



Mapp: business con i nuovi clienti quasi raddoppiato nel 2020

- *Mapp chiude il 2020 con un +73% di new business rispetto all'anno scorso*
- *Customer Insight e Customer Data Platform sono i principali driver di crescita*
- *Mapp è ottimista sul nuovo anno e mette il turbo allo sviluppo di funzionalità basate sull'Intelligenza Artificiale*

Milano, 29 gennaio 2021 - **Mapp** ha annunciato la forte crescita del proprio business nel 2020, nonostante le avversità straordinarie che hanno impattato il mondo. L'azienda ha chiuso con la crescita record del 73% delle vendite ai nuovi clienti anno su anno e ha visto triplicare il valore medio dei contratti, due risultati che confermano come il marketing delle medie e grandi imprese internazionali si stia sempre più focalizzando sui customer insight e la marketing automation omnicanale per migliorare la relazione con i propri clienti.

La pandemia ha dato il via a una massiccia accelerazione della **trasformazione digitale** e al modo di intendere e sfruttare tutte le leve di marketing a disposizione. La necessità di uno scambio di informazioni e di creazione di una relazione 1:1 con i consumatori ha spinto le aziende ad investire particolarmente in marketing analysis, personalizzazione e automazione dei contenuti, e attivazione digitale del cliente iper-connesso.

Inoltre, a partire dallo scorso anno si è sempre più fatto sentire il tema dell'**efficientamento dei costi** del marketing per favorire i bilanci. Molte aziende hanno riallineato la propria strategia in ottica digitale e data-driven e hanno dato il via a un esponenziale aumento della domanda di strumenti di customer intelligence, per raccogliere e identificare i customer insight declinati in base ai KPI aziendali, da utilizzare per segmentare e iper-personalizzare le campagne omnicanale.

Nello scorso anno Mapp ha supportato molte aziende nella transizione verso strategie di marketing digitale acquisendo **70 nuovi clienti** in tutti i settori e mercati. In particolare, il Retail e l'eCommerce hanno generato una crescita dinamica di quasi il 30%. I nuovi clienti di Mapp includono La Martina, ePRICE, Quint, The Entertainer, Ella's Kitchen, Creed, PetsPyjamas e Francesca's. L'anno scorso Mapp ha lanciato anche il Global Partner Program e ha ampliato la sua presenza sul mercato attraverso partnership con società di consulenza e tecnologia negli Stati Uniti, nel Regno Unito, in Francia, in Germania e in Italia.



Un'altra delle funzionalità più richieste è stata sicuramente la **Customer Data Platform** (CDP) integrata alla soluzione di **marketing automation**, che abilita la visione a 360 gradi di ogni singolo consumatore su tutti i canali digitali. Grazie all'uso di insight chiave quali caratteristiche sociodemografiche, interazioni passate sui diversi touchpoint e storico transazionale, i brand sono in grado di segmentare in maniera granulare le proprie audience di riferimento – Mapp lavora solo con dati di prime parti - e di automatizzare gli invii di messaggi tramite la piattaforma di marketing automation di Mapp Cloud.

Steve Warren, CEO di Mapp, ha così commentato il risultato molto positivo: "Nonostante la pandemia siamo riusciti ad accrescere il volume di business e a chiudere il 2020 con risultati record. I miei ringraziamenti vanno all'intero team internazionale, che ha fatto un ottimo lavoro nonostante le circostanze. Quest'anno ci concentreremo su nuove funzionalità basate sull'Intelligenza Artificiale e su grandi aggiornamenti di prodotto, per assicurare ai nostri clienti un elevato vantaggio competitivo e un ROI sostanziale derivante dalle proprie attività di marketing."

Informazioni su Mapp

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 7 Paesi. Con la sua piattaforma di marketing digitale assiste più di 3.000 aziende nel mondo a riscoprire opportunità mancate rendendosi più rilevanti rispetto ai competitor. Fra i clienti di Mapp spiccano Expert, Mediaset, Rai, Il Sole 24 Ore, Grandi Navi Veloci, La Martina, Italiaonline, Leroy Merlin e molti altri.

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