



Mapp Cloud Winter Update: 15 neue Funktionen für optimierte Kampagnenkontrolle und Customer Journey – dank Google Ads-Integration und "Topics of Interests"

Berlin, 1. Februar 2022 – [Mapp](#), der internationale Anbieter für Insight-basierte Customer Experiences, führt mit seinem Winter Update umfangreiche Produktaktualisierungen seiner Marketing-Plattform Mapp Cloud durch. Das MarTech-Unternehmen launcht hierbei 15 neue Funktionalitäten und Verbesserungen. So lassen sich ab sofort u. a. Google Ads-Kampagnendaten nahtlos in die Mapp Cloud integrieren und durch die KI-basierte Funktionalität "Topics of Interests" ein hochgradig individuelle und automatisierte Zielgruppenansprache realisieren. Insgesamt unterstützt das Winter Update werbetreibende Unternehmen dabei, ihre Marketing-Ziele durch integrierte und zielgenaue Kampagnen entlang der Customer Journey noch effizienter zu erreichen.

Michael Diestelberg, VP Product & Marketing bei Mapp, kommentiert: "Das Mapp Cloud Winter Update belegt mehr denn je, das Künstliche Intelligenz ein integraler Bestandteil unserer Marketing-Plattform ist. Wir bieten smarte Customer Analytics für kanalübergreifende Kampagnen und ermöglichen KI-basierte Live-Anpassungen für maximale Effizienz. Unsere Kunden profitieren von einer ganzheitlichen Datenbasis entlang der gesamten Customer Journey – und das mit den Tools ihrer Wahl. Es war noch nie so einfach, aus einer Hand Kampagnenleistung, Optimierungen und Kosten für erfolgreiche Markenerlebnisse zu steuern."

Durch die Integration von **Google Ads** lassen sich nunmehr alle Daten entsprechender Google-Kampagnen nahtlos in das Customer-Analytics-Modul Mapp Intelligence übertragen und dort visualisieren. Die neue Integration bietet wertvolle Einblicke in die Kampagnenleistung und erleichtert eine Optimierung und Steuerung solcher Kampagnen. Kunden können die Performance von Google Ads mit den Daten anderer Marketing-Maßnahmen vergleichen und behalten die Entwicklung ihrer Werbekosten immer fest im Blick. Dadurch sind Marketer mit Mapp Intelligence mehr denn je in der Lage, die kompletten CPO zuverlässig und kanalübergreifend zu erfassen und zu managen. Neben den Kosten lassen hierbei u. a. Anzeigentyp, Impressions und Klicks von Google Ads synchronisieren und gebündelt darstellen.

Mit der neuen **Funktionalität "Topics of Interests"** innerhalb des Segmentation Builders können Zielgruppen mit individuellen Interessen identifiziert und gezielt angesprochen werden. So müssen Marketer lediglich relevante Interessensbereiche benennen – und die KI wählt die passende Zielgruppe aus. Daraus ergibt sich u. a. der Vorteil, dass die Content-Platzierung in der Marketing-Kommunikation nicht mehr manuell nachverfolgt werden muss. Zugleich wird sichergestellt, dass Endkunden immer relevante Inhalte erhalten. So lassen sich Informationen und Angebote zielgenau auf Basis zuvor erfasster Daten, die ein thematisches Interesse zum Ausdruck gebracht haben, bei der Segmentierung der Kunden berücksichtigen.

Das Winter Update umfasst weitere spannende Neuerungen innerhalb des Customer-Analytics-Moduls Mapp Intelligence. Für detaillierte Marketing-Analysen in Drittsystemen stellt



die **Analytics-API** nunmehr auch Listen aller verfügbaren Metriken, Dimensionen und Formeln zur Verfügung. Zugleich wurde die **UI- und UX der Benutzeroberfläche** weiter verbessert und eine **Multi-Faktor-Authentifizierung** für Mapp Intelligence-Logins eingeführt.

Ein weiteres Highlight ist die Integration des **Data Streams Monitoring** bei der Übertragung von Echtzeitdaten in Data-Warehouse-Systeme. Marketer erhalten dadurch mehr Kontrolle und Monitormöglichkeiten bei Datentransfers, wodurch sich etwa Fehler innerhalb der Data Streams identifizieren lassen. Zugleich hilft ein neues **Browser Plugin** beim **Debuggen** von Mapp Intelligence Website-Implementierungen, so dass sich Tracking-Anfragen ohne größeren Aufwand visualisieren lassen.

Darüber hinaus ermöglicht die neue **"Do Not Track"-Option** für E-Mails, eine besonders datenschutzfreundliche Vorgehensweise bei der Datenerfassung. Marketer sind dadurch in der Lage, den Erfolg ihrer Kampagnen zu analysieren, ohne individuelle Nutzerbewegungen zu erfassen, denn Interaktionen wie E-Mail-Öffnungen und -Klicks lassen sich komplett anonym erfassen, sofern der Nutzer die entsprechende Funktion aktiviert hat. Dies schützt die Privatsphäre der Nutzer – und ermöglicht zugleich präzise statische Erhebungen.

Auch ist Mapp nunmehr nahtlos mit dem digitalen E-Commerce-Shopsystem von **VTEX** integriert. Hierfür steht innerhalb von E-Commerce-Plattform von VTEX eine grafische UI-Erweiterung zur Verfügung, mit der Kunden das entsprechende Tracking per Mausklick integrieren und aktivieren können, ohne dass der Quellcode bearbeitet werden muss. Das neue Plugin ist im VTEX App Store abrufbar.

Zudem wird die Mapp Cloud um weitere Funktionen ergänzt: AMP-Automatisierung im Marketing Automation-Modul "Whiteboard" für eine besonders zielgenaue Content-Platzierung entlang der Customer Journey, verbesserte Segmentierungen bei der Listenerstellung sowie Verbesserungen bei der Marketing Automation für Mapp Intelligence.

Weitere Details zu allen Funktionalitäten und Verbesserungen des Winter Updates finden Interessierte hier: <WINTER UPDATE LANDING PAGE>

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

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