# 银行营销策划方案

来源：网络 作者：空谷幽兰 更新时间：2024-08-23

*活动营销是近年来较为流行的公关传播与营销推广手段，能够综合各种营销力量打“组合拳”，起到提升营销效果和品牌影响力的作用。与其他营销手段相比，活动营销策划更为复杂。本文将以银行卡业务的营销活动策划为主要案例介绍银行活动营销策划的方法和技巧。...*

活动营销是近年来较为流行的公关传播与营销推广手段，能够综合各种营销力量打“组合拳”，起到提升营销效果和品牌影响力的作用。与其他营销手段相比，活动营销策划更为复杂。本文将以银行卡业务的营销活动策划为主要案例介绍银行活动营销策划的方法和技巧。

一、确定营销目标

营销目标的确定对于活动营销策划尤为关键。营销目标不同，所需要的经费、所采取的活动类型、所动用的人员都有所不同。在确定活动营销目标时，我们经常会犯以下两个错误：

1、混淆营销总目标和本次活动营销目标

对于银行来说，任何营销活动的目标都是提升银行的效益，也可分解成提升品牌知名度和影响力、提升客户忠诚度以及增加市场占有率等。这些目标在活动营销过程中也会间接实现，但这并非本次活动营销的目标。以银行卡业务的活动营销为例，活动营销目标可以是增加银行卡持卡者的消费，提升发卡数量，吸引某类特定人群，提升银行卡的品牌识别等。

2、混淆活动营销主目标和分目标

活动营销一般会有两个或两个以上的目标，在确定营销目标的过程中要分清主目标和分目标。在活动营销策划中，以主目标的实现为主。比如银行卡业务的营销主目标为提升银行卡的品牌识别，在策划中就应以突出银行卡的品牌价值为主，例如山西五台农商行推出的五台山祈福卡就是依托五台山的佛教文化和旅游文化的卡产品，制定该卡的营销策划就应以“智、运、和、安”的核心诉求为主。

二、管理活动营销预算

活动营销预算与活动营销内容是紧密相连的：有多少活动营销预算，就可以去设计怎样的活动营销内容；有什么样的活动营销内容，也就需要有多少活动营销预算。大多数情况下，我们需要先明确活动营销预算，再去设计活动营销内容。事实上，当活动营销预算确定的时候，活动营销内容的可选项也就限定在一定的范围内。

一般来说，活动营销预算主要分为推广费用、物料费用、场地租赁费、礼品费、交通费、劳务费、其他经费等。其中，最主要的是推广费用和物料费用。推广费用主要包括纸媒、电视媒体、网络媒体、论坛、自媒体等发布的硬广及软文发布的费用，微信、微博等自媒体炒作的费用，户外广告等费用、视频广告等设计和制作费用；物料费用主要包括海报、易拉宝、宣传单页、宣传手册等制作及印刷费用。

即使是同样类型的活动，不同地域的活动营销费用也有很大不同。除去地区间的差距，银行与媒体之间的关系也会起到很大影响。

活动营销预算应包括两部分，一部分为活动营销预算，另一部分应为活动营销备用金，以避免活动营销预算超额而导致无法继续进行下去的危险。活动营销预算及备用金的数额应根据活动时间和活动内容来确定。

三、明确活动营销主题

活动营销主题应围绕活动目标来做。如活动目标为增加银行卡持卡人的消费额，则应以“消费有奖”、“消费赚积分”、“消费免单”等为活动主题；如活动目标为增加银行卡品牌识别，可以“银行卡宣传语征集”等为活动主题；如活动目标为增加开卡量，可以“人际传播 + 开卡抽奖”等为活动主题。

活动营销主题往往是活动营销策划的难点，对于大型活动营销策划来说，在明确活动营销主题之前可请第三方机构进行严格的市场调查，相应的数据有助于我们选择适合的活动营销主题。

确定活动营销主题，我们可从以下三个方面进行分析：

1、营销目标分析

分析营销目标适合哪些活动营销主题，如本部分首段介绍内容；

2、客户群体分析（以银行卡为例）

分析客户群体的各项特征及偏好，比如客户群体的性别特征、年龄范围、学历情况、月收入情况、家庭成员结构等，营销地域具有该特征人群的主要偏好；

3、宣传亮点分析

分析与本次营销目标、客户、产品相关的可能成为宣传亮点的内容，比如是否贴近某个季节或者节日，客户是否会产生某种共同的需求等。

活动营销主题可以以上三点为核心制作三个圆圈，其中核心处即为可供选择的营销主题。

家庭节日有奖消费，我们就可以选择与大型商场和旅行社合作，举行刷卡抽奖活动，抽中者赠送旅游机会等。活动主题语可以围绕中秋、国庆来撰写，利用节日喜庆氛围。

四、设计活动营销内容

活动营销内容的设计是活动营销策划的核心，主要包括活动形式的设计、活动时间的设计、活动视觉的设计、活动文案的设计、活动体验的设计等五个部分。通过活动营销内容的设计，我们能够把控活动营销的主体部分，并为后续工作做好准备。

1、活动形式的设计

活动营销可以采取多种形式，比如会议活动、郊游活动、有奖征集活动等。活动形式的设计受到活动营销目标、活动营销预算及活动营销主题的限制。例如活动营销目标为获取更多高质量客户、活动营销预算一般、活动营销主题为热点话题分析，那么活动形式则可以采取聘请国内相应热点话题的专家学者进行讲座。

2、活动时间的设计

活动时间的设计不仅包括活动整体时间的设计，还包括活动各部分时间的设计。有些时候，我们举办一次活动往往分为三个甚至更多不同的周期，如何安排好周期的衔接和递进就是我们在活动时间设计中需要重点考虑的。

3、活动视觉的设计

活动营销宣传往往会涉及到一些视角效果，比如广告的颜色搭配、会场的颜色搭配等。活动视觉的设计应考虑活动营销主题。一般来说，银行卡活动视觉设计贴近银行卡自身视觉设计。

4、活动文案的设计

活动采用怎样的主宣传语，主体的宣传文案是什么等都需要在营销策划过程中设计出来。这是因为活动执行往往由多个部门组成，需要协调多个渠道，活动主文案无法确定很容易造成不同宣传渠道之间的冲突，降低宣传效果。以银行卡活动文案设计为例，一般需要主广告语（以 10 个字以内为佳）、主广告文案（一般为两个字数相同、有对仗的半句组成）、主介绍文案（活动时间、活动规则及活动须知等内容的标准版本）、主宣传文案（ 3 段、400 字左右的活动介绍，不包含活动时间、活动规则、活动须知等内容）。

5、活动体验的设计

对于一些与客户有直接互动关系的活动，活动营销策划应着重考虑客户的实际体验，比如参加郊游等活动，整个郊游活动的路线选择是否合理，客户是否过度疲劳等都需要充分地考虑到。对于一些与客户并不进行直接互动的活动，我们同样需要考虑客户实际操作的体验。以银行卡“开卡有礼”类活动为例，客户开卡获得礼品的方式是否麻烦，礼品是否有用等都是需要考虑的。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找