



Erste Integrationsphase zwischen Webtrekk und Mapp gestartet – Kunden profitieren von attraktiven Angeboten

San Diego/Berlin, 2. Juli 2019 – Kurz nach Bekanntgabe der Webtrekk-Übernahme durch Mapp hat die erste Integrationsphase der Customer Intelligence- und Marketing Analytics-Software von Webtrekk in die Digital Marketing Cloud von Mapp begonnen. Marketers und Datenspezialisten profitieren von einem attraktiven, gebündelten Angebot, das eine sichere, kostengünstigere und leistungsstärkere Alternative zu herkömmlichen Marketing Clouds bietet.

Unter der Devise „The fastest time from Aha! To Clicks“ verbinden Mapp und Webtrekk Customer Intelligence und Cross-Channel-Marketing nahtlos miteinander. Kunden können dadurch einfach und effektiv Insights aus Daten gewinnen – und Marketing-Aktionen durch Insights anstoßen. Die künftige Produktentwicklung ist darauf ausgelegt, die Datenkompetenz von Webtrekk zur Kerntechnologie von Mapp zu machen. Kunden werden von dem Wert der Daten an sich profitieren, indem durch KI-gestützte Prognosemodelle zielgenaue und selbstoptimierende Cross-Channel-Kampagnen möglich werden. Für eine erfolgreiche Eins-zu-Eins-Personalisierung werden u. a. individuelle Nutzerabsichten sowie der jeweilige Kontext berücksichtigt. Hierbei lassen sich maßgeschneiderte Botschaften im idealen Marketing-Kanal, zum passenden Zeitpunkt und in der optimalen Kontaktfrequenz automatisiert platzieren.

Das Angebot richtet sich an Mittelständler und Unternehmen aus dem Enterprise- und Agentur-Segment. Größere Unternehmen und Konzerne profitieren von einem höheren Return on Investment und einer deutlich schnelleren Wertschöpfung, ohne Lock-in-Effekte zu riskieren. Cross-Channel-erfahrende Unternehmen können mit Mapp und Webtrekk deutlich einfacher und effektiver agieren. Unternehmen, die erstmals auf eine integrierte Cross-Channel-Strategie setzen, sichern sich nicht zuletzt eine höhere Kosteneffizienz, zentral gebündelte Daten und bauen dadurch Datensilos ab. Alle Kunden profitieren von umfassenden Analyse- und Personalisierungsmöglichkeiten auf Basis einheitlicher Kundenprofile sowie von branchenspezifischen Funktionalitäten. Das integrierte Angebot ist besonders interessant für Unternehmen aus den Branchen E-Commerce/Retail, Finance und Publishing.

Ab sofort laden Mapp und Webtrekk Unternehmen mit interessanten Rabatten und inkludierten Service-Leistungen dazu ein, die Vorteile des ganzheitlichen Produkt-Portfolios auszuschöpfen. Schrittweise werden sich Mapp und Webtrekk weiter integrieren und das gemeinsame Angebot, um innovative und smarte Lösungen erweitern.



Steve Warren, CEO von Mapp erläutert: „Das kombinierte Angebot aus Mapp und Webtrekk bietet bereits heute unseren gemeinsamen Kunden einen enormen Mehrwert. Für uns der erste Schritt im Rahmen unserer langfristigen Vision, eine KI-gesteuerte Marketing-Cloud aufzubauen – komplett mit selbstfahrenden Kampagnen und einzigartigen Insights für unsere Kunden. Unser Ziel ist es, unseren Kunden einen Wert zu bieten, der in diesem innovativen Bereich noch nie da gewesen ist.“

Über Mapp

Marketers und Datenspezialisten sollten sich stets auf ihr Kerngeschäft fokussieren können, statt ihre Zeit damit zu verbringen, die dahinterstehende Technologie zu bändigen. Um mehr Zeit für das Wesentliche zu haben und um Botschaften bestmöglich zu platzieren, gibt die Mapp Cloud konkrete Empfehlungen zum optimalen Kanal und Veröffentlichungszeitpunkt sowie zur passenden Kontaktfrequenz. Durch den einheitlichen Datenbestand, KI-generierten Kunden-Insights sowie Cross-Channel-Engagement profitieren Kunden von einem nachhaltigen Wettbewerbsvorteil sowie einer langfristigen Kundenbindung.

Mapp betreibt Niederlassungen in acht Ländern und ist die Muttergesellschaft von Webtrekk, einem der führenden Anbieter für Marketing Analytics und Customer Intelligence in Europa. Mapps Digital Marketing Plattform hilft über 2.500 Unternehmen, sich von der Masse abzuheben. Zu Mapps Kunden zählen u. a. Xerox, PepsiCo, Qantas, Infinity und Lloyds Banking Group.

Über Webtrekk

Webtrekk ist eine der marktführenden Premium Customer Intelligence-Plattformen in Europa. Unternehmen unterstützt Webtrekk dabei, das Verhalten ihrer Webseiten- und App-Nutzer kanalübergreifend zu verstehen, zu analysieren und gezielt für Marketing-Maßnahmen anzuwenden. Das vielfach erprobte First-Party-Datenangebot verhilft Kunden zu einer maximalen Datentiefe. Webtrekk garantiert höchste Datenschutzstandards und ist TÜV-zertifiziert. Die Datenspeicherung erfolgt auf Servern in der Europäischen Union. Der Hauptsitz befindet sich in Berlin, weitere Niederlassungen sind in Italien und Spanien. Zu den mehr als 400 Webtrekk-Kunden zählen u. a. FlixBus, Porsche Holding, ING und MyToys. Seit 2019 gehört Webtrekk zum Marketing-Technologie-Dienstleister Mapp. Erfahren Sie mehr unter www.webtrekk.com.

Pressekontakte:

PR-Agentur: schoesslers GmbH

Johanna Czorny

+49 30 555 73 05 12 | +49 151 12 17 26 13

johanna.czorny@schoesslers.com

www.schoesslers.com



Webtrekk GmbH
Harald Oberhofer
+49 30 755 415 120
harald.oberhofer@webtrekk.com
www.webtrekk.com

Mapp Digital US
Christine Paulson
+1 415-705-9250
christine.paulson@mapp.com
www.mapp.com