



Mapp veröffentlicht Digital Marketing Playbook

100 Marketingtaktiken zur Akquise, Bindung und Entwicklung von Kunden

Berlin, 17. Juni 2020 – Mapp, der internationale Anbieter für Insight-basiertes Customer Engagement, veröffentlicht heute das neue Digital Marketing Playbook. Unter dem Titel “100 Taktiken, um Kunden zu gewinnen, zu binden und zu entwickeln” werden nützliche Praxis-Tipps vorgestellt, mit denen sowohl Marketer als auch Agenturen ihre Kundeninteraktionen erhöhen und Umsätze steigern können.

Das Digital Marketing Playbook ist als interaktives Tool kostenfrei verfügbar. Es bündelt leicht und einfach umsetzbare Digital-Marketingtaktiken, die nachweislich Ergebnisse liefern. Aufgeführt werden vielfältige Maßnahmen zur Steigerung des nachhaltigen Customer Engagements und zur Optimierung des ROI im Cross-Channel-Marketing. Das Tool deckt die Bereiche Website-Personalisierung, E-Mail-Automatisierung, Mobile und Social Media, Paid Media sowie In-Store-Aktivitäten ab.

Zugleich unterstützt das Digital Marketing Playbook den Anwender dabei, seine digitalen Marketing-Aktivitäten zu priorisieren, indem es in drei einfachen Schritten eine klare Roadmap definiert:

1. Taktiken entdecken und auswählen

Marketer können aus einer Liste von 100 erprobten und bewährten Marketingtaktiken zu Kundenakquise, -bindung und -entwicklung die für sie passenden Maßnahmen auswählen. Das Playbook erläutert die Vorgehensweise und den praktischen Nutzen jeder einzelnen Taktik und veranschaulicht durch Abbildungen, wie diese von anderen Marken bereits erfolgreich umgesetzt wurde. Expertentipps liefern konkrete Handlungsempfehlungen, um bereits laufende Aktivitäten zu verbessern.

2. Bewerten und priorisieren

Im zweiten Schritt können Marketer die für ihr eigenes Business relevanten Taktiken priorisieren. Eine Roadmap mit Verbesserungsmöglichkeiten auf der Grundlage von Aufwand, Wert und Investition hilft bei der Priorisierung im Einklang mit den übergeordneten Geschäftszielen.

3. Intern austauschen

Ihre individuell festgesetzten Prioritäten können Marketer im Anschluss mit ihrem Team sowie externen Agenturen teilen, um sicherzustellen, dass sich alle beteiligten Stakeholder auf das Erreichen wesentlicher Ziele konzentrieren.

Michael Diestelberg, VP Product & Marketing, Mapp, kommentiert: „Viele Marketer unterschätzen den großen Handlungsspielraum zur Optimierung ihres digitalen Marketings. Andere sind aufgrund der schieren Möglichkeiten und der dynamischen Entwicklung des Marktes hin- und hergerissen. Ich freue mich, dass wir Marketing-Entscheidern mit dem Digital Marketing Playbook nun ein praktisches Hilfsmittel an die Hand geben, mit dem sie ihre Maßnahmen transparent und verständlich priorisieren können. Konkrete Erfolgs-Cases inspirieren Marketer wie Agenturen dazu, mehr aus ihrem Marketing herauszuholen, Zeit und Ressourcen zu sparen und so den Geschäftserfolg nachhaltig zu steigern.“

Das Digital Marketing Playbook steht hier als interaktives Tool bereit:

<https://improveyour.marketing>



Die 100 Tipps können auch als E-Book heruntergeladen werden:

<https://mapp.com/de/resource/das-digital-marketing-playbook-100-taktiken-um-kunden-zu-gewinnen-zu-binden-auszubauen/>

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 Marketing-Entscheider 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 weltweit, 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