



Mapp und Shopgate bringen mit ihrer Partnerschaft stationären und digitalen Handel zusammen

Berlin, 17. August 2021 – [Mapp](#), der internationale Anbieter für Insight-basierte Customer Experiences, und [Shopgate](#), Mobile Commerce Pionier und führender Anbieter von Einzelhandels-Lösungen, gehen eine Partnerschaft ein. Die Zusammenarbeit umfasst auch die ready-to-use Omnichannel-Suite von Shopgate, [retail.red](#). Einzelhändler profitieren von dieser Partnerschaft durch die Kombination aus stationären und digitalen E-Commerce-Lösungen, wobei sie nunmehr auf die kompletten Möglichkeiten der digitalen Marketing-Plattform Mapp Cloud zurückgreifen können.

Der stationäre Einzelhandel ist nicht zuletzt aufgrund von Corona schneller, aber auch komplexer geworden. Viele Händler haben ihre digitalen Geschäftsmodelle beschleunigt und ihr digitales Marketing neu ausgerichtet. Ein Großteil der filialisierten Einzelhändler hat sich in den vergangenen Jahren auf den Weg in den Omnichannel gemacht und konnte dadurch zusätzliche Umsätze online generieren. Gemäß einer neuen GfK-Studie sind europäische Omnichannel-Händler 2020/2021 um 60 % gewachsen, reine Online-Händler dagegen nur um 36 %. Deshalb sind intelligente stationäre Lösungen unerlässlich, die zugleich digitale Prozesse ermöglichen und Verknüpfungen mit dem Online-Maßnahmen eröffnen. Solche Technologien versetzen den stationären Einzelhändler in die Lage, offline und online zu bündeln, in den relevanten Online-Kanälen sichtbar zu sein und die Besucherzahlen in den Filialen wiederum zu steigern. Sowohl Mapp als auch Shopgate stehen für eine schnelle Implementierung ihrer Lösungen.

Durch die Partnerschaft zwischen Mapp und Shopgate lassen sich stationäre und digitale Marketing-Aktivitäten deutlich einfacher und effektiver analysieren und bündeln. Ziel ist es, dass gemeinsame Kunden die aktuellen Marketing-Möglichkeiten im Mobile Commerce und bei der Verknüpfung von Offline- und Online-Maßnahmen voll ausschöpfen und digitales Marketing gezielt für mehr stationäres Business nutzen können. Die Partnerschaft erleichtert die gemeinsame Nutzung beider Plattformen für Einzelhändler, denn die mit Mapp erstellten Marketing-Inhalte lassen sich kanalübergreifend im Zusammenspiel mit den Shopping-Apps von Shopgate auf den Weg bringen.

Ralf Haberich, CEO von Shopgate kommentiert: "Shopgate unterstützt den stationären Händler dabei, seine Prozesse zu digitalisieren und onlinefähig zu machen. Mit Mapp arbeiten wir nunmehr mit einem marktführenden Player zusammen. Wir können damit unsere Omnichannel-Lösungen aus einer Hand mit marktführenden Analyse- und Marketing-Anwendungen anbieten. Unsere Zusammenarbeit ist darauf ausgelegt, dass Kunden von flexiblen Lösungen für ein beschleunigtes Wachstum profitieren."

Michael Diestelberg, VP Product & Marketing bei Mapp, ergänzt: "Mapp und Shopgate ergänzen sich geradezu perfekt. Wir bringen unsere Analyse-Möglichkeiten zur zielgenauen Ausrichtung und Optimierung von Marketing-Maßnahmen mit. Zugleich bieten wir kanalübergreifende Marketing-Lösungen mit E-Commerce-Fokus. Shopgate unterstützt wiederum Händler bei der Digitalisierung ihrer Prozesse sowie bei der Verknüpfung von stationären und digitalen Maßnahmen für erfolgreichen Mobile Commerce."



Über Shopgate

Die Shopgate GmbH ist ein führender SaaS-Anbieter weltweit eingesetzter Commerce-Lösungen. Das 2009 gegründete Unternehmen mit Sitz in Butzbach (Hessen) und Austin (Texas, USA) bietet innovative Anwendungen zur Digitalisierung von stationären Händlern an. Das Unternehmen verfügt über ein leistungsstarkes Partnernetzwerk und zählt mehr als 500 Kunden in Europa und den USA. www.shopgate.com

Über retail.red

retail.red ist die ready-to-use Omnichannel Suite von Shopgate. Die intelligente und intuitiv bedienbare Lösung bietet stationären Händlern alles, was sie für die Digitalisierung ihrer Prozesse benötigen. Sie versetzt lokale Geschäfte in die Lage, online sichtbar zu werden, die stationäre und digitale Präsenz zu vereinen und so mehr Besucher*innen in die Filialen zu bringen. Binnen einer Woche einsetzbar, ermöglicht die Omnichannel Suite auch stationären Händlern ohne Onlineshop, digital präsent zu sein. Damit ist retail.red die Antwort auf den Wandel im stationären Einzelhandel, der zunehmend schneller und komplexer wird. <https://retail.red>

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 Experience 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. Mehr Infos [hier](#).

Mapp betreibt Niederlassungen in sieben 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, Vivienne Westwood und The Entertainer.

Pressekontakte:

schoesslers

Thalissa-Jennifer Klaps
+49 160 527 94 14
thalissa@schoesslers.com
www.schoesslers.com

Mapp

Harald Oberhofer
+49 30 755 415 120
harald.oberhofer@mapp.com
www.mapp.com