



Performance-Boost im Online-Marketing

Die Welt wird zunehmend vernetzter und funktioniert datengesteuert. Viele Unternehmen gehören mittlerweile einer Kategorie an, die als datengetrieben bezeichnet wird – Tendenz steigend. Diese nutzen nicht nur Daten, sondern ihr gesamtes Kerngeschäft basiert auf der Analyse und Auswertung von Daten. So auch die netzeffekt GmbH – eine 2012 gegründete Performance Marketing-Agentur der Jung von Matt Gruppe. Ziel des Unternehmens ist es, ihren Kunden durch den Einsatz relevanter Disziplinen im Performancemarketing wie SEA, SEO, Affiliate Marketing und Performance Display Advertising nachweisbar und transparent zu neuen Interessenten und Kunden zu verhelfen. Seit Anfang 2016 setzt netzeffekt bei ihren Datenanalysen auf EXASOL und stellt somit sicher, dass die Datenbank nicht zum Flaschenhals für den Geschäftserfolg wird.

Jede Online-Marketing-Maßnahme ist nur so gut wie das messbare Ergebnis, das sie erzielt. Was zählt, ist Ihr Return on Investment. netzeffekt setzt daher auf einen Mix aus Kanälen und Aktionen – passgenau auf den Kunden zugeschnitten. User Journey Tracking, Attribution Modelling, AdServer, Dynamische Landingpages oder Landingpage Optimizer sind nur einige Techniken, die netzeffekt ihren Kunden für eine erfolgreiche Conversion-Strategie bietet. Dass hier aber enorm viele Daten aus den unterschiedlichsten Quellen anfallen, ist eine logische Konsequenz. Die Kunden von netzeffekt sind vorwiegend Banken- und Versicherungsunternehmen, die Tableau-Auswertungen und Management-Reportings benötigen. Doch das zunehmende Datenwachstum durch Trackingdaten aus dem hauseigenen Trackingsystem nfxTrack, sowie

die steigende Zahl der Daten aus Tool-APIs (z.B. Facebook, Youtube usw.) bzw. Kundendatenbanken, brachte das Unternehmen an einen Punkt, der viel mehr Analysemöglichkeiten erforderte und erheblich mehr Aufwand bedeutete. Die Abfragen in der bislang eingesetzten Datenbank-Umgebung dauerten zu lange oder waren im geforderten Umfang nicht mehr möglich. Hinzu kam die Herausforderung mit Tableau, dass Extrakte nicht zuverlässig verarbeitet wurden. „Wir wollten keine weiteren Einschränkungen unserer Möglichkeiten durch mangelnde Datenbank-Performance hinnehmen“, sagt Florian Sänger, Technical Director der netzeffekt GmbH. Das Unternehmen suchte nach einer Lösung, welche die Frontend-Visualisierung von Tableau weiterhin unterstützt, die Möglichkeit aber gegeben war, ein neues performantes Grundgerüst darunter aufzubauen.

In sechs Wochen zu einer produktiven Lösung

netzeffekt testete die In-Memory Datenbank von EXASOL im Rahmen der Free Small Business Edition. Neben schnellen Abfragen bei Aggregate Functions, Performance Grouping bzw. Möglichkeiten zur Kettenauswertungen war es netzeffekt wichtig, dass die neue Lösung auch eine integrierte Scripting-Engine sowie performantes Bulkloading unterstützte. Und die In-Memory Lösung von EXASOL punktete: Zum einen mit deutlichen Geschwindigkeitsvorteilen gegenüber dem bisherigen, fünfmal größeren Datenbank-Cluster. Zum anderen war das Team um Sänger von den Abfragemöglichkeiten und der Skalierbarkeit der Lösung beeindruckt. Ein Fakt, der sich heute bereits auszahlt: Mit einem Server gestartet, plant die Performanceagentur für 2017 bereits den Umzug auf ein 2+1 Cluster. Das Datenvolumen, so schätzt Sänger, steigt von aktuell 200 GB Rohdaten auf 500 GB an, was ca. 1 Milliarde Datensätzen entspricht. „Uns überzeugten die Faktoren Geschwindigkeit, Clusterfähigkeit, das R-Plugin und die wirklich guten Use Cases, die EXASOL aufweisen kann“, sagt Sänger. Installation, Inbetriebnahme und Beladung der Daten von netzeffekt erfolgten in extrem kurzer Zeit und mit minimalem Consulting-Aufwand. Nach nur wenigen Trainingstagen konnte das Team von netzeffekt selbständig mit der neuen Datenbank umgehen. „Uns war der deutsche Support sehr wichtig“, so Sänger weiter. „Im Gegensatz zu Marktbegleitern wie beispielsweise Amazon Redshift, werden bei EXASOL Supportanfragen innerhalb von 24 Stunden gelöst. Außerdem standen wir im engen und konstruktiven Austausch mit dem Vertrieb. Vom ersten Test bis zum produktiven Einsatz dauerte es nur sechs Wochen.“

BI-Analysen als fester Bestandteil der Angebotspalette

Die neue Technologie setzt netzeffekt vorwiegend für drei Bereiche ein: im hauseigenen Affiliate-Netzwerk „FinanceQuality“, im Multichannel-Trackingsystem nfxTrack sowie für ausführliche BI-Auswertungen über Tableau Server wie z.B. Attribution Modelling, User Journey Auswertungen und zur Darstellung von Kanalinteraktionen. Ein Mehrwert für das Unternehmen ergibt sich zum einen darin, dass die BI-

Analyse – neben SEO, SEA oder Realtime Advertising – zum festen Bestandteil der Angebotspalette von netzeffekt geworden ist. Zum anderen kann die Kampagnenmessung von netzeffekt detaillierter erfolgen, da mittlerweile sämtliche Auswertungen auf Basis von sehr großen Datenmengen stattfinden.

„netzeffekt hat den Analyseturbo gezündet“, sagt Sänger abschließend. „Dank EXASOL sind nun komplexeste Aufgabenstellungen nahezu in Echtzeit lösbar. Auch die Integration mit Tableau ist super, da man einfach per Klick die neue Datenquelle EXASOL im Tableau Frontend auswählen kann.“

Neuen Ideen und Möglichkeiten sind somit keine Grenzen gesetzt. So freut sich die Performance-Agentur bereits auf weitere Features der EXASOL V6, wie der Connectivity per JSON und der Aufbau von Logical Data-Warehouses mittels EXASOL Virtual Schemas.



„netzeffekt hat den Analyseturbo gezündet. Dank EXASOL sind nun komplexeste Aufgabenstellungen nahezu in Echtzeit lösbar. Auch die Integration mit Tableau ist super, da man einfach per Klick die neue Datenquelle EXASOL im Tableau Frontend auswählen kann.“

Florian Sänger, Technical Director der netzeffekt GmbH