

Wie Playmobil mit Server-Side Tracking über 97% Datengenauigkeit und höhere Marketing-Effizienz erreicht



Executive Summary

Der Spielwarenhersteller Playmobil entschied sich für JENTIS als Server-Side Tracking-Lösung, um das Kundenverhalten auf seiner Webseite besser zu erfassen und Marketingmaßnahmen zu optimieren.

Diese Fallstudie zeigt, wie das Zusammenspiel des hybriden Tag-Managements von JENTIS und der Analytics-Lösung von Piwik PRO zu einer erheblichen Verbesserung der Datenkonsistenz und -analyse führte und welche Vorteile daraus für das Marketing von Playmobil entstanden.

Vision und Mission

Die Mission und Vision von Playmobil sind stark mit dem klassischen Rollenspielgedanken verknüpft, der über Generationen hinweg Kinder geprägt hat. Playmobil verfolgt die langfristige Strategie, den Anteil der digitalen Umsätze signifikant zu erhöhen und Playmobil sowohl im stationären als auch im digitalen Handel zu einer nahtlosen Kundenerfahrung zu verhelfen. Dabei ist Playmobil bestrebt, physisches und digitales Retail miteinander zu harmonisieren, um eine nahtlose Customer Experience zu bieten.

Kundenfeedback

„Mit JENTIS sind wir heute in der Lage, über 97% unserer Bestellungen zu tracken.“

„Dieser Erfolg ermöglicht uns, Customer Journeys besser zu verstehen und Zielgruppen effektiver anzusprechen.“

Yashar Nategh
SVP Global CX & E-Commerce,
Horst Brandstätter Group (Playmobil)



Über Playmobil



Die Horst Brandstätter Group, ein Global Player mit rund 3.200 Beschäftigten weltweit, umfasst 33 Gesellschaften, darunter die bekannten Marken PLAYMOBIL und LECHUZA.

PLAYMOBIL, eine Marke der Geobra Brandstätter Stiftung, ist ein deutsches Unternehmen in der Spielwarenindustrie, das seit seiner Gründung im Jahr 1974 für seine hochwertigen 7,5 cm großen Figuren, Tiere und umfangreiches Zubehör bekannt ist. Diese Produkte stehen im Mittelpunkt eines vielfach ausgezeichneten Systemspielzeugs, das die Fantasie und Kreativität von Kindern fördert.

Das Unternehmen legt großen Wert auf Qualität, Sicherheit und Nachhaltigkeit in der Produktion und vertreibt seine Produkte über ein Netzwerk von Händlern sowie über den eigenen Online-Shop.

Mit zunehmender Bedeutung von E-Commerce und D2C (Direct-to-Consumer) passt sich PLAYMOBIL an die veränderten Kaufgewohnheiten der Konsumenten an, die durch die fortschreitende Digitalisierung geprägt sind.

Das Unternehmen ist international präsent und engagiert sich zudem in sozialen Projekten.

Schnellüberblick



Branche
D2C



Region
DACH



Use Case
Marketing-Boost

Herausforderung: Unpräzises Tracking

In den frühen 2000er Jahren startete Playmobil bereits den ersten Webshop. In den vergangenen zwanzig Jahren machte Playmobil erhebliche Fortschritte im E-Commerce, einschließlich eines großen Relaunchs im vergangenen Jahr, bei dem die alte Shop-Struktur und Code-Base umfassend überarbeitet wurden.

Playmobil sah sich mit Dateninkonsistenzen zwischen dem E-Commerce System und anderen verwendeten Analytics-Tools und Systemen konfrontiert. Durch Webtracking gemessene Conversion- und Order-Zahlen wiesen erhebliche Abweichungen zu den tatsächlichen Bestellungen aus.

Es bestand ein umso dringender Bedarf an besseren E-Commerce-Tracking- und Analysemöglichkeiten, da zwischen 60-70% des Jahresumsatzes im vierten Quartal erzielt werden.

Getrieben durch saisonale Höhepunkte wie die Black Friday und Weihnachten, erfordern diese kritischen Phasen präzise und effiziente Marketingmaßnahmen, die von einer optimierten

Dateninfrastruktur unterstützt werden müssen, um Budgets gezielt und wirkungsvoll allokiert zu können.

Zusätzlich konnten neue Anforderungen der eingesetzten Marketing-Tools sowie des Datenschutzes nicht mehr abgedeckt werden. Effektives und datengetriebenes Online-Marketing wurde Playmobil dadurch wesentlich erschwert.

Diese Herausforderungen verlangten nach einer umfassenden Lösung, die sowohl die Datenintegration als auch die Analysefähigkeiten und anschließende Nutzung der Daten verbessern konnte. Die Komplexität, dass der Käufer und der Konsument bei Spielwaren oft nicht dieselbe Person sind (Eltern bzw. Kinder), erschwert die Erstellung und Segmentierung von Zielgruppen.

Zudem muss Playmobil die unterschiedlichen Datenschutzbestimmungen in verschiedenen Märkten, wie der EU und den USA, berücksichtigen.



Lösung: JENTIS Server-Side Tracking

Playmobil entschied sich für die Implementierung des JENTIS Server-Side Tag Managers, um eine verbesserte Datenerfassung unbeeinträchtigt von Adblockern und Tracking Preventions (z.B. in Apple Safari) zu gewährleisten.

JENTIS bietet neben Server-Side Tracking umfassende Funktionalitäten, die die vollständige Datenkontrolle und die datenschutzkonforme Weiterleitung an eine Vielzahl von Marketing-Tools und -Plattformen ermöglichen. Playmobil konnte bei der Implementierung auf die langjährige Erfahrung der Implementierungsagentur adesso zurückgreifen.

Der in Zusammenarbeit mit Piwik PRO entwickelte und zertifizierte Konnektor stellt sicher, dass Piwik PRO Analytics Echtzeit-Zugang zu wesentlich präziseren Webseiten erhält.

Damit ermöglicht JENTIS die genaue Nachverfolgung von Customer Journeys und Kaufprozessen auf Playmobils Webseite

adesso

adesso ist ein einzigartiger Hybrid zwischen Kreativagentur, Beratung und IT-Dienstleistung und bietet so einen ganzheitlichen Ansatz für die Bewältigung von Herausforderungen in der digitalen Transformation.

Gemeinsam mit unseren Partnern unterstützen wir in Projekten – agil, datengetrieben und mit einer besonderen Leidenschaft für die perfekte Digital Experience.

und in weiterer Folge eine verbesserte Kundenansprache auf der Website sowie auf Ad-Plattformen wie Google Ads und Meta Ads.

Die tiefere Kenntnis der Customer Journeys und das Verständnis der digitalen Kundeninteraktionen waren entscheidend für die Optimierung der Marketingstrategien von Playmobil.

Mit der Aktivierung des JENTIS Essential Mode konnten erstmals nahezu alle Conversions auf der Website von Playmobil erfasst werden. Essential Mode ermöglicht es, First-Party-Daten anonym und rechtskonform auch ohne Zustimmung der Nutzer zu erfassen.

Dies wird durch Anonymisierung der Daten erreicht, sodass nur notwendige und technisch erforderliche Informationen verarbeitet werden.



So können Datenverluste vermieden werden. Essential Mode liefert Session- und Conversionsdaten, die zuvor aufgrund fehlenden Consents nicht erfasst worden wären.

Bei Playmobil führte der Einsatz von Piwik PRO und JENTIS zu nahezu deckungsgleichen Daten im Bereich der E-Commerce-Bestellungen. Das leistungsstarke Raw Data Tool von JENTIS wurde genutzt, um Rohdaten zu exportieren und mit Daten aus anderen Systemen abzugleichen.

Ein wichtiger Bestandteil des Prozesses war der Abgleich der Bestellnummern, die in Salesforce erfasst wurden, mit von JENTIS erfassten Daten in Piwik PRO. Durch diesen Abgleich konnten Unstimmigkeiten und Fehler identifiziert und behoben werden, was zu einer höheren Datengleichheit führte.

Dieser hohe Grad an Datenübereinstimmung war ein wesentlicher Erfolgsfaktor des Projekts.

Die Bedeutung einer hohen Datenqualität – vollständig und unverfälscht – wurde in diesem Prozess besonders deutlich, da sie die Effizienz der Marketingmaßnahmen erheblich steigerte.

„Dank der präzisen Datenintegration von JENTIS ist Playmobil in der Lage, bessere datengetriebene Entscheidungen zu treffen und die Customer Journey kontinuierlich zu verbessern.“

„Die erfolgreiche Implementierung von JENTIS stellt einen Meilenstein in der digitalen Transformation des Unternehmens dar.“

Manuel Trykar
Team Lead Marketing Analytics, Adesso

Überblick Implementierungsprozess

Die Implementierung der neuen Tools erfolgte streng nach den höchsten Datenschutzstandards. Eine Liste der Daten, die ohne Zustimmung der Nutzer genutzt werden dürfen, wurde erstellt.

Anschließend wurde der JENTIS Essential Mode eingerichtet, um diese Daten effizient zu erfassen. Mittels der Anonymisierungs-Funktion konnten zustimmungspflichtige Daten datenschutzkonform behandelt werden.

Das JENTIS Raw Data Tool, die Salesforce Commerce Cloud und Abgleiche mit Piwik Pro stellen die Datenqualität sicher. Der gesamte Prozess wurde kontinuierlich optimiert, um die Effizienz und Genauigkeit der Datenerfassung zu verbessern.

Ergebnisse und Auswirkungen

Die ständigen Verbesserungen im Tracking-Setup führten zu einer Datenübereinstimmung von über 97% zwischen den Systemen. Dies führte zu einer signifikanten Reduktion von Diskrepanzen und einer gesteigerten Effizienz in der Datenhandhabung und Berichterstellung. Der Einsatz von Piwik PRO in Verbindung mit JENTIS ermöglichte eine verbesserte Nachverfolgung von Bestellungen, Kundeninteraktionen und die Darstellung von Customer Journeys, die vor der Implementierung nicht sichtbar waren.

Diese Verbesserungen trugen dazu bei, fundierte Entscheidungen auf der Grundlage präziserer und umfassender Daten zu treffen. Diese neue Datenqualität ermöglichte es Playmobil, besser auf saisonale Höhepunkte wie Black Friday und das Weihnachtsgeschäft zu reagieren.



Die optimierte Dateninfrastruktur stellt sicher, dass die Marketingmaßnahmen in dieser kritischen Phase des Jahres gezielt und effizient durchgeführt werden können.

Im nächsten Schritt können diese Maßnahmen auf weitere Interaktionen entlang der Customer Journey angewendet werden, um die Datenqualität weiter zu steigern und dem Marketing-Team mehr Möglichkeiten für effektive und datengestützte Kampagnen zu bieten.

Dadurch werden am Ende bessere Ergebnisse in Form von mehr erfasstem Traffic, Interaktionen und Bestellungen erzielt; gleichzeitig sinken auch die Kosten für Werbeausgaben, da Netzwerke die Zielgruppe besser verstehen und Anzeigen gezielter ausspielen können.

„Beim Thema Tracking und Tag Management ist uns die Einhaltung der EU-Datenschutzvorgaben besonders wichtig.“

„Darum war es entscheidend, den richtigen Partner zu finden, der unseren hohen Anforderungen gerecht wird. Mit JENTIS haben wir genau das erreicht.“

Yashar Nategh
SVP Global CX & E-Commerce, Horst Brandstätter Group (Playmobil)

Fazit

Die Fallstudie demonstriert eindrucksvoll, wie die Implementierung moderner Analytics-Lösungen bei Playmobil zu einer signifikanten Verbesserung der Datenqualität und der Effizienz in der Datenverarbeitung geführt hat.

Dank der Integration von JENTIS und Piwik PRO konnte Playmobil eine Datenübereinstimmung von über 97 % erzielen, was nicht nur die Genauigkeit der erfassten Bestellungen optimierte, sondern auch die Grundlage für fundierte, datenbasierte Entscheidungen schuf.

Diese präzise Datenerfassung ermöglichte es, die Marketingstrategien gezielt zu steuern und Kampagnen effektiver auszurichten, was sich besonders während saisonaler Höhepunkte wie Black Friday und dem Weihnachtsgeschäft als entscheidend erwies.

Schnell und einfach zu höherer Performance

Mit **über 120 getesteten Konnektoren und Integrationen** fügt sich JENTIS nahtlos in die technischen Einrichtungen von Unternehmen ein, darunter Google Analytics 4, Google Ads, Google Floodlight, Amplitude, Microsoft Ads, Adobe, Meta, LinkedIn und viele mehr.

Als hybride Lösung unterstützt JENTIS sowohl clientseitiges als auch serverseitiges Tracking.

Der parallele Betrieb während der Migration gewährleistet einen nahtlosen Übergang. Bestehende Datenpipelines bleiben unberührt, wodurch **kostspielige Toolwechsel oder Umschulungen vermieden werden.**

Teams können ihre bestehenden Reports und Tools weiter verwenden.

Implementierung in wenigen Minuten



JENTIS-Container erstellen



JavaScript implementieren



DNS A-Record setzen



Konnektoren konfigurieren

Mehr als 120 Plattformen und Tool-Integrationen



Führende Marken vertrauen JENTIS



Der kürzeste Weg zu mehr Kampagnenumsatz

Erfahren Sie, wie die hochmodernen Datenschutzmaßnahmen, die unübertroffene Datenqualität und die Compliance-Features von JENTIS Ihrem Unternehmen ermöglichen, sich selbstbewusst an die sich weltweit verändernden gesetzlichen Anforderungen anzupassen.

Wie viel bringt Server-Side Tracking Ihrem Unternehmen?

Jetzt Demo buchen:
jentis.com/kontakt

