

## Costruire una strategia Direct-to-Consumer: Mapp e VTEX lanciano una guida interattiva per un marketing DTC di successo

**Milano, 23 novembre 2021** - La piattaforma di marketing cloud basata sui customer insight [Mapp](#) e [VTEX](#), piattaforma commerciale di commercio digitale in più rapida crescita al mondo, lanciano la guida interattiva "Retail vs. DTC - La guida informativa al marketing Direct-to-Consumer Marketing" come parte della loro partnership:  
<https://mapp.com/it/la-guida-informativa-al-marketing-direct-to-consumer/>

La guida interattiva DTC è gratuita e si rivolge a produttori, rivenditori, brand di eCommerce e agenzie con una base clienti internazionale. Nella guida vengono affrontate questioni fondamentali sui modelli di business DTC di successo, come la costruzione e il rafforzamento della brand awareness e come i clienti possono essere acquisiti e mantenuti attraverso un marketing DTC mirato.

**Daniela Jurado, Western Europe General Manager & EMEA SVP di VTEX**, ha così commentato: "Attraverso la guida sul marketing DTC, le aziende possono implementare processi incentrati sul cliente, aumentare il successo commerciale e conoscere meglio i consumatori in modo da poter rispondere rapidamente alle loro esigenze. I marchi DTC beneficiano della gestione dell'intero ciclo del cliente e hanno il pieno controllo sulla customer experience".

**Maurizio Alberti, VP Global Sales di Mapp**, ha aggiunto: "In passato, i produttori dipendevano da negozi e catene per raggiungere i consumatori e dimostrare la qualità dei propri prodotti. I nuovi marchi DTC, invece, devono guadagnarsi la fiducia dei potenziali clienti in altri modi. Una strategia di marketing basata sugli insight è l'approccio giusto per costruire facilmente ed efficacemente una brand awareness rilevante e customer experience convincenti con l'obiettivo di stabilire relazioni a lungo termine con i consumatori".

La vendita diretta ai consumatori è un canale che sta rapidamente acquisendo importanza. Secondo lo specialista dei dati Statista, nei soli Stati Uniti le vendite dirette dell'eCommerce cresceranno del 35%, passando dagli attuali \$129,31 miliardi a \$174,98 miliardi entro il 2023.

I produttori e i brand CPG possono trarre benefici dalla vendita diretta al consumatore in diversi modi: innanzitutto, mantengono il controllo completo sul loro brand, la presentazione e la qualità del prodotto, il packaging e tutte le attività di servizio e di marketing che lo accompagnano. Pertanto, i marchi DTC sono in grado di fornire una customer experience convincente dal primo contatto fino alla consegna, e di offrire prodotti a prezzi significativamente più attraenti per i consumatori ottenendo margini più elevati. Per sfruttare al meglio il potenziale del canale DTC, i brand si devono concentrare su strategie e soluzioni di marketing basate sui dati.

Coloro che sono interessati possono condividere la propria esperienza e use case per un marketing DTC di successo nella community di esperti "Improve Your Marketing":

<https://improveyour.marketing/strategy-templates/dtc>

### **Chi è VTEX**

VTEX (NYSE: VTEX) fornisce una piattaforma di commercio digitale software-as-a-service per brand e retailer di livello enterprise. La nostra piattaforma permette ai clienti di realizzare la propria strategia commerciale, includendo la costruzione di negozi online, l'integrazione e la gestione degli ordini attraverso i canali e la creazione di marketplace per vendere prodotti di terze parti. Fondata in Brasile, VTEX è già stata leader nell'accelerare la trasformazione del commercio digitale in America Latina e si sta ora espandendo a livello globale. La nostra piattaforma è progettata secondo standard e funzionalità di livello enterprise. Più di 2.000 clienti con oltre 2.500 store online attivi in 32 paesi si affidano a VTEX per avvicinarsi ai consumatori in maniera significativa (cifre riferite all'anno fiscale conclusosi il 31 dicembre 2020). <https://vtex.com>

### **Chi è Mapp**

I marketer dovrebbero potersi concentrare su ciò che farà la differenza per il loro business, invece di passare tutto il loro tempo a domare la tecnologia per raggiungere i propri obiettivi. Con la piattaforma di Insight-Led Customer Experience Mapp Cloud, i responsabili marketing possono concentrarsi su ciò che conta davvero e sugli insight che ne derivano. Grazie alla customer intelligence e ai marketing analytics, le aziende possono ottenere facilmente ed efficacemente customer insight immediatamente utilizzabili per campagne di marketing altamente personalizzate. I clienti di Mapp beneficiano di modelli di previsione supportati dall'AI che attivano campagne cross-canale mirate e auto-ottimizzanti. I messaggi automatizzati vengono inviati attraverso il canale più adatto, al momento giusto, con la frequenza di contatto ottimale. Con questa personalizzazione avanzata one-to-one 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 3.000 aziende a distinguersi dalla concorrenza. Fra i clienti italiani si annoverano Expert, ePRICE, Prénatal, Furla, La Martina, Coccinelle, Gruppo Piquadro e Lamborghini.

### **Contatti stampa:**

Agenzia di PR: Martinengo & Partners Communication

Cinzia Martinengo/Silvia Boniardi

02 4953 6650

[cinzia.martinengo@martinengocommunication.com](mailto:cinzia.martinengo@martinengocommunication.com)

[silvia.boniardi@martinengocommunication.com](mailto:silvia.boniardi@martinengocommunication.com)

[www.martinengocommunication.com](http://www.martinengocommunication.com)

### **Contatti Mapp:**

Annarosa Barra – Field Marketing Manager

345 6615101

[Annarosa.barra@mapp.com](mailto:Annarosa.barra@mapp.com)

[www.mapp.com](http://www.mapp.com)