



Pixartprinting optimiert die Nutzung seiner Kundendaten für ein besseres Verständnis der Customer Journeys

Der Marktführer in Sachen B2B Web-to-print-Services optimiert seine Marketing Instrumente und steigert seinen Umsatz um 5 %

12-fach schnellerer Launch neuer Marketing-Lösungen

Allgemeiner Einsatz von A/B Tests bei der Auswahl neuer Lösungen

Umsatzsteigerung von 2-5 % durch die perfekte Anpassung an lokale Marktbedingungen

INNOVATIVES B2B WEB-TO-PRINT

Die Zielvorstellung von Pixartprinting? Das B2B Web-to-print- Geschäft zu revolutionieren!

Ursprünglich war Pixartprinting eine familiengeführte, traditionell arbeitende Druckerei. Mit der Einführung eines auf Online-Aufträgen basierenden Geschäftsmodells sowie der Automatisierung der Arbeitsprozesse begann im Jahr 2000 die digitale Transformation.

Als unangefochtener Marktführer in Südeuropa setzt die Firma ihr Wachstum seit 2014 unter dem Dach der Cimpress Group fort, dem Weltmarktführer für Mass Customisation: Im Jahr 2015 erwirtschaftete das an der amerikanischen Nasdaq-Börse gehandelte Unternehmen einen Umsatz von 1,5 Mrd US\$.

VORBEREITUNG ZUM WACHSTUM

Pixartprinting wächst derzeit jährlich um 30 %. Um einige der technischen Herausforderungen dieser starken internationalen Expansion besser in den Griff zu bekommen, wollte das Unternehmen einen innovativen Ansatz zum Tag- und Datenmanagement implementieren. Dabei standen drei Themen im Vordergrund:

- Die Optimierung des ROI ihrer Marketing-Lösungen durch die Einführung eines Test- und Lern-Konzeptes.
- Die Zusammenführung von Datensammlung und Datenanalyse, die zuvor in getrennten Silos gemanagt wurden.
- Die Beschleunigung der Seitenladezeiten, die zunehmend durch JavaScript-Prozesse beeinflusst wurden.

DIE OPTIMIERUNG DER MARKETING SOLUTIONPORTFOLIOS

Für einen wirklich effektiven Roll-out muss Pixartprinting in der Lage sein, seine Marketing-Lösungen so schnell wie möglich einzusetzen bzw. den aktuellen Anforderungen anzupassen. Andrea Pizzola, Sales & Marketing Director, kennt dieses Problem nur zu gut: "Wir betreiben derzeit schon 20 lokale Websites. Um unseren ROI stets im Griff zu haben, müssen wir unsere Roll-outs beschleunigen und jeden einzelnen ständig optimieren."

Pixartprinting nutzt bereits mehrere Retargeting-Lösungen, die allesamt mit unterschiedlichen Algorithmen und Bidding-Methoden arbeiten. Wie sollte man unter diesen Bedingungen die besten Leistungen herausfiltern?

„Wenn wir neue Partner auswählen, können wir dank TagCommander auf sehr einfache Weise mittels Cookie Splits A/B-Tests durchführen und stellen so schnell fest, wer wirklich gute Leistungen erbringt,“ berichtet Andrea Pizzola. "Danach können wir mit MixCommander den Beitrag jedes Partners analysieren und verstehen, wie sich der gesamte Prozess entwickelt."

“Dank Commanders Act können wir die Einsatzzyklen beschleunigen und den ROI unserer Marketing-Lösungen optimieren”

pixartprinting



Andrea Pizzola, Sales & Marketing Director, Pixartprinting

DATENSAMMLUNG UND DATENANALYSE ZUSAMMENFÜHREN

Mit einem Ökosystem von mehr als 50 Marketing-Lösungen – darunter Salesforce Marketing Cloud, Optimizely, Google AdWords, Criteo, Sociomantic und Zebestof, um nur einige zu nennen – war es für Pixartprinting von herausragender Bedeutung, die Interaktionen zwischen diesen einzelnen Lösungen besser zu verstehen.

“Mit Commanders Act wurde unsere Datensammlung konsistenter und vor allem verlässlicher. So können wir jetzt das Verhalten unserer Besucher und die Interaktionen zwischen den unterschiedlichen Touch Points besser verstehen,” sagt Andrea Pizzola.

“Wir können nun Post-View Conversions innerhalb desselben Funnels wie Conversions aus anderen Kanälen messen, wie z. B. PPC, SEO und den sozialen Netzwerken. Dadurch konnten wir unsere Investitionen in die Display-Werbung eindeutiger interpretieren und besser rechtfertigen.”

“Zusätzlich zur Beurteilung der Warenkörbe und Umsätze in jedem einzelnen Kanal können wir auch Kennzahlen nach Phasen der Kaufentscheidungen beurteilen oder alte und neue Kunden gegenüberstellen – um dann je nach Bedarf verschiedene Attributionsmodelle einzusetzen. So können wir selbst bei unseren ungewöhnlichen CRM-Clustern und-segmenten die Seitenbesuche und das Besucherverhalten korrekt analysieren.”

BESCHLEUNIGTE SEITENLADEZEITEN

Die Optimierung der Seitenladezeiten genießt immer eine hohe Priorität, wie uns Andrea Pizzola weiter erläutert: „Unser Plattform muss mit einer ständig steigenden Anzahl an Domains und Tags klarkommen. Daher ist es für uns sehr wichtig, dass die Ladezeiten weiter optimiert werden. Das kommt nicht nur unseren Usern zugute, sondern verbessert auch unser Ranking in den Suchmaschinen.“

“Die Leistungsfähigkeit von Commanders Act und das Fachwissen seiner Expertenteams waren für die Entscheidung über die Zusammenarbeit ausschlaggebend,” sagt Andrea Pizzola. “Commanders Act konnte seiner Prozesse unserer geschützten E-Commerce-Umgebung perfekt anpassen und sowohl mit den Marketing-Teams als auch mit unseren technischen Spezialisten zusammenarbeiten. Und als wir neue, nicht in der Tag-Bibliothek vorhandene Tags integrieren wollten, waren die Experten von Commanders Act in der Lage, sie rasch einzufügen. Diese Reaktivität ist einer der wesentlichen Gründe für die große Unabhängigkeit, die wir heute genießen.”

Auch in Sachen Agilität und Zeitersparnis hat Commanders Act seine Rolle als eines der wichtigsten Tools bestätigt: „Beim Launch neuer Länder-Websites unterstützt uns Commanders Act maßgeblich bei der Anpassung an die lokalen Gegebenheiten. Wir sind in der Lage, unseren Mix an Marketing-Lösungen marktspezifisch zu optimieren und können so unseren Umsatz um 2 bis 5 % steigern,” bestätigt Andrea Pizzola.

DIE HERAUSFORDERUNGEN:

- Die optimale Leistung des Marketing-Ökosystems garantieren und gleichzeitig neue Technologien bzw. Partnern schneller einführen.
- Umfangreiche Datensammlung ermöglichen (derzeit 20 Websites und mehr als 50 Marketing-Lösungen).
- Die Ladezeiten und die Sicherheit der Websites verbessern.

DIE ERGEBNISSE:

- Gesteigerte Agilität: Senken der Einsatz-Zyklen von 3 Monaten auf 1 Woche
- Einfache Optimierung der Kanäle in den verschiedenen Regionen ermöglichte eine Umsatzsteigerung von 2 bis 5 %.
- Ein verbessertes Verständnis der On-site Customer Journeys unter Berücksichtigung der verschiedenen CRM-Segmente.
- Objektive Beurteilung der Leistungen jedes Kanals (über A/B Tests) sowie der Interaktionen zwischen ihnen (dank des effektiven Custom-Attribution-Modellings).

EINGESetzte LÖSUNGEN VON COMMANDERS ACT



DataCommander



MixCommander



TagCommander



COMMANDERS **ACT**

WWW.COMMANDERSACT.COM

PARIS | LONDON | AMSTERDAM | MUNICH | MADRID | MILAN

Diese Broschüre dient rein informativen Zwecken. Die von Commanders Act hierin implizit oder explizit gemachten Aussagen stellen keinerlei Garantien dar. Die Marke Commanders Act ist als eingetragene Marke in den USA und in anderen Ländern geschützt. Verschiedene in dieser Broschüre genannte Namen für Produkte und Dienstleistungen können daher auch eingetragene Marken von Commanders Act sein. Alle anderen genannten Namen von Produkten und Dienstleistungen können Marken ihrer jeweiligen Eigentümer sein. Copyright © 2017 Commanders Act – Alle Rechte vorbehalten.

