

Coop Alleanza 3.0 riconferma la sua fiducia in Mapp e investe nella CDP per implementare una strategia omnicanale iper-personalizzata

Milano, 22 novembre 2022 – [Coop Alleanza 3.0](#), la più grande cooperativa in Italia e una delle più estese in Europa, ha deciso di riconfermare la propria fiducia in [Mapp](#), fornitore internazionale di una piattaforma di insight-led customer experience.

La collaborazione tra le due aziende è iniziata nel 2018, quando Coop Alleanza 3.0 ha iniziato a utilizzare Mapp Cloud per attività di digital analytics sul proprio sito, riuscendo così ad ottenere una quantità maggiore di dati relativi ai propri soci.

Tuttavia, il cliente era in possesso di una stack martech frammentata che le permetteva di avere a disposizione grandi quantità di dati sui clienti, ma difficilmente attivabili in quanto provenivano da fonti diverse non unificate. All'interno di un processo di ammodernamento della struttura digitale, Coop Alleanza 3.0 era alla ricerca di una soluzione che si integrasse perfettamente con le altre piattaforme di marketing e che le permettesse non solo di riunire tutte le informazioni in unico luogo, ma anche di arricchirle con dati di prima, seconda e terza parte provenienti da altri strumenti e integrazioni esterne con l'obiettivo di implementare campagne di marketing iper-personalizzate.

Grazie alla flessibilità del tool, alla presenza di un servizio clienti locale, all'unificazione dell'interfaccia per tutti i canali di marketing e a un time-to-market rapido ed efficiente, Mapp si è conquistata la fiducia di Coop Alleanza 3.0, che ha deciso di prorogare la collaborazione e addirittura investire nella Customer Data Platform, ampliando di fatto il range di servizi a propria disposizione.

L'integrazione delle funzionalità della CDP e di marketing automation hanno permesso al cliente di eliminare i silos di dati e offrire customer data unificati e attivabili a diversi team del dipartimento di marketing. Inoltre, le certificazioni ISO27001 e ISO27018 hanno fornito le garanzie necessarie a un'azienda molto attenta a rispettare la normativa in ambito GDPR. L'integrazione seamless tra Mapp Engage e Mapp Intelligence garantisce la possibilità di utilizzare email, mobile push, web push, SMS e pop-up sul sito senza passare da sistemi terzi, ottenendo la customer centricity da sempre ricercata.

Beneficiando di un ricco set di customer data estratto da tutte le digital property e fonti dati dell'azienda, Coop Alleanza 3.0 può ora sfruttare la visione unica dei suoi soci e programmare strategie di marketing omnicanale con contenuti iper-personalizzati. Inoltre, può fare affidamento su una tecnologia che le permette non solo di estrarre intuitivamente i Raw Data Export, ma anche di realizzare attività di analisi e reportistica delle campagne molto avanzate. In ultimo, avere a disposizione uno strumento come l'AI facilita ulteriormente il lavoro dei marketer permettendo loro di prendere le decisioni più pertinenti in ogni situazione.

“La conoscenza approfondita del cliente e del customer journey omnicanale rappresenta la base di partenza per avviare una relazione 1:1 fatta di messaggi tempestivi e arricchiti da contenuti in linea con le preferenze dei singoli soci. Abbiamo deciso di investire in funzionalità di marketing automation perché vogliamo ottenere una customer centricity sempre più accurata e sappiamo che con Mapp Cloud è possibile farlo. Non vediamo l’ora di collaborare e raggiungere nuovi successi insieme”, ha commentato **Emanuela Montanari, Direttore Marketing di Coop Alleanza 3.0**

“Siamo estremamente soddisfatti che Coop Alleanza 3.0 abbia deciso di riconfermare la fiducia in Mapp. - ha dichiarato **Maurizio Alberti, VP Sales & Marketing di Mapp** - Nel passato abbiamo lavorato molto bene insieme ma da ora, grazie all’utilizzo della CDP, il cliente sarà grado di portare la propria strategia di marketing al livello ancora superiore”.

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
02 4953 6650
cinzia.martinengo@martinengocommunication.com
www.martinengocommunication.com

Contatti Mapp:

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