

Snap Inc lägger till Nepa i sitt MMM-partnerprogram

Nepas Consumer Science Platform kommer nu att inkludera information från Snapchat för att hjälpa företag att mäta påverkan på försäljning och varumärke av deras marknadsföringsinvesteringar.

Nepa, som tillhandahåller en ledande Consumer Science Platform med lösningar inom Customer Experience och Marketing Optimization, är stolta över att tillkännage ett partnerskap med Snap Inc. Partnerskapet är ett svar på globala varumärkens efterfrågan av bättre metoder för att följa upp sina marknadsföringssatsningar på Snapchat.

“Snap är ledande i att tillämpa nya teknologier i annonsering, som Augmented Reality, och på så sätt snabbt ta fram nya annonsformat till marknaden. Vi är förväntansfulla över att få arbeta med Snap för att öka innovationstakten inom mätningen av kommunikationseffektivitet. Tillsammans siktar vi på att avkoda hur interaktionen mellan användare och varumärken på Snapchat passar in i den totala marknadsföringsmixen.” - Robert Beatus, Nepa Head of R&D.

Snap kommer att tillhandahålla resurser och utbildning för att hjälpa Nepas consumer och data scientists att förstå nyanserna i deras produkter och dataset. Snap kommer också att tillhandahålla unik tillgång till dataströmmar för att mäta påverkan av Snapchat-annonser på en marknadsnivå. Utöver detta kommer Nepa nu att i sina marketing mix modelleringar kunna använda granulär Snapchatdata på produktnivå som till exempel användning av filter, lenses och Snapcodes.

“Vi är stolta över att Snap närmade sig oss med möjligheten att använda våra avancerade MMM-metoder på deras växande användarbas och portfölj av blue-chip-annonsörer. Det här partnerskapet sträcker sig bortom datadelning och kommer hjälpa till att identifiera insikter, best practices och producera research som visar hur man får bäst hävstång på Snap-specifika lärdomar i sina mediaplaner. Som en del av organisationens fokus på MMM kommer Nepa nu att kunna använda Snapdata för att hjälpa våra kunder att optimera sina marknadsföringsinvesteringar för både långsiktiga varumärkeseffekter och kortsiktiga försäljningseffekter.” - Daniela Lueth, Nepa MMM Product Lead.

Det här är det tredje större strategiska partnerskapet inom marketing mix modellering som Nepa har tillkännagett under de senaste 12 månaderna som tillför värde och mer robusta förmågor. Då medialandskapet förändras kommer Nepa Consumer Science Platform fortsätta söka partners som

kan hjälpa oss att ge bättre rådgivning till våra kunder kring deras mediainvesteringar.

Med högkvarter i Stockholm och med lokal närvaro i Helsingfors, Oslo, Köpenhamn, London, Mumbai, New York, Miami and Denver, hjälper vi några av världens mest kända varumärken i mer än 50 länder, att få ut mer av sin marknadsföring och försäljning. Nepa har sedan 2011 belönats med DI Gasell, utmärkelse för organisk snabbväxande företag, i 6 av 7 år.

Kontaktinformation:

www.nepa.com

P-O Westerlund
Deputy CEO, CFO
Maria Skolgata 83 118 53
Stockholm, Sweden
+46 706 404 824
p-o.westerlund@nepa.com

Fredrik Östgren
CEO
Maria Skolgata 83 118 53
Stockholm, Sweden
+46 73 334 50 69
fredrik.ostgren@nepa.com