

Mehr Umsatz und 36% geringere Kosten pro Conversion mit JENTIS



Herausforderung

aqua blue nutzt Performance-Marketing als Hauptkanal zur Neukundengewinnung auf seiner eigenen Website, vor allem durch Performance Max (PMAX) und Suchanzeigen-Kampagnen auf Google Ads. Das Unternehmen setzte den Google Tag Manager in Kombination mit Google Analytics für das Tracking ein.

Um nachhaltiges Geschäftswachstum durch Performance-Marketing zu erzielen, wurde präziseres Website- und Conversion-Tracking zur Optimierung der Google-Ads-Kampagnen notwendig.


Das bisherige Client-Side Tracking war den Herausforderungen nicht gewachsen. Adblocker und Anti-Tracking-Maßnahmen in Browsern, wie z.B. Apples ITP in Safari, führten zu einer erheblichen Verschlechterung der Datenqualität. Zu wenige Conversions auf der Webseite konnten korrekt erfasst und den Kampagnen zugeordnet werden.

Werbepattformen benötigen jedoch möglichst vollständige Conversion-Daten, um Werbemittel algorithmisch gezielt und effizient auszuspielen. aqua blue identifizierte Server-Side Tracking als den wesentlichen Hebel zur Optimierung der Kampagnen-Performance.

Über aqua blue[®]

aqua blue ist ein in Deutschland ansässiger Hersteller von Entkalkungsanlagen für den Haushaltsgebrauch. Das Unternehmen verfolgt das Ziel, nachhaltige Wasseraufbereitungslösungen einer breiten Zielgruppe zugänglich zu machen.

aqua[®] blue

 Branche
DZC Gebäude-
technik

 Region
DACH

 Use Case
Marketing-
Boost

Lösung

Beim Server-Side Tracking sind nicht mehr einzelne Tools, etwa Google Analytics, für das Tracking zuständig, sondern nur mehr der Tag Manager selbst, der die erfassten Daten anschließend an Tools und Plattformen weiterleitet. Hier fiel die Wahl auf die Lösung von JENTIS.

Das leistungsfähige Server-Side Tracking des JENTIS Tag Managers ist gegenüber Adblockern und Anti-Tracking-Maßnahmen weitestgehend resistent und erfasst daher mehr und genauere Daten als herkömmliches Tracking.

JENTIS ermöglichte aqua blue, Website-Conversions korrekt zu erfassen und sowohl an Google Analytics als auch an Werbepattformen wie Google Ads für die Kampagnenoptimierung zu übermitteln. Insbesondere algorithmisch gesteuerte Kampagnenformate wie Google Ads PMAX sind für präzises Targeting auf vollständige Conversion-Daten angewiesen.

Mit dem persistenten First-Party Cookie von JENTIS werden außerdem wiederkehrende Besucher als solche erkannt und somit nicht mehrfach gezählt. Die korrigierten Daten ermöglichen einen klaren, vollständigen Blick auf Customer Journeys für eine zielgenauere Kundenansprache und effizientere Budgetverteilung.

Mit Server-Side Tracking von JENTIS konnten wir den ROAS unserer Google Ads-Kampagnen wesentlich steigern – für uns ist die Lösung ein echter Gamechanger und Umsatzfaktor.

Thomas Löhnert
Geschäftsführer, Löhnert GmbH (aqua blue)



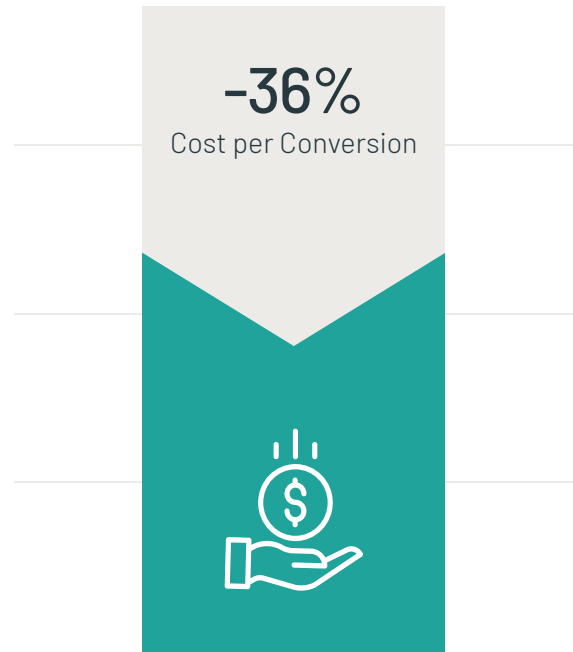
Ergebnisse: Geringere Kosten, höherer ROI

Durch die verbesserte Datenqualität konnte aqua blue die Performance von Google Ads wesentlich steigern. Im Vergleich zum Google Tag Manager verzeichnete aqua blue mit JENTIS über alle Kampagnentypen hinweg 29,3% geringeren Cost per Conversion.

Dieser Effekt zeigte sich im Monatsvergleich besonders in den algorithmisch gesteuerten PMAX-Kampagnen. Für diese Kampagnen sind vollständige Conversion-Daten von größter Relevanz. Hier erreicht aqua blue mit JENTIS einen um **36% geringeren Cost per Conversion** und damit einen höheren Return on Investment (ROI).

Analog zur Performance-Steigerung in Google Ads verzeichnete man einen Anstieg der eingegangenen Aufträge und Sales. Für aqua blue bedeutete der Wechsel des Tag Management-Systems auf JENTIS daher nicht nur präziseres Tracking, sondern eine signifikante Steigerung des Umsatzes und des Return on Investment.

Mit der Umstellung auf First-Party Daten kann aqua blue zudem auf zukunftssicheres Tracking bauen, das schnell und einfach auf geänderte Rahmenbedingungen und Regulierungen anzupassen ist.



Der schnellste Weg zu mehr Kampagnenumsatz.

Erfahren Sie, wie die hochmodernen Datenschutzmaßnahmen, die unübertroffene Datenqualität und die Compliance-Fähigkeiten von JENTIS Ihr Unternehmen in die Lage versetzen, sich selbstbewusst an die sich weltweit verändernden gesetzlichen Anforderungen anzupassen.

Wie viel bringt Server-Side Tracking Ihrem Unternehmen?

Jetzt kostenlose Analyse buchen:
jentis.com/kontakt