

Jetzt erst recht auf Austausch setzen: Mapp bereichert DMEXCO @home mit spannenden Masterclasses

Insight-basiertes Customer Engagement für ein einfacheres & effektiveres Marketing

San Diego/Berlin, 26. August 2020 – Mapp, eine der größten unabhängigen Marketing-Plattformen weltweit, ist mit einer umfangreichen digitalen Präsenz auf der DMEXCO @home am 23./24. September 2020 vertreten.

Mapps Auftritt steht ganz im Zeichen von Insight-basiertem Customer Engagement, der selbst entwickelten, datengestützten Methode für ein optimiertes und erfolgreiches Marketing im Cross-Channel. Mit der digitalen Marketing-Plattform Mapp Cloud können Marketer belastbare und einfach umsetzbare Insights gewinnen – und damit regelmäßige, personalisierte Kunden-Interaktionen anstoßen. Dank der leistungsstarken Eins-zu-Eins-Personalisierung lässt sich ein Höchstmaß an Engagement erzielen. Im Vergleich zu herkömmlichen Marketing Clouds zeichnet sich das Mapp-Angebot durch ein einfacheres Handling und effektivere Ergebnisse aus.

Als begleitende Maßnahme präsentiert Mapp im Rahmen der DMEXCO @home die neue Experten-Community <https://improveyour.marketing>. Durch diese interaktive Online-Plattform erhalten Marketer von Unternehmen und Agenturen Zugriff auf Hunderte bereitgestellte Best Practices, die darauf ausgelegt sind, die eigene Marketing-Strategie voranzutreiben und mehr Performance zu erzielen. Hierbei dreht sich alles um Customer Engagement, Personalisierung und Automatisierung. Interessierte können kostenfrei zu ihrer Geschäftstätigkeit passende Taktiken und Maßnahmen zusammenklicken, einen maßgeschneiderten Marketing-Plan erstellen und Tipps mit der Community teilen.

Ein zentrales Highlight sind die vier Masterclasses, mit denen sich Mapp am Konferenzprogramm beteiligt. Die Sessions decken ein breites Themenspektrum ab. Sie liefern den Teilnehmern nicht nur detaillierte Informationen zu Trends, technologischen Entwicklungen sowie strategischen Potenzialen im digitalen Marketing, sondern geben auch konkrete Praxis-Tipps für die Verbesserung der eigenen Aktivitäten und die Steigerung der Kundenbindung.

Ricardas Montvila, Mapp – zusammen mit Rusty Warner, Forrester The Future of MarTech: Closing the Gap between Insights and Action

Im MarTech-Bereich hängt Erfolg mehr denn je von einem tiefgreifenden Kundenverständnis ab. Es ist Zeit sich für Marketing-Entscheidungen vom eigenen Bauchgefühl und traditionellen Kampagnen-Denken zu verabschieden. Der Gastredner Rusty Warner, Vice President, Principal Analyst bei Forrester, und Ricardas Montvila, Senior Director, Global Strategy bei Mapp, zeigen in der Masterclass auf, wie Marketer die Lücke zwischen aus Daten gewonnenen Insights und Engagement schließen können. Die Orientierung an den Kundenbedürfnissen ist künftig unerlässlich, um bei der Customer Experience einen echten Mehrwert zu bieten.

Spencer Altman, Mapp

Improve Your Marketing: Tactics to Acquire, Nurture, Grow & Retain Customers

Praktisch umsetzbare Taktiken zur Optimierung des Marketings präsentiert Spencer Altman, Partner Director DACH bei Mapp. In seiner Session gibt er einen umfangreichen Überblick über gezielte Maßnahmen zur Akquise, Bindung, Erweiterung und Pflege von Kunden in Anlehnung an das interaktive Online-Plattform <https://improveyour.marketing>. Die Teilnehmer können die für ihre Konstellation passende Taktik im Cross-Channel einfach nachvollziehen und sie im Nachgang anhand einer verständlichen Anleitung in die Praxis umsetzen.

Prof. Markus Schaal, HWR Berlin & Norman Wahnschaff, Mapp

Steuert KI bald unser Marketing? Eine Bestandsaufnahme mit praxisorientierten Beispielen und Algorithmen

Einen Überblick über die Potenziale von Künstlicher Intelligenz im digitalen Marketing geben die KI-Experten Prof. Markus Schaal und Norman Wahnschaff auf Basis konkreter Anwendungsbeispiele. Die Erkennung wiederkehrender Muster im Kundenverhalten bietet einzigartige Chancen für die Realisierung hochgradig individueller Kampagnen und die Prognose künftiger Aktionen.

Witt-Gruppe & Joerg Sobisch, Mapp

Willkommen zurück! Strategische Kunden-Reaktivierung der Witt-Gruppe

In der vierten Masterclass präsentiert Mapp mit der Witt-Gruppe eine gemeinsame Case Study. Der zur OTTO-Group gehörende Omnichannel-Retailer konnte durch Automatisierung die Produktivität seiner E-Mail-Marketing-Aktivitäten deutlich steigern und den Kanal erfolgreich zur strategischen Reaktivierung nutzen. Im Fokus der Masterclass stehen ganz konkrete Fragen zur Segmentierung, Gestaltung und Ansprache inaktiver Endverbraucher.

Michael Diestelberg, VP Product & Marketing bei Mapp, kommentiert den Mapp-Auftritt: „Auch wenn in diesem Jahr einiges anders ist, freue ich mich außerordentlich auf die DMEXCO @home, denn Austausch in gerade in dieser herausfordernden Zeit wichtiger denn je. Ich hoffe, dass wir mit unseren spannenden Themen Marketer und Agenturen ansprechen – und ihnen in Form praxisnaher Lösungsansätze nicht nur inhaltlichen Mehrwert, sondern auch gezielte Antworten auf aktuelle Fragen rund um Kosteneffizienz und Kundenaktivierung im digitalen Marketing bieten können. Meine Intention ist es, dem Publikum möglichst konkrete Anregungen für ein optimiertes Marketing mit auf den Weg zu geben.“

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