

银行宣传活动总结

篇1：银行宣传活动总结

xx年年以来，**分行结合实际，因地制宜，全面谋划“春天行动”，做到政策早出台，方案早制订，措施早落实，已取得初步成效。截止3月20日，各项存款净增XX万元，余额达到XX万元，同比多增XX万元，提前10天完成省分行下达一季度必保计划X亿元的XX%。实现银行卡存款XX万元，同比多增XX万元。各项贷款较年初增加XX万元，余额达到XX万元，完成市分行下达一季度净投放计划的%。实现银行卡手续费收入XX万元，多比多收XX万元。

一、营造声势促营销。

去年底以来，市行针对年末岁首市场现金流量增加及金融同业竞争异常激烈的现状，先人一步，快人一拍，按照总、分行要求，迅速在全行拉开了“伴你成长金钥匙春天行动”营销宣传活动。一是抓好媒体宣传。市分行通过**电视台点播电视连续剧，在市委机关报《*日报》专版刊登全省农行各项存款超X亿元宣传活动，加深了市民对农业银行的良好影响。各县支行通过当地电视台等媒体点播电视剧、滚动播出新年祝辞、慰问信，在城区繁华地带设置业务宣传咨询点等方式全方位立体宣传农行产品，掀起了营销宣传热潮。宕昌、两当、文县三个县支行还与当地移动、联通公司协商为客户订制了动听悦耳美妙铃声和温馨的提示语，使广大客户切实感受到了农行亲切而周到的服务。武都区支行充分把握城市人流集中这一特点，大力宣传金穗卡全国联网、实时到账等新业务、新产品优势，加深了广大城乡客户对农行产品的进一步了解。二是抓好联谊宣传。各县(区)支行、相继成立了营销工作领导小组，在营销中发扬“四千”精神，即“想千方百计，走千家万户，历千辛万苦，说千言万语”，全面开展访企业、串小区、进商场、走村镇等活动，在广大客户中留下了深刻的影响。截止3月20，全行共举办各种客户联谊活动X余次，走访重点客户XX余人次，发放慰问信XX多份，纸杯X万只，对联X万余幅，中国农业银行手提袋X多个，营造了宣传声势，推动了营销宣传活动的开展。三是抓好网点宣传。春节期间，全市X个营业网点统一在营业厅外悬挂了宣传横幅、张贴了宣传标语，在营业厅内设立了咨询台。成县、礼县、武都区支行还分别在富业室设立了大堂经理，宣传解释农行汇款业务、收费标准，金穗卡使用方法及应该注意事项等，提升了农行在城乡居民中的知名度。

二、优化服务促营销。

各县(区)支行在宣传营销中，各打各的优势仗，坚持“人无我有，人有我新，人新我优，人优我特”的服务理念，推出了一系列特色服务来抢占市场，做到了传统服务不丢，特色服务创新。一是办好大堂经理服务台。成县、礼县、宕昌县营业室坚持每天实行大堂经理值日制，发挥咨询台导储功能，为客户当好理财参谋，做好业务向导，不但方便了客户，而且减缓了柜台压力。二是坚持延时营业。春节期间，为了方便广大客户，各县(区)支行针对各网点实际，采取早开门晚关门，提高atm、pos等自助设备的使用率等不同方式，方便了客户随时存取，减少了客户等待时间，受到了广大市民的好评。三是优化网点环境。为了使金钥匙春天行动开展得有声有色，各县(区)支行按照市分行要求，对各营业网点进行了统一装饰，使营业室硬件环境

和软件环境都不同程度地得到了改善，综合竞争力日益增强，农行在客户心目中的形象也日益提升。

三、强化督导促营销。

一是文件督导。早在去年12月中旬，市分行就早行动、早安排，早部署，向全市下发了《伴你成长，金钥匙春天行动实施方案》，并提出了要求。12月底，全省农行存款工作视频会议之后，市分行又及时向全市9县(区)支行转发了省分行《关于印发全省农行存款工作视频会议文件的通知》和**分行《关于做好一季度业务经营工作的通知》，并下达了一季度各项目标任务，使营销宣传活动有目标，有措施，有结果。为了抓好落实，实现一季度各项工作开门红，市分行班子成员先后于元月初、2月底和3月中旬分赴各县支行检查督导工作，并深入重点企业、重点客户进行访问，加深了客户与农行的沟通和联系。二是电话督导。市分行个人、公司、机构三个业务前台部门经常通过电话加强与基层行的联络，督导基层行活动开展，并及时回答基层行在活动中咨询的各类问题，帮助基层行解决活动中存在的困难，促进了金钥匙春天行动的开展，使活动收到了明显成效。

篇2：银行宣传活动总结

为了认真贯彻落实银办发[20XX]91号《中国人民银行办公厅关于开展20XX年征信专题宣传活动的通知》文件精神，根据中国人民银行**分行和中国人民银行新门市支行关于开展征信专题宣传活动的有关要求，我行高度重视本次宣传活动，现将我行组织活动的相关情况报告如下：

一、围绕中心，强化领导，建立联动宣传机制。

按照人民银行通知精神，为进一步加强征信宣传工作，我行成立了活动小组，期间行领导多次开展宣传活动会议，组织协调工作，明确责任，落实到人，确保各项活动扎实开展。多次强调此次宣传活动的重要意义和具体要求，并进行合理分工，明确不同阶段宣传的重点内容、重点区域。

二、周密部署，迅速启动，全方位展开宣传活动。

我行结合实际制定宣传活动方案，明确宣传任务，确定宣传的活动各项内容和目标，从银行、社会等层面深入开展，切实形成调查、宣传齐头并进的局面。

20XX年6月14日，我行“信用记录关爱日”活动正式启动，并在新门市大剧院周围开展了相关宣传活动。通过开展征信专题宣传活动，让中小企业了解信用体系建设的目的和意义，让广大农民群众了解在信用体系建设中应尽的责任和义务，让广大市民和人民群众以及在校学生掌握个人征信知识、增强诚实守信意识，积极支持、配合社会信用体系建设，使征信观念深入人心。

三、突出特色、多措并举，开展多元化宣传。

此次宣传活动以"加强征信宣传教育，提升国民信用水平"为口号，以社会公众为重点宣传对象，以个人信用报告为重点宣传内容，创新宣传载体，丰富宣传方式。通过网店滚动屏宣传征信标语、发放征信宣传材料、网点张贴宣传海报、提供相关咨询等多种形式吸引公众积极参与引导公众关心自己的信用记录关注自己的信用行为。活动期间，小组成员发放征信等宣传资料千余份，宣传队伍吸引大量群众前来咨询了解，宣传人员仔细耐心为公众现场答疑，同时结合我行本身特色，为公众解释有关征信方面的内容与重要性。

四、立足行业，服务社会，征信专题宣传活动效果显著。

我行通过开展此次征信宣传活动，了解到公众对征信方面的知识内容的缺乏，群众普遍对什么是征信，什么是个人信用报告都不太了解，更不清楚征信对个人的重要性，我行此次宣传为群众了解征信起了很大的引导作用。

此次征信宣传活动也受到群众的广泛好评，通过征信宣传，提高了社会公众的诚信意识，进一步在全社会普及了征信知识，使社会公众亲身体会到个人信用良好与否对经济、生活、工作的影响，社会公众对自身信用报告的关注程度逐步提高。另外，通过这次关于征信的宣传，收集到群众对征信方面的一些疑问，做好宣传活动中的经验教训总结，为今后次数更多、范围更广地开展相关宣传活动奠定扎实基础。

篇3：银行宣传活动总结

为向公众普及教育金融知识，提升公众金融安全防范意识，增强公众金融知识技能，营造全社会学金融、懂金融、用金融的良好风气，进而构建全民和谐的金融关系，邮储银行青龙支行积极响应，全面落实"普及金融知识万里行"系列活动方案。现将我行组织该活动的相关情况报告如下：

一、我行在此次推进"普及金融知识万里行"活动中，以开展公众教育、服务、宣传普及金融知识、强化风险意识、倡导理性消费为主旨，大力引导消费者熟练运用银行金融服务，提升百姓的生活品质。通过活动的开展，努力达到提高服务质量、提升诚信水平、增强消费者信心的目的。

二、宣传活动期间，我行以"普及金融知识万里行"为主题，将在网点和网点周边社区设立宣传台，向广大公众发放宣传资料，向自助设备等宣传载体，构建多层次、多形式的普及金融知识工作格局。此外，该行宣传团队还将走进社区、商区、农户，主动为金融消费者提供上门金融知识普及服务，力争做到将金融知识送到该行网点覆盖地区的每一个消费者身边。相信该行此项宣传活动，将不仅有效加深公众对银行金融知识的认识，提升公众金融安全意识和风险认知能力，还将有利于银行业公众教育长效机制的形成与完善。

三、活动期间，开展"普及金融知识万里行"专项宣传日活动。我行工作人员向对前来咨询业务的群众耐心解答银行卡、信贷、理财等业务。本着活动的主题，还主动向群众宣传非法集资的风险、假币的识别、防范电信诈骗等与群众息息相关的业务的知识，受到了客户

的认同，帮助他们更多的了解和掌握金融知识，防范风险。

篇4：银行宣传活动总结

为推动上海银行业健康进展，营造和谐、诚信的金融环境，协作全市开展"和谐金融诚信服务"上海银行业315国际消费者权益日宣扬周活动，依据上海市银行同业公会以及分行办公室的有关要求，我行于20xx年3月15日在全市各区县百家支行网点广泛开展"315国际消费者权益日主题宣扬活动"。活动当日尽管寒风凛冽，但是我行工作人员的服务热忱感染着过往的每个客户群众，乐观宣扬普及金融学问。提高金融服务水平、维护金融消费者权益是我行履行企业社会责任、树立行业服务典范的重要举措，也是体现我行始终"以客户为中心"的企业核心价值观。为维护金融消费者权益，从客户角度动身，想客户所想，全辖百家网点共同参加，乐观投入活动，通过宣扬单页的发放和现场设摊接受客户询问，取得了良好的活动效果。活动开展状况如下：

一、我行五家网点参加全市同业百家网点设摊宣扬活动

我行卢湾打浦路支行、徐汇大木桥路支行、浦东联洋支行、分行营业部大众客户服务团队、南京西路支行作为五家重点网点，参加全市百家网点设摊宣扬活动。各活动单位在收到相关通知后格外重视，依据活动要求第一时间组织、支配工作人员，预备齐全各种宣扬资料。

3月15日上午9:30-11:30，我行五家重点网点选择网点门口或者人流量更集中地露天广场，设立了户外"金融学问普及宣扬台"，树立"和谐金融、诚信服务"的易拉宝宣扬板，同时摆放了涉及电讯诈骗风险防范、银行卡、理财产品等多方面的宣扬资料，向过往群众进行现场学问辅导，解答客户疑问，接受客户投诉和建议。

活动现场除了"防范金融风险"、"银行卡"、"个人理财"金融学问折页，各网点还预备了防范电信诈骗学问折页、卡片、宣扬海报，货币反假学问宣扬手册，防范非法集资宣扬折页等。卢湾斜土路支行、徐汇大木桥路支行等网点周边是居民区，中老年居民居多，且为网点的主要客户群。鉴于很多中老年客户对各种诈骗分子的作案手法不太警觉，同时又对各种产品的概念模糊，所以在具体介绍宣扬内容时，我行员工着重介绍了宣扬折页里的内容外，还提示客户认真阅读、平常多留意了解相关学问。分行营业部、静安南京西路支行和浦东连阳支行因地处闹市，均选择了人流量较大的商区或网点周边，接受过往客户的现场询问和解答，效果显著。个别顾客拿出自己收到的不明诈骗短信询问，我行员工马上提示客户坚决不能信任，不能转账到所谓"平安帐户"，提示之余更为其预备宣扬资料以供学习了解，并提示客户要在日常生活中多学习多了解多多防范。

二、我行百家网点参加金融学问普及宣扬活动

我行全辖近百家网点也同样通过走马灯、宣扬单页和网点宣扬点的设立，向客户进行金融风险防范、账户平安、货币反假等学问的宣扬。南汇等部分支行更是结合"三进"活动，通过走进居民社区、商圈、小微企业，向宽敞群众客户宣扬现代金融学问，普及金融产品、

服务、法律，运用生动的案例，讲解等形式加强居民反电信诈骗等犯罪的警惕性。生动鲜活的案例讲解、精致有益的宣扬单页发放都让客户在活动现场深深感受到了我行工作人员的服务热忱，拉近与消费者之间的关系，巩固我行百年品牌。

经过一天的活动宣扬，我行共向客户发放"个人理财"、"金融风险防范"、"银行卡"以及我行反假币、防诈骗等宣扬资料共计1.5万余份、接待客户人次超5000人次，收集服务满意度调研问卷800余份，并且将生活必备的金融学问、金融技能以浅显易懂的方式传授给消费者，全面呈现了中国银行竭诚为客户服务的形象，受到宽敞客户的全都好评。

后续，我行将贯彻长效机制，持续加强此方面的相关学问普及，不断提高我行服务水平和质量，真正使我行业务、服务更贴近客户、符合客户需求，以实际行动为上海国际金融中心的建设、和谐金融消费环境的构建贡献力量!

篇5：银行宣传活动总结

为全面深化宣扬普及金融学问，加强消费者权益爱护，进一步提升消费者的自我爱护意识和风险意识，构建和谐的金融消费环境，浦发银行(600000,股吧)上海分行于3月15日开展X年上海银行业315国际消费者权益日主题活动，重点围绕"权利责任风险"、"远离非法集资、防范金融诈骗"等内容开展宣扬。

据悉，为全面倾听市民当前关注的热点问题，此次浦发银行于3月15日当天在上海市的松江支行营业部、宝山支行营业部、静安支行营业部、青浦临空支行、虹桥支行营业部、黄浦中华路社区支行、长宁支行营业部、三林支行营业部、卢湾永银大厦支行、奉贤支行营业部、徐家汇(002561,股吧)支行、南市支行营业部、虹口凉城路支行等共计13个营业网点设摊宣扬。此外，该行还将有50家网点参与将来一周的宣扬周活动，通过各种宣扬资料让金融消费者了解各项重要权益，并了解相关维权方式。

本次活动重点关注：充分敬重和保障金融消费者的财产平安权、知情权、自主选择权、公正交易权、受教育权、信息平安权、依法求偿权、受敬重权，以及远离非法集资、防范金融诈骗等热点。浦发银行也将通过活动告知金融消费者依法拥有权利的行使方式、解决纠纷的各种正值渠道以及进行投诉的途径;强化对金融消费者风险责任意识的教育。加强对金融消费者的风险意识和为自己决策担当责任方面的宣扬教育，让金融消费者明白"自享收益"的同时，要"自担风险"。进而关心金融消费者提高警觉性，自觉远离和抵制非法金融业务活动，引导金融消费者进行风险自评，依据自身的风险承受力量和相关产品的风险特征，选择适当的金融产品和金融服务。

"315国际消费者权益日宣扬周"活动虽然只有短短一周的时间，但是其影响将是深远的，体现了银行业金融机构对金融消费者切实爱护的主动姿势和实际行动。将来浦发银行上海分行还将结合金融消费者权益爱护工作日趋多变化和常态化的特性，借助员工、网点等优势开展系统化、多样化的普惠金融服务，全方位引导公众金融消费行为，实实在在让消费者了解银行、理解银行、用好银行。

