



Mapp Cloud aiuta i suoi clienti a ottenere un ROI del 540%

Lo studio sul Total Economic Impact (TEI) rivela benefici significativi derivanti dall'utilizzo di Mapp Cloud

- Il report mostra che i clienti di Mapp Cloud hanno ottenuto un ROI del 540% in tre anni
- Gli utenti di Mapp Cloud hanno inoltre riportato un incremento dell'engagement rate, delle conversioni e delle vendite
- Il raggiungimento di questi risultati è stato contestuale al miglioramento della produttività dei marketer

Milano, 10 ottobre 2022 – [Mapp](#), fornitore internazionale di una piattaforma di insight-led customer experience, ha pubblicato oggi i risultati dello studio commissionato a Forrester Consulting sul Total Economic Impact (TEI), realizzato per valutare l'impatto finanziario derivante dall'adozione di Mapp Cloud. Il report ha dimostrato che Mapp Cloud è in grado di aiutare i suoi clienti a ottenere un ROI del 540% in tre anni. Altri vantaggi identificati dalle aziende clienti che hanno preso parte allo studio sono:

- Aumento della reach di oltre 500.000 clienti
- Miglioramento del 25% dell'engagement rate
- Incremento di un quinto (20%) delle conversioni
- Crescita del carrello medio del 10%
- Aumento del 25% della produttività dei marketer

I vantaggi di Mapp Cloud

Il report di Forrester ha evidenziato che Mapp Cloud aiuta a comprendere meglio i propri clienti e incrementare il tasso di deliverability dei messaggi, che aumenta dell'1,5% e si traduce in milioni di messaggi in più che raggiungono i clienti ogni anno.

Oltre ai numerosi vantaggi quantificabili di Mapp Cloud, Forrester ha identificato anche dei benefici qualitativi, tra cui:

- utilizzo degli insight forniti da Mapp Intelligence in tutte le attività di marketing: grazie a una migliore comprensione dei clienti, i marketer sono stati in grado di creare contenuti più pertinenti per i loro siti web e comunicazioni iper-personalizzate di maggior interesse per i clienti;
- diversificazione delle campagne marketing: questo approccio dinamico ha garantito che i clienti interagissero col brand tramite diversi touchpoint durante l'intero percorso di acquisto;
- crescente maturità del team marketing: i team che hanno utilizzato Mapp Cloud hanno creato segmenti di clienti avanzati e hanno adottato un approccio più mirato per raggiungere i clienti più difficili;



- efficienza della spesa tecnologica: le imprese che hanno adottato Mapp Cloud hanno potuto sostituire con un'unica piattaforma le precedenti soluzioni di marketing automation e analytics, risparmiando sulla spesa in MarTech e potendo investire budget aggiuntivo in Mapp Cloud.

La strategia di Mapp

Tre anni fa, Mapp ha deciso che avrebbe potuto meglio soddisfare i propri clienti offrendo una piattaforma di Insight-Led Customer Experience, invece di limitarsi a una soluzione di marketing automation. In un periodo in cui il mercato si allontana sempre di più dai dati di terza parte, la strategia di portare maggiori insight self-service ai marketer ha dato i suoi frutti, generando feedback molto positivi su Mapp Cloud da parte dei clienti. Il report ha inoltre rilevato che Mapp ha contribuito in modo significativo alla crescente maturità dei team di marketing dei suoi clienti.

Ricardas Montvila, VP Global Strategy di Mapp, ha commentato: "Siamo felici che Forrester sia riuscita a quantificare i vantaggi offerti da Mapp Cloud. Questo studio dimostra come il nostro focus strategico sull'Insight-Led Customer Experience stia apportando un valore significativo ai brand B2C. Il fatto che i nostri clienti abbiano dimostrato di aver ottenuto un ROI del 540% in tre anni, oltre all'enorme valore che deriva dall'incremento dell'engagement rate, delle conversioni e delle vendite, è la prova dell'elevata qualità delle nostre soluzioni e delle nostre persone."

Lo studio

Lo studio commissionato da Mapp è stato condotto da Forrester Consulting nel settembre 2022.

[Scarica il report cliccando qui.](#)

Informazioni su Mapp

Con la soluzione di Insight-Led Customer Experience Mapp Cloud, i marketer 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 la frequenza di contatto ottimale. Con un tale livello di personalizzazione, è possibile raggiungere i più alti livelli di engagement e di fedeltà dei clienti nel lungo termine.

Mapp ha uffici in sette Paesi e con la propria soluzione di marketing digitale in Cloud aiuta oltre 700 aziende a distinguersi dalla concorrenza. Fra i clienti italiani si annoverano Gruppo Piquadro, Prénatal, Expert, Lamborghini, Furla, La Martina, Pagani e Coccinelle.

Contatti stampa:

Agenzia di PR: Martinengo & Partners Communication
Cinzia Martinengo/Lucrezia Martinengo
02 4953 6650



cinzia.martinengo@martinengocommunication.com
lucrezia.martinengo@martinengocommunication.com
www.martinengocommunication.com

Contatti Mapp:

Annarosa Barra – Field Marketing Manager
345 6615101
annarosa.barra@mapp.com
www.mapp.com/it