



Mapp setzt Wachstumskurs im ersten Halbjahr 2022 fort

Insbesondere im Cross-Selling ist das erste Halbjahr sehr positiv verlaufen. Die Nachfrage nach alternativen Unterstützungen im Online-Marketing steigt weiterhin branchenübergreifend an.

Berlin, 4. August 2022 - [Mapp](#), der internationale Anbieter für Insight-basierte Customer Experiences, verzeichnet im ersten Halbjahr 2022 ein sehr gutes Geschäftsergebnis und steigert das Neukundengeschäft um 23 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Zugleich konnten die Cross-selling-Erlöse im Quartalsvergleich zu 2021 mit 105 % mehr als verdoppelt werden. Das MarTech-Unternehmen blickt damit auf ein sehr erfolgreiches erstes Halbjahr 2022 und führt seinen Erfolgskurs fort.

Mapp profitiert von einem verstärkten Interesse an Lösungen, die Customer Insights für ein personalisiertes Kundenerlebnis bieten, Marketing-Optimierungen vornehmen können und die Effizienz steigern. Im zweiten Quartal konnten namhafte Kunden gewonnen oder Kundenbeziehungen signifikant ausgebaut werden, so unter anderem Lloyd's Pharmacy und West Ham in Großbritannien oder Imperial Fashion in Italien. In Deutschland sind unter anderem die Unternehmen Morawa, Optipay und Koffer-Kopf neu dabei.

Die dynamische Geschäftsentwicklung untermauert Mapps Positionierung als eine der größten unabhängigen Marketing-Cloud-Lösungen für mittelständische und Enterprise-Unternehmen. Aktuell rückt der gesamtheitliche Nutzen der digitalen Marketing-Plattform Mapp Cloud in den Fokus der Mapp-Kunden. Unternehmen aus allen Branchen suchen nach unabhängigen und vor allem cookie-losen Marketing-Alternativen. Hier hat sich Mapp immer wieder als starker Partner hervorgetan.

Im vergangenen Halbjahr konnte Mapp zudem mehrere strategisch wichtige Partnerschaften mit anderen Agenturen etablieren, so zum Beispiel Slope Lift und 711 media web solutions.

Sabine Ratka-Schützeichel, Senior Director Customer Success und Revenue bei Mapp, kommentiert das positive erste Halbjahr: „Das Engagement jedes einzelnen in unserer Mitarbeiterschaft hat auch dieses Jahr zu diesem sehr guten Ergebnis geführt. Unsere Bestandskunden nutzen inzwischen immer häufiger die gesamte Mapp Cloud. Der Markt ist weiterhin in Bewegung, Onlinehandel und klassischer Retail gehen neue Symbiosen ein. Dies erhöht den Bedarf an Marketing Intelligence auf Basis von datenschutzkonformen First-Party Kundendaten. Zudem sind Kosten- und Marketing-Effizienz in der aktuellen Lage wichtiger denn je.“

Die Mapp Cloud und seine Komponenten lassen sich problemlos in bestehende MarTech-Stacks integrieren sowie mit unterschiedlichsten Drittsystemen kombinieren. Durch APIs werden Daten flexibel ausgetauscht und konsolidiert. Zugleich hat die Mapp Cloud von Haus aus eine Customer Data Platform (CDP) integriert. Für zentrale Kundenprofile lassen sich damit kanalübergreifend Daten bündeln und einsetzen, sodass für eine zielgenaue Ansprache soziographische Merkmale, Transaktionen und Interaktionen berücksichtigt



werden. Dies sorgt für hochgradig personalisierte Marketing-Maßnahmen. Hierbei ist das Customer-Analytics-Modul Mapp Intelligence darauf ausgelegt, durch verwertbare Insights, das ganze Potenzial von First-Party-Daten für ein erfolgreiches Marketing zu aktivieren. Die Cross-Channel-Marketing-Komponente Mapp Engage ermöglicht es, Kunden bedarfsgerecht per E-Mail, Direct Mail, Push-Nachricht, SMS oder Web anzusprechen und die gesamte Customer Journey entsprechend zu automatisieren.

Über Mapp

Mit Mapp Cloud können sich Marketingexperten auf das Wesentliche konzentrieren: Markenbotschaften gestalten und diese schnell bestmöglich platzieren. Die Insight-basierte Customer Experience Plattform steht ihnen dabei zuverlässig mit ihrem datenbasierten Ansatz zur Seite.

Mit Hilfe von Customer Intelligence und Marketing Analytics gewinnen Unternehmen kanalübergreifende Kunden-Insights, basierend auf den eigenen First-Party Daten. KI-gestützte Prognosemodelle helfen dabei, das Kundenverständnis auszubauen. So werden Ressourcen optimal genutzt und erfolgreiches Cross-Channel-Marketing umgesetzt. Die Mapp Cloud ermöglicht personalisierte Marketing- und Content-Strategien sowie eine langfristige Kundenbindung.

Mehr erfahren: [Mapp und die Mapp Cloud online](#).

Mapp betreibt Niederlassungen in sieben Ländern und unterstützt mehr als 700 Unternehmen, sich von der Masse abzuheben. Zu Mapps Kunden zählen unter anderem Flaconi, Westwing, die Ing Direktbank, Expert, Freesat, MyToys und Vivienne Westwood.

Pressekontakte:

schoesslers GmbH

Karina Henschel

[✉ karina.henschel@schoesslers.com](mailto:karina.henschel@schoesslers.com)

+49 (0)151 – 72 85 87 87

www.schoesslers.com

Mapp

Camille Deschamps

[✉ camille.deschamps@mapp.com](mailto:camille.deschamps@mapp.com)

+ 33 6 48 40 79 97

www.mapp.com