

PIWIK **PRO**

Swile

**Wie Swile seine Conversion-
-Raten und User Journeys mit
der Piwik PRO Analytics Suite
besser versteht**



[Swile](#) ist ein führender französischer Anbieter von Mitarbeiter-Benefits, darunter Essens- und Geschenkgutscheine sowie Dienstleistungen für Geschäftsreisen. Mit Standorten in Frankreich und Brasilien verbessert das Unternehmen das Mitarbeitererlebnis von der Hotelbuchung bis zur Autovermietung. Swile beschäftigt fast 1.000 Mitarbeiter, darunter ein spezialisiertes Team für Analysen und Webentwicklung.

Die Suche nach einer DSGVO-konformen und benutzerfreundlichen Analytics-Plattform

Swile nutzte bislang Google Universal Analytics (UA). Die unvermeidliche Umstellung auf das weniger intuitive Google Analytics 4 (GA4) rief Bedenken hervor. Das Team suchte eine Alternative, die DSGVO- und CNIL-konform ist, eine niedrige Lernkurve hat und schnelle Antworten auf relevante Fragen liefert.

Eine externe Agentur analysierte Swiles Tech-Stack und empfahl drei Lösungen: GA4, Piwik PRO und AT Internet (jetzt Piano Analytics). Datenschutz hatte für Swile oberste Priorität, gefolgt von Produktfunktionen und Kosten.

Swile entschied sich für Piwik PRO aufgrund der DSGVO-Compliance und der nahtlosen Integrationsoptionen. Die benutzerfreundliche Oberfläche ermöglichte einen einfachen Übergang von der bisherigen Analytics-Plattform.

The Swile logo is displayed in a large, bold, black, lowercase sans-serif font against a light gray background.

Industrie: Mitarbeiterangebote

Standorte: Frankreich und Brasilien

Highlights:

- DSGVO- und CNIL-konformes Tracking, selbst für Nutzer, die Cookies ablehnen.
- Reibungslose Integrationen mit Google Ads, Google Tag Manager und Looker Studio. Effiziente Gestaltung von Arbeitsabläufen.
- Präzise Nutzersegmentierung, die das Conversion-Tracking verbessert.
- Optimierung der User-Experience und datengestützten Entscheidungsfindung durch fortschrittliche Analysen.

“Ich war sehr zufrieden mit dem, was Piwik PRO in Bezug auf Datenschutz-Compliance bietet, und mit der Benutzeroberfläche, die ähnlich, aber besser als Universal Analytics ist. Wir brauchten eine Plattform, die mit Google-Tools kompatibel ist, insbesondere mit Google Ads und Google Tag Manager. Das waren die Hauptgründe, warum wir uns für Piwik PRO entschieden haben.”



Jérôme Collomb

Leiter der digitalen Strategie bei Swile

Nahtlose Integration und exzellenter Support

Die Implementierung von Piwik PRO verlief effizient und problemlos. Swile profitierte von reaktionsschnellem, fachkundigem Support und einer aktiven Community-Plattform, die den Wissensaustausch zwischen Nutzern erleichtert.

“Das Community-Forum von Piwik PRO war besonders hilfreich. Unser Account Manager bot exzellenten Support und technisches Fachwissen. Der gesamte Implementierungsprozess verlief reibungslos und war eine wirklich gute Erfahrung.”



Jérôme Collomb

Leiter der digitalen Strategie bei Swile

Swile legte Wert auf eine Analytics-Plattform, die:

- DSGVO- und CNIL-Vorgaben einhält
- einfach zu konfigurieren ist, auch für nicht technische Teams
- Integrationen mit bestehenden Tools bietet.

Piwik PRO erfüllte diese Kriterien und stellte sicher, dass das Unternehmen die gesetzlichen Anforderungen erfüllte, ohne wertvolle Dateneinblicke zu verlieren. Dies wurde durch Funktionen wie anonymes Tracking gewährleistet, das aktiviert wird, wenn Besucher ihre Einwilligung zur Datenerfassung verweigern. Piwik PRO bot auch Integrationen mit:

- **Google Ads und Google Tag Manager (GTM)** – für effizientes Kampagnen-Tracking mit exakter Messung von Anzeigenleistung und Nutzerinteraktionen. Swile setzte bestehende Arbeitsabläufe ohne Unterbrechung fort.
- **Looker Studio** - Das Marketingteam erstellte umfassende visuelle Dashboards zur besseren Analyse von Nutzerverhalten und Kampagnenerfolgen.

Effektivere Marketingkampagnen

Swile wollte in erster Linie Standard-Webanalyse-Metriken wie Sitzungen, Nutzerzahlen, Absprungraten und Conversion-Raten messen. Besonders wichtig war das anonyme Tracking, um auch ohne Cookie-Einwilligung präzise Analysen durchzuführen. So konnte das Team seinen Erkenntnissen vertrauen und entsprechend handeln.

“Piwik PRO ermöglicht es uns, alles bis zur MQL-Phase abzudecken. Wir berichten über Traffic-Metriken wie Sitzungen, Nutzer oder Absprungraten, aber auch über Conversions, Akquisitionen und wie viele Besucher zu Leads werden oder Formulare ausfüllen.”



Jérôme Collomb

Leiter der digitalen Strategie bei Swile

Durch detaillierte Analysen gewann Swile tiefere Einblicke in das Nutzerverhalten. Insbesondere ging es dabei um die Interaktionen der Nutzer auf der Website. Dies half Swile, problematische Bereiche zu ermitteln und das Nutzererlebnis zu optimieren.

“Seit der Einführung von Piwik PRO sind wir in der Lage, Conversions präzise zu tracken. Wir haben länder-spezifische Dashboards mit unterschiedlichen Zielgruppen-Segmenten erstellt. Jedes Team überwacht seine Performance eigenständig. Durch die Platzierung von Ereignissen auf unseren wichtigsten CTAs fanden wir heraus, dass über 70% der Homepage-Besucher Kunden waren, die sich in ihr Dashboard einloggen wollten, um ihr Restguthaben zu überprüfen. Seitdem haben wir den Trichter optimiert, um es einfacher zu machen.”



Jérôme Collomb

Leiter der digitalen Strategie bei Swile

Zusätzlich integrierte Swile Google Search Console für detaillierte Berichte zum organischen Traffic. Sie tracken Nutzerzahlen aus spezifischen Kanälen und deren Interaktion mit dem Vertriebsteam, um das Conversion-Tracking zu verbessern.

Swile trackt Formularübermittlungen mit Piwik PRO, indem sie Datenschicht-Ereignisse über Google Tag Manager verwenden und diese Daten an Piwik PRO senden. Zukünftig plant das Team, Tests mit Formularen durchzuführen, um die Conversion-Rate weiter zu optimieren.

Piwik PRO ermöglichte es Swile, Nutzer genau in Kunden und Interessenten zu segmentieren. Rund 75 % der Website-Besucher sind bestehende Kunden, die sich einloggen, um auf ihre Dashboards zuzugreifen. Die Herausforderung bestand darin, zwischen Kundenaktivitäten und dem Verhalten potenzieller Neukunden zu unterscheiden. Durch Event-Tracking und präzise Segmentierung konnte Swile Conversion-Raten gezielt analysieren und Einblicke in die User-Journey gewinnen.

Swile vertiefte das Verständnis für seine Kunden mit Piwik PRO

Der Einsatz von Piwik PRO erwies sich für Swile als strategisch kluger Schritt. Die Plattform erfüllt die Anforderungen an Datenschutz, Benutzerfreundlichkeit und detaillierte Analysen.

“Ich freue mich darauf, mit dem Team von Piwik PRO an ihrem Cookie-Consent-Banner zu arbeiten. Unser aktuelles Consent-Tool entspricht nicht unseren Erwartungen. Da wir mit Piwik PRO sehr zufrieden sind, möchten wir ihre CMP-Lösung bald testen!”



Jérôme Collomb

Leiter der digitalen Strategie bei Swile

Piwik PRO hat die datengetriebenen Entscheidungsprozesse und die allgemeine Marketingeffektivität von Swile erheblich verbessert, indem es Datenschutzbedenken ausräumt und robusten Support bietet. Die nahtlose Integration erhöhte die Datengenauigkeit und das Vertrauen in gewonnene Erkenntnisse deutlich.