



Fall Update: Mapp Cloud mit vielen neuen Funktionen – Interaktive E-Mails, Unified Customer Profiles, Cookieless Tracking, Smart Notifications und vieles mehr

San Diego/Berlin, 4. November 2020 – [Mapp](#), der internationale Anbieter für Insight-basiertes Customer Engagement, baut den Leistungsumfang seiner digitalen Marketing-Plattform Mapp Cloud mit einer umfassenden Produktaktualisierung weiter aus.

Das „Fall Update“ umfasst ganze 18 neue Funktionen, Verbesserungen und Schnittstellen. Das Release-Paket bietet Marketern noch mehr Möglichkeiten zur effektiven Nutzung der Mapp Cloud und ihrer einzelnen Module. Hierbei dreht sich alles um Customer Intelligence, Marketing Analytics, Personalisierung und Automatisierung aus einer Hand. Nicht zuletzt aufgrund von COVID-19 und seinen Folgen, geht es mehr denn je darum, Endverbraucher auf Basis belastbarer Insights gezielt und immer wieder aufs Neue zu aktivieren – und somit den Kampagnen-ROI kanalübergreifend zu steigern. Zugleich untermauert Mapp mit dem Update seine Rolle als technischer Vorreiter sowie als Partner digitaler und mittelständischer Unternehmen, die im „New Normal“ nach Wachstum streben. Insgesamt profitieren Marketer von Enterprise-Möglichkeiten zu deutlich geringeren Kosten und kürzeren Implementierungszeiten.

Michael Diestelberg, VP Product & Marketing bei Mapp, kommentiert: „Bei der Weiterentwicklung der Mapp Cloud orientieren wir uns an den neuesten Trends im Markt, ebenso wie an den konkreten Bedürfnissen unserer Kunden. Das ‚Fall Update‘ stellt hier keine Ausnahme dar, bringt es doch eine lange ersehnte Innovation für das E-Mail-Marketing mit. Pünktlich zum 50. Geburtstag der E-Mail im nächsten Jahr unterstützt Mapp als einer der ersten Anbieter weltweit den neuen Standard ‚AMP for E-Mail‘, der völlig neue interaktive Erlebnisse ermöglicht. Wir freuen uns darauf, dass Potential dieser revolutionären Technologie gemeinsam mit unseren Kunden zu entdecken und zur Schaffung inspirierender Kundenerlebnisse einzusetzen.“

Die besagte Innovation ist der technische Rahmen für den Versand **interaktiver E-Mails** auf Basis von AMP („Accelerated Mobile Pages“), der bei der Erstellung dynamischer Content-Elemente ganz neue Qualitäten bietet. Durch AMP lassen sich E-Mails besonders einfach und schnell konfigurieren, personalisieren und bereits in der E-Mail um interaktive Elemente bereichern. Dadurch können Endverbraucher etwa direkt aus der E-Mail heraus Produkte kaufen, Artikel zu Wunschlisten hinzufügen oder Feedback zu interaktiven Umfragen geben.

Mit dem **Unified Customer Profile** für Marketing-Kampagnen im Cross-Channel launcht Mapp eine CDP-Funktionalität par excellence. Marketer erhalten damit eine 360-Grad-Sicht auf jeden einzelnen Kunden, wobei Daten zu den Eigenschaften, Transaktionen und Interaktionen zentral zusammengeführt und visualisiert werden. So entstehen vollständige Kontaktprofile mit Bestell- und Engagement-Informationen, die für eine erweiterte Segmentierung und Automatisierung außerordentlich wertvoll sind. Dadurch lassen sich Endverbraucher ganzheitlich ansprechen. Für eine erfolgreiche Eins-zu-Eins-Personalisierung helfen zudem kanalspezifische Auswertungen.



Als grundlegende Innovation unterstützt Mapp künftig **Cookieless Tracking**. Die zukunftsweisende Funktion befähigt den Marketer dazu, Website-Besucher ohne die Verwendung von Cookies oder anderer technischer Hilfsmittel zur Speicherung von nutzeridentifizierenden Merkmalen zu erfassen. Unter Wahrung der Datenschutzinteressen der Kunden ist er in der Lage, die Nutzung von Websites und Kampagnen anonymisiert zu analysieren.

Als Weiterentwicklung der kürzlich vorgestellten „Smart Alerts“ werden mit dem Update **Smart Notifications** eingeführt. Es handelt sich hierbei um KI-gestützte Insights, die einen genaueren Blick auf die Performance von Marketing-Kampagnen ermöglichen. Marketing-Experten können sich jetzt automatisch über wichtige Leistungs-KPIs, einschließlich Absprungraten, Konversionsraten und Umsatz pro Konversion, benachrichtigen lassen. Die Smart Notifications liefern konkrete Einblicke und umsetzbare Empfehlungen, mit dem Ziel, Optimierungspotenziale zu erkennen und gezielte Verbesserungen vorzunehmen.

Durch die Synchronisation zwischen dem Cross-Channel-Marketing-Modul Mapp Engage und Produktkatalogen lassen sich E-Mail-Kampagnen künftig in Abhängigkeit von bestimmten Produktattributen realisieren, was den Maßnahmen einen höheren Personalisierungsgrad und mehr Relevanz verleiht. So können E-Commerce-Marketer dank der neuen **„Back in Stock“ und „Price Drop“ Funktionen** Endverbraucher automatisiert benachrichtigen, wenn Produkte wieder verfügbar oder zu einem reduzierten Preis erhältlich sind.

Mapp hat außerdem seinen Audience Builder verbessert. Mit neuen **KI-gesteuerten Segmenten** können Marketing-Fachleute jetzt Zielgruppen auf der Grundlage von Benutzerattributen wie „beste Sendezeit“ ansprechen und so sicherstellen, dass sie zum richtigen Zeitpunkt mit Kunden in Kontakt treten. Eine weitere wichtige Verbesserung wurde für mobile Push-Nachrichten entwickelt: Auf Grundlage erhaltener Nachrichten, auf die Nutzer reagiert haben, können für eine gezielte Anschlusskommunikation erweiterte Segmentierungen erstellt werden.

Das Customer-Analytics-Modul Mapp Intelligence wird ab sofort um ein **Plugin für Shopware** erweitert. Durch die nahtlose Integration lassen sich Websites, die auf dem Shopsystem beruhen, mühelos analysieren. Die dafür notwendigen Tracking-Informationen stehen dank einer No-Code-Lösung ohne zusätzlichen Entwicklungsaufwand zur Verfügung.

Darüber hinaus erhält das Data-Management-Modul Mapp Acquire ein umfassendes Upgrade. Mit Hilfe eines **Visual Taggers**, der auf dem Google Chrome-Plugin basiert, können Inhalte und andere Elemente auf Websites jetzt ganz ohne Programmierkenntnisse erfasst werden. Marketer werden dadurch unabhängiger von IT-Ressourcen, die normalerweise für die Einrichtung oder Erweiterung von Website-Tracking benötigt werden.

Eine weitere neue Funktion ist die Nutzung **eigener Tracking-Domains in Mapp Acquire**. Diese Neuerung ermöglicht First-Party-Tracking von Website-Ereignissen und löst browserseitige Sperrungen.



Das „Fall Update“ von Mapp enthält zahlreiche weitere neue Funktionalitäten und Verbesserungen. Eine detaillierte Zusammenfassung aller Neuerungen finden Interessierte hier: <https://mapp.com/de/product-updates-fall-2020/>

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. Argos, Ella's Kitchen, Expert, Freesat, Lloyds Banking Group, MyToys, Pepsico, Quint und The Entertainer.

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

Harald Oberhofer

+49 30 755 415 120

harald.oberhofer@mapp.com

www.mapp.com