

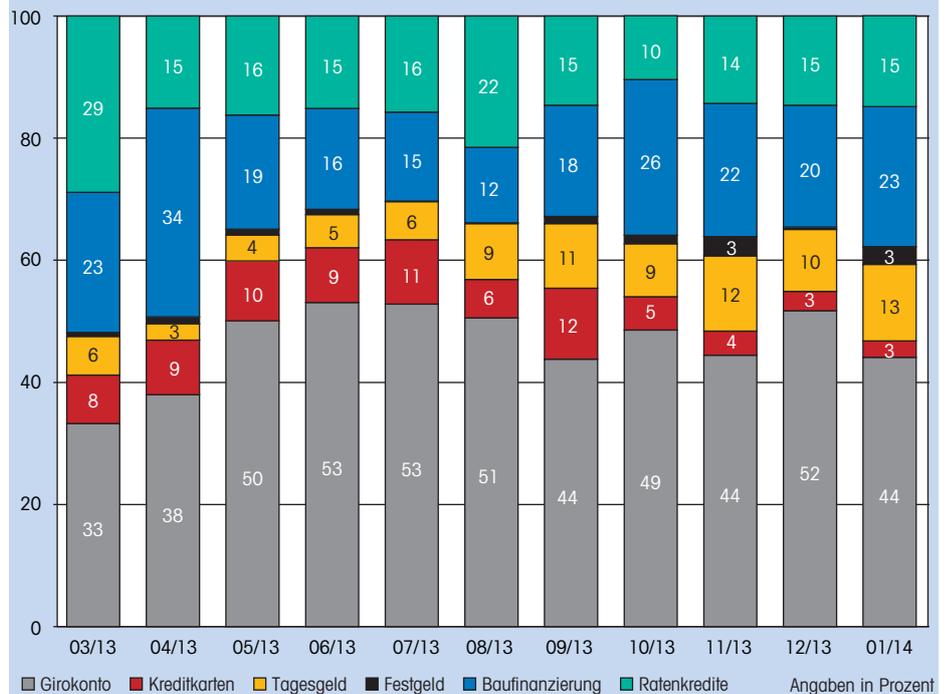
Bankmarketing

Operative Marketingmaßnahmen nach Bankprodukten

Ab sofort gibt es in „bank und markt“ eine neue Rubrik: In Zusammenarbeit mit der Research Tools GmbH, Esslingen, werden monatlich die Marketinganstrengungen von zehn Banken in sechs Produktkategorien und vier Maßnahmenbündeln (mediale Werbung, Suchmaschinen,

Vergleichsportale und Social Media/PR) analysiert. Mit den vier Maßnahmenbündeln werden die Kommunikationsinstrumente betrachtet, die von den Banken kurzfristig verändert werden können. Das jeweilige Chart informiert über die aktuelle Entwicklung im Markt. Red.

Kreditkarten stehen zunehmend weniger im Fokus kurzfristiger Bankmarketingmaßnahmen. Die Postbank bewirbt seit Oktober 2013 nur noch drei der sechs untersuchten Bankprodukte mit im Januar 2014 erneut verstärktem Fokus auf der Baufinanzierung.



Quelle: Ebiquity (Werbeausgaben) / research tools (Suchmaschinenanzeigen, Finanzportalpräsenz, Social Media/PR)