



Mapp Digital sponsor dell'Osservatorio Omnichannel Customer Experience

Milano, 6 dicembre – È stata presentata ieri a Milano la Ricerca 2019 dell'Osservatorio Omnichannel Customer Experience realizzata dal Politecnico di Milano.

La ricerca evidenzia come l'Omnichannel Customer Experience sia di estrema importanza per la maggior parte delle grandi e medio-grandi aziende italiane, ma allo stesso tempo presenti difficoltà di realizzazione soprattutto per quanto riguarda la modalità di raccolta e integrazione dei dati unitamente all'introduzione e alla gestione di adeguate tecnologie a supporto.

[Mapp Digital](#), recentemente classificata da Forrester fra i nove migliori fornitori globali di piattaforme di Cross-Channel Campaign Management, nello studio "*The Forrester Wave™: Cross-Channel Campaign Management (Independent Platforms), Q4 2019*", è sponsor di questa ricerca in quanto fermamente convinta che sia necessario connettere i vari touchpoint tra di loro per fornire agli utenti esperienze personalizzate e memorabili. Il coinvolgimento del cliente, che tiene in considerazione un'ampia gamma di fonti di dati e si basa sui marketing analytics, diventa la base di un'operazione di marketing di successo.

La multinazionale, che conta una sede anche a Milano, mette a disposizione delle aziende Mapp Cloud, una suite di marketing basata sugli insight - preziosissime informazioni sui principali trend e KPI di business derivati dall'analisi dei big data - che combina la customer intelligence con la marketing automation cross-canale.

Con Mapp Cloud i marketer possono facilmente raccogliere e unificare i dati delle proprie digital property, estrarne informazioni di grande valore grazie a modelli predittivi supportati dall'Intelligenza Artificiale ed eseguire nell'immediato campagne personalizzate cross-canale su tutti i touchpoint digitali.

Maurizio Alberti, Vice President Global Sales di Mapp Digital ha così commentato: "Siamo orgogliosi di aver sponsorizzato questo studio, dal quale si evince la necessità di una strategia di marketing omnicanale da parte delle aziende per coinvolgere i consumatori in esperienze di valore. Questa sponsorizzazione è in linea con il riconoscimento recentemente ricevuto da Forrester, che ci vede fra i 9 principali fornitori di piattaforme di Cross-Channel Campaign Management al mondo".

L'infografica della ricerca è disponibile gratuitamente sulla pagina dell'Osservatorio Omnichannel Customer Experience:

https://www.osservatori.net/it_it/osservatori/omnichannel-customer-experience



Informazioni su Mapp Digital

Marketer e data specialist dovrebbero potersi occupare di ciò che fa la differenza per il loro business invece di passare il tempo a lottare contro la tecnologia di cui fanno uso. Lasciando a Mapp Cloud il compito di decidere il momento e la frequenza migliori per comunicare un messaggio, i team Marketing potranno focalizzarsi sulle cose importanti ed entusiasmanti del proprio lavoro. Con l'unificazione dei dati, i customer insight generati dall'Intelligenza Artificiale e il customer engagement cross-canale le imprese possono raggiungere un vantaggio competitivo sostenibile e la fedeltà del cliente nel lungo periodo.

Mapp Digital ha uffici in otto Paesi ed è proprietaria di Webtrekk, leader europeo di marketing analytics e customer intelligence, e tramite la propria suite denominata Mapp Cloud assiste più di 2.500 aziende nel mondo, fra cui Xerox, PepsiCo, Qantas, Infinity e Lloyds Banking Group.

Contatti stampa:

Agenzia di PR: Martinengo & Partners Communication

Cinzia Martinengo

02 4953 6650

cinzia.martinengo@martinengocommunication.com

www.martinengocommunication.com

Contatti Mapp:

Giorgia Bellato – Field Marketing Manager

02 3087 620

giorgia.bellato@mapp.com

www.mapp.com