

Mapp e Triboo insieme per ottimizzare il marketing omnicanale di Piquadro

Il Gruppo guidato da Marco Palmieri e di cui fanno parte i brand Piquadro, Lancel e The Bridge adopererà la suite Mapp Cloud e i servizi Triboo al fine di creare una visione unica del cliente, generare customer insight e inviare comunicazioni marketing mirate ed efficaci.

Milano, 20 aprile 2021 – Mapp, fornitore internazionale di una soluzione di Marketing Cloud, si allea con Triboo, Gruppo attivo nel settore digitale e quotato sul mercato MTA di Borsa Italiana, nel fornire a Piquadro, Gruppo italiano che opera nel settore degli accessori in pelle attraverso i marchi Piquadro, The Bridge e Lancel, una serie di servizi di marketing omnicanale con lo scopo di ottimizzare le comunicazioni di marketing sui canali digitali grazie ai customer insight.

La scelta è stata dettata dalla volontà di Piquadro di conoscere maggiormente i propri consumatori ed i loro comportamenti sui siti web istituzionali, al fine di migliorare la relazione con essi. Il Gruppo avrà la possibilità di integrare i canali online e offline per implementare una comunicazione che tenga conto di tutti i touchpoint disponibili.

È stato possibile raggiungere questi obiettivi grazie dalla tecnologia di Mapp Cloud, suite di marketing digitale che coniuga la generazione di **insight in tempo reale sui clienti** – informazioni accurate sulle preferenze, il comportamento online e lo storico acquisti dei consumatori, derivate dall'analisi dei dati di proprietà di Piquadro – e la **marketing automation multicanale**, uno strumento che permette di organizzare e inviare comunicazioni in maniera automatica e personalizzata tramite tutti i canali utilizzati dal Gruppo.

Il progetto, disegnato dal cliente all'interno di Improve Your Marketing, sito di condivisione di best practice e use case, sarà avviato con l'integrazione all'interno di Mapp Cloud dei dati offline ed online dei tre brand: Piquadro, The Bridge e Lancel, per ottenere la visione unica e a 360 gradi del cliente.

Terminato il processo di raccolta ed integrazione dei dati, l'attenzione sarà focalizzata sulla generazione dei customer insight, che rappresentano la chiave di volta del progetto perchè abilitano l'attivazione degli use case selezionati da Piquadro per l'ottimizzazione della customer experience lungo l'intero funnel, come ad esempio i programmi di buon compleanno, contenuti VIP, survey, wishlist, ricevute digitali e overlay per la raccolta di dati online.

Un fattore fondamentale nella scelta dei collaboratori è stato sicuramente il lavoro a quattro mani che Mapp e Triboo svolgono abitualmente con i propri clienti, con i quali organizzano workshop e training formativi, e condividono best practice, use case e aggiornamenti di

TRIBOO

mapp

prodotto.

“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 del cliente stesso. Abbiamo scelto una singola soluzione tecnologica come Mapp Cloud, perchè soddisfa le nostre richieste in maniera puntuale e ci permetterà di analizzare e “attivare” al meglio i dati in nostro possesso, con il prezioso apporto strategico di Triboo in ogni fase del progetto” ha commentato **Marco Palmieri, Founder e CEO di Gruppo Piquadro.**

“Volevamo ottimizzare il livello di gestione dei clienti del Gruppo Piquadro, disegnando dei journey che combinassero esperienza online e offline, drive to store o drive to e-commerce; la scelta è caduta su Mapp, un partner affidabile e tecnologicamente avanzato, in grado di supportarci nel raggiungimento di questi obiettivi.” - **Federico Passoni, Head of email marketing del Gruppo Triboo.**

*“Siamo estremamente soddisfatti di annunciare l’accordo con il Gruppo Piquadro – ha dichiarato **Maurizio Alberti, Vice President Global Sales di Mapp** - perché si tratta di un’azienda italiana rinomata per la qualità dei propri prodotti e per l’attenzione che ripone sull’esperienza dei propri clienti. Siamo pronti a supportarli in questo viaggio con la tecnologia di Mapp Cloud e l’affiancamento del nostro team di esperti.”*

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

+39 02 4953 6650

cinzia.martinengo@martinengocommunication.com

www.martinengocommunication.com

Contatti Mapp:

Sonia Brillì – Field Marketing Manager

+39 345 6615101

sonia.brilli@mapp.com

www.mapp.com