



## La Martina sceglie l'Insight-Led Customer Engagement di Mapp Digital

**Milano, 14 maggio 2020** – [Mapp Digital](#), fornitore internazionale di una piattaforma di Insight-Led Customer Engagement in cloud, annuncia oggi che [La Martina](#), azienda leader nel settore dell'abbigliamento luxury, ha scelto di utilizzare la piattaforma **Mapp Cloud** per migliorare la comunicazione verso i propri clienti sui canali digitali. Questa innovazione permetterà all'azienda di conoscere meglio i propri clienti, le loro abitudini e preferenze di navigazione e acquisto, e di analizzare e prevedere in tempo reale le azioni di utenti anonimi e clienti sul sito, per poter avviare campagne cross-canale su tutti i touchpoint al fine di offrire un'esperienza consistente, personalizzata e rilevante, migliorando così la relazione con il brand.

Mapp ha studiato per il cliente **un piano in due step**: il primo obiettivo era replicare i flussi dei dati provenienti dai negozi fisici con quelli provenienti dall'e-commerce per avere la visione unica del cliente e dare continuità all'attuale piano di comunicazione. In due settimane questo progetto è stato completato consentendo il go-live delle newsletter personalizzate e dei programmi di marketing automation tramite la nuova piattaforma, sostituendo il CRM e il Marketing Cloud in uso precedentemente.

La seconda parte del progetto prevede l'arricchimento dei programmi di marketing esistenti tramite la valorizzazione degli Insight basati sui dati dei clienti, che verranno utilizzati per campagne di personalizzazione dell'esperienza di navigazione sul sito de La Martina in tempo reale e per la condivisione di contenuti e sconti personalizzati in base al Customer Lifetime Value nella newsletter e nei programmi di marketing automation.

**Adrian Simonetti, Presidente de La Martina**, ha commentato: "Reputiamo strategico e fondamentale l'integrazione tra i canali di vendita e marketing per dare al consumatore un'unica visione del brand, utilizzando sistemi di Marketing Automation per una comunicazione sempre più targettizzata e in linea con gli interessi del cliente." Continua **Alessandro Milia, Head of Global Omnichannel de La Martina**: "Siamo riusciti in brevissimo tempo a replicare sulla nuova piattaforma i dati già in nostro possesso e abbiamo avviato attività di intelligence basilari per un digital marketing di successo. Abbiamo sviluppato un welcome program dedicato ai clienti, con l'integrazione di un sistema di couponing univoco e di una landing page multilingua per raccogliere e stimolare le iscrizioni alla newsletter. Fondamentale è stata poi l'implementazione di un programma volto a migliorare il "carrello abbandonato", con l'integrazione di Hybris. Alla parte più organizzativa e strategica sono state affiancate sessioni di formazione effettuate dal team italiano di Account Management e Customer Success di Mapp, volte a formare il nostro team di Omnichannel marketing e la nostra agenzia".

**Maurizio Alberti, VP Global Sales di Mapp** ha aggiunto: "Siamo lieti di annunciare questo accordo con un brand prestigioso come La Martina e di lavorare con il team guidato da Adrian, che nella sua carriera si è distinto per il pragmatismo, la capacità di decidere e la competenza che gli consente di portare a termine con successo i progetti a cui lavora. In questo momento particolare le aziende sono chiamate a prendere decisioni privilegiando l'efficienza, scegliendo partner che garantiscano la condivisione di know-how tramite la quotidiana collaborazione per massimizzare il valore dei dati disponibili. La Martina potrà contare sulla nostra flessibilità, creatività, voglia di innovare e di dimostrare risultati concreti tramite use case per ottenere risultati nel breve e nel lungo termine".



### **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. Con la piattaforma di customer engagement Mapp Cloud basata sugli insight possono focalizzarsi sulle cose importanti ed entusiasmanti del proprio lavoro. Grazie alla customer intelligence e ai marketing analytics le imprese possono accedere facilmente a customer insight derivanti dall'analisi dei dati attraverso tutti i canali per avviare attività di marketing altamente personalizzate. I clienti possono beneficiare di modelli di previsione supportati dall'Intelligenza Artificiale per sviluppare campagne cross-canale mirate e che si ottimizzano automaticamente. Si possono inviare messaggi automatizzati attraverso i canali di marketing più adatti, ottimizzando la frequenza di contatto. Grazie ad una personalizzazione sempre più elevata si può ottenere il più alto livello di engagement e la fidelizzazione del cliente a lungo termine.

Mapp ha uffici in sei Paesi. Con la sua piattaforma di marketing digitale assiste più di 3.000 aziende nel mondo a riscoprire opportunità mancate rendendosi più visibili rispetto ai competitor. Fra i clienti di Mapp spiccano Xerox, PepsiCo, LG, Qantas, Flixbus, MyToys, ING, Infinity e Lloyds Banking Group.

### **Contatti stampa:**

Agenzia di PR: Martinengo & Partners Communication

Cinzia Martinengo

02 4953 6650

[cinzia.martinengo@martinengocommunication.com](mailto:cinzia.martinengo@martinengocommunication.com)

[www.martinengocommunication.com](http://www.martinengocommunication.com)

### **Contatti Mapp:**

Giorgia Bellato – Field Marketing Manager

02 3087 620

[giorgia.bellato@mapp.com](mailto:giorgia.bellato@mapp.com)

[www.mapp.com](http://www.mapp.com)