



Umfangreiches Produkt-Update für die Mapp Cloud: Nahtlose Nutzung von Kundendaten für das Marketing – Insight- basiertes Customer Engagement

- **Insight-basierte Nutzersegmentierung als zentrale Innovation**
- **Neue Schnittstellen zu Drittanbietern wie Salesforce und Zapier**
- **Sendezeit-Optimierung & mehr Gestaltungsoptionen für Push-Nachrichten**

Berlin, 07. April 2020 – Mapp, der internationale Anbieter für Insight-basiertes Customer Engagement, veröffentlicht heute ein umfassendes Produkt-Update für seine digitale Marketing-Plattform Mapp Cloud. Das „Spring Update“-Paket umfasst ganze 13 Innovationen, zusätzliche Schnittstellen und Add-ons. Mapp baut damit seine technologische Führungsrolle in den Bereichen Customer Intelligence, Marketing Analytics, und Cross-Channel-Marketing im Sinne seiner Kunden weiter aus. Der Datenaustausch innerhalb der Mapp Cloud und mit Drittsystemen ermöglicht ein KI-basiertes Datenmanagement, Datenanalysen und Kundenaktivierung für höchste Ansprüche. Die neuen Anwendungen helfen Marketern dabei, ihre Arbeit noch smarter und effizienter zu gestalten und stehen den Kunden des Technologieunternehmens ab sofort zur Verfügung.

Michael Diestelberg, VP Product & Marketing bei Mapp kommentiert: „Mit den neuesten Features wird der Marketing-Alltag deutlich einfacher. Ich bin mir sicher, dass wir mit dem Produkt-Update jeden unserer mehr als 3.000 Kunden in den unterschiedlichsten Bereichen unterstützen. Besonders stolz bin ich auf die nahtlose Aktivierung feingranularer Nutzerdaten innerhalb der Mapp Cloud mit einigen wenigen Mausklicks. Nicht zuletzt dank Künstlicher Intelligenz setzen wir damit einen Meilenstein für regelmäßige Kunden-Interaktionen auf Basis belastbarer Insights.“

Von Daten zu Klicks: Nahtlos nutzbare Kundendaten für ein zielgenaues Marketing
Kern des Produkt-Updates sind **Intelligence-based User Segments**, die eine direkte Verknüpfung zwischen den elementaren Cloud-Modulen auf der Nutzerebene ermöglichen – der KI-basierten Customer-Analytics-Lösung Mapp Intelligence und der Cross-Channel-Marketing-Lösung Mapp Engage. Auf Grundlage der in Mapp Intelligence gewonnenen Insights lassen sich Nutzersegmente mit wenigen Klicks konfigurieren. Endverbraucher, welche bestimmte Merkmale aufweisen, können unmittelbar via Mapp Engage mit personalisierten Marketing-Botschaften automatisiert und kanalübergreifend aktiviert werden. Das nahtlose Zusammenspiel innerhalb der Mapp Cloud bietet Marketern den schnellsten Weg von verlässlichen, datengestützten Insights zu zielgenauen Marketing-Aktivitäten und stellt eine deutliche Zeit- und Ressourcenersparnis dar. Hierbei lassen sich Segmente und Metriken zwischen dem Analyse- und Aktivierungsbereich flexibel austauschen, sodass ein erfolgreiches Cross-Channel-Marketing auf Basis einer feingranularen Ansprache ermöglicht wird. Es stehen auch standardisierte Segmentierungen für Performance-Kennzahlen wie Seitenaufrufe, Produkt-Interaktionen, Customer-Journey-Daten und Benutzereigenschaften zur Verfügung. Zugleich erlaubt Mapp Engage die manuelle Bearbeitung der gemeinsamen Nutzersegmente.



Auch Marketer ohne spezifische Vorkenntnisse können „Intelligence-based User Segments“ einfach nutzen – und profitieren von einem marktführenden Komplettpaket zur präzisen Segmentierung, Personalisierung und Automatisierung über alle Marketing-Kanäle hinweg. Zu einem optimierten ROI trägt auch bei, dass alle Maßnahmen für ein effektives Customer Engagement auf die Mapp Cloud konzentriert bleiben.

Das neue Produktpaket umfasst zudem den **AI Marketing Analyst**. Dieses KI-basierte Tool erstellt automatisiert Nutzersegmente und liefert Prognosen zu Insights. Hierbei werden vorhandene Nutzerdaten in Mapp Intelligence auf ihre Conversion- oder Churn-Wahrscheinlichkeit hin analysiert. Für mehr Interaktion lässt sich beispielsweise der voraussichtliche Auftragswert vorhersagen und entsprechend segmentieren.

Flexibler Datenaustausch durch Integrationen mit Drittanbietern

Ein weiterer wesentlicher Bestandteil des Produkt-Updates sind neue Schnittstellen zu Drittsystemen. Kunden können die Mapp Cloud dadurch als „Best of Breed“-Plattform nutzen und wichtige Informationen für maßgeschneiderte Marketing-Kampagnen austauschen.

So wird ab sofort Salesforce unterstützt. Die Integration mit dem **Salesforce CRM** ermöglicht eine automatisierte Synchronisation von Kontakten, sodass Marketer auf Basis von Kundendaten zielgenaue Marketing-Aktivitäten anstoßen können, ohne ein aufwändiges, manuelles Setup vornehmen zu müssen. Auch kanalübergreifende Kampagnen auf Basis von Salesforce-Daten zur Optimierung der Customer Journey werden dadurch möglich.

Für mehr Flexibilität ist Mapp künftig zudem mit der Middleware **Zapier** integrierbar, die den Datenaustausch mit mehr als 1.500 Anwendungen unterstützt. Die Verknüpfung erlaubt eine schnelle Automatisierung von Arbeitsabläufen zwischen einer Vielzahl an Systemen. So lassen sich etwa Kundendaten aus Facebook, Instagram, LinkedIn, WhatsApp sowie gängigen CRM- und Shop-Systemen in Mapp Engage importieren. Mapp Kunden profitieren nicht zuletzt von noch präziseren Cross-Channel-Kampagnen.

Im neuen Produktpaket ist auch die Integration von Mapp Intelligence mit dem **Google Tag Manager enthalten**. Anwender können hierfür ein vordefiniertes Template aus der Community Template Gallery nutzen. Die Implementierung von Mapp Intelligence ist dadurch denkbar einfach. Zugleich werden wertvolle Entwickler-Ressourcen geschont.

Zudem verfügt Mapp nunmehr über ein **WordPress Plugin**, das die Analyse von Blogs und das Generieren von Nutzerdaten mit dem freien Content Management System und Mapp Intelligence vereinfacht und integriert.

Weitere Produkt-Updates:

Mit der Funktion **Best Sendout Time** kann der optimale Kontaktzeitpunkt für E-Mail-Nachrichten für jeden einzelnen Nutzer automatisiert bestimmt werden. Anhand der individuellen Nutzungszeiten wird mit Hilfe von KI die vom Endverbraucher präferierte Zeit für den Empfang der Nachrichten prognostiziert, was in einer deutlichen Steigerung von Öffnungs- und Interaktionsraten von bis zu 15 Prozent resultiert.

Marketer können ab sofort auch **Mobile Rich Push Messages** versenden. Durch neue Gestaltungsoptionen wie Rich Text werden Mobile-Kampagnen auf iOS und Android deutlich



attraktiver und interaktiver. Dynamische Bild-Elemente sind mit einigen wenigen Klicks in die eigenen Apps integrierbar und regen zum Customer Engagement an.

Die neue Mapp Version bietet zudem **Server-seitiges Tracking**, was auf die Qualität der erhobenen Daten einzahlt, indem Kampagnen und Webseiten bei jedem Seitenaufruf direkt durch den Server statt durch den Browser erfasst werden. Dieses Verfahren ist unabhängig von Cookie-Einstellungen, Browser-Updates und Ad-Blockern – und bietet deutlich mehr Kontrolle über die selbst erfassten Nutzerdaten. Es eignet sich nicht zuletzt für Unternehmen, die mit sensiblen Daten arbeiten und datenschutzkonform agieren möchten.

In Mapp Intelligence sind darüber hinaus **erweiterte Benutzerrollen** verfügbar. Jeder Metrik können entsprechende Zugriffsrechte für unterschiedliche Anwender und Nutzergruppen zugewiesen werden, was eine bessere Einhaltung von Sicherheitsvorschriften zur Folge hat.

Mapp Engage wird dagegen um nutzerdefinierte **Sicherheitseinstellungen für E-Mails** erweitert. Durch die Konfiguration von Absenderprofilen lassen sich Kunden-E-Mails flexibler verschlüsseln und beim Versand branchen- und länderspezifische Vorgaben berücksichtigen.

Transaktions- und Begrüßungsstatistiken komplettieren die agenturspezifische E-Mail-Marketing-Lösung Mapp Empower. Agenturpartner können damit Versand-, Öffnungs- und Klickraten von Standard- und regelmäßigen Nachrichten analysieren – und dadurch die Performance der eigenen Marketing-Aktivitäten besser evaluieren.

Dank der integrierten Module der Mapp Cloud sind ferner **Echtzeit-Reaktionen auf Aufträge und Bestellungen** möglich. Dies ist nicht zuletzt für eine gezielte Kundenaktivierung durch die Marketing Automation von Mapp interessant.

Eine Fülle weiterer Details zum „Spring Update 2020“ finden Interessenten auf der Mapp-Webseite: <https://mapp.com/de/product-updates/>

Über Mapp

Marketer und Datenspezialisten sollten sich stets auf ihr Kerngeschäft fokussieren können, statt ihre Zeit damit zu verbringen, die dahinterstehende Technologie zu bändigen. Mit der Insight-basierten Customer Engagement Plattform Mapp Cloud haben Marketingentscheider mehr Zeit für das Wesentliche und können ihre Markenbotschaften bestmöglich platzieren. Durch Customer Intelligence und Marketing Analytics gewinnen Unternehmen aus Daten einfach und effektiv kanalübergreifende Kunden-Insights, welche wiederum hochgradig personalisierte Marketing-Aktivitäten ermöglichen. Mapps Kunden profitieren von maßgeschneiderten und selbstoptimierenden Cross-Channel-Kampagnen auf Basis KI-gestützter Prognosemodelle. Automatisierte Nachrichten können so im idealen Marketing-Kanal, zum optimalen Zeitpunkt und mit der richtigen Kontaktfrequenz versandt werden. Dank der leistungsstarken Eins-zu-Eins-Personalisierung werden ein Höchstmaß an Engagement sowie eine langfristige Kundenbindung erreicht.

Mapp betreibt Niederlassungen in sechs Ländern. Mapps Digital Marketing Plattform hilft über 3.000 Unternehmen, sich von der Masse abzuheben. Zu Mapps Kunden zählen u. a. Xerox, PepsiCo, LG, Qantas, FlixBus, MyToys, ING, Infinity und Lloyds Banking Group.



Pressekontakte:

schoesslers GmbH

Mathias Paul

+49 30 555 73 05 14 | +49 151 625 200 51

mathias.paul@schoesslers.com

www.schoesslers.com

Mapp Digital Europe

Harald Oberhofer

+49 30 755 415 120

harald.oberhofer@mapp.com

www.mapp.com