



## **Mapp mit starkem Geschäftsjahr 2020: Neukundengeschäft fast verdoppelt**

- **Mapp schließt das Geschäftsjahr 2020 mit einem Wachstum von 73 Prozent im Jahresvergleich beim Neukundengeschäft ab**
- **Digitale Transformation gibt der Geschäftstätigkeit einen massiven Schub – Insight-basiertes Customer Engagement und CDP-Angebot als Wachstumstreiber**
- **Mapp blickt optimistisch ins neue Geschäftsjahr und prognostiziert eine starke Fokussierung auf den Megatrend KI**

**San Diego/Berlin, 28. Januar 2021** – [Mapp](#), eine der größten unabhängigen Marketing-Plattformen weltweit, blickt auf ein starkes Wachstum im Geschäftsjahr 2020 zurück. Das Unternehmen schließt mit einem Rekordwachstum beim Neukundengeschäft von 73 Prozent im Jahresvergleich ab. Zugleich konnte das durchschnittliche Vertragsvolumen verdreifacht werden, was die Positionierung als Insight-basierter Customer Engagement Anbieter für mittelständische Unternehmen und im Enterprise-Segment eindrücklich untermauert.

Mit COVID-19 gab es im Marketing eine massive Beschleunigung der digitalen Transformation sowie digitaler Geschäftsmodelle. Die Möglichkeit mit Endverbraucher durch eine gezielte Strategie online in einen regelmäßigen Austausch zu treten und umsatzrelevante Interaktionen anzustoßen, hat bei den Unternehmen im zurückliegenden Jahr einen starken Schub in Richtung Marketing Analytics, Personalisierung, Automatisierung und digitale Kundenaktivierung ausgelöst.

Zudem hat sich branchenübergreifend gezeigt, dass im digitalen Marketing die Kriterien der Effektivität und Kosteneffizienz in den Vordergrund rücken. Viele Unternehmen haben deshalb ihre Strategien neu ausgerichtet und deutlich stärker auf datenbasierte Ansätze fokussiert. Nicht zuletzt deshalb gab es einen enormen Wachstumsschub bei der KI-basierten Customer-Intelligence-Lösung Mapp Intelligence als Herzstück der modularen Marketing-Plattform Mapp Cloud. Hierbei kam besonders die nahtlose Integration zwischen Mapp Intelligence und der Cross-Channel-Marketing-Lösung Mapp Engage zum Tragen. Das nahtlose Zusammenspiel innerhalb der Mapp Cloud ermöglicht Marketern, belastbare Insights und Nutzersegmente für hochgradig personalisierte Marketing-Botschaften zu identifizieren und kanalübergreifend zu nutzen.

Mapp unterstützte die Unternehmen bei der Umstellung auf digitale Marketing-Strategien und konnte im vergangenen Jahr 70 Neukunden über alle Branchen und Zielmärkte hinweg gewinnen, wobei Retail und E-Commerce mit einem Wachstum von fast 30 Prozent sich besonders dynamisch entwickelte. Zu den neugewonnenen Kunden zählen u. a. Quint, The Entertainer, Ella's Kitchen, Creed, PetsPyjamas, Francesca's, La Martina und ePrice.it. Außerdem startete Mapp im zurückliegenden Jahr sein globales Partnerprogramm und erweiterte seine Go-to-Market-Präsenz durch Partnerschaften mit Beratungs- und Technologieunternehmen in den USA, Großbritannien, Frankreich, Deutschland und Italien.



Zugleich veröffentlichte Mapp im Jahr 2020 eine hohe Zahl an neuen Features innerhalb seiner Marketing-Plattform Mapp Cloud. Mit den Produkt-Updates ermöglicht Mapp seinen Kunden eine noch gezieltere Kundenaktivierung im Cross-Channel – und das aus einer einzigen Quelle heraus. Hierbei erwiesen sich besonders die Customer Data Platform (CDP)-Funktionalitäten als wichtiger Wachstumstreiber. Mapp Cloud bietet Unternehmen kanalübergreifend eine 360-Grad-Sicht auf jeden einzelnen Endverbraucher. Durch die zentralen Kontaktprofile werden wichtige Informationen wie soziodemographische Merkmale, zurückliegende Interaktionen und Transaktionen gebündelt und visualisiert – und können für eine erweiterte Segmentierung und Automatisierung mit allen wichtigen Systemen einsetzbar.

**Steve Warren, CEO von Mapp**, kommentiert das positive Ergebnis: „Trotz COVID-19 haben wir es geschafft unseren Wachstumskurs weiter fortzusetzen und das Geschäftsjahr 2020 rekordverdächtig abzuschließen. Mein Dank gilt unserem internationalen Team, das eine großartige Leistung vollbracht hat, trotz aller Herausforderungen, die die Pandemie mit sich brachte. Wir sind sehr stolz, denn die dynamische Entwicklung in unserm Neukundengeschäft zeigt deutlich, dass wir mit Insight-basierten Customer Engagement einen echten Mehrwert bieten. Im neuen Jahr konzentrieren wir uns auf neue KI-gestützte Funktionalitäten sowie Produkt-Updates, die unseren Kunden eindeutige Wettbewerbsvorteile bieten und unsere Marktstellung untermauern.“

## **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, 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

Thalissa-Jennifer Klaps

+49 160 527 94 14

thalissa@schoesslers.com

www.schoesslers.com



Mapp Digital  
Harald Oberhofer  
+49 30 755 415 120  
[harald.oberhofer@mapp.com](mailto:harald.oberhofer@mapp.com)  
[www.mapp.com](http://www.mapp.com)