

Vom nativen Tracking zur flexiblen Datensammlung mit dem Tag Management System Tealium iQ



Ein Kunde von FELDM, die in Bonn ansässige Postbank, wünschte sich mehr Flexibilität beim Implementieren von Tracking-Modifikationen und Marketing-Tags. Unter anderem, weil Letztere oft erst kurz vor dem Start einer Kampagne verfügbar sind. Infolgedessen konnten die Marketing-Tags aufgrund von Release-Zyklen oder Sprints der Implementierungsagenturen nicht rechtzeitig implementiert werden. Zudem muss die Postbank schnell auf Änderungen bei den Datenschutz-Anforderungen reagieren können. Da das gewünschte Maß an Flexibilität mit einer nativen Implementierung und in Abhängigkeit von Release-Zyklen nicht zu erreichen war, entschied die Postbank sich für eine Implementierung mit Tag Management System (TMS).

Für das Projekt wurden drei Ziele definiert:

- Mehr Flexibilität bei der Tag-Integration
- Unabhängigkeit von Release-Zyklen
- Kosteneinsparungen bei Entwickler-Ressourcen



Die Postbank beauftragte FELDM mit der Umstellung vom nativen Tracking (Tracking Tool: Webtrekk) auf ein Tracking mit Data Layer und TMS (Tealium iQ). Außerdem sollten wir das Tracking auf den neuesten Stand der Technik bringen.

Wir führten einen Workshop mit der Postbank durch, um alle Anforderungen für ein Tracking-Konzept zu erheben (Definition des Data Layers) und fanden eine Lösung, um das Tracking über viele verschiedene CMS-Lösungen und Implementierungsagenturen hinweg konsistent umzusetzen. Nach Implementierung des Data Layers testeten wir diesen und konfigurierten das Tracking. Es folgte ein Servercall Testing sowie eine Datvalidierung, um die Qualität der Daten sicherzustellen. Danach begannen wir mit der Migration von nativ implementierten Marketing-Tags in das TMS.

Flexibles Tag Management dank Tealium iQ

Mit der neuen Tracking-Lösung ist die Postbank nun deutlich flexibler beim Implementieren von Tracking und Third Party Tags. Für Änderungen ist kein Entwickler*innen-Support mehr nötig, daher sind langfristige Kosteneinsparungen zu erwarten. Zudem können Marketing-Tags oder spezielle Tracking-Anforderungen jederzeit (de)aktiviert werden, da die Abhängigkeit von Release-Zyklen entfällt. Das optimierte Tracking bedeutet für die Datenanalysen der Postbank nun mehr Granularität beispielsweise beim Klick- oder Formular-Tracking.
