

BANKMARKETING

Im Juli 2020 verteilen sich die Marketingmaßnahmen gleichmäßiger als sonst auf die Produktgruppen. Die meist kleinste Produktgruppe Kreditkarten verzeichnet immerhin sieben Prozent Anteil an allen Maßnahmen. Die zehn untersuchten Banken und Bankengruppen zeigten hier mehr Präsenz bei Suchmaschinenanzeigen und Vergleichsportalen.

Operative Marketingmaßnahmen nach Bankprodukten im Juli 2020

