

07.07.2022 – 12:25 Uhr

Case Study: Online-Fotoservice Pixum optimiert Datenqualität und Marketing-Attribution dank JENTIS und Adtriba



Köln / Wien / Hamburg (ots) -

State-of-the-Art Marketing Attribution: Dank der Zusammenarbeit von JENTIS und Adtriba konnte der Online-Fotoservice Pixum seine Datenqualität durch server-side Tracking verbessern und Marketing-Aktivitäten holistisch über alle Kanäle hinweg auswerten. Die durchgeführte Case Study offenbart einen spürbaren Effekt von fast 30 % neu sichtbar gemachter Conversions und korrigiert 55 % der Customer Journeys für eine bessere Attribution und Budgetverteilung.

In einer gemeinsamen Case Study zeigen JENTIS, Adtriba und Pixum wie die Zukunft der Datenerhebung im Online-Marketing aussieht. Gemeinsam mit JENTIS, dem Techpionier im server-side Tracking, entwickelte Pixum eine DSGVO-konforme First-Party-Datenstrategie. Der Online-Fotoservice konnte trotz wachsender Einschränkungen in der Datenerfassung und steigenden Restriktionen der Internet Browser seine Datenqualität auf Nutzerebene dank JENTIS signifikant verbessern.

In einem weiteren Schritt generierte Pixum mit Hilfe von Adtriba, dem Anbieter für datengetriebene Attribution, wertvolle kanalspezifische Insights auf Basis der von JENTIS erfassten Daten. Damit weiß der Online-Fotoservice, welche Kampagnen zu erfolgreichen User Journeys führen. Adtribas Software-Lösung hilft Pixum dabei die Wechselwirkungen der eingesetzten Kanäle besser zu verstehen, Kampagnen holistisch über alle Kanäle hinweg auszuwerten und damit das Marketing Budget optimal zu verteilen.

A/B-Test mit aufschlussreichen Erkenntnissen

Der 3-monatige A/B-Test der Case Study ergab, dass das neue serverseitige Tracking von JENTIS im Vergleich zum konventionellen Tracking, vollständigere und genauere Daten liefert. Es konnten deutlich mehr wiederkehrende Nutzer auf pixum.de identifiziert werden. So sank beispielsweise die Zahl der Journeys, die im Testzeitraum nur einen Touchpoint verzeichneten (Single Touchpoint Journeys), von mehr als 20 % auf deutlich unter 5 %. Die Analyse der so erstmals sichtbaren, kaufvorbereitenden Kanäle führte zu einer genaueren Kalkulation von Cost-per-Order und ROAS. Der Online-Fotoservice ist hierdurch in der Lage, die Budgets seiner Marketing-Kanäle evidenzbasiert und optimal zu verteilen. Insgesamt konnten 55 % der Customer Journeys korrigiert werden.

Thomas Tauchner, Founder und Co-CEO JENTIS, erklärt: "Pixum hat das Leistungspotenzial der JENTIS Lösung voll ausgereizt. Die Anforderung, 100 % korrekte Daten zu liefern, konnten wir voll erfüllen. Wir sind schon sehr gespannt, zu sehen, wie Pixum diesen Wettbewerbsvorteil konsequent für mehr Effizienz und Umsatz nutzen wird."

"Datengetriebene Attribution bringt den größten Mehrwert, wenn die analysierten Daten von hoher Qualität und Vollständigkeit sind. Wir freuen uns, dass unser Kunde Pixum dies erkannt und erfolgreich umgesetzt hat. Dadurch ist Pixums Marketing unabhängig und zukunftssicher aufgestellt und bleibt konform mit Tracking-Regulierungen", **Darya Niebuhr**, Senior Marketing

Manager bei Adtriba.

"Von meiner Perspektive haben sich Hoffnungen und Annahmen bestätigt und unser Marketing bekommt über die Kombination der beiden Technologien einen wesentlichen Vorteil in der Bewertung und Aussteuerung von Kampagnen", so **Björn Prickartz**, Head of Webanalytics & Conversions bei Pixum.

Jetzt ist Pixum dabei, länderübergreifend in alle bestehenden Systeme die JENTIS Technologie zu integrieren und sich somit zukunftssicher dank neuer Datenqualität aufzustellen.

Mehr Informationen gibt es in der umfassenden Case Study zum kostenlosen Download unter <https://www.jentis.com/de/blog/case-study-pixum/> und <https://www.adtriba.com/de/case-study-pixum>.

Über JENTIS

JENTIS ist der europäische Tech-Pionier im server-side Tracking und Data-Compliance-Spezialist für das Digitalgeschäft. Das österreichische Startup mit Sitz in Wien hat eine innovative Web-Technologie entwickelt, die Website-Betreibern (Publishern und E-Commerce-Unternehmen) mehr Datenqualität und Datenhoheit bei gleichzeitig voller Datenschutzkonformität sichert. Die SaaS-Lösung liefert eine 30 bis 50% höhere Datengüte an gängige Web Analytics Tools und Advertising-Systeme und ermöglicht als Compliance-Tool einen DSGVO-konformen Einsatz auch nicht-europäischer Martech- und Adtech-Lösungen im Data Driven Business. Zum Kundenkreis von JENTIS zählen u.a. Albertina, Egger Gruppe, Giesswein, Greenpeace, Heise Verlag, Humanic, Pixum, Tirol Werbung und XXXL Lutz.

Über Adtriba

Adtriba bietet eine zukunftssichere Marketing-Measurement-Lösung, die einen holistischen Blick auf die gesamten Marketing-Aktivitäten ermöglicht. Themen wie 3rd Party Cookie Blocking, Regulierung im Tracking und Überbewertung der Ergebnisse durch große Werbeplattform werden von Adtriba adressiert und gelöst. Adtriba ermöglicht Marketern die Ergebnisse ihrer Online- und Offline-Marketing-Aktivitäten unabhängig und korrekt auszuwerten. Schließlich sind evidenzbasierte Entscheidungen die Basis für eine gelungene Marketing-Optimierung und Budgetverteilung. Mit der SaaS-Lösung von Adtriba wissen Marketing Manager stets wie ihre Marketing-Kanäle performen, welche Kampagnen funktionieren und wie sie taktisch und strategisch optimiert werden können.

Pressekontakt:

Ingo Kreuzt
Mobil: +49 (0) 152 56 762 632

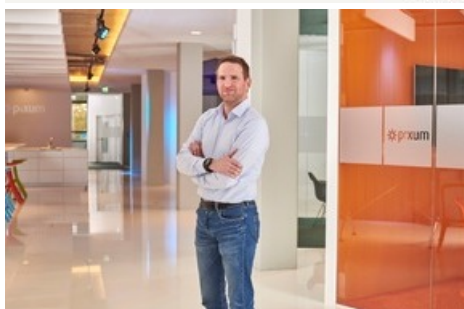
Nils Daniel
Mobil: +49 (0) 151 46 222 912

E-Mail: presse@pixum.com
pixum.de/presse

Medieninhalte



Case Study: Online-Fotoservice Pixum optimiert Datenqualität und Marketing-Attribution dank JENTIS und Adtriba | © JENTIS | Foto bitte nur im Zusammenhang mit der Case Study verwenden! / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/24663 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.



Björn Prickartz, Head of Webanalytics & Conversions bei Pixum / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/24663 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.



Darya Niebuhr, Senior Marketing Manager bei Adtriba / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/24663 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.



Thomas Tauchner, Founder und Co-CEO JENTIS / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/24663 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100058813/100892288> abgerufen werden.