

Marketing Automation: Mapp gewinnt mit Partnern DMA Awards in Gold

London/Berlin, 8. Dezember 2021 – [Mapp](#), der internationale Anbieter für Insight-basierte Customer Experiences, wurde im Rahmen der britisch [DMA Awards](#) mit seinem Agentur-Partner [Ambition](#) und dem gemeinsamen Kunden [Varelotteriet](#) (dänische Lotterie) in der Kategorie „Best Use of Marketing Automation“ mit Gold ausgezeichnet. Der Award wurde am gestrigen Abend in Old Billingsgate, London, vergeben.

Die gemeinsame Kampagne führte zu einer 300 %-igen Umsatzsteigerung während eines 13-wöchigen Zeitraums und sorgte damit für die besten Ergebnisse in der 134-jährigen Geschichte von Varelotteriet. Zugleich konnten Händler im Rahmen der „Millionärsliga“ den Verkauf von Lottoscheinen um insgesamt 1.000 % steigern. Weitere Kampagnen-Insights sind [hier](#) auf Englisch abrufbar.

Peter Jørgensen, CMO bei Varelotteriet, kommentiert: „Die Kombination aus der Nutzung unserer eigenen Daten und der digitalen Expertise des Strategieteams von Ambition zusammen mit den einzigartigen Möglichkeiten der Mapp Cloud bedeutet, dass wir in der Lage waren, eine höhere Sichtbarkeit als je zuvor über unsere Verbraucher- und Händlernetzwerke zu erlangen. Durch das Erreichen dieses Ziels hat Varelotteriet Erkenntnisse in die Tat umgesetzt und ist mit dem richtigen Kunden zur richtigen Zeit auf dem richtigen Kanal mit der richtigen Botschaft in Kontakt getreten – etwas, das wir bislang in dieser Qualität nicht erreichen konnten. Die Ergebnisse sprechen für sich, und wir hätten keine bessere Partnerschaft als mit Mapp und Ambition wählen können.“

Michelle Ellicott-Taylor, Partner Director Northern Europe bei Mapp, ergänzt: „Es ist eine große Ehre, die Marketing-Strategie von Varelotteriet und Ambition mitzugestalten. Die Zusammenarbeit reichte von der E-Mail-Strategieentwicklung vor zwei Jahren über die Kampagnenoptimierung und der daraus resultierenden Case Study bis hin zu mehreren Preisverleihungen und Nominierungen. Es freut uns sehr, ein zentraler Bestandteil der digitalen Strategie von Varelotteriet zu sein. Zudem freuen wir uns bereits darauf, auch künftig erfolgreiche Kampagnen mit Ambition zu realisieren. Zugleich möchten wir unsere Glückwünsche an die übrigen Finalisten in der Kategorie 'Best Use of Marketing Automation' aussprechen: McDonald's mit der Agentur Armadillo, The Royal Mint, City University of London mit der Agentur Anything is Possible und Formel 1 mit der Agentur Ogilvy UK.“

Matias Valentin, Contact & Automation Manager bei Ambition, fügt hinzu: „Es ist keine leichte Aufgabe, die perfekte Customer Journey zu entwerfen und abzubilden. Die ausgezeichnete Kampagne startete KI-basiert, um Zielgruppen für Display-Werbemaßnahmen zu identifizieren. Durch eine standortspezifische Marketing-Maßnahme und Landing Page wurden potenzielle Neukunden zu lokalen Händlern geleitet und digitale Touchpoints nach dem Kauf miteinander verbunden. Als voll integrierte Plattform hat uns die Mapp Cloud bei jedem Schritt und Touchpoint in der Customer Journey hervorragend unterstützt und unsere Arbeit als Partner so deutlich vereinfacht.“

Details zu den Awards finden Interessierte hier: [Award](#)

Über Varelotteriet

Varelotteriet wurde 1887 gegründet und ist eine der ältesten Lotterien Dänemarks, die jeden Monat mehrere Ziehungen durchführt. Die dänischen Kunden geben nach wie vor jährlich größere Summen für Varelotteriet aus und kaufen eine große Anzahl von Losen. Der größte Teil aller Losverkäufe fließen an die Spieler zurück, und alle Gewinne werden in Absprache mit dem Justizministerium für wohltätige, soziale und humanitäre Zwecke verwendet.

Über Ambition

Ambition ist eine unabhängige Digital-Agentur mit internationaler Ausrichtung, die ihren Kunden dabei hilft, Leads, Verkäufe und Kunden zu generieren. Ambition verfolgt hierbei einen datengetriebenen Ansatz und nutzt neueste und besonders effektive Analysetools sowie marktführende Lösungen. Mehr als 50 Spezialisten sorgen für eine ganzheitliche Herangehensweise, um Herausforderungen auf Grundlage einzigartiger digitaler und datengesteuerter Kunden-Setups zu lösen. Die Leistungen reichen von der strategischen Konzeption und Generierung von Customer Insights bis hin zur Entwicklung und Aktivierung kreativer Lösungen über On- und Offline-Medien.

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. Ella's Kitchen, Expert, Freesat, MyToys, Pepsico, Quint, Vivienne Westwood und The Entertainer.

Pressekontakte:

schoesslers GmbH

André Glasmacher
Senior Communications Manager
schoesslers GmbH
Mobil-Tel. +49 151 51 40 01 30
andre@schoesslers.com

Mapp

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