

# Lagardère Active



Das Testen neuer Vertriebs-Initiativen kann für Marketing-Teams ganz schön verwirrend sein – nicht zuletzt auch wegen der Schwierigkeiten, 3rd Party Tags zu implementieren. TagCommander hat dieses Problem für Lagardère Active gelöst und so die Eigenständigkeit bzw. Flexibilität seiner Marketing-Experten gesteigert.

## DER HINTERGRUND

Lagardère ist einer der weltweit größten Medien-Konzerne mit Sitz in Paris. Geführt wird die Unternehmensgruppe von Arnaud Lagardère. Der Unternehmensbereich Lagardère Active umfasst Tageszeitungen, digitale Medien und Publikumsmagazine sowie Radio- und Fernseh-Sender, für die sowohl die Ausstrahlung als auch die Produktion der Sendungen und der Verkauf von Werbepunkten inhouse gesteuert werden. Außerdem betreibt Lagardère Active 30 Websites, darunter Elle, Paris Match und Europe 1. Mit mehr als 20 Millionen Besuchern pro Monat und 0,6 Milliarden monatlicher Page Views gehört Lagardère Active zu den 10 größten Internet-Unternehmen Frankreichs.

Wie in jedem großen Unternehmen erschweren begrenzte technische Ressourcen sowie festgelegte Release-Zyklen das Tracking von 3rd Party Tags erheblich. In Kenntnis dieser Tatsache suchte Lagardère Active nach einer Lösung, um seine Marketing-Teams unabhängiger vom technischen Support zu machen; eine Lösung, die den Experten die benötigten Tools zur Verfügung stellen würde, um Kampagnen selbst zu steuern, ohne dabei die strengen Datenschutzrichtlinien des Unternehmens zu verletzen.

## DIE HERAUSFORDERUNG

Die Geschäftsführung von Lagardère Active nutzte bereits zwei getrennte Analyse-Verfahren, um die User-Aktivitäten in ihren diversen Medien zu tracken und zu messen, und zogen den Test einer weiteren Lösung in Betracht. Bei deren Analyse wurde der Geschäftsführung klar, dass sie viel Zeit und Geld sparen könnten, wenn sie nur eine einzige Lösung für alle 30 Websites nutzen würden. Im Herbst 2012 wurde entschieden, die dritte Lösung bis Ende des Jahres zum Laufen zu bringen, um im Jahr 2013 alle drei Lösungen parallel zu betreiben und sich dann letztendlich für eine davon zu entscheiden. Um dieses Ziel zu erreichen, mussten folgende Bedingungen erfüllt werden:

- Den neuen Analyse-Tag rasch auf allen 30 Websites installieren ohne dabei die Funktionalität der beiden bereits existierenden Tags zu beeinflussen und so sicher zu stellen, dass nichts zerstört wird und keine Daten verloren gehen.
- Die ohnehin begrenzten technischen Ressourcen mit diesem Projekt nicht unnötig zu belasten und die festgelegten Release-Zyklen einzuhalten.
- Jederzeit die Möglichkeit zu haben, die bestehenden Analyse-Lösungen abzusetzen und die Tags von sämtlichen Websites zu entfernen.
- Zusätzliche, aus der Implementierung der neuen



Lösung resultierende Kosten zu vermeiden.

Und als ob dies allein nicht schon kompliziert genug wäre, musste die Geschäftsführung von Lagardère Active auch noch einen Teil ihrer Werbeflächen an La Place Media abgeben, eine private Online-Werberegie, an der Lagardère beteiligt ist. La Place Media hatte die Absicht, Targeted Ads auf den Websites von Lagardère Active zu schalten, um so neue Kunden für seine Werbepartner zu gewinnen.

Bei der Betrachtung dieser sehr komplexen Ausgangssituation wurde deutlich, dass die Nutzung eines Tag Management-Systems (TMS), welches den korrekten Einsatz der neuen Analyse-Tags steuert, die Umsetzung dieses Projekts stark vereinfachen würde. Das TMS würde auch dabei helfen, Fehler bei bereits existierenden Tags zu identifizieren und es den Marketing-Teams von Lagardère Active ermöglichen, diese Tags selbstständig bzw. mit nur geringer technischer Unterstützung zu verwalten.

## DIE LÖSUNG

Nach einer sorgfältigen Analyse der verschiedenen Tag Management-Systeme fiel die Entscheidung von Lagardère Active auf TagCommander, da es die meisten Möglichkeiten bot und über das erfahrenste Team verfügte, um Lagardère Active bei der korrekten Implementierung und Steuerung der Lösung zu unterstützen.

Die Geschäftsführung von Lagardère Active entschied weiterhin, dass ihre neuen Websites am meisten von der neuen Analyse-Lösung profitieren würden. So wurde TagCommander zunächst auf diesen Seiten implementiert. Zudem wurden sämtliche 1st und 3rd Party Tags einschließlich ihrer Analyse-, Retargeting- und Conversion-Codes innerhalb nur weniger Tage dort installiert und aktiviert.

Nachdem diese Tags nun dank TagCommander einwandfrei funktionierten, wurde es jedem Bereichsmanager überlassen, sich nach einem direkten Vergleich aller Lösungen für eine zu entscheiden und die Tags der anderen Lösungen von „seinen“ Websites zu entfernen.



## DIE ERGEBNISSE

Die Erwartungen von Lagardère Active wurden von TagCommander bei weitem übertroffen. So konnte die Implementierung neuer Tags wesentlich beschleunigt werden, ohne dass das ohnehin bereits stark beanspruchte IT-Team damit zusätzlich belastet wurde; außerdem konnte der Nettoertrag gesteigert werden. Folgende Ziele wurden erreicht:

- Eine rasche Implementierung der neuen Analyse-Lösung auf allen Websites. Innerhalb von nur einem Monat konnten die Tags auf 30 % des Website-Portfolios eingesetzt werden, nach drei Monaten waren es bereits 60 % und nach sechs Monaten war das Projekt mit 100 % komplett abgeschlossen.
- Die Werbeeinnahmen von La Place Media stiegen schneller als erwartet, weil ihre Retargeting-Tags vorzeitig implementiert werden konnten.
- Die Autonomie der Marketing-Teams konnte erheblich gesteigert werden, so dass sie jetzt neue Strategien mit minimaler Unterstützung des IT-Teams einsetzen und steuern können.
- Die Nutzung der A/B-Testfunktion von TagCommander hat es Lagardère Active ermöglicht, ertragssteigernde Technologien schnell und sicher zu identifizieren.
- Die verbesserte Zusammenarbeit der Marketing- und New Business-Teams hat dazu beigetragen, neue Wertschöpfungs-Partner zu finden und zu integrieren.

*„Unsere neuen Websites sind komplexe technische Umgebungen, in denen TagCommander die Integration und die Steuerung von Tags vereinfacht hat.“*

JÉRÔME PÉRANI  
VP Digital Platform Marketing and Analytics,  
Lagardère Active

TAG COMMANDER