bank & finance

AUSGABE OKTOBER | 2014

KREATIVE MARKETINGIDEEN AUF DEN PUNKT GEBRACHT

MEDIA
TARGETING
DESIGN
GRAFIK
OFF-PAGE
FACEBOOK
UNTERNEHMEN
SEM
KAMPAGNE
SEO
PRODUKTE
CHMASCHINE
ERSICHERUNGE
TARGETIN
GRAFIK
DESIGN
ON-PAGE
HTML
INTERAKTIONEN
360° KOMMUNIKATION
CONVERSION
BUDG
PROGRAM
WERBEMEDIUM
BACKLINKS
SOCIAL MEDIA
SEM&
SEO
PROMOTION
HOCHWERTIG
LANDINGPAGE
INSTITUT
FINA

Liebe Kunden,

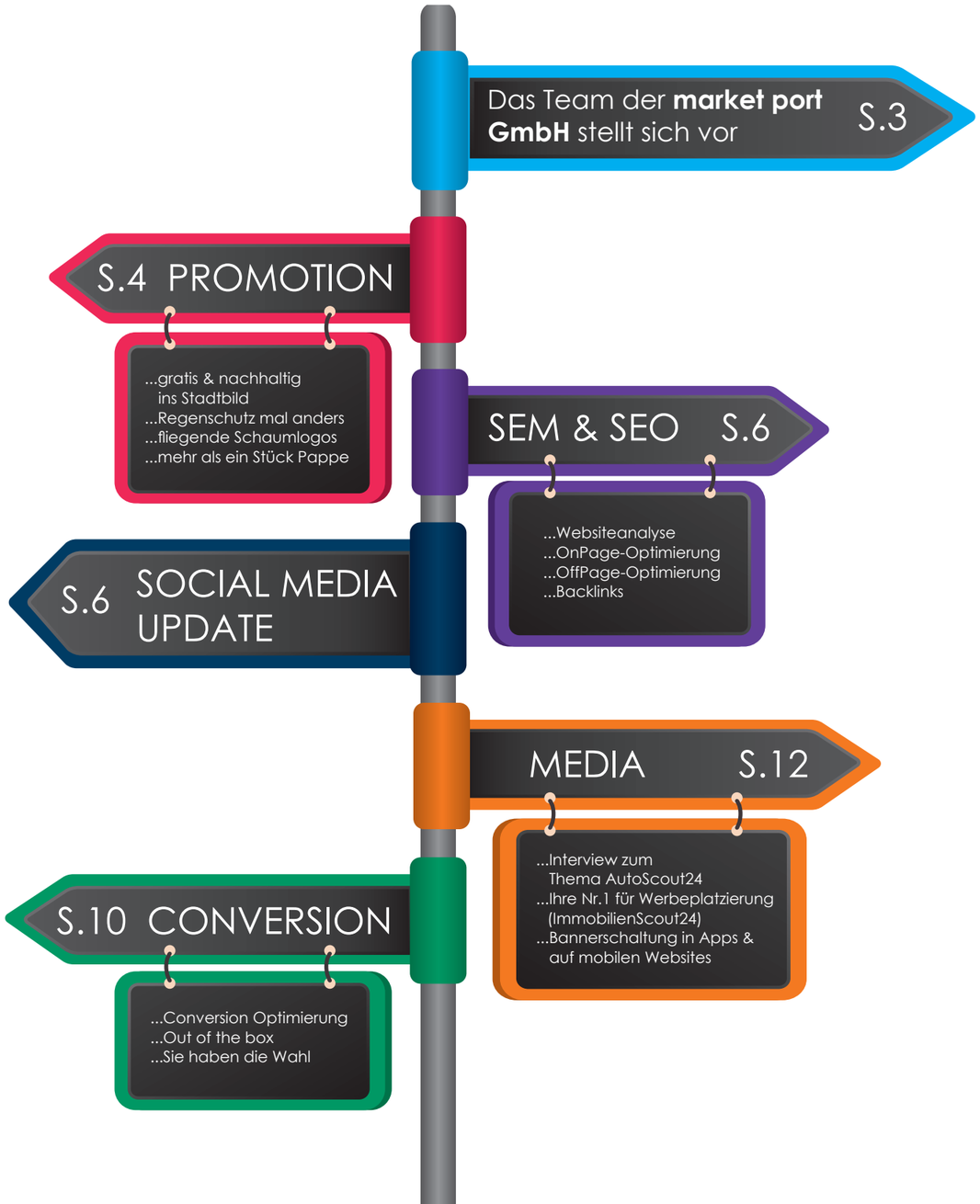
ich freue mich, dass Sie die erste Ausgabe unseres regelmäßigen Marketingmagazins „bank&finance“ in den Händen halten.

Wir möchten Ihnen in diesem Magazin Interessantes und Neues aus dem Bereich Finanzmarketing sowie unseren Best-Practice Kampagnen vorstellen und in Erinnerung rufen.

Ob Online oder Offline, wir sind gerne Ihr Ansprechpartner, wenn Sie einen weiteren Schritt nach vorne machen möchten.

Wir freuen uns auf Sie und wünschen Ihnen viel Freude mit unserem Magazin.

Tim Schlautmann
CEO market port GmbH



Das Team der market port GmbH stellt sich vor:

Tim Schlautmann
CEO

Alena Strömert
Executive Assistant

Nicolas Voss
Junior Developer

Nina Müller
Accountant

Paul Treubrodt
Creative Developer

Marco Kirchbach
Illustrator

Anders Madsen
Director Marketing

Katharina Lütjen
Project Manager

„Wenn dir jemand erzählt, deine Idee sei verrückt - höre nicht auf ihn.“

- Michael Del

Die market port GmbH ist eine junge kreative Fullservice-Agentur mit dem Anspruch, nicht stehen zu bleiben, sondern immer einen Schritt vor den Anderen zu sein. Wir lassen uns nicht sagen, dass etwas NICHT geht, wir schauen WIE es trotzdem funktionieren könnte.

Um unseren Kunden einen bestmöglichen Service zu bieten, hören auch wir nicht auf zu lernen und sind immer auf der Suche nach Neuem, nie da gewesenem.

Viele unserer Dienstleistungen haben wir speziell auf die Finanzbranche entwickelt und stetig optimiert. Im Fokus stehen hier insbesonders regionale Banken und mittelständische Finanzdienstleister.

Unser Team besteht aus Spezialisten verschiedenster Bereiche: Finanzen - und Versicherungen, Direkt- und Onlinemarketing, Programmierung, Grafik und Design, Text und Bild. Jahrelange Erfahrung in den einzelnen Bereichen führt dazu, dass Projekte nahezu reibungslos durchgeführt werden können.

Wir bieten unseren Kunden alles aus einer Hand. Nur so können wir garantieren, dass Werbemaßnahmen auf verschiedenen Vertriebskanälen optimal aufeinander abgestimmt sind.

Jule
Chief cook and bottle washer

KONTAKT

0049 (0) 2581 7894-553
0049 (0) 2581 7894-573
info@marketport.de
www.marketport.de
www.facebook.com/marketport
www.xing.com/companies/marketportgmbh

GRATIS & NACHHALTIG INS STADTBILD

Plakate sind dauerhaft teuer und unbeweglich, Promotion ist in der Regel nur für kurze Zeit und große mobile oder immobile Werbeflächen sind entweder genehmigungspflichtig oder in zentralen Lagen nur gegen hohe Kosten platzierbar. Aber wie komme ich nun mit meiner Marke ins Stadtbild und bin an zentralen Orten möglichst dauerhaft und kostengünstig präsent?
Hier schaffen wir mit unseren qualitativ hochwertigen Fahrrädern in Ihrem Markendesign eine Lösung.

Platzieren Sie Ihr Markenrad an zentralen Punkten, ggf. sogar mit Flyern im Korb. So kommen Sie nachhaltig und umweltfreundlich an interessante Werbeorte. Und dazu noch gratis! Denn wo ich Fahrräder parken darf, dürfen Sie auch Ihr Markenrad abstellen.
Auch als bewegte Promotionaktion oder als Fahrrad für Ihre Mitarbeiter auf dem Weg zur Arbeit verfehlen die Räder nicht ihre Wirkung. Vielleicht können Sie auch ihre Kunden begeistern...

Steuern sparen mit dem Dienstfahrrad!

mehr Infos

AUF DEN PUNKT GEBRACHT

- individuelles Design in Ihrem CI
- auffälliges Werbemedium

KONTAKT:
stroemert@marketport.de

REGENSCHUTZ MAL ANDERS

Fahrräder prägen in jeder Stadt das Bild. Jeder Haushalt hat mindestens ein Fahrrad und die Tendenz mit dem Rad zu fahren steigt. Nutzen Sie das Fahrrad Ihrer Kunden als Werbefläche und verbreiten Sie durch Fahrradsattelschoner Ihre Werbebotschaft! Gleichzeitig bieten Sie Ihren Kunden einen Mehrwert durch einen Regenschutz, der den Sattel schützt und für einen trockenen Fahrspaß sorgt!

Gerne entwerfen wir Ihnen ein individuelles Design für Ihren Sattelschoner, sprechen Sie uns an!
Auch bei der Verteilung können wir Ihnen behilflich sein, gerne erstellen wir Ihnen ein Angebot!

KONTAKT:
luetien@marketport.de

AUF DEN PUNKT GEBRACHT

- individuelles Design
- hochwertiges Material
- regendicht
- kundennahe Werbefläche

FLIEGENDE SCHAUMLOGOS

Sorgen Sie für Aufmerksamkeit mit fliegenden, individuell gestaltbaren Schaummotiven, die in die Luft steigen und für einen außergewöhnlichen Auftritt sorgen! Sie können Botschaften, Symbole und Logos aufmerksamkeitsstark in Szene setzen. Events werden zum Talk of the Town, Kinder staunen mit großen Augen, Passanten bleiben neugierig stehen und Mund-zu-Mund-Propaganda ist garantiert.
Fliegende Schaummotive bedeuten 360° Kommunikation. Die Schaummotive setzen sich über die Reizüberflutung am Boden hinweg und machen den Himmel zur Werbefläche. Sie sind weithin sichtbar, über die Dächer der Stadt hinweg, und können viele Kilometer zurücklegen, bevor sie sich rückstandslos auflösen.

AUF DEN PUNKT GEBRACHT

- individuelles Design
- auffälliges Werbemedium
- 360° Kommunikation

KONTAKT:
luetjen@marketport.de

MEHR ALS EIN STÜCK PAPPE!

Visitenkarten gehören heute zum Standard. Ob klassischer Kartentausch zum Beginn oder als Reminder zum Abschluss, sowohl im B2B als auch im B2C ist dies ein Muss. Doch mit einer kreativen Gestaltung gebe ich dem Kunden oder Geschäftspartner hier mehr mit auf dem Weg. Wie zum Beispiel mit unserer "EC-Visitenkarte", die auch im Nachgang den Betrachter direkt erkennen lässt, dass dies die Kontaktdaten meiner Bank sind. Die Karten hinterlassen einen pfiffigen, innovativen Eindruck und wirken als verstärkender Reminder. Egal ob die Visitenkarte auf dem Schreibtisch, im Portemonnaie oder im Büro liegt, jeder Betrachter erkennt sofort den Absender und Ihre Marke.

KONTAKT:
luetjen@marketport.de

AUF DEN PUNKT GEBRACHT

- individuelles Design
- auffällige Visitenkarte
- starken Bezug zur Branche

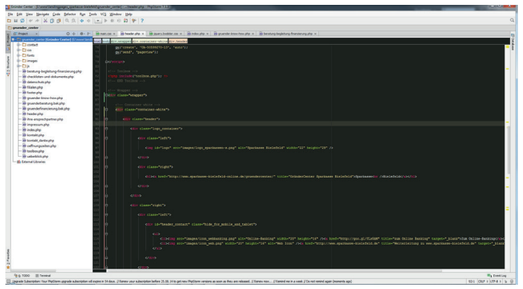
SEO

- Search Engine Optimization

bezeichnet Maßnahmen, die dazu dienen, dass Webseiten im Suchmaschinenranking in den unbezahlten Suchergebnissen (Natural Listings) auf höheren Plätzen erscheinen. Suchmaschinenoptimierung ist ein Teilgebiet des Suchmaschinenmarketings. 85% der Internetnutzer benutzen Suchmaschinen, um Webseiten zu finden. In der Suchmaschinenoptimierung unterscheidet man zwischen zwei Arten, „Black Hat SEO“ und „White Hat SEO“. Letzteres ist die Optimierung nach Google Richtlinien und bedeutet, dass die erfolgten Maßnahmen auch nachhaltige Erfolge erzielen. Diese Variante hat jedoch einen wichtigen Faktor. Zeit. Mittels „Black Hat SEO“ erzielt man zwar deutlich schneller die gewünschten Erfolge, jedoch bleiben diese nicht lange erhalten, da Google diese „Manipulationsmaßnahmen“ erkennt und entsprechende Seiten und Verlinkungen abstraft.

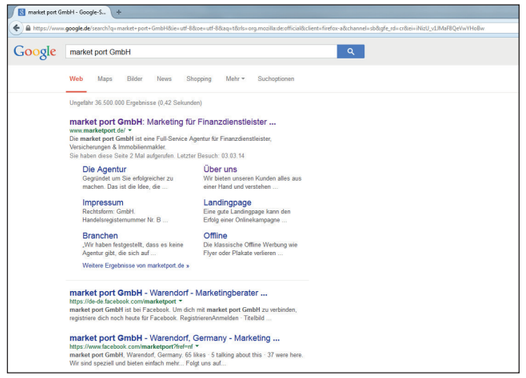
WEBSITEANALYSE

Wir nehmen Ihre Websites genau unter die Lupe. Dabei prüfen wir alle Merkmale Ihrer Website & Optimierungsmöglichkeiten. Eine kurze Aufstellung der Punkte zeigt die Vor- und Nachteile auf.



OFFPAGE-OPTIMIERUNG

Wir setzen Links, bilden Cluster und sorgen für eine bessere Platzierung bei den vom Kunden gewünschten Suchbegriffen



ONPAGE-OPTIMIERUNG

Wir optimieren Websites.
(Content, Verlinkung, technische Spezifikationen…)
Die OnPage-Optimierung ist ein wichtiger Faktor, denn dies ist die Grundlage für sämlichte OffPage-Optimierung. In Zeiten von immer höherer Nutzerzahlen im mobilen Bereich, legt Google viel Wert auf die Optimierung der Ladezeiten einer Internetseite bzw. Landingpage. Der Hintergrund liegt in der Geschwindigkeit mobiler Netze. Diese Werte sind mittels Google PageSpeed Insights messbar.

BACKLINKS

Backlinks zu setzen gehört zu einem der aufwändigsten Bereiche der Suchmaschinenoptimierung, denn Google kontrolliert die Herkunft von Links und deren Inhalte. D.h. ein Link der zu einer Seite gesetzt wird, muss thematisch passen und eine Wertigkeit aufweisen. Vor ein paar Jahren, war dies noch etwas einfacher als heute, weshalb heute hinter der Generierung von Links viel Aufwand steckt.

KONTAKT:
treubrodt@marketport.de

AUF DEN PUNKT GEBRACHT

- Webseitenanalyse
- OnPage-Optimierung
- OffPage-Optimierung
- Backlinks
- XOVI Partner Agentur

SOCIAL MEDIA UPDATE

Performance von 40 offiziellen Facebook-Auftritten. Die deutsche Finanzbranche im weltweit größten sozialen Netzwerk. Wie erfolgreich performen Deutsche Bank, Sparkasse, Commerzbank & Co. auf Facebook wirklich? **SocialBench** hat die offiziellen Auftritte von 40 Unternehmen aus der deutschen Finanzbranche im 2. Quartal 2014 beobachtet und zeigt die 7 wichtigsten Kennwerte auf Facebook im direkten Vergleich mit dem internationalen Wettbewerb.

FANS

1

15.629

Die durchschnittliche Anzahl von Fans der deutschen Banken und Finanzinstitute auf Facebook. Im Vergleich zum ersten Quartal legen die deutschen Banken bei der Fan-Generierung leicht zu. International sind sie abgeschlagen.

Ø Fans/Banken national: 15.629

Ø Fans/Banken international: 707.758

WACHSTUM

2

13.70 %

Das durchschnittliche Wachstum der deutschen Banken und Finanzinstitute auf Facebook.

Das Wachstum der deutschen Banken auf Facebook liegt deutlich über dem internationalen Schnitt.

Ø Wachstum/Banken national: 13.70 %

Ø Wachstum/Banken international: 10.52 %

EIGENE BEITRÄGE

3

57

Durchschnittliche Anzahl der eigenen, veröffentlichten Beiträge auf Facebook.

Im Vergleich veröffentlichen deutsche Banken und Finanzinstitute weniger Content auf Facebook als der internationale Wettbewerb.

Ø Eigene Beiträge/Banken national: 57

Ø Eigene Beiträge/Banken international: 94

BEITRÄGE VON NUTZERN

4

27

Durchschnittliche Anzahl der Beiträge, die von Nutzern auf der Fanpage veröffentlicht wurden. Im internationalen Vergleich posten die Fans der deutschen Banken auf Facebook deutlich weniger Beiträge. Aber: Im Verhältnis zu den vergleichsweise niedrigen Fanzahlen generieren die deutschen Banken mit einer Rate von 0,17 % mehr Feedback von ihren Fans als der internationale Wettbewerb (0,09 %).

Ø Nutzerbeiträge/Banken national: 27

Ø Nutzerbeiträge/Banken international: 661

REAKTIONSZEIT

5

11 h

Durchschnittliche Zeitspanne, um einen Nutzerbeitrag auf Facebook zu beantworten. Der Idealwert zur Beantwortung eines Anliegens auf Facebook liegt bei einer Stunde. Davon sind deutsche und internationale Bankenauftritte gleichermaßen entfernt.

Ø Reaktionszeit/Banken national: 11 h

Ø Reaktionszeit/Banken international: 8 h

AKTIVE FANS

6

780

Durchschnittliche Anzahl der aktiven Fans der deutschen Banken und Finanzinstitute. Die Zahl der Fans, die sich aktiv mit Likes, Kommentaren und Postings engagieren, wird bei den deutschen Banken durch niedrigen Fahnzahlen beeinflusst. Prozentual ist die Performance jedoch gut: Der Anteil der aktiven Fans liegt bei 4,99% (international: 1,91%).

Ø Aktive Fans/Banken national: 780

Ø Aktive Fans/Banken international: 13.568

INTERAKTIONEN

7

1.804

Durchschnittliche Anzahl der Likes, Kommentare und Shares auf einer Fanpage der deutschen Banken und Finanzinstitute. Den deutschen Banken fällt der Schulterschluss mit Fans und Nutzern auf Facebook auf den ersten Blick wesentlich schwerer, als dem internationalen Wettbewerb. Prozentual betrachtet holen sie aus ihren Facebook-Communities mit einer Interaktionsrate von 11,54 % allerdings mehr heraus (international: 7,69 %).

Ø Interaktionen/Banken national: 1.804

Ø Interaktionen/Banken international: 54.423

UNSERE LEISTUNGEN

- ✔ Erstellung einer Facebook Fanpage
- ✔ Design von Titel- und Profilbild in Ihrem CI
- ✔ Betreuung Ihrer Fanpage (auch außerhalb Ihrer Geschäftszeiten)
- ✔ Erstellung und Betreuung von Facebook Werbeanzeigen
- ✔ Monitoring

SPRECHEN SIE UNS AN!

Facebook

Tabs

AUF DEN PUNKT GEBRACHT

- Erstellung der Facebook-Seite
- individuelle Gestaltung
- Betreuung & Marketing-ideen
- Erstellung von Facebook Anzeigen

KONTAKT:
schlautmann@marketport.de

KONTAKT:
luetjen@marketport.de

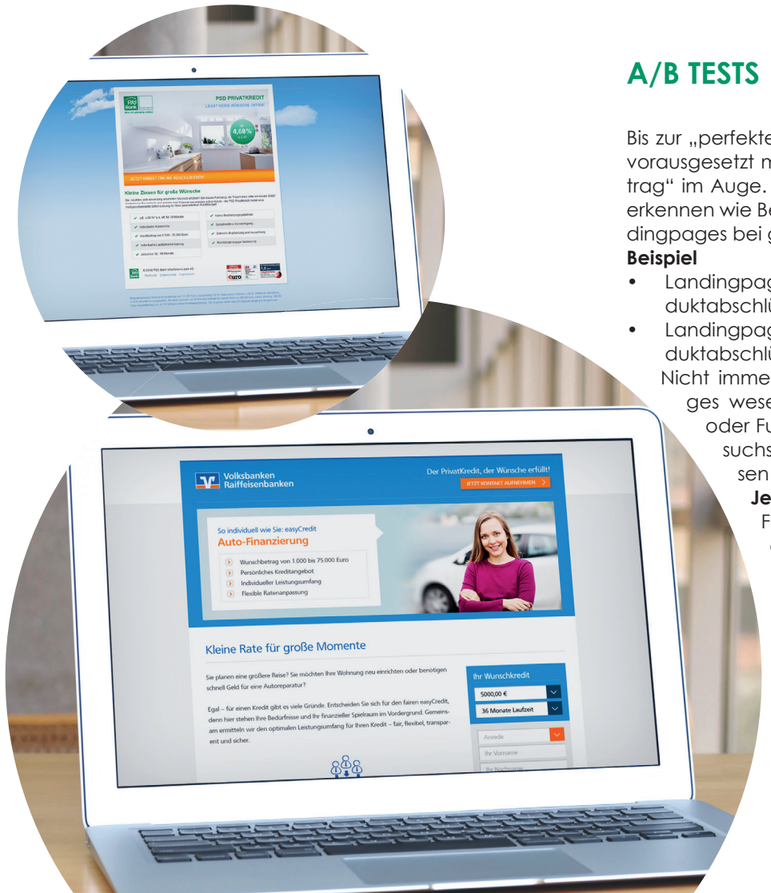
Quelle: Social Media Update Q2/2014 - Banken und Finanzinstitute auf Facebook, SocialBench GmbH

CONVERSION OPTIMIERUNG BEI LANDINGPAGES

Viele Banken & Finanzdienstleister nutzen Landingpages, um an wertvolle Kontakte bzw. Produkt-Abschlüsse zu kommen. Nicht immer wird der Landingpage die nötige Aufmerksamkeit gewidmet, die Sie verdient hat, weshalb viele Besucher abspringen!
Der Einsatz von Landingpages für bestimmte Produkte hat sich mittlerweile auch im Bankensektor durchgesetzt. Diese Landingpages werden oftmals vor allem durch Werbekampagnen beworben, um Produktabschlüsse oder Kontaktdaten zu generieren. Eine Analyse der market port GmbH kam zu dem Ergebnis, dass viele Unternehmen aus sämtlichen Branchen bares Geld verschwenden. Der Grund dafür ist schnell gefunden, denn die Landingpages nutzen nicht ihre voll „Kraft", um den Besucher dazu zu animieren auch aktiv zu werden. Durch die fehlende Optimierung steigt die Absprungrate (Bounce Rate), weil die Besucher nicht so geleitet werden, wie sie es eigentlich sollten.

OPTIMIERUNGSMÖGLICHKEITEN

Die Optimierung einer Landingpage findet vor allem im gestalterischen Bereich statt, denn hier kann das Nutzungsverhalten der Besucher beeinflusst werden. Gezielt platzierte Störer und Handlungsmöglichkeiten (Call to Action) führen den Besucher bei einer übersichtlichen Gestaltung genau dahin, wo er hin soll. Das Ganze hat einen einfachen Effekt, denn der Besucher entscheidet sich schneller dafür, die Kontaktmöglichkeit zu nutzen oder ein Produkt abzuschließen.



BESUCHER- UND ZIELAUSWERTUNG

Um zu sehen was tatsächlich auf einer Landingpage passiert, sind Besucher- und Zielauswertungen Pflicht. Nur mit einer ausführlichen Besucherstatistik lässt sich nachvollziehen, wie viele Besucher auf der Seite waren und welche technischen und informativen Ansprüche Sie an die Seite gestellt haben.
Die Zielauswertung hilft Landingpage-Betreibern zu erkennen, wie viele Abschlüsse tatsächlich aus den Besuchern bzw. aus einer Kampagne generiert wurden und wie viele eventuell vorab - kurz vor Abschluss - abgesprungen sind.

A/B TESTS

Bis zur „perfekten" Landingpage ist es ein weiter Weg, vorausgesetzt man behält das Ziel „den maximalen Ertrag" im Auge. Sogenannte A/B Tests helfen dabei, zu erkennen wie Besucher auf zwei unterschiedlichen Landingpages bei gleicher Bewerbung reagieren.
Beispiel

- Landingpage A mit 10.000 Besuchern erzielt 5 Produktabschlüsse
- Landingpage B mit 10.000 Besuchern erzielt 20 Produktabschlüsse

Nicht immer unterscheiden sich diese Landingpages wesentlich, denn oft sind es kleine Details oder Funktionen für den Besucher, die das Besuchserlebnis positiv oder negativ beeinflussen können.

Jetzt Chancen erkennen & optimieren!
Fast immer finden sich Möglichkeiten eine Landingpage zu optimieren und dabei hohe Steigerungen der Conversion-Rate zu erzielen. Das Zusammenspiel aus Optimierung und Analyse hilft dabei, den Umsatz Stück für Stück zu steigern. Nicht optimierte Seiten kosten nur eins: Geld.

Ihre fertige Crossmediakampagne OUT OF THE BOX

Sie planen eine neue Marketingkampagne, haben aber nur ein begrenztes Budget, wenig Zeit und wollen eine erfolgserprobte Lösung? - Dann brauchen Sie das Rad nicht neu zu erfinden, sondern greifen Sie doch einfach auf unsere Crossmediakampagnen – Out of the Box zurück.

Natürlich können Sie die Kampagnen noch auf Ihr Unternehmen individualisieren und auch einen eigenen regionalen Anstrich mit in die Umsetzung geben. Dafür erhalten Sie eine bereits erprobte Maßnahme, die schnell und kostengünstig umgesetzt wird.

AUF DEN PUNKT GEBRACHT
- sofort verfügbar
- in Ihrem CI & mit Ihrem Logo

KONTAKT:
treubrodt@marketport.de

Ihnen stehen für diese Themen Marketingkampagnen zur Verfügung:

- Girokonto
- Konsumentenkredit
- Baufinanzierung
- Altersvorsorge
- Geldanlage

SIE HABEN DIE WAHL!

LEISTUNGEN Alle Leistungen im CI Ihrer Bank	BASIC € 999 einmalig zzgl. MwSt.	STANDARD € 1.499 einmalig zzgl. MwSt.	PREMIUM € 1.999 einmalig zzgl. MwSt.
Landingpage (Responsive)	✓	✓	✓
Bannerformate	3 Formate	4 Formate	5 Formate
Facebook Bilder	✗	✓	✓
Großfläche	✗	✓	✓
Plakat DIN A1	✓	✓	✓
Flyer DIN LANG	✓	✓	✓
Videospot 10 Sek.	✗	✗	✓
Bild Geldautomat	✗	✗	✓

INTERVIEW ZUM THEMA AUTOSCOUT24

(Best Practice Kampagne 2013)

1. Aus welchem Gesichtspunkt ist es für Ihr Haus wichtig auf AutoScout24 vertreten zu sein?

Autokäufer die online nach ihrem Traumauto suchen kommen an Autoscout eigentlich nicht vorbei. Wer sich im Internet über sein Wunschauto informiert, sucht in der Regel parallel auch nach einer Finanzierungmöglichkeit. Bei Neuwagen schließen immerhin 4 von 5 Autokäufern einen Leasing- oder Privatkreditvertrag ab. Hier sehen auch wir Chancen, ein Angebot zur Finanzierung direkt beim User zu platzieren.

2. Was macht für Sie eine gute Kampagne bei AutoScout24 zum Thema PK aus?

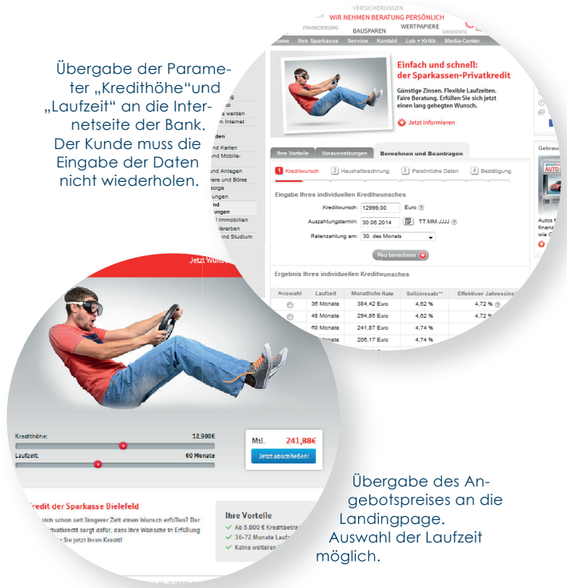
Die Werbemittel sowie auch die Landingpage sollten auf das Thema Autokauf abestimmt sein. Der Kunde muss sich vom Werbemittel und auch von der Landingpage sofort angesprochen fühlen. Ebenfalls darf es zu keinem Medienbruch innerhalb des Kaufprozesses kommen. Die Kommunikation sollte auch responsiv gestaltet sein. Egal mit welchem Endgerät der Kunde bei Autoscout unterwegs ist, die Werbemittel und die Landingpage müssen auf allen Kanälen funktionieren.

3. Welche Rolle spielt für Sie das genaue Trageting von AutoScout24?

Als regional agierende Sparkasse ist es natürlich für uns extrem wichtig, so nah wie möglich an die Kunden aus unserem Geschäftsgebiet zu kommen. Bei AutoScout24 wird nach der tatsächlichen Postleitzahl getrackt, was für uns einen sehr hohen Mehrwert bietet da es weniger Streuverluste bedeutet.

4. Bevorzugen Sie bestimmte Werbemittel oder laufen bestimmte besonders gut?

Wichtig ist, das Gesamtpaket muss stimmen. Als erstes brauche ich ein gutes Produkt! Neben einem guten Werbemittel benötige ich ebenfalls eine gute Landingpage. Wenn diese drei Voraussetzungen erfüllt sind, steht einer erfolgreichen Kampagne nicht mehr viel im Wege.



Übergabe der Parameter „Kredithöhe“und „Laufzeit“ an die Internetseite der Bank. Der Kunde muss die Eingabe der Daten nicht wiederholen.

Übergabe des Angebotspreises an die Landingpage. Auswahl der Laufzeit möglich.

5. Inwiefern ist die Landingpage für die Kampagnen wichtig?

Auf Grund der Vielzahl der heutigen Möglichkeiten macht es durchaus Sinn, sich mit diesem Thema intensiv zu beschäftigen. Hierzu müssen im Vorfeld einige Details erörtert und geklärt werden. Was ist das Ziel meiner Kampagne? Der direkt Produktverkauf oder die Terminvereinbarung? Was bietet mein aktuelles CMS? Kann ich damit eine moderne Landingpage aufbauen? Ist die Darstellung der Inhalte für jedes Endgerät optimiert? Können Parameter wie Preis, Bild oder weitere Details übernommen werden? Ich würde für eine Kampagne bei Autoscout eine gesonderte Landingpage einsetzen um einfach alle technischen Möglichkeiten voll ausschöpfen zu können!

6. Spielen für Sie die mobilen Nutzer eine große Rolle und wenn ja kommt man an dem Thema Responsive überhauptnoch vorbei?

Nach Aussagen von AutoScout24 kommen über 55% der User über mobile Endgeräte wie Handys und Tablets auf die Seite oder sie gehen direkt über die Apps der jeweiligen Anbieter. Somit müssen wir das Thema in den kommenden Jahren gemeinsam mit unserer Agentur weiter angehen. Unsere Seite www.erfuelle-dir-deinen-wunsch.de ist bereits responsive gestaltet worden. Wir überlegen aktuell auch die Antragstrecke für alle Endgeräte optimieren zu lassen.

Thorsten König
Sparkasse Bielefeld

Banner mit Parameterübergabe (Angebotspreis und Angebotsbild).

IHRE NR. 1 FÜR WERBEPLATZIERUNGEN

Über 10 Mio. Menschen planen und entscheiden auf **Deutschlands größtem Markt für Immobilien** Monat für Monat über Ihre Zukunft. ImmobilienScout24 ist damit das Portal mit **Top-Reichweiten, höchster Verweildauer** und einer **hochaffinen und vor allem investitionsfreudigen Zielgruppe.**

Doch ImmobilienScout24 kann noch mehr und ist außerdem das mit Abstand meistbesuchte Vergleichsportal für Baufinanzierung im deutschsprachigen Raum. Finanzierungsanbieter profitieren von der hohen Nachfrage nach Immobilienfinanzierungen: Sie erhalten qualitativ hochwertige Kontakte von Finanzierungsinteressenten oder steigern zusätzlich die regionale Präsenz der Marke durch präsente Werbeflächen dort, wo Ihre Zielgruppe sucht.

ImmobilienScout24 bietet unzählige Chancen und Möglichkeiten Finanzprodukte erfolgreich zu platzieren. Ob Online-Werbung wie Skys, Superbanner, Homepage Brand Days oder auch konkrete Finanzierungsanfragen - ImmobilienScout24 hat die passende Zielgruppe für Ihre Finanzprodukte!

Der BrandDay kombiniert alle verfügbaren Werbeformen auf der Startseite von **ImmobilienScout24.**

AUF DEN PUNKT GEBRACHT

- **Präsent:** Objekte der Wettbewerber in relevanter Vertriebsregion branden und passende Finanzprodukte anbieten
- **Zielgruppengenau:** Genau dort präsentieren, wo sich die relevante Zielgruppe informiert - In der Immobiliensuche und im Finanzierungsbereich
- **Flexibel:** Individuelle Vereinbarung zur Anzahl und Regionen konkreter Finanzierungsanfragen

10 Mio. Nutzer mtl.

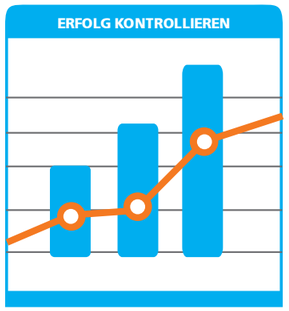
Nutzen Sie die Vorteile der Nr. 1. Wir beraten Sie gern umfassend zu Ihren Möglichkeiten. Erfahren Sie mehr unter:
http://www.immobilienscout24.de/onlinewerbung

KONTAKT:
schlautmann@marketport.de

BANNERSCHALTUNG IN APPS & AUF MOBILEN WEBSITES

KONTAKT:
schlautmann@marketport.de

Sie entscheiden, in welchem Umkreis von Ihrem Standort die Banner ausgestrahlt werden sollen. Die Werbung wird nur an die User ausgestrahlt, die sich mit ihrem Smartphone in diesem Radius aufhalten!
Minimum: 1 km
Maximum: 20 km



Ein exaktes und zuverlässiges online Reporting dokumentiert klar und übersichtlich alle Details der Effizienz und des Erfolgs Ihrer Werbung.
Die durchschnittliche Klickrate liegt bei 0,10%
Einen ausführlichen Bericht erhalten Sie in regelmäßigen Abständen von uns!

Zweiteiliger Banner Ihrer Wunschfarbe möglich.

Wir erstellen Ihren Banner und schalten ihn in dem von Ihnen gewünschten Zeitraum. Sie können die Wochentage sowie die Uhrzeit frei wählen. Beispielsweise kann der Banner nur während Ihrer Öffnungszeiten oder nur am Wochenende ausgestrahlt werden. (Änderungen sind jederzeit möglich.)

Individuelle Bannergestaltung
Ab € 1.000,- Budget möglich.

WÄHLEN SIE IHR STARTPAKET!

small	medium	big
€ 99,-	€ 199,-	€ 399,-
Ihr Banner wird mindestens	Ihr Banner wird mindestens	Ihr Banner wird mindestens
12.000 mal	30.000 mal	72.000 mal
angezeigt.	angezeigt.	angezeigt.

Bitte beachten Sie, dass eine individuelle Bannergestaltung erst ab einem Budget von mind. € 1.000,- möglich ist.

NEUES AUS DEM HAUSE MARKET PORT

Aufgrund der rasanten Entwicklung von "Meine Bank vor Ort.de" konnten wir das Verbraucherportal von einer strategischen Kooperation überzeugen. Ziel ist insbesondere die Marketingunterstützung für angeschlossene Banken zu optimieren.
Das Team von Meine Bank vor Ort.de und auch wir blicken auf erfolgreiche letzte Monate zurück. Sowohl wir als auch MBVO.de verzeichnen ein gesundes Wachstum.
"Durch stetig steigende Nutzerzahlen wird die Gruppe der MBVO-User als Zielgruppe für Banken immer interessanter. Im Juli konnte das Team von MBVO in Summe bereits weit über 500 direkte Kundenanfragen verzeichnen, die an die angeschlossenen Banken gegeben werden konnten", sagt Kai Fürderer, Vorstand der IVA AG.
Die Banken mussten bis dato jegliche Pflege und die professionelle Einrichtung Ihrer Profile selbst vornehmen. Hier werden wir als Agentur zukünftig Abhilfe schaffen. Wir bieten in Kooperation mit MBVO.de somit eine Fullservice-Lösung aus einer Hand an, die Banken direkt als Paket buchen können. "Neben der vollständigen Einrichtung und Pflege der Bankprofile unterstützen wir die Banken und Sparkassen gerne bei einer optimalen Einbindung in ihre Vermarktung", sagt Tim Schlautmann, unser Geschäftsführer. Durch diese Fullservice-Lösung kann auch eine hochwertige Aktualität der Inhalte gewährleistet werden.
"Wir freuen uns, dass wir mit market port einen kompetenten Partner und Spezialisten für Banken und Sparkassen gefunden haben." sagt Kai Fürderer, Vorstand der IVA AG. Banken und Sparkassen, die Interesse an einer Marketingunterstützung haben, können sich entweder beim Institut für Vermögensaufbau oder bei uns direkt melden.

Über die Institut für Vermögensaufbau AG:
Die Institut für Vermögensaufbau (IVA) AG (www.institut-va.de) ist eine bankenunabhängige Gesellschaft zur Förderung des Vermögensaufbaus von Privatanlegern mit Hilfe finanzwissenschaftlicher Methoden. Durchgeführt werden unter anderem Analysen und Studien, deren Ergebnisse Privatanlegern beim Auffinden qualitativ hochwertiger Lösungen für den langfristigen Vermögensaufbau helfen. Im Bereich Retailbanking besteht die Kerndienstleistung in der flächendeckenden Durchführung von Tests - wie beispielsweise des CityContest - zur Erfassung der bundesweiten Beratungsqualität in diesem Kundensegment.

UNSER NEWSLETTER

Immer auf dem neuesten Stand

Sie möchten regelmäßig mit aktuellen Themen und Neuigkeiten rund um das Thema Marketing versorgt werden? Dann melden Sie sich jetzt zu unserem kostenlosen Newsletter an.

Wir informieren Sie über Änderungen, Trends und neue Ideen. Auch Neuigkeiten aus unserem Hause erfahren Sie aus erster Hand.

Die Anmeldung erfolgt ganz einfach über unsere Seite www.marketport.de oder scannen Sie den QR Code mit Ihrem Handy ein.

Melden Sie sich jetzt an!

GIVE AWAY

Ein persönliches Präsent für Ihre Kunden

Erstellen Sie ein individuelles und regionales Geschenk für Ihre Kunden.
Ihre Region hat einige Besonderheiten zu bieten? Sammeln Sie die besten Ausflugstipps, Veranstaltungstipps oder regionalen Rezepte von Ihren Mitarbeitern und wir erstellen hieraus ein Kundenpräsent der besonderen Art. Von Ihren Mitarbeitern für Ihre Kunden.
So begleiten Sie Ihre Kunden in Ihrer Freizeit und Ihre Kunden verbinden positive Erlebnisse mit Ihnen.

Gerne erstellen wir Ihnen ein unverbindliches Angebot für Ihren Regionsführer. Sprechen Sie uns an!

AUF DEN PUNKT GEBRACHT

- individuelles Kundengeschenk
- in Ihrem CI
- hochwertiger Druck

KONTAKT:
luetjen@marketport.de

Impressum

Sitz:
Splieterstraße 27
48231 Warendorf
Deutschland

Kontakt:
Fon: +49 (0) 2581 - 7894-553
Fax: +49 (0) 2581 - 7894-573
E-Mail: info@marketport.de

Rechtsform:
GmbH
Handelsregisternummer Nr. B 13376
Amtsgericht Münster
Gerichtsstand und Erfüllungsort: Warendorf
Steuernummer: 346/5800/3504
Ust-IDNr.: DE278546598

Geschäftsführer:
Tim Schlautmann

market port

Auszug aus unseren Referenzen

PSD Bank Westfalen-Lippe eG
Hier ist günstig sicher.

Sparkasse Bielefeld

Sparkasse Hochsauerland