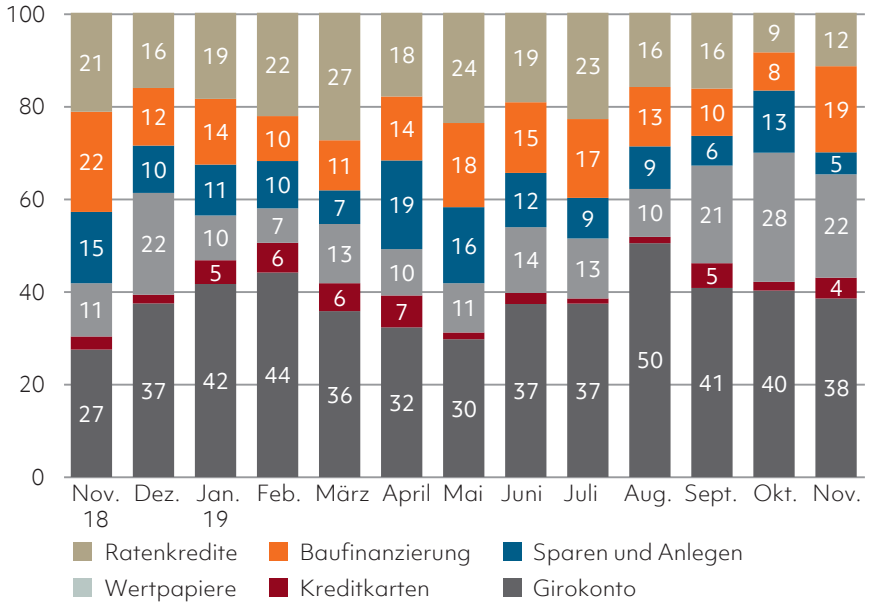
BANKMARKETING

Wertpapiere erleben im dritten Monat in Folge hohe Anteile an den operativ steuerbaren Marketingmaßnahmen. Besonders aktiv sind hier die Sparkassen mit hohen Werbeausgaben und regelmäßigen Social Media Postings. Daneben hebt sich die Comdirect mit prominent platzierten Suchmaschinenanzeigen sowie guter Sichtbarkeit in Vergleichsportalen ab.

Operative Marketingmaßnahmen nach Bankprodukten im November 2019



in Prozent

Quelle: research tools (Werbeausgaben von AdVision digital)

Dieser Artikel ist urheberrechtlich geschützt. Die rechtliche Freigabe ist für den Abonnenten oder Erwerber ausschließlich zur eigenen Verwendung.
Fritz Knapp Verlag GmbH