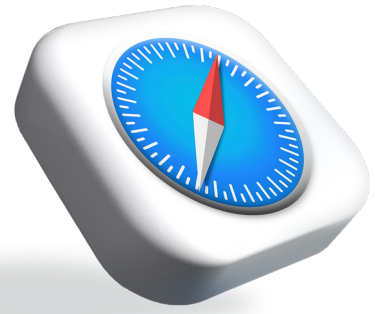


CASE STUDY

E-Commerce

Data Quality

Wie Pixum bis zu 44% mehr Bestellungen in Safari-Browsern generiert



Herausforderung

Im Jahr 2020 begann Pixum, die Auswirkungen verschiedener Veränderungen im Online-Marketing zu spüren. Die Einführung von browserbasierten Tracking-Preventions und die Verbreitung von Werbeblockern führten zu einem stetigen Rückgang der Datenqualität im Marketing. Infolgedessen verzeichnete Pixum Unterschiede von über 20% zwischen seiner Webanalyse, den Performance-Marketing-Tools und der internen Business-Intelligence-Lösung.

Über Pixum

Pixum ist einer der führenden Online-Fotoservices in Deutschland und Europa. Neben dem besten Kundenservice und einem einfachen, inspirierenden Einkaufserlebnis begeistert Pixum seine Kunden mit hochwertigen Markenprodukten wie dem Pixum Fotobuch, dem Pixum Wandbild oder dem Pixum Fotokalender.



Größe
Enterprise

Branche
E-Commerce

Region
Europa

Use Case
Marketing-Boost & DSGVO-Compliance

Lösung

Zu Beginn des Projekts setzte Pixum zwei klare Ziele:

1. Verbesserung der Datenqualität in Marketing-Tools
2. Zukunftsfähiges und robustes Datensetup im Hinblick auf DSGVO-Anforderungen

Um dies zu erreichen, implementierte Pixum den Server-Side-Tag-Manager von JENTIS. Ziel war es, die Datenqualität zu evaluieren und die clientseitige Datenerfassung mit den Daten der Server-Side-Erfassung von JENTIS zu vergleichen. Das Ergebnis? 11% mehr getrackte Conversions und 55% korrigierte Journeys für die Marketing-Attribution.

Infolge dieser Änderungen konnte das Marketing-Budget in einer ersten Kampagne sofort um +31 % angepasst werden und der Neukundenumsatz stieg um 176 %.

Ein Jahr später wurde die Performance erneut bewertet, um die Auswirkungen der konsequenten Umsetzung des neuen Datensetups in allen Kanälen und Ländern zu ermitteln.

Ergebnis

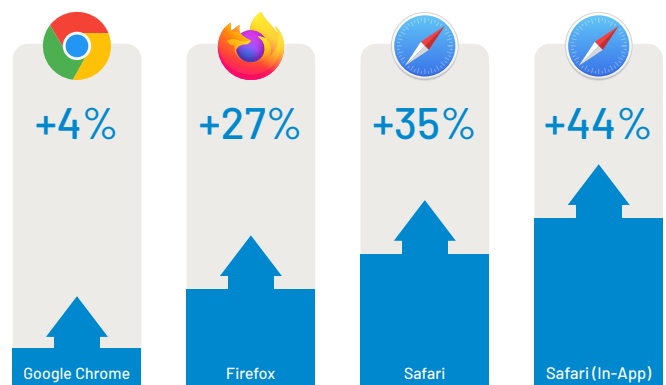
Im Vergleich zum Vorjahr gab es in einem vergleichbaren Umfeld eine Steigerung an Bestellungen, vor allem bei Browsern, die für ihre harten Tracking-Richtlinien bekannt sind. Diese verzeichneten das größte Wachstum. Der korrekte Zusammenhang von Sessions, der verwendeten Kanäle und der Rückmeldung der Conversion an die Marketing-Tools ermöglichten Pixum ein signifikantes Wachstum.

Dies unterstreicht die Wirksamkeit des JENTIS-Tag-Managers gegen Tracking-Präventionsmaßnahmen und führt zu einer höheren Datenqualität als vergleichbare Server-Side-Tracking-Lösungen. Bei Aktivierung in Werbekampagnen steigert diese erhöhte Datenqualität direkt die Effektivität und die Rendite.

Performance im direkten Vergleich:

Shop-Bestellungen nach Browser

Quelle: Pixum



JENTIS bietet ein neues Level an Datenqualität, das es uns ermöglichte, in mehreren Browsern über alle Marketing-Kanäle hinweg bis zu 44% mehr Bestellungen zu generieren.

Björn Prickartz
Head of Digital Analytics & Optimization

