



Mapp verzeichnet Rekordwachstum im ersten Quartal 2021

- **Rekord-Sales-Volumen: Steigerung um 41 % gegenüber dem Vorjahr**
- **Enormes Vertriebs-Wachstum getrieben von hoher Nachfrage nach digitalem Marketing und datenbasierten Customer Insights**

San Diego/Berlin, 26. Mai 2021 – [Mapp](#), der internationale Anbieter für Insight-basierte Customer Experience, blickt auf ein starkes Wachstum im ersten Quartal des neuen Geschäftsjahrs 2021 zurück. Das Unternehmen verzeichnet ein Rekordwachstum im Neukundengeschäft um 41 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum und führt seinen Erfolgskurs auch in diesem Jahr fort. Dies untermauert die Positionierung als eine der größten unabhängigen Marketing-Cloud-Lösung für mittelständische Unternehmen und im Enterprise-Segment weltweit. Auch das zweite Quartal 2021 entwickelt sich bereits sehr positiv. So konnten die Subskriptionserlöse im April um 14 % gesteigert werden und bei der Neukundengewinnung ein zweistelliger Zuwachs verzeichnet werden.

Kosten- und Marketing-Effizienz sind für werbetreibende Unternehmen wichtiger denn je. Die Veränderungen am Markt durch die massive Beschleunigung der digitalen Transformation, erhöht den Bedarf an robusten Kundendaten, Marketing Analytics, Datenaktivierung, Personalisierung und Automatisierung. Besonders starken Kundenzulauf erfährt Mapp aktuell in den Branchen Retail, E-Commerce und D2C. So konnte Mapp in den vergangenen Monaten weltweit mehr als zwei Dutzend Neukunden gewinnen. Dazu zählen etwa Design Toscano, The Independent Pharmacy, ePrice, Piquadro, Prénatal und Pagani.

Mapp stellt ein verstärktes Interesse an Customer Insights für die Kampagnen-Optimierung und zur Steigerung der Effizienz fest und verzeichnet ein enormes Wachstum bei seiner Marketing-Plattform Mapp Cloud. Hier haben Marketer die Möglichkeit mit Endverbrauchern durch eine gezielte Strategie in einen regelmäßigen Austausch zu treten und umsatzrelevante Interaktionen anzustoßen. Mapp bietet hierfür eine Integration zwischen dem Customer-Analytics-Modul Mapp Intelligence und der Cross-Channel-Marketing-Modul Mapp Engage, um belastbare Insights sowie Nutzersegmente für hochgradig personalisierte Marketing-Botschaften zu identifizieren und kanalübergreifend zu nutzen. Zugleich wird die Mapp Cloud kontinuierlich weiterentwickelt. So wurde erst vor Kurzem Direct Mail für maßgeschneiderte Print-Kampagnen integriert. Zudem konnte Mapp zahlreiche Verträge erneuern und auf die gesamte Produktpalette der Mapp Cloud Plattform ausweiten.

Steve Warren, CEO von Mapp, kommentiert das positive Ergebnis: „Eine Rekordmeldung jagt die nächste – nach dem erfolgreichen Jahr 2020 sind wir weiter auf Erfolgskurs und erreichten auch im ersten Quartal diesen Jahres ein Rekordwachstum. Dies ist zurückzuführen auf die stetig steigende Nachfrage im Markt nach Insight-basierten Marketing-Ansätzen und einer besseren Customer Experience. Trotz aller Herausforderungen hat unser internationales Team in diesem Kontext eine großartige Leistung vollbracht, was das dynamische Wachstum in unserem Neukundengeschäft deutlich zeigt. Unsere Studie mit Forrester zeigt auf, wie wichtig datenbasiertes Kundenwissen ist. Durch unsere Marketing-Cloud-Lösung bieten wir eindeutige Wettbewerbsvorteile sowie echte Mehrwerte.“



Eine durch [Forrester Consulting im Auftrag von Map durchgeführte Studie](#) belegt, dass datengetriebene Ansätze ein Erfolgsgarant für das Marketing sind. Zugleich stufen 89 % aller weltweit befragten Marketer eine Customer Experience-Strategie als wichtig oder sehr wichtig für den eigenen Erfolg ein. Um die Bedürfnisse von Endverbrauchern besser zu verstehen, investieren Unternehmen in ihre MarTech-Stacks, vielerorts bestehen allerdings noch Defizite bei der Implementierung und Umsetzung ganzheitlicher Strategien im Bereich der Customer Experience.

Über Mapp

Marketer und Datenspezialisten sollten sich stets auf ihr Kerngeschäft fokussieren können, statt ihre Zeit damit zu verbringen, die dahinterstehende Technologie zu bändigen. Mit der Insight-basierten Customer Experience Plattform Mapp Cloud haben Marketing-Entscheider mehr Zeit für das Wesentliche und können ihre Markenbotschaften bestmöglich platzieren. Durch Customer Intelligence und Marketing Analytics gewinnen Unternehmen aus Daten einfach und effektiv kanalübergreifende Kunden-Insights, welche wiederum hochgradig personalisierte Marketing-Aktivitäten ermöglichen. Mapps Kunden profitieren von maßgeschneiderten und selbstoptimierenden Cross-Channel-Kampagnen auf Basis KI-gestützter Prognosemodelle. Automatisierte Nachrichten können so im idealen Marketing-Kanal, zum optimalen Zeitpunkt und mit der richtigen Kontaktfrequenz versandt werden. Dank der leistungsstarken Eins-zu-Eins-Personalisierung werden ein Höchstmaß an Engagement sowie eine langfristige Kundenbindung erreicht. Mehr Infos [hier](#).

Mapp betreibt Niederlassungen in sieben Ländern. Mapps Digital Marketing Plattform hilft über 3.000 Unternehmen, sich von der Masse abzuheben. Zu Mapps Kunden zählen u. a. Argos, Ella's Kitchen, Expert, Freesat, Lloyds Banking Group, MyToys, Pepsico, Quint und The Entertainer.

Pressekontakte:

schoesslers GmbH

Thalissa-Jennifer Klaps
+49 160 527 94 14
thalissa@schoesslers.com
www.schoesslers.com

Mapp Digital

Harald Oberhofer
+49 30 755 415 120
harald.oberhofer@mapp.com
www.mapp.com