



Yeppon sceglie Mapp per ottimizzare la strategia di customer experience attraverso la personalizzazione

Milano, 31 agosto 2021 – [Yeppon](#), piattaforma italiana di e-commerce conosciuta per i suoi servizi semplici, flessibili e intuitivi, ha scelto [Mapp](#) come fornitore per massimizzare le proprie azioni di marketing volte a migliorare la relazione con i clienti online.

La scelta di utilizzare Mapp Cloud, suite di marketing digitale che coniuga gli insight in tempo reale sui clienti e la marketing automation multicanale, è stata dettata dalle sfide affrontate dagli e-commerce in questo periodo. Infatti, vista la forte crescita del settore, il team di Yeppon si è reso conto che l'utilizzo di molteplici strumenti di digital marketing risultava essere poco efficace rispetto alla costruzione di un vero e proprio ecosistema automatizzato fondato sui dati.

La volontà è quella di attivarsi nella raccolta del dato, nella sua analisi e nella realizzazione di campagne basate su informazioni in tempo reale in merito alle caratteristiche e al comportamento online dei clienti, ma i diversi tool di cui disponeva precedentemente non rendevano fluido e immediato questo approccio.

Inoltre, la mancanza di supporto tecnico in alcune fasi del funnel marketing rendeva il processo estremamente complesso da realizzare, con rallentamenti e una mancata ottimizzazione del time-to-market.

Per raggiungere i propri obiettivi di vendita, Yeppon ha scelto di implementare l'intera soluzione di Mapp Cloud, investendo inizialmente nelle funzionalità di web tracking e customer intelligence, che consentono, rispettivamente, di tenere traccia di tutte le attività svolte dagli utenti sul sito web e di trasformare i dati dei clienti che interagiscono con il brand in insight immediatamente spendibili per incrementare il tasso di conversione online, tramite ad esempio la personalizzazione ad hoc di alcune aree del sito in base alle azioni svolte dagli utenti. Obiettivo primario della strategia è l'ottenimento della visione unica del cliente, grazie alla quale è possibile orchestrare campagne di marketing automation altamente personalizzate, destinate a segmenti di audience selezionati. Proprio in ottica di miglioramento dell'esperienza dei clienti, Yeppon ha anche allineato il proprio catalogo con Mapp Cloud, per avviare campagne cosiddette di *price drop*, *back in stock* e *low in stock*, rivolte agli utenti che hanno aggiunto un determinato prodotto al carrello e poi non hanno concluso l'acquisto.

Tra le varie motivazioni che hanno portato Yeppon a scegliere Mapp c'è anche la necessità di migliorare la segmentazione del proprio database per l'invio di comunicazioni più rilevanti. La scelta è stata inoltre dettata dalla possibilità di creare automatismi e customer journey che possano incidere sul time-to-market dell'azienda. Un ruolo decisivo è stato svolto dal team di supporto e consulenza di Mapp su come implementare al meglio la strategia di marketing, che ha concorso positivamente al netto superamento delle limitazioni operative riscontrate in passato.



Danilo Longo, Ecommerce & Marketing Manager di Yeppon, ha commentato la partnership: *„Come e-commerce ci siamo trovati ad affrontare molte sfide in questo ultimo anno, per questo abbiamo deciso di investire nell’ottimizzazione dell’esperienza a tutto tondo per i nostri clienti. Grazie alla collaborazione con Mapp, un partner di altissimo livello, sono certo riusciremo a ottimizzare il nostro time-to-market, creando automatismi e customer journey che forniscano ai nostri clienti un’esperienza sempre più personalizzata e basata sui loro reali interessi“.*

Marco Salerno, Sales Director di Mapp, ha così commentato: *„Siamo estremamente felici di annunciare questo accordo con Yeppon, perchè si tratta di una piattaforma italiana in forte crescita e molto apprezzata per la qualità dei propri prodotti e per l’attenzione rivolta ai suoi clienti. Siamo fiduciosi che, grazie al nostro team di professionisti, Yeppon sarà in grado di ottimizzare le proprie attività verso il consumatore, riuscendo a raggiungere i propri obiettivi di marketing e di crescita“.*

Informazioni su Mapp

I marketer dovrebbero concentrarsi sulla strategia e l’esecuzione delle campagne, invece di passare il tempo a domare la tecnologia per raggiungere i propri obiettivi. Con la soluzione di Insight-Led Customer Experience, Mapp Cloud, i responsabili marketing possono dedicare più tempo alla pianificazione strategica e all’esecuzione di campagne rilevanti, grazie alla raccolta e unificazione dei dati di prima parte in un’unica soluzione, da cui sono generati velocemente numerosi insight sui clienti. I customer insight sono informazioni aggiornate in tempo reale sulle caratteristiche, le tendenze e le preferenze dei clienti che consentono di avviare campagne di marketing automation cliente-centriche e multicanale, con messaggi inviati sul canale di marketing preferito dagli utenti, nel momento migliore per loro e con una frequenza di contatto ragionevole.

Mapp ha uffici in sette Paesi e con la propria soluzione di marketing digitale in Cloud aiuta oltre 3.000 aziende a distinguersi dalla concorrenza. Fra i clienti italiani si annoverano Expert, ePRICE, Prénatal, Furla, La Martina, Coccinelle, Gruppo Piquadro, Ferrari e Lamborghini.

Contatti stampa:

Agenzia di PR: Martinengo & Partners Communication

Cinzia Martinengo/Silvia Boniardi

02 4953 6650

cinzia.martinengo@martinengocommunication.com

silvia.boniardi@martinengocommunication.com

www.martinengocommunication.com

Contatti Mapp:

Annarosa Barra – Field Marketing Manager

345 6615101

annarosa.barra@mapp.com

www.mapp.com