**苏州银行股份有限公司**

# 1.企业全称

苏州银行股份有限公司

# 2.品牌名称

苏州银行信用卡

# 所属行业

金融页

# 企业简介

苏州银行信用卡介绍.docx（见命题资料文件夹）

# 品牌标识

苏州银行信用卡LOGO.ai（见命题资料文件夹）

# 命题标题

爱宠“卡”位计划

# 产品名称

-萌宠主题信用卡

# 目标受众

主要面向25-35岁的年轻人群体，这一群体有一定的经济实力，喜欢宠物并愿意为宠物花费一定的时间和金钱。同时，也包括有稳定职业和收入来源的白领群体，他们有一定的储蓄和金融需求，对新鲜事物和潮流有较高的接受度。

# Slogan

萌宠相伴，乐享生活

# 命题/产品背景介绍

截至2024年8月数据显示，中国宠物市场正经历着显著的增长，全国范围内宠物店的总数已高达88,787家，而宠物医院的数量也增长至35,491家，共同形成了一个庞大且充满活力的宠物服务网络。这一迅猛发展的背后，反映出宠物主人消费需求的持续上升以及宠物行业在创新方面的不断进步。宠物市场展现出巨大的发展潜力，要求行业不断创新服务以更好地满足日益增长的消费需求。

# 营销目标

- 办卡人数：设定明确的办卡人数目标，活动期间成功办卡人数不少于一定数量，以衡量营销活动的成效。 - 提高品牌知名度：通过线上线下的宣传推广，通过切入单一客群，提高我行在该部分用户群体中的品牌知名度，让更多的宠物主人了解、关注并使用我行宠物卡。 - 增强客户忠诚度：通过提供优质的客户服务和丰富的宠物服务权益，增强客户的忠诚度，促进客户的持续使用和推荐。

# 产品资料

1728713814015.jpg（见命题资料文件夹）

# 是否有必须或重点采用的传播方式和渠道（营销传播通路）？

- 场景端营销：淘宝/京东/抖音等线上电商场景宠物消费客群， 小红书宠物内容客群， 通过场景联合匹配银行端潜在用户。 - 公域&私域结合：线上在抖音、支付宝等宣传，线下和宠物行业联动，比如和连锁宠物医院 、宠物店联合推广搭建私域流量。

1. 为了该营销项目的效果最大化，运营部分或渠道同期有无配合营销的促销的政策激励？

- 提供宠物用品采购、宠物洗护、撸宠互动等场景的支付优惠，推出个性化宠物周边商品。同时，仍然可享受信用卡消费达标好礼、首绑福利等一系列增值优惠。 - 开展宠物专属积分好礼活动，宠物相关消费可得双倍积分。 - 卡片定制服务，可以上传自己宠物的照片和名字等制作专属信用卡。

# 命题方案预算

暂无预算