



Summer Update di Mapp Cloud: geofencing, nuove integrazioni e miglioramenti della marketing stack di Insight-Led Customer Engagement di Mapp

Targeting geolocalizzato per le mobile push, integrazione con la DSP di Amazon e un nuovo connettore con Segment sono alcuni dei 17 update.

Milano, 4 agosto 2020 – [Mapp](#) ha rilasciato oggi 17 nuovi aggiornamenti di Mapp Cloud in occasione del Summer Update della propria piattaforma di Insight-Led Customer Engagement. Si tratta di un pacchetto di numerose novità, fra integrazioni aggiuntive, nuovi connettori e funzionalità immediatamente disponibili.

Le varie ottimizzazioni andranno ad aumentare l'efficienza di marketing analytics, customer intelligence e delle campagne di cross-channel marketing avviate tramite Mapp Cloud.

Enfasi speciale è stata data al mobile, con il geofencing come contributor d'eccezione, che consentirà a tutti i brand di invitare i clienti che si trovano nei pressi dei propri store fisici a entrare in negozio tramite le mobile push. Grande importanza è stata data anche alle integrazioni con sistemi di terze parti, dalla DSP di Amazon fino al nuovo connettore con Segment.

Michael Diestelberg, VP Product & Marketing di Mapp, ha così commentato: "Ora più che mai, il marketing digitale si concentra sul mantenere l'efficienza dei costi. Per i team di marketing sono indispensabili gli insight basati sui dati per l'attivazione di campagne personalizzate sui consumatori finali. Sono orgoglioso di presentare questo Summer Update, progettato per aumentare il ROI delle campagne di marketing arricchite da customer insight di valore. Stiamo offrendo un mix di nuove funzionalità che riflettono gli ultimi sviluppi del mercato e le esigenze dei nostri clienti".

Le novità includono:

Geofencing per le mobile push

L'aggiornamento estivo ha introdotto l'opportunità di utilizzare il geofencing per inviare notifiche push sui dispositivi mobile dei clienti che si trovano nei pressi di specifiche aree geografiche, per incentivare la visita degli store nelle vicinanze e per informarli di offerte, promo e bonus personalizzati in tempo reale.

A/B test dei flussi di marketing automation

Un altro importante aggiornamento riguarda gli A/B test di numerosi workflow di marketing automation per testare diverse varianti di messaggio nei processi di marketing automatizzati, in modo che i marketer possano optare sempre per i messaggi e flussi che meglio raggiungono i propri obiettivi.



Integrazione con la DSP di Amazon

La Data Management Platform di Mapp - Mapp Acquire - è ora in grado di integrarsi con **Amazon DSP** per consentire l'acquisto in programmatic di annunci display e video.

Segmentazione delle audience sempre più granulare

Il **Segmentation Builder** di Mapp Engage, la piattaforma di marketing execution multicanale della stack, consente la selezione di gruppi target destinatari delle diverse campagne. Con l'aggiornamento estivo è stato reso ancor più user-friendly, grazie a maggiori funzioni di ricerca e numerosi filtri aggiuntivi per creare gruppi di destinatari sempre più specifici per ogni campagna.

Dashboard di campagna

Le dashboard delle campagne sono accessibili più facilmente grazie al login automatico da Mapp Engage: una volta effettuato l'accesso a Engage si accede automaticamente anche a Mapp Intelligence. L'accuratezza dei dati sulle due piattaforme è stata migliorata, con un matching preciso fra le statistiche condivise.

Smart Alert Library

Gli Smart Alerts di Mapp sono notifiche automatiche che informano i marketer circa possibili anomalie dei flussi di dati relativi alla navigazione dei loro siti web e app e vengono preimpostati in fase di setup di Mapp Intelligence, la piattaforma di analytics e insight basati sull'intelligenza artificiale. Con la nuova **Smart Alert Library**, Mapp fornisce modelli preconfigurati di Smart Alerts per gli avvisi utilizzati di frequente, insieme a spiegazioni utili per analizzare le cause di tali anomalie.

System usage dashboard

Con il recente aggiornamento gli utenti di Mapp Cloud possono esaminare e verificare l'utilizzo del proprio sistema per assicurarsi che non vengano superate le quote dei volumi d'invio concordati.

URL shortener per SMS e anteprima email in modalità scura

I team marketing saranno in grado di sfruttare alcune nuove funzionalità che velocizzano la creazione e l'invio di campagne multicanale. Ad esempio, Mapp Engage ora include una funzione nativa per abbreviare le URL da inserire negli SMS. Gli utenti possono attivarlo con un solo click, senza dover accedere a un URL shortener esterno e possono quindi utilizzare un maggior numero di caratteri per arricchire i propri messaggi.

La modalità di visualizzazione scura che protegge gli occhi è sempre più popolare tra i consumatori ma rappresenta una sfida progettuale per i marketer, perché devono adattare le loro comunicazioni di conseguenza. Con Mapp Engage, ora si può vedere l'anteprima delle email in modalità scura su Windows, Mac e iPhone.

App Crash Tracking

L'Android SDK appositamente sviluppato da Mapp consente di monitorare gli arresti anomali delle app tramite Mapp Intelligence. Con la nuova funzionalità di App Crash Tracking sarà possibile scoprire la causa degli arresti anomali al fine di migliorare le prestazioni delle app a



lungo termine.

Nuove integrazioni

Mapp Cloud ha migliorato le sue capacità di interfacciarsi con sistemi di terze parti e con il Summer Update ha rilasciato **il nuovo connettore Segment**. Ora i profili utente potranno essere scambiati tra i due sistemi tramite un'interfaccia API standardizzata e sincronizzati automaticamente.

Inoltre, Mapp Engage supporta le soluzioni di archiviazione in cloud **Amazon S3 e Google Cloud**. L'importazione e l'esportazione sicure dei dati tra Mapp e le due soluzioni avvengono tramite Credential Store.

Infine, Mapp Intelligence supporta un **migliorato monitoraggio dei prodotti sui siti eCommerce dinamici** e applicazioni a pagina singola. Tutte le interazioni con i prodotti, come l'aggiunta di un articolo al carrello, possono ora essere monitorate utilizzando gli eventi anziché richiedere una chiamata alla pagina. Inoltre, Mapp ha introdotto un'architettura completamente nuova per offrire maggiore stabilità e coerenza durante l'esportazione di analisi e dashboard su Mapp Intelligence.

Informazioni su Mapp Digital

Marketer e data specialist dovrebbero potersi occupare di ciò che fa la differenza per il loro business invece di passare il tempo a lottare contro la tecnologia di cui fanno uso. Con la piattaforma di customer engagement Mapp Cloud basata sugli insight possono focalizzarsi sulle cose importanti ed entusiasmanti del proprio lavoro. Grazie alla customer intelligence e ai marketing analytics le imprese possono accedere facilmente a customer insight derivanti dall'analisi dei dati attraverso tutti i canali per avviare attività di marketing altamente personalizzate. I clienti possono beneficiare di modelli di previsione supportati dall'Intelligenza Artificiale per sviluppare campagne cross-canale mirate e che si ottimizzano automaticamente. Si possono inviare messaggi automatizzati attraverso i canali di marketing più adatti, ottimizzando la frequenza di contatto. Grazie ad una personalizzazione sempre più elevata si può ottenere il più alto livello di engagement e la fidelizzazione del cliente a lungo termine.

Mapp ha uffici in sei Paesi. Con la sua piattaforma di marketing digitale assiste più di 3.000 aziende nel mondo a riscoprire opportunità mancate rendendosi più visibili rispetto ai competitor. Fra i clienti di Mapp spiccano Xerox, PepsiCo, LG, Qantas, Infinity e Lloyds Banking Group.

Contatti stampa:

Agenzia di PR: Martinengo & Partners Communication

Cinzia Martinengo

02 4953 6650

cinzia.martinengo@martinengocommunication.com

www.martinengocommunication.com

Contatti Mapp:



Giorgia Bellato – Field Marketing Manager
02 3087 620
www.mapp.com/it