# 最新信用卡活动策划方案(六篇)

来源：网络 作者：清香如梦 更新时间：2024-09-05

*“方”即方子、方法。“方案”，即在案前得出的方法，将方法呈于案前，即为“方案”。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。以下是我给大家收集整理的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。信用卡活动策划方案篇一2、各...*

“方”即方子、方法。“方案”，即在案前得出的方法，将方法呈于案前，即为“方案”。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。以下是我给大家收集整理的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

**信用卡活动策划方案篇一**

2、各获得奖品的人先给予奖品凭条，再到相应的地点处领取奖品;

5、指定地点报名在海报有，趣味游戏可于活动当天在现场报名。

6、各球队要安排人员维护比赛现场次序，参赛队员要坚守裁判判决。

8、比赛友谊第一，比赛第二为原则。

9、各比赛项目的要求和标准以各相关细则为准。

10、活动项目若有变化或未尽事宜，将另行通知。

11、活动的最终解释权归聚可达男子篮球队所有。

十二、活动材料：

**信用卡活动策划方案篇二**

信用卡的实质就是借贷消费，这是信用卡的主打卖点。各大银行针对性推出各种主题，各种附加价值和服务只能是锦上添花，而不能成为雪中送炭。

个人总结信用卡的卖点主要可以分为两类：

（一）调剂资金

生活中很多人可能会因为现金购买大件商品从而导致资金流紧缺，带来不必要的烦恼，而信用卡可以解决这个问题。

（二）透支消费

在一些消费场所，对于个别价格比较昂贵，暂时手头没有足够现金的时候，透支消费能实现购买者的购物需求。

根据网上搜索的一些相关信息和本人对信用卡产品的理解，信用卡的目标客户主要是年轻的时尚人群和中年的商务人士以及政府官员。

这两者的共同点都是信用卡的消费基于一定的比较稳定的收入上。

按照对这类目标人群的消费特征分析，主要有以下几个特点：

（一） 冲动型消费

（二） 虚荣型消费

信用卡是良好信誉的象征。拥有信用卡体现了卡主人在信用方面得到了银行的认可。在当着朋友或者亲戚的面刷卡消费，有一种虚荣的潜意识在其中，当然不排除使用信用卡获得的其他便利因素。

（三） 理性消费

鉴于购买大件商品使用现金会挤占手头的资金，从而导致购物之后的开支紧张，使用信用卡消费可办理分期付款，虽然需要支付一定的手续费用，但是用较少的资金代价换取长期的资金使用宽松条件，是划算的。使用信用卡进行分期付款表明卡主人有一定的理性消费倾向。

（四） 长远消费

使用信用卡消费，根据消费记录可以进行透支额度的调整，体现了卡主人在银行方面的良好信誉，对于以后贷款买房买车等，能提供一定的便利。

（一）社区营销

社区营销带有一定的主题营销性质。通过在目标客户集中的住宅小区或者人流量比较大的商业场所进行设点推广，能最大限度吸引潜在客户关注，并提出成交的要求。

（二）扫楼

作为陌生客户拜访的最常见方式，扫楼尽管工作量大，但是对于发现陌生的潜在客户具有重要作用。特别是在拿下商业写字楼内各家公司的关键任务以后，对于团办信用卡有较好的作用。

（三）熟人介绍

熟人介绍是信用卡营销成功率最高的方法。中国特色的人际关系对于营销非常有帮助。在陌生客户变成熟客或者自己的亲朋好友的帮助下，有利于病毒式的推广。前提是在客情维护方面做的足够出色。

提出需求（15%）————疑问解答（40%）————提出成交（20%）————办理业务（5%）————客情维护（20%）

对每个环节用百分比来进行权重分配，可以看出哪些步骤是重要的。

（一）提出需求：分为两种情况。

第一，   如果是客户主动提出办卡的需求，说明客户对信用卡已经了一定的初步认识，销售人员要做的就是努力解答客户对于信用卡产品的其他疑问，这样的主动上门客户比较好拿下。

第二，   如果是销售人员主动出去寻找潜在客户。这种情况下，客户是没有体现显性需求的。需要通过暗示等方法，引出客户的潜在需求，这里可以用到spin销售法。

s: 通过询问，了解客户目前的资金使用情况，比如一个月的主要支出用在哪些方面等。

i：刺激强化。本来有支出现金购买进行消费的需求，但是因为暂时的资金短缺无法实现从而放弃。

n：提出解决这类问题的办法就是通过办理并且合理使用信用卡，通过信用卡来解决平时现金支出导致资金周转不灵以及大额消费带来的资金短缺等问题。

（二）疑问解答

这部分是进行信用卡推广的最重要部分。这也是战士银行销售人员专业的一面，在解答关于客户疑问的同事，提供关于信用卡的相关规则说明以及个人的使用建议，对促进成交有一定的帮助。

比如：1. 最长免息期如果最优利用

2. 分期付款和最低还款的区别，说明规则并提出个人建议

3. 根据之前了解客户的实际情况，推荐相应的信用卡产品，比如客户经常网购，可以推广中银淘宝信用卡。这里最主要是为客户选择合适的附加价值。

4. 根据自己的理解为客户提供信用卡的合理使用方法。

总之，不同人群面临的p是不一样的。女性消费者购物具有冲动型消费的特征，看上的商品害怕过了就买不到了，或者是过时了。男性消费者除了一定的冲动消费特征之外，更多的是一种虚荣性心里在其中。中年消费者进行信用卡消费，稍微要理性一点，可以主打分期付款占用资金额度的卖点。

（三）提出成交

1.       客户沉默

客户沉默，说明还处在权衡之中，这时候需要及时火上浇油

2.       客户婉转拒绝

要弄清楚拒绝的真实理由。其中有主要包括以下几个问题：

（1）       对超前消费的价值观不认同

（2）       嫌办理的程序麻烦

（3）       对可以透支的额度不满

（4）       认为信用卡收取的年费过高

（5）       已经办理了其他信用卡

以上5个原因是客户拒绝的常见话语，因此事先要做好充分的准备，遇到相应的回馈时可以针对性提出解决办法。

（四）客情维护

在信用卡办理之后，整个销售流程还没有结束。客户介绍客户是效率最大化的营销方式，因此做好客情维护是非常有必要的。

从达成意向开始办理信用卡开始，站在客户的角度上进行优质的服务非常重要。办理信用卡需要填写一些表格，有时候客户会先麻烦，这个时候销售人员只需要让客户在表格上填写几处关键的地方，比如申请人签名等，其余的相对不重要的信息可以下来由销售人员代填。这样就省去了客户的时间，提高了销售的效率。

即使在信用卡办理好之后，也需要及时跟进。电话联系客户，询问是否收到了信用卡，使用情况，是否还有疑问并及时解决，对客户办理信用卡表示感谢，希望以后能有更多交流的机会等。服务好现有的客户，对于日后通过他们发展新的客户非常有帮助。

1. 我平时只用现金，不用信用卡

这种拒绝的话语，其实潜意识反应了客户对于信用卡产品没有太清晰的认识，只是通过不少传言了解到很多人因为滥用信用卡成为“卡奴”，其本质还是对于传统的“量入为出”的价值观的奉行和对超前消费和透支消费的不理解。

想要改变消费者心智是成本最高而且效果最差的，因此销售人员不要在这一点上纠缠客户，只要简单表明，信用卡的主要功能不是用来超前消费和透支消费，而是用于现金的周转，并且简单举例说明关于现金周转方面的情况。这类客户的消费观念比较保守，因此也注重资金支出的成本，通过讲述信用卡的使用可以缓解资金紧张带来的一系列问题，相信会有一定的改善。

2还款手续太麻烦

潜在客户认为信用卡还款需要到柜台办理，且目前很多银行网点整合导致的办理业务人多，效率低下，让客户觉得不满意。这个时候只需要点明信用卡还款只要是在免息期之内的任意一天还款都行，并且说明atm可以还款，借记卡只要勾连了信用卡也可以自动还款，无需到柜台办理，方便简洁。

3.       我已经办理了其他银行的信用卡

这也许是一种推托，也可能是一个事实。这时候需要销售人员问明白客户办理了什么银行的什么信用卡，最长免息期是多久，额度是多少，附加服务怎样等问题，就可以针对性的推广自己的信用卡的优势。同时可以告知客户，多办一张信用卡并不会带来多大的成本，反而可以利用多张信用卡进行资金的互相拆调。 注意要利用本行信用卡的优势来转移客户的注意。

4.       是否收年费，费用太贵等问题

对于年费问题，告知客户只要在一年之内刷卡消费，不限金额大小，达到几次，就可以免年费，相信客户的担忧是站不住脚的。其余的费用成本上，告知客户本行的信用卡的手续费等费用的情况，通过进行比较，来说明使用本行的信用卡能让客户的成本更低。

综上所述，信用卡在中国市场发展才刚刚起步，很多人的观念都还没有转变，因此在进行推广的过程中难免会遇到各种阻碍。中国人是一个精明的人群，因此在推广的时候要站在客户的角度上，说明使用信用卡带来的成本的降低。这就需要建立在对自己的产品和对其他竞争者的产品的充分了解上。

并且，在寻找潜在客户的方法上，非常灵活，不要局限在固有思维中。放眼望去，街上的行人都是你的潜在客户，关键是找到一个科学的分类标准，然后根据这个标准制定合理的推广和拜访方法。

**信用卡活动策划方案篇三**

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四**

二、 活动时间： 6月5日下午3：00到晚上9：00.

三、 活动地点：橘子洲公园

四、 举办单位：13级物理二班全体成员

五、 活动目的：

1. 为进一步引导我支部团员树立正确的世界观、人生观、价值观，将个人的成长奋斗融入国家发展的潮流中，积极进取，奋发向上。

2. 班级同学站在橘子洲头领悟伟人精神，体会伟人毛泽东在国家混乱动荡时期的心情，以来培养同学们的爱国情操。

3.为加强班级凝聚力，加强班级成员之间的交流与合作;为使新班委熟悉各自工作职责，有效开展今后工作;在活动中吹起备战期末考的号角，全班成员约定一起努力备考。

六、活动嘉宾：13级辅导员邹孝老师、物信院青年志愿者协会会长

七、活动前期准备及相关安排：

1. 全体同学参与确定活动项目，组织委员写好策划书。

2. 组织委员和团支书提前考察并确定好场地。

3. 班委成员准备好相应活动用品：气球3袋，喇叭，音响，音乐播放器，摄像机1台，照相机1台，桌布5张，防中暑药和跌打药，绑带。

4. 文娱委员确定好活动歌曲3首，并组织同学在课间学会，选出5位声音洪亮的志愿者作为领唱，在徒步前往橘子洲公园的旅途中带动大家的兴致。

5. 宣传委员进行前期海报新闻宣传。

6. 心理委员根据不同学生的特点将全体同学分为5组并编号，每组10人。

八、活动流程：

u 全体集合:(15：40----16：00)

1. 全班同学于15:40在江边篮球场集合完毕,各小组组长清点人数,催促未到者,落实携带好活动用品:风筝,彩纸,固体胶,笔,家庭自助食品，自带水。

2. 班委谢俊、刘芬、雷晓欢负责落实携带好活动用品。

u 前往橘子洲：(16:00----16：30)

1. 出发前一刻，每组组长带领组员喊团队口号。

2. 所有同学在班委及组长的带领下，沿湘江步行前往橘子洲，途中由5 位领唱带动大家唱红歌，活跃气氛。

u 主题活动(娱乐环节)：

1. 到达活动场地。小组休整15min，组长介绍活动安排。(16:30----16:45)

2. 默契大考验：(16:45----17：15)

比赛规则：

a) 男女间隔绑腿

b) 每组在指定线路上前进，不得越道，影响其他组

d) 活动奖项设置：一等奖1名，积分30

二等奖1名，积分20

三等奖1名，积分10

活动时由组织委员记录好名次

3. 吹气球大战：(17:15----17：25休息10分钟，17：25--17：35)

比赛规则：

a) 组长分配好组员任务(自吹自系，一部分人吹，一部分人系)

b) 比赛时间为3分钟，以系好的气球个数排名

c) 活动奖项设置：一等奖1名，积分30

二等奖1名，积分20

三等奖 1名，积分10

d) 比赛后由每组组长统计好气球个数报给组委。班长、团支书监督。

4. 颁奖典礼：(17：35----17：40)

组委根据前两轮的比赛结果评出前三组，颁发奖品(零食)。

u 自由活动：(17:40----18：30)

1. 风筝寄祝福：把自己亲手写好的祝福语贴在风筝上，放风筝传达美好愿望。(愿望可以为对个人的愿望，也可以为对国家、对社会的愿望)

u 全体集合，拍全家福：(18：30-----19:00)

u 家庭祝福会:(19：00------20:00)

1.先由老班长杨冬带头，然后按顺时针围坐顺序每人轮流到圆的中心处致祝福语，畅谈对班集体的感想，畅谈各自的人生理想。整个活动将由宣传委员拍摄下来，作为09物二这个家所有家人的美好回忆，并把此作为激励大家前进的动力。

2. 由班长谢俊就即将到来的期末考动员，学习委员温红做相关安排。

3. 活动结束，自行组织回家

九、活动财务预算：

项目

单价(元)

数目

共计(元)

单价(元)

气球

6

3

18

6

贴纸

1

2

2

1

桌布

1.5

5

7.5

1.5

游戏绑带

5

1

5

5

防中暑药和跌打药

10

1

10

10

奖品(零食)

40

1

40

40

塑料胶带

1

1

1

1

总计

85.5元

**信用卡活动策划方案篇五**

信用卡的实质就是借贷消费，这是信用卡的主打卖点。各大银行针对性推出各种主题，各种附加价值和服务只能是锦上添花，而不能成为雪中送炭。

个人总结信用卡的卖点主要可以分为两类：

（一）调剂资金

生活中很多人可能会因为现金购买大件商品从而导致资金流紧缺，带来不必要的烦恼，而信用卡可以解决这个问题。

（二）透支消费

在一些消费场所，对于个别价格比较昂贵，暂时手头没有足够现金的时候，透支消费能实现购买者的购物需求。

根据网上搜索的一些相关信息和本人对信用卡产品的理解，信用卡的目标客户主要是年轻的时尚人群和中年的商务人士以及政府官员。

这两者的共同点都是信用卡的消费基于一定的比较稳定的收入上。

按照对这类目标人群的消费特征分析，主要有以下几个特点：

（一） 冲动型消费

（二） 虚荣型消费

信用卡是良好信誉的象征。拥有信用卡体现了卡主人在信用方面得到了银行的认可。在当着朋友或者亲戚的面刷卡消费，有一种虚荣的潜意识在其中，当然不排除使用信用卡获得的其他便利因素。

（三） 理性消费

鉴于购买大件商品使用现金会挤占手头的资金，从而导致购物之后的开支紧张，使用信用卡消费可办理分期付款，虽然需要支付一定的手续费用，但是用较少的资金代价换取长期的资金使用宽松条件，是划算的。使用信用卡进行分期付款表明卡主人有一定的理性消费倾向。

（四） 长远消费

使用信用卡消费，根据消费记录可以进行透支额度的调整，体现了卡主人在银行方面的良好信誉，对于以后贷款买房买车等，能提供一定的便利。

（一）社区营销

社区营销带有一定的主题营销性质。通过在目标客户集中的住宅小区或者人流量比较大的商业场所进行设点推广，能最大限度吸引潜在客户关注，并提出成交的要求。

（二）扫楼

作为陌生客户拜访的最常见方式，扫楼尽管工作量大，但是对于发现陌生的潜在客户具有重要作用。特别是在拿下商业写字楼内各家公司的关键任务以后，对于团办信用卡有较好的作用。

（三）熟人介绍

熟人介绍是信用卡营销成功率最高的方法。中国特色的人际关系对于营销非常有帮助。在陌生客户变成熟客或者自己的亲朋好友的帮助下，有利于病毒式的推广。前提是在客情维护方面做的足够出色。

提出需求（15%）————疑问解答（40%）————提出成交（20%）————办理业务（5%）————客情维护（20%）

对每个环节用百分比来进行权重分配，可以看出哪些步骤是重要的。

（一）提出需求：分为两种情况。

第一，   如果是客户主动提出办卡的需求，说明客户对信用卡已经了一定的初步认识，销售人员要做的就是努力解答客户对于信用卡产品的其他疑问，这样的主动上门客户比较好拿下。

第二，   如果是销售人员主动出去寻找潜在客户。这种情况下，客户是没有体现显性需求的。需要通过暗示等方法，引出客户的潜在需求，这里可以用到spin销售法。

s: 通过询问，了解客户目前的资金使用情况，比如一个月的主要支出用在哪些方面等。

i：刺激强化。本来有支出现金购买进行消费的需求，但是因为暂时的资金短缺无法实现从而放弃。

n：提出解决这类问题的办法就是通过办理并且合理使用信用卡，通过信用卡来解决平时现金支出导致资金周转不灵以及大额消费带来的资金短缺等问题。

（二）疑问解答

这部分是进行信用卡推广的最重要部分。这也是战士银行销售人员专业的一面，在解答关于客户疑问的同事，提供关于信用卡的相关规则说明以及个人的使用建议，对促进成交有一定的帮助。

比如：1. 最长免息期如果最优利用

2. 分期付款和最低还款的区别，说明规则并提出个人建议

3. 根据之前了解客户的实际情况，推荐相应的信用卡产品，比如客户经常网购，可以推广中银淘宝信用卡。这里最主要是为客户选择合适的附加价值。

4. 根据自己的理解为客户提供信用卡的合理使用方法。

总之，不同人群面临的p是不一样的。女性消费者购物具有冲动型消费的特征，看上的商品害怕过了就买不到了，或者是过时了。男性消费者除了一定的冲动消费特征之外，更多的是一种虚荣性心里在其中。中年消费者进行信用卡消费，稍微要理性一点，可以主打分期付款占用资金额度的卖点。

（三）提出成交

1.       客户沉默

客户沉默，说明还处在权衡之中，这时候需要及时火上浇油

2.       客户婉转拒绝

要弄清楚拒绝的真实理由。其中有主要包括以下几个问题：

（1）       对超前消费的价值观不认同

（2）       嫌办理的程序麻烦

（3）       对可以透支的额度不满

（4）       认为信用卡收取的年费过高

（5）       已经办理了其他信用卡

以上5个原因是客户拒绝的常见话语，因此事先要做好充分的准备，遇到相应的回馈时可以针对性提出解决办法。

（四）客情维护

在信用卡办理之后，整个销售流程还没有结束。客户介绍客户是效率最大化的营销方式，因此做好客情维护是非常有必要的。

从达成意向开始办理信用卡开始，站在客户的角度上进行优质的服务非常重要。办理信用卡需要填写一些表格，有时候客户会先麻烦，这个时候销售人员只需要让客户在表格上填写几处关键的地方，比如申请人签名等，其余的相对不重要的信息可以下来由销售人员代填。这样就省去了客户的时间，提高了销售的效率。

即使在信用卡办理好之后，也需要及时跟进。电话联系客户，询问是否收到了信用卡，使用情况，是否还有疑问并及时解决，对客户办理信用卡表示感谢，希望以后能有更多交流的机会等。服务好现有的客户，对于日后通过他们发展新的客户非常有帮助。

1. 我平时只用现金，不用信用卡

这种拒绝的话语，其实潜意识反应了客户对于信用卡产品没有太清晰的认识，只是通过不少传言了解到很多人因为滥用信用卡成为“卡奴”，其本质还是对于传统的“量入为出”的价值观的奉行和对超前消费和透支消费的不理解。

想要改变消费者心智是成本最高而且效果最差的，因此销售人员不要在这一点上纠缠客户，只要简单表明，信用卡的主要功能不是用来超前消费和透支消费，而是用于现金的周转，并且简单举例说明关于现金周转方面的情况。这类客户的消费观念比较保守，因此也注重资金支出的成本，通过讲述信用卡的使用可以缓解资金紧张带来的一系列问题，相信会有一定的改善。

2还款手续太麻烦

潜在客户认为信用卡还款需要到柜台办理，且目前很多银行网点整合导致的办理业务人多，效率低下，让客户觉得不满意。这个时候只需要点明信用卡还款只要是在免息期之内的任意一天还款都行，并且说明atm可以还款，借记卡只要勾连了信用卡也可以自动还款，无需到柜台办理，方便简洁。

3.       我已经办理了其他银行的信用卡

这也许是一种推托，也可能是一个事实。这时候需要销售人员问明白客户办理了什么银行的什么信用卡，最长免息期是多久，额度是多少，附加服务怎样等问题，就可以针对性的推广自己的信用卡的优势。同时可以告知客户，多办一张信用卡并不会带来多大的成本，反而可以利用多张信用卡进行资金的互相拆调。 注意要利用本行信用卡的优势来转移客户的注意。

4.       是否收年费，费用太贵等问题

对于年费问题，告知客户只要在一年之内刷卡消费，不限金额大小，达到几次，就可以免年费，相信客户的担忧是站不住脚的。其余的费用成本上，告知客户本行的信用卡的手续费等费用的情况，通过进行比较，来说明使用本行的信用卡能让客户的成本更低。

综上所述，信用卡在中国市场发展才刚刚起步，很多人的观念都还没有转变，因此在进行推广的过程中难免会遇到各种阻碍。中国人是一个精明的人群，因此在推广的时候要站在客户的角度上，说明使用信用卡带来的成本的降低。这就需要建立在对自己的产品和对其他竞争者的产品的充分了解上。

并且，在寻找潜在客户的方法上，非常灵活，不要局限在固有思维中。放眼望去，街上的行人都是你的潜在客户，关键是找到一个科学的分类标准，然后根据这个标准制定合理的推广和拜访方法。

**信用卡活动策划方案篇六**

母爱是清凉的风，是遮雨的伞，是滴落的泪，是甜甜的吻。母爱是“三春晖”，是任何“寸草心”也难以回报的恩情，是人间最圣洁、最伟大、最无私的亲情。为了让同学们时刻铭记着这份刻骨铭心的爱，惦记着这无比伟大的付出，也为了帮助同学们提供一个向妈妈说声谢谢的渠道，同时也为弘扬我们红会的无私奉献的精神，博爱仁道的宗旨。

二、活动对象

全体广工师生。

三、活动时间

4月24日星期五，4月25日。

四、活动地点

第二饭堂的主校道(用8个摊位)。

五、物品准备

7、制作黑箱，用乒乓球做成的号码球5个(实践部)，收集感人的母—子故事与图片并打印(医疗部门负责)，搜集护肤知识及皮肤疾病(医疗部门负责)。

六、宣传方式

2、宣传单张印制，1100份，在4月20、21、22、23日分别在东2和西3饭堂前派发，预留100份在活动日发放!!

3、于4月23日发放信息到各学院各个班级，通告他们有这件事，并要积极投入。

七、活动流程

星期五：关注皮肤游园活动。

测肤区：负责人：五个印花可以去测肤，还有免费的皮肤检测卷;

游戏区：飞镖区：负责人：让同学每人飞三标积分和为2的得一个印花，积分和为3或以上的得两个;(用图1的飞镖盘)

现场协助人员：协助各个区域的工作人员，如人流太多，则维持秩序，也是后勤人员。

中午1点收工;

下午3点开工;各区负责人：护肤：。

7点收工，收拾人员：。

星期六：“爱是你，献给我的母亲”母亲节提前献礼“活动

7点30分人员3到场布置现场;

游戏区：飞镖游戏和九连环，猜谜语!

猜谜语：负责人：对一个可得一个印花;

设立图片及故事展摊位。

(具体位置看图3)

特此声明：留言或写心愿都可得一个印花，但不可重叠，贺卡制作的一个，一共有五个印花就能得一份礼品。

现场协作人员：(中午时分要在二饭宣传);现场活跃气氛组：剩下的全体能来的成员!!

结束6点，收拾场地：外联和实践部!

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