

BANKMARKETING

Mit knapp 3 Prozent Anteil an allen operativ steuerbaren Marketingmaßnahmen verzeichnen die Kreditkarten nach fünf Monaten minimaler Werte wieder wahrnehmbare Aktivitäten. Maßgeblich dafür sind Social Media Postings verschiedener Banken. Die Hypovereinsbank weist auf Twitter auf die FC Bayern Visa Debitkarte hin. Die Sparkassen bieten das Bezahlen an Ladesäulen per Kreditkarte an. Zudem wirbt die Sparkasse Leipzig per Tageszeitung.

Operative Marketingmaßnahmen nach Bankprodukten im August 2021

