



Mapp veröffentlicht Summer Update: Location-basiertes Targeting, Marketing-Hacks und neue Integrationen

San Diego/Berlin, 04. August 2020 – Mapp, der internationale Anbieter für Insight-basiertes Customer Engagement, erweitert die Funktionalität seiner modularen Marketing-Plattform Mapp Cloud mit einem umfangreichen Produkt-Update.

Das “Summer Update” besteht aus insgesamt 17 neuen Funktionen und Optimierungen, mit denen Anwender die Produkte von Mapp in den Bereichen Marketing Analytics, Customer Intelligence und Cross-Channel Marketing noch effizienter nutzen können. Besondere Schwerpunkte liegen auf verbesserten Möglichkeiten für Mobile Marketing sowie auf funktionalen Verknüpfungen zwischen den einzelnen Mapp-Modulen und Drittsystemen. Diese quartalsmäßige Produkterweiterung unterstreicht Mapps führende Rolle als Plattform für Insight-basiertes Customer Engagement.

Michael Diestelberg, VP Product & Marketing bei Mapp, kommentiert: “Mehr denn je ist digitales Marketing auf Kosteneffizienz ausgerichtet. Für Marketing-Teams sind verlässliche, datenbasierte Insights zur gezielten Aktivierung von Endverbrauchern deshalb umso wichtiger. Ich freue mich, dass wir nach durchweg positiver Resonanz unserer Kunden auf unsere letzte Produkterweiterung jetzt das ‘Summer Update’ veröffentlichen. Es ist darauf ausgelegt, den ROI von Marketing-Kampagnen durch die nahtlose Bereitstellung von Customer Insights zu steigern. Wir bieten hierbei einen Mix an Neuerungen, der sich sowohl an den neuesten Marktentwicklungen als auch an den Anforderungen unserer Kunden orientiert.”

Geo-Fencing für standortbasierte Aktivierung von Verbrauchern

Als zentrale Neuerung bringt das Summer Update **Standort-basiertes Targeting für Push Nachrichten auf Mobilgeräten**. Die neue Funktion der Cross-Channel-Marketing-Lösung Mapp Engage ermöglicht die Nutzung des Gerätestandorts als Trigger für die gezielte Kundenaktivierung. Marketer, insbesondere aus dem Retail-Bereich, können damit spezifische Geolocations definieren, verwalten und den automatisierten Versand von Push-Nachrichten veranlassen, sobald sich ein potenzieller Kunde am entsprechenden Ort aufhält. Kontakte lassen sich so auf Basis ihres bisherigen Kauf- und Nutzungsverhaltens situativ ansprechen.

Marketing-Aktivitäten lassen sich hierfür individuell anpassen, sodass Endverbraucher vor Ort in Echtzeit zum Besuch von Geschäften angeregt werden oder ihnen bessere Angebote als die von Wettbewerbern vorgeschlagen werden, etwa in Form von Bonusprogrammen oder aktuellen Sale-Aktionen.



Mit dem Update ist im Bereich Marketing Automation die **Durchführung von anspruchsvollen A/B-Tests** möglich. Verschiedene Varianten einer Nachricht können im Kontext bestehender Automatisierungs-Workflows getestet werden, um die individuelle Zielerreichung zu optimieren.

Mapp bietet besonders übersichtlich gestaltete Kampagnen-Dashboards, die höchste Ansprüche im Bereich Marketing Analytics erfüllen. Der **Zugang zu Mapps Dashboards** wird mit dem Update-Paket noch nutzerfreundlicher. Die An- und Abmeldung über die verschiedenen Module der Marketing-Plattform hinweg erfolgt ab sofort nahtlos.

Mit der **Smart Alert Library** erleichtert Mapp die Verwaltung von automatisierten Benachrichtigungen, die Marketer über Daten-Anomalien bei der Website- und App-Nutzung informieren. Das Feature bietet vorkonfigurierte Vorlagen für häufig genutzte Alerts und nützliche Erläuterungen für die Analyse von deren Ursachen.

Mapps Kunden haben jetzt zudem die Möglichkeit ihre **eigene Systemnutzung zu überprüfen**. Neue Nutzungsstatistiken bieten komplette Transparenz über alle volumenbasierten Aufwände. Das ist besonders hilfreich, wenn Mapp von verschiedenen Tochtergesellschaften und Abteilungen eines Unternehmens genutzt wird.

Nützliche Tricks und erweiterte Schnittstellen

Marketing-Teams können sich über hilfreiche Features zur optimalen Gestaltung und Aussteuerung von Cross-Channel-Kampagnen freuen. Mapp Engage besitzt ab sofort eine native Funktion zur **Verkürzung von URLs für SMS-Nachrichten**. Anwender aktivieren sie mit nur einem Klick, ohne auf einen externen URL-Shortener zugreifen zu müssen – und können so die begrenzte Zeichenzahl in SMS ohne längere Links nutzen.

Der augenschonende Dunkelmodus auf Endgeräten ist bei Endverbrauchern zwar beliebt, stellt für Marketer aber eine gestalterische Herausforderung dar, weil sie ihre E-Mails entsprechend anpassen müssen. In Mapp Engage kann künftig eine Vorschau der **Renderings im Dark Mode** auf Windows, Mac und iPhone generiert werden.

Mapps Datenerfassung von Android-Apps über das eigens entwickelte SDK wird um ein **Crash-Tracking** erweitert. Datenanalysten haben in der Customer-Analytics-Lösung Mapp Intelligence damit die Möglichkeit, Abstürze von Apps und ihre Ursachen zu erfassen, um eine reibungslose Performance sicherzustellen.

Die Mapp Cloud wird durch Schnittstellen zu Drittsystemen kontinuierlich weiterentwickelt. Die Erweiterung dieses Partner-Ökosystems bietet Marketern erhöhte Flexibilität beim Datenaustausch und bei der Personalisierung. In der neuesten Version verfügt sie über einen **Connector zur Customer Data Plattform Segment.com**. Der Austausch von Nutzerprofilen zwischen beiden Systemen erfolgt über eine standardisierte API-Schnittstelle und kann automatisch synchronisiert werden.

Zugleich unterstützt Mapp Engage künftig die **Cloud-Speicherlösungen Amazon S3 und Google Cloud**. Der Import und Export von Daten zwischen der Mapp-Plattform und den



Cloud-Speicherlösungen erfolgt ab sofort über einen zentralen Credential Store, der automatisierte Prozesse auf sichere Art und Weise ermöglicht.

Die eigene Data Management Plattform Mapp Acquire ist nun für den programmatischen Werbeeinkauf von Display- und Video-Ads mit der **Amazon DSP** integriert. Auch wurde der **Segmentation Builder zur granularen Zielgruppenauswahl** in Mapp Engage mit erweiterten Such- und Filterfunktionen nutzerfreundlicher gestaltet.

Mapp Intelligence unterstützt ab sofort ein **verbessertes Produkt-Tracking für hochdynamische Websites** und sog. Single Page Applications. Produktinteraktionen, wie das Hinzufügen eines Artikels zum Warenkorb, lassen sich nun mit Hilfe von Events erfassen, statt einen Seitenaufruf vorauszusetzen, was eine Integration in moderne Websites stark vereinfacht. Darüber hinaus sorgt eine komplette Neuentwicklung der Architektur für **mehr Stabilität und Konsistenz** beim Export von Analysen und Dashboards in Mapp Intelligence.

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