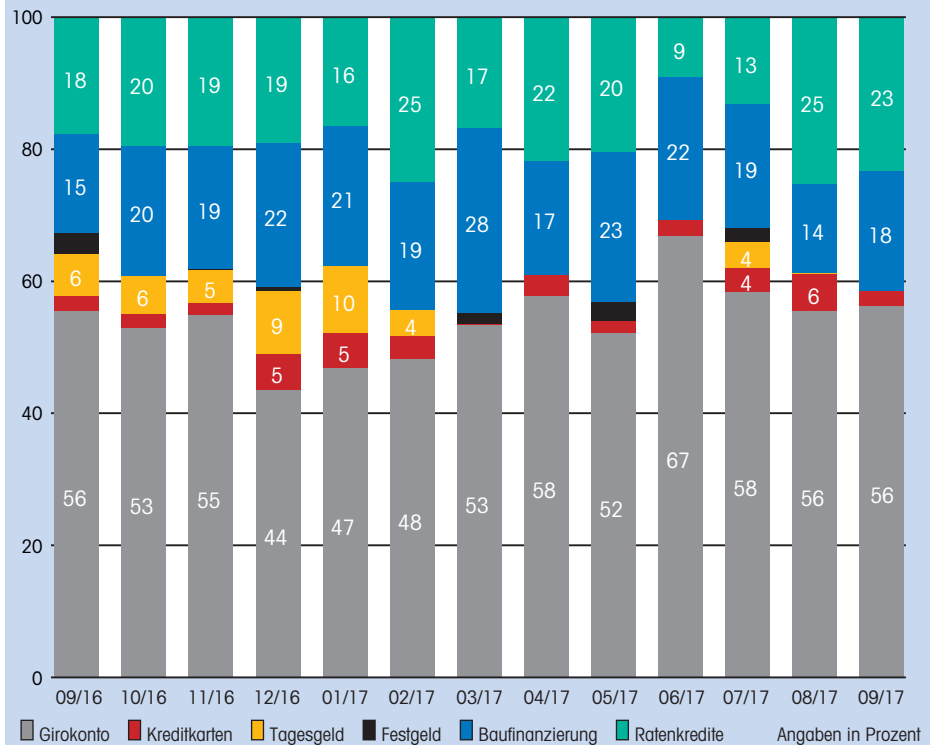


Bankmarketing

Operative Marketingmaßnahmen nach Bankprodukten September 2017

Wie bereits im Frühjahr 2017 ist das operative Marketing auch im September im Wesentlichen ein Drei-Produkte-Markt. Das Girokonto dominiert, dahinter folgen in wechselnder Reihenfolge Ratenkredit und Baufinanzierung. ING-Diba und die Sparkassen ragen im September 2017 mit der Intensität der Vermarktung des Girokontos heraus.



Quelle: AdVision (Werbeausgaben) / research tools (Suchmaschinenanzeigen, Finanzportalpräsenz, Social Media/PR)