

Mapp mit außergewöhnlichem Wachstum im dritten Quartal 2021: Rekordhohe Nachfrage nach Mapp Cloud hält an

- **Mapp übertrifft seine Wachstumsziele im Q3-2021**
- **Ausgezeichnetes Neukundengeschäft mit der MarTech-Plattform Mapp Cloud**

Berlin, 7. Oktober 2021 – [Mapp](#), der internationale Anbieter für Insight-basierte Customer Experiences, ist auch im dritten Quartal 2021 sehr stark gewachsen und hat seine Wachstumsziele übertroffen. Nach dem erfolgreichen ersten Halbjahr verzeichnet Mapp auch in Q3-2021 ein noch stärkeres Neukundengeschäft und steigert dieses im Vergleich zum Vorjahr um 40 %. Den größten Teil des Wachstums erzielte Mapp mit Neukunden, Vertragserneuerungen auf seine gesamte MarTech-Plattform, erfolgreiches Cross-Selling sowie das verstärkte Partnergeschäft.

In den europäischen Zielmärkten sowie in den USA wurden im dritten Quartal renommierte Neukunden gewonnen bzw. Bestandskunden haben ihre Zusammenarbeit mit Mapp ausgebaut, so unter anderem West Ham United, Sensilab, Jelly Belly, Corel, Coop Online und Plasmon. Zugleich ist Mapp mit zahlreichen Agenturen, Systemintegratoren und Technologie-Anbietern Partnerschaften eingegangen. So wurden internationale Partnerschaften mit Spryker und Shopgate vereinbart sowie Digital-Agenturen wie GroupM, Accenture, Wavemaker und Kenscio für das Partnergeschäft mit Mapp zertifiziert.

Mapp profitiert nicht zuletzt von der großen Nachfrage nach datengetriebenen Cross-Channel-Marketing-Lösungen. Zugleich wurde Mapps KI-basierte Plattform Mapp Cloud im [„The Forrester Wave™: Cross-Channel Campaign Management \(Independent Platforms\), Q3 2021“ Reports](#) ausgezeichnet. Die Analysten bewerteten das Unternehmen für sein kanalübergreifendes Kampagnen-Management als Strong Performer. In 13 Kategorien erzielt Mapp fünf von fünf Sternen. Maßgeblich für diese Top-Bewertung sind die Features und Möglichkeiten in den Bereichen Analyse, Digital Intelligence, Reports, Dashboards und Marketing Performance Management sowie bei der KI-basierten Planung und Orchestrierung von Cross-Channel-Marketing.

Steve Warren, CEO von Mapp, kommentiert das ausgezeichnete Geschäftsergebnis: „Wir liefern ein ausgezeichnetes Quartal ab, wobei wir unsere Wachstumsziele im Neukundengeschäft sogar übertreffen. Wir setzen damit unsere Top-Performance seit Jahresbeginn fort. Auch im dritten Quartal überzeugten wir zahlreiche neue Kunden und Bestandskunden für die Nutzung unserer gesamten Plattform. Dies zeigt, Cross-Channel-Campaign-Marketing und intelligente Cloud-Lösungen sind unerlässlich für den unternehmerischen Erfolg. Zugleich fokussieren wir uns zunehmend auf Partnergeschäfte, um Kunden weitere Werkzeuge an die Hand zu geben – zum Beispiel hilft unsere neueste Generation von eCommerce- und DTC-Funktionen (Direct-to-Consumer) den Vermarktern von Einzelhandels- und CPG-Produkten (Consumer Packaged Goods), sofort Ergebnisse zu erzielen. Große und mittelständische Unternehmen benötigen datengetriebene Lösungen, die



dabei helfen, einfach und effektiv Top-Ergebnisse durch ein hochgradig personalisiertes Marketing zu erzielen. Hierbei sind KI und eine Insight-basierte Strategie zentral.“

Kunden profitieren davon, dass die Mapp Cloud kontinuierlich um neue und verbesserte Funktionalitäten erweitert wird. Erst im September wurde [Web Push als ein weiterer Kanal für Insight-basiertes Cross-Channel-Marketing gelauncht sowie eine neue Analytics-API vorgestellt](#), die Analysedaten programmatisch bereitstellt.

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 selbstopimierenden 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 GmbH

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