

BANKMARKETING

Mit einem Anteil von 52 Prozent am operativ steuerbaren Produktmarketing erreicht das Girokonto durch eine deutliche Steigerung den höchsten Anteil seit Juni 2018. Die Commerzbank dominiert die Aktivitäten mit durchgängiger Präsenz bei Paid Search, Social Media, Vergleichsportalen und Werbeausgaben. Vor allem ihre hohen Werbeausgaben und die erhöhte Anzahl Social Media Posts haben zum Girokonto-Zuwachs beigetragen.

Operative Marketingmaßnahmen nach Bankprodukten im Dezember 2019

