# 办信用卡活动方案 信用卡 活动(五篇)

来源：网络 作者：独酌月影 更新时间：2024-09-05

*方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。信用卡活动策划方案篇一1.活动安排场地为瑞金宾馆内3号楼...*

方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

**信用卡活动策划方案篇一**

1.活动安排场地为瑞金宾馆内3号楼和草坪。

2.宾馆3号楼布置成古欧洲城堡，以下称为：城堡.。

3.城堡楼顶装吊索装置。城堡四周装舞台灯光，城堡内布置disco灯光音响。

4.草坪上搭建一个表演舞台，布置disco灯光音响。

5.草坪上两个巨型烧烤炉(原有)。

活动具体安排：

一. 17：00 游客进入活动场地。

二. 17：30——18：45 举行万圣节百人巴西烧烤。

“十字军队员”由演员扮演，以下称为：十字军。

“鬼王”，“魔鬼”由演员扮演，以下称为：鬼王，魔鬼。

2. 表演鬼王复活：

两名男女演员扮成情侣走上舞台，突然几束直光打向男演员，男演员像中了邪一样发狂，女演员则表现的非常害怕(n的歌曲《thriller》的音乐)，随后十个魔鬼从四周冲上舞台扑向男演员，男演员带上魔鬼面具后与其他魔鬼一起表演舞曲《thriller》，内容与《thriller》的mtv表演形式相似。舞曲表演结束后，众魔鬼一起向男演员下跪，此时鬼王复活。鬼王发狂，仰天大叫，魔鬼跳下舞台，冲向游客，表演魔鬼吃人和杀人，十字军开始与魔鬼展开斗争，而被魔鬼“杀害”的游客则也变成了魔鬼(这些游客将在游戏“a计划”中扮演魔鬼)，然后魔鬼在鬼王的带领下走进城堡。

3. 在草坪上十字军号召游客加入他们的队伍，一起来对抗鬼王。

四. 开始游戏：

游戏地点：草坪，由主持人林海现场主持。

1. 美男计：在游客中选4位女性，1位男性，他们穿上一样的衣服，带上一样的面具，让大家猜猜其中哪一位是男性。猜中者发奖品。游戏进行三轮。

2. 打鬼：两位身体强壮的教练穿上保护套，戴好头盔。游客带上拳击手套，与教练进行中度的搏斗，教练只守不攻，游客不得打的教练的要害处。限时为一场3分钟。最后让游客来评选谁的武打招式漂亮，前五名发奖品。

3. 美式摔角赛：根据美式摔角的特殊规则和表演性，让游客自由组队(每队两人)进行比赛，限时一场5分钟。根据每队表演逼真的方面来决定名次。前五名发奖品。

4. 化妆舞会：游客自由组队，一共组成十队，每队必须由一名男性来充当模特。比赛内容是将各队中的男模特化妆成女性的模样(包括服装，假发等)，化好妆后再要求男模特在舞台上模仿女模特进行时装表演，让游客一起评判谁最像。前五名的队发奖品。

五. 鬼王表演：

1. 游戏结束后灯光打暗，大光灯照向城堡顶端(3号楼)，背景音乐呈现恐怖感。

2. 鬼王再次出现，此时的鬼王已经完全复活，模样与开始是不同，他由架在城堡楼顶的钢索慢慢的放吊在半空，然后向游客讲述鬼的过去，现在，未来和要统治世界，让人类永远生活在黑暗中的的话。十字军的头领此时走来与鬼王进行对话，称要消灭魔鬼。对话结束，鬼王在狂笑中由吊索吊回到楼顶。

六. 开始游戏“a计划”

1. 先前变成魔鬼的游客进入城堡，化妆成魔鬼进行游戏。

2. 其他的游客组成十字军团进攻城堡，与魔鬼展开战斗。

3. 游戏规则：城堡内的魔鬼为防守方，城堡外的十字军为进攻方，双方均拿有武器(塑料的充气玩具)，每人脚上都绑有一只气球，十字军分批进入城堡与城堡内的魔鬼进行斗争，游戏进行中气球爆掉的游客就算输，最终获胜者得大奖，获胜方人人有奖品，输的一方没奖品。

七. 鬼王与十字军头领决斗表演：

鬼王与十字军头领在城堡内进行决斗表演，表演内容先是正宗的武术对打，然后变成极其夸张和幽默的对打表演。最终鬼王打败十字军头领，但自己也受重伤，与鬼后逃到城堡内的某个角落里。

八. 开始游戏“捉鬼王，鬼后”

1. 鬼王，鬼后藏在城堡某一处。

2. 游客进入城堡去寻找鬼王，鬼后。

3. 捉到鬼王，鬼后的游客得大奖，同时捉到的游客则平分奖项或自行协调。

九. 23：00 开始万圣节假面disco

地点：大草坪，城堡底楼。

十. 23：50 抽奖

1.“姓名抽奖法”进行抽奖。

2. 规则：先抽出姓氏的笔画数，再抽出姓名的总笔画在几到几笔之间，然后抽出名的总笔画数来决定奖项。

十一. 24：00 “十字军东征，魔鬼复活”万圣节庆祝活动结束。

**信用卡活动策划方案篇二**

一、调查目的

1、是为了给华为公司技术申报提供科学、客观数据。

2、通过客观深入的市场调查和分析，充分了解消费者一号通业务的 需求和价格定义水平。

3、了解潜在客户规模及分布状况。

4、根据调查研究分析来确定产品的定位、市场前景，做出市场潜力测评。

5、项目的研发、技术实现、市场推广将面临着市场风险。

二、调查对象

1、学校附近的人群(通过抽样调查选出适合的调查对象，以个体为单位)

2、上班人群

三、调查内容

1、产品自身情况调查

2、需求市场调查

消费者偏好

购买决策

购买行为

④价格支付能力

⑤购买人群

3、竞争市场调查

①主要竞争对手

②各竞争对手优势、劣势

4、一号通业务市场调查的重要性

四、搜集信息

1、消费者的购买意向

2、不同领域消费者的需求

3、了解各个类似业务的竞争状况

4、消费者对产品的要求

五、制定抽样计划

1、实施分层抽样

a、以所属领域特点为分层标准

b、按比例抽取一个样本量为500的样本

2、样本要求

a、家庭成员中没有人在通讯业务公司或经销岗位工作

b、家庭成员没有人在最近半年中接受过类似产品的市场调查

c、被调查者经常使用手机、固话等通讯工具

六、设计问卷

通过对“一号通业务”市场的了解，对消费者资料的调查，总结分析，进行问卷设计。

七、调查进度

第一阶段：初步市场调查 1天

第二阶段：制定计划 2天

审定计划 半天

确定修正计划 半天

第三阶段：问卷设计 1天

问卷修改确认 半天

第四阶段：实施计划 2天

第五阶段：研究分析 2天

调查实施自计划问卷确认后的第二天开始执行。

八、信息整理分析

1、通过对调查目的和搜集信息的整理，对问卷的设计并进行整理分析。

2、根据问卷调查情况绘制数据表格

九、调查预算(略)

一、调研背景

走出国门，做世界的美的，美的集团稳扎稳打从未停下前进的步伐。

2024年10月11日，美的宣布收购埃及miraco公司股权项目完成，使得美的的海外生产基地延伸至越南、埃及、白俄罗斯等地，同时还规划在印度、巴西等国设立生产基地。

2024年8月份，美的与开利签订股权收购协议，双方联合经营和拓展拉丁美洲地区空调业务。此举被认为是美的提高海外盈利贡献能力和抢占市场份额的重要一步，也是美的开始全球布局的关键步骤。

截至目前，美的集团旗下拥有4家上市公司、四大产业集团，14个国内生产基地，全球员工20万人;现拥有中国最大最完整的空调产业链、冰箱产业链、洗衣机产业链、微波炉产业链和洗碗机产业链。拥有中国最大最完整的小家电产品群和厨房家电产品群。在全球设有60多个海外分支机构，产品远销200多个国家和地区。同时，已完成全球产业布局，并与美国开利、伊莱克斯、ge等国际知名家电企业达成合资和合作。作为中国家电行业的领导品牌，美的正在以其独特与务实的方式，逐步落实国际化和全球化战略。

为了了解香港居民对于变频空调的需要和选择，我们做了这次市场调研来得出结果。

二、调查目的

1、了解顾客能接受哪种价位的变频空调。

2、了解顾客在购买变频空调时是否看重品牌，以及是哪些品牌。

3、了解顾客看重变频空调的哪些功能等。

4、了解顾客购买变频空调的地点。

三、调查内容

(一)消费者

1、消费者对变频空调的消费形态(消费观念、消费习惯)。

2、消费者对变频空调品牌的看法(看重品牌、哪些品牌)。

3、消费者对变频空调功能的要求。

(二)市场

1、香港行业市场状况。

2、香港消费者的购买力。

(三)企业自身

1、美的变频空调的.产品特征。

2、美的变频空调进行的促销活动。

3、美的变频空调售后服务状况。

四、调研方法

调研对象：网络上潜在的消费者。

以问卷调查为主：在网上对消费者发布问卷。

原因：1、调查时间和调查人员有限，在网上发布问卷不需要太多人员。

2、问卷调查形势比较简单，方便我们对消费者进行调查。

3、问卷调查结果容易统计，数据真实可靠。

4、问卷调查成本低。

以网络搜索为辅：通过互联网搜索关于变频空调的相关资料。

消费者100位其中：收入高35% 中50% 低15%

五、调研实施、流程与日程安排

第一阶段：初步市场调查 1天

第二阶段：制定计划 1天

审定计划 半天

确定修正计划 半天

第三阶段：问卷设计 半天

问卷修改确认 半天

第四阶段：实施计划 2天

第五阶段：研究分析 2天

调查实施自计划问卷确认后的第二天开始执行。

一、超市冷柜背景分析

随着市场经济的发展，人们的工作生活变得日益繁忙，被世界誉为现代化革命的标志产品冷柜以环保、健康、省时、省力、方便、卫生、安全的特点迅速走入寻常百姓的家庭和各大超市卖场。人们日益体会到了冷柜带来的高效和便利。目前冷柜在超市中普及率很高了，冷柜已经进入快速的增长期，冷柜的生产和销售每年均保持在相当高的增长水平。在这样的形势下，冷柜企业应该一方面抓紧时间进行生产规模的扩张，另一方面积极拼争国内、国际市场，以期在未来的市场竞争中处于更为有利的市场位置。

但是由于现今产品的同质化程度较高，差异化缩小，为改变这一趋势，我们应当从性能发展，节能、环保是众多用户所热门关注的方面出发。

为进一步针对超市冷柜应用普通中空玻璃和我司真空玻璃耗能情况，我们做了这次市场调研。

二、调查目的

1、了解冷柜在各大超市卖场的都有哪几种，以及是哪些品牌和型号，尺寸。

2、了解单台冷柜的日耗能量是多少。

3、了解低温冷柜在超市日耗能总量是多少，

4、了解低温冷柜占超市总耗能量的百分比。

三、调查内容

在北京各大超市卖场，便利店针对超市冷柜应用普通中空玻璃和我司真空玻璃耗能情况进行分析调查。

四、调查方法

以问卷调查为主：在特定的超市卖场便利店对超市方进行问卷调查。

原因：1、调查时间和调查人员有限，只能在特定的地点进行访问，数据代表性可能不够。

2、问卷调查形势比较简单，方便我们对消费者进行调查

3、问卷调查结果容易统计，数据真实可靠

五、调查进度

第一阶段：初步市场调查

第二阶段：制定计划 审定计划 确定修正计划

第三阶段：问卷设计 问卷修改确认

第四阶段：实施计划

第五阶段：研究分析

调查实施自计划问卷确认后的第二天开始执行。

**信用卡活动策划方案篇三**

20xx年1月1日-20xx年12月31日。

河北省辖区内邮储信用卡未激活持卡人。

活动期间，邮储银行信用卡持卡人在激活卡片的当月刷卡消费任意金额，即可获得10元话费。

（一）本活动自20xx年1月1日起至20xx年12月31日止。

（二）活动对象为中国邮政储蓄银行信用卡主卡和附属卡持卡人，主卡、附属卡持卡人可分别参加活动。

（三）中奖者话费将于次月底之前直接存入持卡人在银行预留手机号码之内。

（四）参与者如对活动有疑义，最晚于活动结束后一个月内提出，过期将不再受理。

（五）有关此项活动其它未尽事宜受《中国邮政储蓄银行人民币信用卡（个人卡）章程（修订版）》、《中国邮政储蓄银行人民币信用卡（个人卡）金卡及普卡领用合约》及其它相关文件约束。在法律允许范围内，中国邮政储蓄银行保留修改本次活动条款，延迟或提前终止本活动的权利，并保留对本活动的最终解释权。

**信用卡活动策划方案篇四**

2、羽毛球比赛：

3、乒乓球比赛：

4、 书法比赛：

5、象棋比赛：

接纳逐步裁减的方式，选出最后冠军 亚军 季军队，奖金 30,20,10 元，并将颁发纪念性的奖品。

**信用卡活动策划方案篇五**

2024年1月1日-2024年12月31日。

河北省辖区内邮储信用卡未激活持卡人。

活动期间，邮储银行信用卡持卡人在激活卡片的当月刷卡消费任意金额，即可获得10元话费。

（一）本活动自2024年1月1日起至2024年12月31日止。

（二）活动对象为中国邮政储蓄银行信用卡主卡和附属卡持卡人，主卡、附属卡持卡人可分别参加活动。

（三）中奖者话费将于次月底之前直接存入持卡人在银行预留手机号码之内。

（四）参与者如对活动有疑义，最晚于活动结束后一个月内提出，过期将不再受理。

（五）有关此项活动其它未尽事宜受《中国邮政储蓄银行人民币信用卡（个人卡）章程（修订版）》、《中国邮政储蓄银行人民币信用卡（个人卡）金卡及普卡领用合约》及其它相关文件约束。在法律允许范围内，中国邮政储蓄银行保留修改本次活动条款，延迟或提前终止本活动的权利，并保留对本活动的最终解释权。

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