

Webtrekk gewinnt Tchibo als neuen Großkunden

Berlin, 13.09.2010

Der Berliner Webanalyse-Anbieter Webtrekk (www.webtrekk.com) verkündet den Gewinn seines neuen Großkunden Tchibo: dieser wird bei der Optimierung seines komplexen Online-Angebots www.tchibo.de zukünftig die Webanalyse-Software Webtrekk Q3 einsetzen. Die umfangreichen Analysen des Webshops dienen vor allem der Verbesserung von Usability und Angebot im Sinne der Conversion-Optimierung sowie der Auswertung der vielfältigen Tchibo Kampagnen.

Professionelles Tracking für ein komplexes Webangebot

Tchibo.de gehört heute mit etwa fünf Millionen Besuchern im Monat zu den fünf beliebtesten Online-Shops der Deutschen und wird bereits seit 1997 als Vertriebsweg genutzt. Auf mehreren separaten Unterseiten bietet Tchibo neben Kaffee und Gebrauchsartikeln auch so unterschiedliche Produkte wie Reisen, Mobilfunk und Blumen.

Die Zusammenarbeit mit Webtrekk begann mit einer umfangreichen Projektierungsphase, in der Webtrekk seine Erfahrungen und Entwicklungsstärken einbringen konnte. Nach dem erfolgreichen Tracking des Schweizer Shops tchibo.ch wird Tchibo jetzt auch die Analyse seines deutschen Online-Auftritts kontinuierlich mit Webtrekk Q3 ausbauen.

Christian Sauer, CEO von Webtrekk, über die Anforderungskriterien des Kunden: „Für Tchibo war es von größter Wichtigkeit in puncto Datensicherheit keinerlei Kompromisse einzugehen. Bei dem umfangreichen Online-Angebot und dem enormen Traffic auf den Seiten von Tchibo musste die passende Tracking-Lösung darüber hinaus extrem leistungsstark und skalierbar sein.“

Kein Risiko bei der Datensicherheit

Alle Server des Berliner Anbieters befinden sich in Deutschland und die Software Webtrekk Q3 erfüllt sämtliche Richtlinien des deutschen Datenschutzes, was Anfang dieses Jahres durch eine entsprechende Zertifizierung des TÜV Saarland offiziell bestätigt wurde.

Extrem vielseitig und flexibel

Webtrekks Echtzeitanalyse auf Rohdatenbasis bietet auf dem Markt einzigartige Möglichkeiten: Neben beliebigen Verknüpfungen, Filterungen und Segmentierungen bestehen zahlreiche Schnittstellen zu externen Systemen wie etwa Newsletter-Tools, SEO- und Social-Media-Analysen. Tchibo nutzt das leistungsstarke Analyse-Tool zudem für sein umfangreiches Kampagnen-Controlling und wertet dafür beispielsweise Adwords und Bannerwerbung aus.

Über Webtrekk

Die Berliner Webtrekk GmbH ist ein führender High-Quality-Anbieter für Webanalyse mit Fokussierung auf das Thema Online-Marketing und Konversionsratenverbesserung. Mit "Webtrekk Q3" bietet Webtrekk seinen Kunden als erster und einziger deutscher Anbieter Berechnungen auf Grundlage von Rohdaten an, die auch rückwirkende Berechnungen von beliebigen Segmenten ohne Performanceeinbußen gestatten. Im Januar 2010 erhielt Webtrekk Q3 das offizielle Zertifikat für „Geprüften Datenschutz“ des TÜV Saarland, der die Datenschutzkonformität und Sicherheit der Software bestätigt.

Zum Kundenstamm des Unternehmens zählen u.a. BILD.de, Esprit, KfW Bankengruppe, DIE ZEIT, Bundesliga, Stiftung Warentest, HUGO BOSS, Allianz, Map24, MEDION und Hubert Burda Media. Derzeit beschäftigt die Webtrekk GmbH über 35 Mitarbeiter, die die Angebote des Unternehmens ständig inhouse weiterentwickeln und verbessern.

Weitere Informationen unter: <http://www.webtrekk.com>

Pressekontakt:

Eric Eitel
Agentur Frische Fische
Tel.: +49 (0)30 629 011 72
E-Mail: eric.eitel@frische-fische.com

Unternehmenskontakt:

Robert Kurth
Webtrekk GmbH
Tel.: +49(0)30 755 415 0
E-Mail: robert.kurth@webtrekk.com