

## 12 Partnership Mapp e Triboo: collaborazione per ottimizzare il marketing omnicanale di Piquadro

# Partnership Mapp e Triboo: collaborazione per ottimizzare il marketing omnicanale di Piquadro

L'azienda guidata da Marco Palmieri utilizzerà la suite Mapp Cloud e i servizi del Gruppo attivo nel settore digitale al fine di creare una visione unica del cliente, generare customer insight e inviare comunicazioni "marketing oriented" che possano risultare più mirate ed efficaci

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 espressa da Piquadro di conoscere maggiormente i propri consumatori e i loro comportamenti sui siti web istituzionali, soprattutto al fine di migliorare la relazione con loro. L'azienda, dunque, avrà la possibilità di integrare i canali online e offline per implementare un flusso di comunicazione che tenga conto di tutti i touchpoint disponibili. È stato, così, 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

tegrazione all'interno di Mapp Cloud dei dati offline e online derivanti dai tre brand: Piquadro, The Bridge e Lancel, per ottenere una 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 perché abilitano l'attivazione degli use case selezionati da Piquadro per l'ottimizzazione della customer experience lungo l'intero funnel, come ad esempio i pro-

grammi di buon compleanno, contenuti Vip, survey, wishlist, ricevute digitali e overlay per la raccolta di dati online.

### UNICA SOLUZIONE PER MESSAGGI PIÙ COMPLETI

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, insieme ai quali organizzano workshop e training formativi, oltre a condividere best practice, use case e aggiornamenti di prodotto. "La conoscenza approfondita del cliente e del customer journey omnicanale

rappresenta la base di partenza per avviare una relazione "one to one" fatta di messaggi tempestivi e arricchiti da contenuti in linea con le preferenze espresse cliente stesso. Abbiamo scelto una singola soluzione tecnologica come Mapp Cloud proprio perché soddisfa in pieno le nostre richieste, in maniera puntuale, e ci permetterà di analizzare e attivare al meglio i dati in no-

stro possesso, con il prezioso apporto strategico di Triboo in ogni fase del progetto", ha commentato Marco Palmieri, Founder e Ceo di Gruppo Piquadro.

### COMBINARE ON E OFFLINE

"Siamo estremamente soddisfatti di annunciare l'accordo con il Gruppo Piquadro - ha dichiarato Maurizio Alberti, Vice President Global Sales di Mapp -; 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". Conclude Federico Passoni, Head of email marketing del Gruppo Triboo: "Volevamo ottimizzare il livello di gestione dei clienti del Gruppo Piquadro, disegnando journey specifici 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".

Improve Your Marketing, sito di condivisione di best practice e use case, sarà avviato con l'in-



