



## COMUNICATO STAMPA

# Growens: la Business Unit Datatrics aggiorna la sua Customer Data Platform con Audience 2.0 e il nuovo Touchpoint Builder

## *Accessibilità e tecnologie user-friendly sosterranno la crescita del Gruppo nel segmento delle piccole-medie imprese*

Milano, 20 dicembre 2022 – **Growens** (ticker GROW), società ammessa alle negoziazioni su Euronext Growth Milan e attiva nel settore delle *cloud marketing technologies*, annuncia oggi l'aggiornamento della **Customer Data Platform** di **Datatrics**, la piattaforma di **marketing predittivo** che si avvale dell'**intelligenza artificiale** sviluppata dalla Business Unit omonima, con l'introduzione di due nuove funzionalità: **Audience 2.0** e **Touchpoint Builder**.

Fondata nei **Paesi Bassi** e acquisita da **Growens** nel **2018**, **Datatrics** ha aggiornato il motore software della sua **Customer Data Platform (CDP)** introducendo **Audience 2.0**. L'aggiornamento più importante della componente software di **Datatrics** ha riguardato il **profilo del cliente a 360°**, che è ora in grado di **acquisire automaticamente tutti i dati del cliente** provenienti da **50 diversi canali**. Sfruttando le più **complesse tecnologie di intelligenza artificiale** in modo **semplice e intuitivo**, gli e-commerce possono ora avere un **quadro migliore e più completo dei loro clienti**, nonché **creare più facilmente segmenti** generati dall'algoritmo **Audience** in base alla **fase in cui si trova il cliente** e al **metodo di persuasione più efficace**.

La seconda novità relativa alla CDP di **Datatrics** riguarda l'introduzione di un nuovo **Touchpoint Builder**. La funzione consente ai marketer di tutto il mondo di creare dei **touchpoint personalizzati** in maniera **rapida, user-friendly e accessibile** a tutti senza necessità di competenze tecniche dei linguaggi HTML e CSS. In questo modo, direttamente tramite la CDP, si potrà scegliere un **template personalizzato, selezionare i prodotti da inserire** e l'**audience** alla quale mostrare il proprio touchpoint, **programmando, infine, il momento in cui verrà pubblicato**.

Questi due aggiornamenti sono coerenti con l'approccio **Product-Led** di **Growens**, che vede nei prodotti delle sue Business Unit il traino strategico della crescita e dell'espansione del business. Dopo il lancio della versione freemium di **Datatrics**, **Growens** prosegue nel suo percorso volto **all'aumento dell'accessibilità dei prodotti tecnologici innovativi**, rendendoli sempre più alla portata anche delle **aziende medio-piccole**.

“Con l’aggiornamento della sua Customer Data Platform, la Business Unit Datatrics compie un ulteriore passo in avanti verso una **democratizzazione dell’accesso a strumenti tecnologici sofisticati per il marketing** anche per tutte le realtà aziendali che non possono permettersi grandi investimenti.” – ha commentato **Nazzareno Gorni, Amministratore Delegato e fondatore di Growens**. “Audience 2.0 e Touchpoint Builder sono aggiornamenti efficaci, che hanno già prodotto risultati concreti per il business dei nostri clienti. Dall’introduzione di Audience 2.0 a maggio 2022, ad esempio, i clienti hanno registrato un aumento medio del tasso di conversione dal 20 al 30%, creando di fatto un reale vantaggio competitivo. Questa è proprio l’essenza della nostra strategia *Product-Led*, un approccio che punta alla crescita del Gruppo tramite la valorizzazione dei prodotti delle Business Unit, sempre più accessibili a una platea di clienti anch’essa in espansione”.



**Growens (GROW)** è un operatore integrato verticalmente attivo nelle Cloud Marketing Technologies, con offerta SaaS e CPaaS. La sua crescente suite di soluzioni data-driven consente a PMI e grandi aziende a livello globale di comunicare efficacemente con i propri clienti attraverso modalità in costante evoluzione. A partire dalla capogruppo, in cui è inclusa la business unit MailUp (mercato delle tecnologie per Email marketing), il Gruppo ha intrapreso un percorso di costante crescita sia organica sia per linee esterne, grazie all’acquisizione di realtà affermate ed emergenti: Acumbamail (mercato spagnolo e LatAm), Agile Telecom (mercato degli SMS wholesale), Datatrics (intelligenza artificiale), Contactlab (Email marketing enterprise). Un portfolio di brand a cui si aggiunge BEE ([www.beefree.io](http://www.beefree.io)), l’email editor lanciato nel 2017 come linea di business complementare e che conta già migliaia di clienti a livello globale. Oggi Growens è uno dei principali player in Europa nel campo delle Cloud Marketing Technologies, con circa 26.000 clienti in più di 100 paesi.

La società è ammessa alle negoziazioni sul sistema multilaterale di negoziazioni Euronext Growth Milan (EGM) dal 2014, con un flottante di circa il 35%.

**ISIN IT0005040354 - Reuters: GROW.MI - Bloomberg: GROW IM**

Media & Guidelines: <https://growens.io/en/media-guidelines>

*Per informazioni*

**Growens Ufficio Stampa**

Maria Giulia Ganassini

+39 392 9743859

[press@growens.io](mailto:press@growens.io)

[growens.io](http://growens.io)

**iCorporate - Ufficio Stampa Growens**

Eleonora Meneghelli

+39 331 6780063

Michela Piccini

+39 338 7366349

Alberto Colombini

+39 335 1222631

[growens@icorporate.it](mailto:growens@icorporate.it)