套，假一罚十。)

注：凡下单产品需注明顾客姓名及联系方式。

七、活动宣传

(1)银行层面

提供专题软文一篇，在 xx 家具报、xx 家具网、银行网站等网络媒体发表。

(2)专卖店层面

①专卖店内现场布置

②专卖店外现场布置

③给老顾客打电话、发信息宣传；

④电视字幕；

⑤当地有影响力报纸；

⑥新交钥匙小区购买业主资料，发信息，打电话;电梯广告，样板间，扫楼;

⑦装饰公司、设计师合作;

⑧公交车广告;

⑨大型户外媒体;

⑩大型路口、xx 门口举牌宣传;

金融公司市场活动方案 篇 10

第一条：按公司的整体经营业绩和员工的工作成绩，建立项目奖金分配制度，其目的在于，通过对员工绩效评议，将企业的效益与员工个人收入更紧密的联系起来，是全体员工关心市场、注重效益，降低成本。提升企业整体管理水平。

第二条：班组各成员奖金分配额度、比例，由部门经理根据每个人在项目中所承担、完成的工作拟定，并与班组长核对后上报总经理审批后由财务部执行。

第三条：月奖金一般规定当工程执行完毕由财务部核算项目组奖金，根据项目经理上报的奖金分配比例在公司年度结算时予以发放到个人。

第四条：凡出现下列情形之一者，除依照公司管理制度的有关规定处罚外，六个月内不得享受本制度所规定的奖金，已享有奖金权力的，应自当月份起予停止，直到表现良好时，再依本部分第四条规定办理奖金申请手续。

1、 工作不力者或不能胜任工作者 有赌博、斗殴、诈骗、偷窃、经手钱财不清或拖欠他人钱财不偿还者

2、 在公司外的行为足以妨碍其执行的工作及损害公司声誉或在言论或行为上对公司、公司负责人及公司同事不利、不忠实益者利用工作之便图取私利者 在公司内部搞小集体，拉帮结派给公司制造管理混乱者。

奖金分配

一、 奖金发放从工作态度（服从领导分配、对本职工作尽职尽责）、工作质量（日常监控维保、维修、安装等）、时限（及时到达

工作场地、按时完成工作）、安全（确保交通、自身安全，不出现责任事故）、服务（达到并超越客户期望，客户满意度达标）五方面进行考量。

二、奖金基数 1000 元/月。

三、奖金包含日常监控维保、排障，

四、未达到上述五方面考量人员，每违反一项扣除 200 元/月，违反超过三项的人员没有资格参与评奖。由于个人工作失误、工作时间控制的原因，给公司造成重大经济损失者，除扣除此项目全部奖金外，还要追究相应的经济处罚责任，直至移送有关部门进行刑事处罚责任追究。”公司奖金分配办法

一、总则

按公司的整体经营业绩和员工的工作成绩，建立奖金分配制度。其目的在于，通过客观、合理、公正、公平的奖金分配。对员工绩效评议，提高员工的工作积极性，及工作满意度，将企业的效益与员工个人收入更紧密的联系起来，使全体员工关心市场、注重效益，降低成本。提升企业整体管理水平。

二、发放范围公司全体职工

三、奖金分配原则依据公司制定的绩效考核办法秉持客观、公正、公开、合理的原则分配公司奖金。

四、奖金发放资格公司全体职工出勤率达到 80%（含 80%）以上者，各种假期均不计算在出勤率当中。

五、执行各部门成员奖金分配额度、比例，由部门经理根据每个人在项目中所承担、完成的工作拟定，并与班组长核对上报总经理审批后由财务部执行。

六、奖金分配方案（收入构成以公式计算）

1、 工程部工资+基础奖金（1000）+岗位技能+工龄+生产奖（工程提成%）

2、 市场部工资+工龄+生产奖（营销提成%）

3、 客服部工资+基础奖金（1000）+岗位技能+工龄

3、 技术开发部工资+基础奖金（1000）+岗位技能+工龄

4、 财务部工资+ 基础奖金（1000 ）

5、 管理人员工资+ 基础奖金+ 生产奖（工程提成% ）说明基础奖金包括：1、 移动电话费 2、 饭补 3、 维保费

岗位技能：

高级工 500 元中级工 300 元工龄： 每年 10 元 初次签订劳动合同算起， 累计年限。 营销提成% ： 按照营销岗位奖励办法， 或兑现奖实施办法执行。 工程提成% ： 按照提成奖励办法执行。

金融公司市场活动方案 篇 11

一、 活动主题：

“100 秒不 NG”

二、 活动目的：

为了给大家提供一个展现自我的平台， 丰富大家的业余生活， 减轻工作压力， 放松性情。 同时有利于促进团队之间的感情与默契， 在增加大家生活乐趣的同时提高团队协作能力、 交流沟通能力以及思维活跃度。

三、 活动对象：

xx 全体员工

四、 活动时间：

9 月每周四下午 13： 00—14： 00

五、 活动地址：

xx 办公室

六、 比赛原则：

本着“公平、 公正” 的原则， 提倡发扬“友谊第一、 比赛第二” 的竞赛精神

七、 比赛方式：

比赛分组进行， 每组人数要求 7~12 人， 人数较多的组可以分为 2 个小组参与比赛。

八、 活动流程

1、 活动准备： 在现有小组的基础上刨除组长/主管， 不符合人数要求的小组调配至符合要求， 人数较多的小组可分为 2 个小组或部分

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/386143130235011005>