CASE STUDY

tractionwise
The Data Architects.

Von Tracking, Zahlen und Reporting zur Produkt- und Marketing-Beschleunigung

Wie SELLWERK mit tractionwise & Piwik PRO von „nur Zahlen“ zu fundierten Entscheidungsvorlagen kam.

SELLWERK

BRANCHE
Medien / Digitale Plattform

TECHNOLOGIE
Piwik PRO, AWS

LEISTUNG
Data & BI Architektur

Ausgangslage

SELLWERK wollte verstehen, wie Nutzer:innen die Plattform sellwerk.de verwenden – und warum sie an bestimmten Stellen abspringen, Passwörter zurücksetzen oder sich nicht registrieren. Klassische Webanalytics lieferten Metriken, aber keinen Kontext. Datenschutz & Datenhoheit (DE/EU, DSGVO) waren dabei nicht verhandelbar.

KONSEQUENZEN VOR PROJEKTSTART

- Funnel-Zahlen ohne belastbare Ursacheninterpretation
- Hoher Abstimmungsaufwand zwischen Produkt, Marketing, Recruiting
- Sensible Daten – strikte Compliance-Vorgaben

Zielsetzung

DOPPELTER SWEET SPOT

1. **Quantitativ:** belastbare Nutzungsdaten, saubere Funnels, kanalübergreifende Attribution.
2. **Qualitativ:** systematisch erfasste Gründe (Motive, Barrieren, Verständnisprobleme) – direkt an Events gekoppelt.

KONKRET

- Registrierungen steigern, Abbrüche & Passwort-Resets senken
- Entscheidungen fundieren – mit Datenschutz „by design“
- Marketing & Recruiting Journeys gemeinsam messen und optimieren

Lösung & Vorgehen

1 — DISCOVERY & SCOPE
Journeys für Produkt, Marketing, Recruiting; Hypothesen & Qualitativ-Fragen je Funnel-Stufe.

2 — CONCEPTUAL MODEL
Zentrale Entitäten & Events entlang der Journeys, plus Reason Codes und Quellen-Mapping.

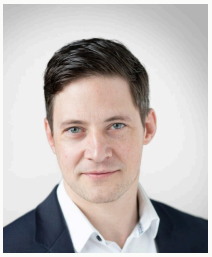
3 — LOGICAL MODEL
KPI-Katalog, definierte Körnung/Filter, Diagnose-Attribute je KPI (Quali-Tags, NPS-Verbatims, kurze „Warum-Prompts“).

4 — UNIQUE LAYER
„Insights Map“: strukturierte Verknüpfung aus Analytics-Signalen und Nutzerstimmen – alles event-nah gespeichert und auswertbar.

5 — PHYSICAL MODEL
Piwik PRO und AWS Cognito für die quantitative Spur, Hotjar für die qualitative – zusammengeführt im BI-Dashboarding.

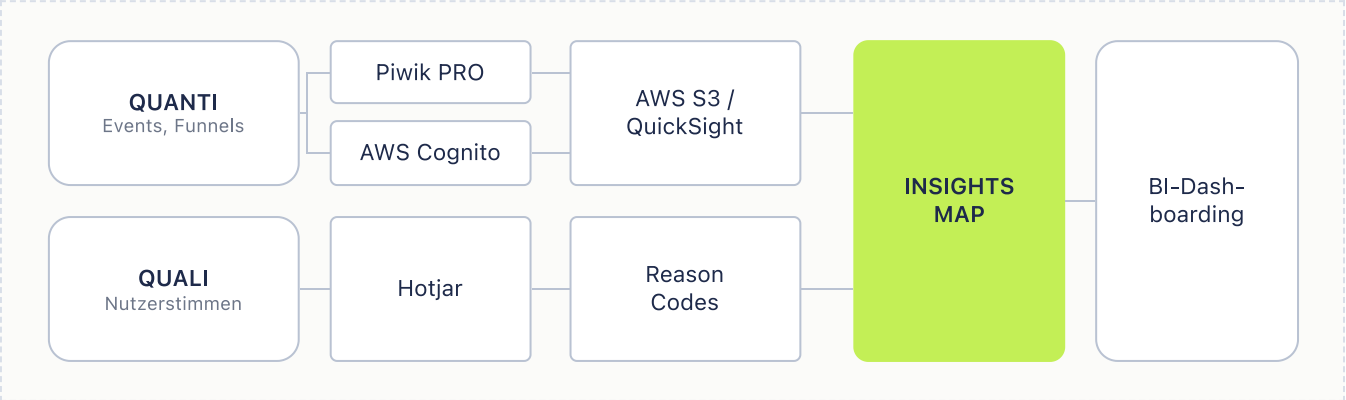
„Uns fehlte die Verknüpfung zwischen Ereignissen und Gründen. Wir sahen, was passiert – aber nicht, warum.“

Tobias Mulack
Business Owner sellwerk.de, SELLWERK GmbH & Co. KG



Physisches Modell

Zwei Spuren, ein Zielbild: quantitativ über Piwik PRO und AWS Cognito, zusammengeführt in AWS S3 / QuickSight, qualitativ über Hotjar. Beide laufen in der Insights Map zusammen und münden ins BI-Dashboarding – datenschutzkonform mit Hosting in DE/EU.



> *„Das BI-Dashboarding ist in diesem Case ‚nur' das Monitoren der Insights. Der Unterschied liegt in den Reason Codes neben den Metriken – das macht Folge-Maßnahmen eindeutig."*
>
> **André Wehr** · Managing Partner, tractionwise GmbH

Ergebnis & Mehrwert

SELLWERK verfügt heute über **eine konsistente Sicht** auf Produkt- & Marketing-Journeys – **inkl. Gründen** für Verhalten. Entscheidungen basieren nicht mehr nur auf „Zahlen", sondern auf **Zahlen mit Kontext**.

+12 %
Conversion auf Landingpages

+78 %
Geschwindigkeit von Insight bis Folge-Maßnahme

Volle
Datenhoheit
Hosting auf DE- und EU-Servern, DSGVO-konform

ZUSÄTZLICHER NUTZEN AUS QUALI + QUANTI

- Weniger Diskussionsschleifen zwischen Teams (gemeinsames KPI- & Reason-Vokabular)
- Messbarer Impact pro Änderung (A/B-Tests mit hinterlegten **Warum-Tags**)

FAZIT & AUSBLICK

Der Quali+Quanti-Ansatz ermöglicht, Produktentwicklung nutzerzentriert zu steuern und Marketing-Invests zielgerichtet einzusetzen – ohne Kompromisse bei Datenschutz und Datenhoheit.

Lernen wir uns in einem Call kennen.

Wir zeigen Ihnen in 30 Minuten, wo in Ihrer Datenlandschaft der größte Hebel liegt – unverbindlich und konkret.

welcome@tractionwise.com
+49 (0)911 / 31109718
tractionwise.com