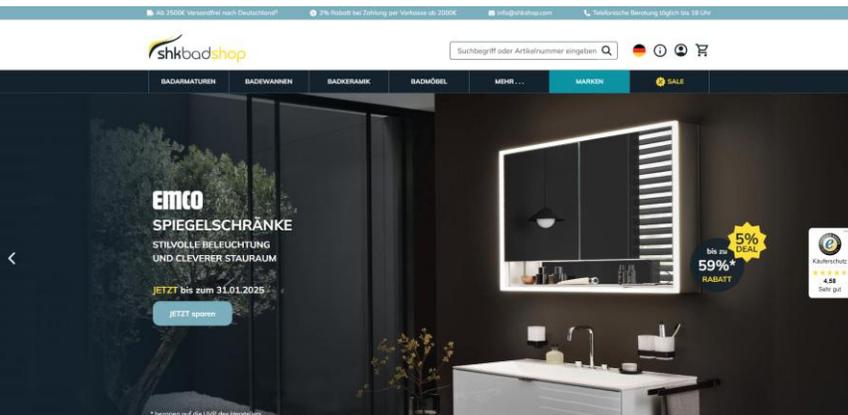


Mehr Conversions durch besseres Tracking mit WSST

Präzisere Daten und optimierte Kampagnen für mehr Effizienz und Umsatz



Über SHKBadshop:

SHKBadshop ist ein **führender Online-Händler für Sanitärprodukte** und Badzubehör. Das Unternehmen bietet eine breite Auswahl an Armaturen, Duschsystemen und Heizlösungen für Privat- und Geschäftskunden. Durch gezielte Online-Marketing-Strategien erzielt SHKBadshop einen Großteil seines Umsatzes über digitale Werbekanäle.

Die Herausforderungen:

Die Einschränkung von Third-Party-Cookies führte bei SHKBadshop zu **weniger und ungenaueren Daten**. Weiterhin zeigt der hohe **„Direct“-Traffic-Anteil** in GA4 zeigte, dass Nutzer nicht mehr korrekt zugeordnet wurden. Sowohl der Datenverlust als auch die steigende Ungenauigkeit mit herkömmlichen Trackinglösungen bewirken, dass **die Werbealgorithmen immer weniger effektiv arbeiten können**. Eine Lösung war nötig, um **Quantität und Qualität der Tracking-Daten** zu verbessern.

Die Herangehensweise:

SHKBadshop implementierte WSST (Web Server Side Tracking), um verlorene Daten zurückzugewinnen und die Qualität der Tracking-Daten zu verbessern.

- **WSST als Conversion-Quelle** für präzisere Daten als Google Ads Tracking
- **Optimierung von GA4**, um Traffic genauer zuzuordnen
- **Reduzierung des „Direct“-Anteils**, um Werbebudgets gezielter einzusetzen

Die Ergebnisse:

Dank WSST erhielt SHKBadshop **präzisere Daten und bessere Nutzerzuordnungen**. Die Kampagnen wurden effizienter, die Werbekosten optimal genutzt und die Conversion-Rate gesteigert. Insgesamt **verbesserte sich die Rentabilität des Marketings** spürbar.

Vergleich Google Ads Daten vs. WSST (Januar 2025):

-19 %

„Direct Anteil“ (bessere Zuteilung)

+12 %

Conversions

-10 %

Cost per Conversions

+7 %

ROAS mit WSST

