

BANKMARKETING

Die Produktgruppe „Sparen und Anlegen“ verzeichnet nun vier Monate in Folge stabile, zweistellige Anteile an den operativen Marketingmaßnahmen. Deutsche Bank, ING und Sparkassen setzen hier auf Paid Search und Social Media. Mit Werbeausgaben in Millionenhöhe ist die ING sehr aktiv.

Operative Marketingmaßnahmen nach Bankprodukten im November 2021

