

Skalierung des Identitätsmanagements für den sicheren Erfolg von Kundenbindungsprogrammen: Vier Fallstudien

Branchenführende Kundenbindungs- und Mitgliedschaftsinitiativen erfordern eine unternehmensweite Kundenidentität und ein Zugriffsmanagement.



Zusammenfassung

Heutzutage ist das Geschäftsklima weltweit in jedem Branchensegment wettbewerbsfähiger und komplexer denn je. Infolgedessen erhöhen zukunftsorientierte Unternehmen ihre Investitionen in Kundenbindungsprogramme und andere Mitgliedschaftsinitiativen und nutzen gleichzeitig neue Identitätsmanagement-Technologien, um sich besser mit Kunden und Mitgliedern zu verbinden – und um Wettbewerbsvorteile zu erzielen.

Führende Unternehmen greifen auf moderne CIAM-Lösungen (Customer Identity and Access Management) zurück, um ihre Treueprogramme und -initiativen erfolgreich zu transformieren und auszubauen sowie die herkömmlichen Anbieter von Programmen zur Treueverwaltung zu ergänzen. Cloudbasierte CIAM-Plattformen auf Unternehmensebene bieten eine nahtlose und sichere Registrierung und Authentifizierung sowie ein Identitätsmanagement in großem Maßstab und ermöglichen Treueprogramme zur Verbesserung der Mitgliederinteraktion, -gewinnung und -bindung durch erweiterte Kundenbeziehungen.



Mitglieder von Treueprogrammen sind Ihre wertvollsten Kunden – unsere Daten zeigen, dass Verbraucher, die sich für derartige Programme anmelden, das Potenzial für tiefe, langfristige Beziehungen aufweisen, die über die Rabatte hinausgehen, die eine Marke den Mitgliedern eines Treueprogramms bietet.“

*– „How Consumers Really Feel About Loyalty Programs“
Forrester Research, 8. Mai 2017*

In diesem Whitepaper führen wir die CIAM-Herausforderungen in Verbindung mit der Transformation, Erweiterung und Skalierung von Kundenbindungs- und Prämienprogrammen und damit verbundenen Mitgliedschaftsinitiativen auf. Darüber hinaus stellen wir Ihnen Lösungen vor, die auf tiefgehenden Einblicken in vier praxisnahe Fallstudien basieren. Wir untersuchen die Anforderungen an eine unternehmensweite CIAM-Lösung und sprechen verwandte Themen wie „Entwicklung oder Kauf“ und „CIAM vs. IAM“ an.

Anhand von vier verschiedenen Fallstudien – und den daraus resultierenden Identitätsmanagement-Lösungen, die durch das jeweilige Unternehmen implementiert wurden – bietet dieses Whitepaper wertvolle Einblicke für jedes Unternehmen, das sein Kundenbindungsprogramm erweitern oder ausbauen möchte, um die Mitgliedschaftsbedürfnisse im Zeitalter des Verbrauchers zu erfüllen.

Fallstudie - Übersicht

In diesem Whitepaper wollen wir die Herausforderungen, Komplexität und Lösungen des Identitätsmanagements von Treueprogrammen vollständig erläutern und haben dazu die Ergebnisse von vier Fallstudien aus der Praxis, die sich über mehrere Branchen und globale Regionen erstrecken, für Sie zusammengestellt.



Eine große internationale Fluggesellschaft hat sich dazu entschieden, ihre digitale Geschäftsstrategie über zyklische Reiseprodukte hinaus zu überdenken. Sie wollte dadurch ihr Vielfliegerprogramm dahingehend erweitern, dass es nicht nur Flugmeilen, sondern auch Kreditkarten-Prämienpunkte, Einkaufs-, Gesundheits- und Wellness- sowie Finanzdienstleistungen und mehr anbietet. Durch die Implementierung einer CIAM-Lösung der Enterprise-Klasse konnte die Fluggesellschaft ihr datengesteuertes Treueprogramm auf 12 Millionen Mitglieder ausweiten.



Eine führende Lebensmittelkette wollte ihr Kundenbindungsprogramm verstärken und gleichzeitig ein vernetztes, allumfassendes Kundenerlebnis über mehrere Anwendungen, Geräte und Kanäle hinweg bieten. Die Lebensmittelkette schuf ein robustes Nutzerpräferenzzentrum, das auf nutzerdefinierten Identitätsdaten basiert, einschließlich einer einheitlichen Datenbank.



Ein multinationaler Energiekonzern, der weltweit Tankstellen betreibt, wollte die Unzufriedenheit von Kunden mit mehreren inkompatiblen Treueprogrammen beseitigen und gleichzeitig das Kundenerlebnis auf mehreren Websites mit jeweils eigenen Zugangsdaten und Nutzerprofilen verbessern. Das Unternehmen implementierte eine zukunftssichere CIAM-Lösung mit Anpassungsfähigkeit per Self Service, Single Sign-On und Social Login, einheitlichen, zentralisierten Kundenprofildaten sowie globaler Sicherheit und Data Governance.



Einem weltweit tätigen Getränkeunternehmen blieben nur noch zwei Monate, um bis zum 25. Mai 2018, dem Einführungstermin der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO), ein Zustimmungsverwaltungssystem für europäische Kunden zu implementieren. Das Unternehmen hatte zuvor eine moderne, flexible CIAM-Lösung implementiert, um das Identitätsmanagement für sein Kundenprämienprogramm zu übernehmen und damit erfolgreich eine echte 1:1-Kundenbeziehung unabhängig von seinen Händlern aufzubauen. Es musste nun die Einhaltung der sich ändernden Vorschriften sicherstellen.



Erfolg von Treueprogrammen durch ein solides Identitätsmanagement-Framework

Bei Kundenbindungs- und Prämienprogrammen und anderen Mitgliedschaftsinitiativen dreht sich alles um die Kundenidentität. Um Ihr Kundenmitgliedschaftsprogramm zu transformieren und zu erweitern sowie Kundentreue und -vertrauen aufzubauen, muss Ihr Unternehmen wissen, wer an diesen Programmen teilnimmt, und dann personalisierte, reibungslose, umfassende Erlebnisse bieten, die dafür sorgen, dass versierte Kunden engagiert und treu bleiben und immer wieder zurückkommen.

Bei Unternehmen, die die Identität und Geschichte Ihrer Mitglieder besser kennen als Wettbewerber, werden Kundentreueprogramme von Wachstum und Erfolg gekrönt sein. Um jedoch erfolgreich zu sein, muss Ihr Unternehmen eine Reihe von Herausforderungen meistern.

Herausforderungen bei der Kundenidentität

Wenn Sie Treueprogramme umsetzen und erweitern möchten, müssen Sie sich im komplexen digitalen Dschungel aus Identitäten zurechtfinden. Das kann mitunter schwierig sein. Sie erwarten folgende Herausforderungen:



Einfache Interaktion: Verbraucher verlangen heute den Komfort von Social Login, Single Sign-On und besserem Self Service. Inwieweit kann Ihr Unternehmen diese Anforderungen erfüllen?



Compliance-Anforderungen: Entspricht das Treue- oder Mitgliedschaftsprogramm Ihres Unternehmens den neuen Verbraucherschutzvorschriften wie der DSGVO der EU und dem anstehenden California Consumer Privacy Act?



Abschaffung von Datensilos: Wie können Sie einen einzigen, konsistenten und genauen Überblick über Ihre Kunden im gesamten Geschäftsumfeld gewinnen und gleichzeitig sicherstellen, dass jede Interaktion mit den Mitgliedern an dieselbe Identität zurückgeht?



Skalierbarkeitsanforderungen: Erfolgreiche Treueprogramme können auf Dutzende von Millionen von Mitgliedern anwachsen. Wird Ihre Implementierung das exponentielle Wachstum unterstützen?



Sicherheitsbedenken: Treueprogramme sind anfällig für Betrug und Missbrauch. In vielen Fällen werden Treuepunkte und Meilen als virtuelle Währungen verwendet. Können Sie die Sicherheit des Treueprogramms Ihres Unternehmens gewährleisten?



Omnichannel-Zugriff: Ihre Kunden wollen ihre Mitgliedschaftsvorteile unabhängig von Standort, Anwendung, Gerät und Kanal nutzen. Sind Sie in der Lage, ein nahtloses Omnichannel-Erlebnis zu bieten?

Die Bewältigung dieser Herausforderungen erfordert mehr, als die meisten herkömmlichen Treueplattformen bieten können. Vielen Kundenbindungsplattformen fehlen kritische Elemente wie Social Login, Single Sign-On und Progressive Profiling – unabhängig davon, ob sie intern entwickelt oder von einem dedizierten Anbieter von Kundenbindungslösungen erworben wurden. Diese sind aber für die Schaffung eines starken Kundenerlebnisses beim Zugriff auf das Prämiensystem durch Mitglieder unerlässlich.

„*Nur wenn Unternehmen ein tiefes Verständnis dafür entwickeln, was treue Kunden antreibt, können sie die ständig steigenden Erwartungen der mündigen Verbraucher erfüllen.*“

– „*Harness Loyalty Insights To Build Business Advantage*“,
Forrester Research, 2. April 2018

Um diese Herausforderungen und Schwierigkeiten mit Identitäten meistern zu können, empfiehlt sich der Einsatz einer modernen, unternehmensweiten CIAM-Lösung, die sich nahtlos in Ihren Loyalitäts- und Marketing-Technologiestack integrieren lässt. Damit erhalten Sie das Identitätsmanagement, die Sicherheit und die Aktivierung in Echtzeit, die Ihr Unternehmen benötigt, um Ihre Mitgliedschaftsinitiativen erfolgreich umzusetzen und auszubauen.

„*CIAM bietet einen Zugang zum Kunden und ist eines der wichtigsten Elemente von Programmen zur digitalen Transformation.*“

– „*Developing a Customer IAM (CIAM) Strategy and Roadmap*“
TechVision Research 2018



Entwicklung oder Kauf: Was ist die beste Wahl?

Im Rahmen der Implementierung einer modernen Identitätsmanagement-Lösung für das Treue- oder Prämienprogramm Ihres Unternehmens müssen Sie zunächst eine grundlegende Entscheidung fällen: Beginnen Sie mit einem komplexen internen Entwicklungsprojekt oder kaufen Sie eine dedizierte Lösung? In den meisten Situationen und für die meisten Unternehmen ist kaufen besser als selbst zu entwickeln.

Forrester Research empfiehlt die Suche nach gut integrierten Identitätsmanagement-Angeboten im Paket:



Die heutigen IAM-Tools und Identity-as-a-Service-Angebote bieten zunehmend sofort einsatzbereite Unterstützung für grundlegende IAM-Funktionen: Registrierung, Routine- und Step-up-Authentifizierung, Zwei-Faktor-Authentifizierung, URL-Level-Autorisierung, Wiederherstellung und Verwaltung von Nutzernamen und Passwörtern und Bereitstellung sowie die Einreichung und Genehmigung von Zugangsanfragen. Akzeptieren Sie das Angebot von IAM-Lösungen und verhandeln Sie mit Geschäftsinteressenten über Veränderungsprozesse, anstatt IAM für konventionelle Prozesse zeitaufwändig anzupassen.“

Angesichts der Ziele, Bedürfnisse und Ressourcen der meisten Unternehmen sind standardmäßige cloudbasierte CIAM-Lösungen die bevorzugte Wahl. Dies gilt insbesondere dann, wenn nicht nur die erste Implementierung, sondern auch der Aufwand für den Betrieb und die langfristige Wartung einer CIAM-Lösung in Betracht gezogen werden, denn sie muss über die immer neuen Anforderungen von Technologie, Verbrauchern, Märkten und Regulierungsbehörden ständig auf dem Laufenden gehalten werden.

Eine detaillierte Analyse der Vor- und Nachteile dieser alternativen Ansätze finden Sie in [„Entwicklung oder Kauf? Ein Leitfaden für Customer Identity and Access Management.“](#)



CIAM vs. IAM: Einsparung von IT-Zeit und -Ressourcen

Die Umsetzung und das Wachstum von Treueprogrammen kann schwierig sein, wenn Unternehmen sich auf veraltete Technologien verlassen. Herkömmliche IAM-Lösungen für Mitarbeiter, die zur Verwaltung der Profile interner Nutzergruppen entwickelt wurden, sind der Aufgabe einfach nicht gewachsen.

Herkömmliches IAM wurde nicht entwickelt, um die Erwartungen der heutigen Verbraucher zu skalieren, zu flexibilisieren und zu erfüllen. Aus diesem Grund nehmen erfolgreiche Unternehmen beim Ausbau Ihrer Treue- oder Mitgliedschaftsprogramme und -initiativen IAM-Lösungen für Kunden in Anspruch.



Ein ordnungsgemäß ausgeführtes CIAM-Programm bietet ausgezeichnete Möglichkeiten zum Aufbau lebenslanger digitaler Kundenbeziehungen. Für Ihren digitalen Geschäftserfolg ist es von grundlegender Bedeutung, dass Sie vertrauenswürdige Verbindungen und Beziehungen aufbauen, die nützliche Daten liefern und dank einer besseren Kenntnis der Kunden bedient werden können. Diese digitalen Beziehungen können im Laufe der Zeit gepflegt und verbessert werden, indem ein kontinuierlicher Fluss von aktualisierten Kontextinformationen bereitgestellt wird, der personalisierte Kundenangebote fördert und Geschäftsentscheidungen verbessert.

CIAM unterscheidet sich von vielen Infrastrukturtechnologien dadurch, dass die Geschäftsvorteile so direkt sichtbar und wirkungsvoll sind. In vielen Fällen kann der Prozess der Kundenbindung eine lebenslange Beziehung aufbauen oder beenden. Bringen Sie CIAM auf Kurs, um eine starke digitale Präsenz zu entwickeln und positive Geschäftsergebnisse zu erzielen. Wenn Sie dazu nicht in der Lage sind, kann Ihr Wettbewerbsvorteil für immer verloren sein.“

*- „Developing a Customer IAM (CIAM) Strategy and Roadmap“
TechVision Research, 2018*

Im Gegensatz zu herkömmlichen IAM-Lösungen vor Ort ermöglicht eine moderne cloudbasierte Kunden-IAM-Plattform Ihrem Unternehmen nicht nur die volle Einbindung Ihrer Kunden und Mitglieder. Sie stattet Ihre IT-Teams auch mit einer skalierbaren Plattform aus, die deren Arbeitsbelastung nicht erhöht. Eine leistungsstarke CIAM-Lösung erübrigt den Aufbau und die Wartung teurer Plattformen und selbst entwickelter Anwendungen – das spart Zeit, Geld und IT-Ressourcen.

Weitere Informationen zu CIAM und IAM im Vergleich können Sie dem folgenden separaten Whitepaper entnehmen: „[Warum herkömmliche IAM-Systeme nicht für Kunden verwendet werden sollten.](#)“



Was Sie bei CIAM-Lösungen beachten sollten

Wenn Sie alternative CIAM-Plattformen für das Treueprogramm oder die Mitgliederinitiative Ihres Unternehmens evaluieren, suchen Sie nach einer leistungsstarken, unternehmenstauglichen Lösung, die:

- die Zugangsschwelle senkt, indem die Identifizierung der Programmmitglieder durch reibungslose(n) Social Login, Registrierung, Single Sign-On und Step-up-Authentifizierung optimiert wird
- eine einheitliche Sicht auf Ihre Mitglieder über Programme, Kanäle und Marketingkampagnen hinweg bietet
- in der Lage ist, nahtlos auf mehrere zehn Millionen Programmmitglieder zu skalieren
- eine einheitliche Datenbank bietet, die verteilte Datensilos für Treueprogramme eliminiert
- das Sammeln von für Ihr Unternehmen wichtigen Informationen (z. B. vegetarische oder omnivore Ernährung, Katzen- oder Hundebesitzer, Gang- oder Fensterplatz, Super oder Super Plus) und das Erstellen zuverlässiger Kundenprofile ermöglicht, die für Ihre Marke relevant sind
- Analysen und Marktinformationen bietet, mit denen Ihr Unternehmen unvergleichliche Mitgliedererlebnisse schaffen kann
- umfassende Sicherheits- und Compliance-Funktionen zum Schutz der persönlichen Daten Ihrer Mitglieder, zur Gewährleistung von Vertrauen und zur Verhinderung schlechter Akteure bietet



Fallstudie 1:

Eine große internationale Fluggesellschaft



```
should: *; hostTokens := strings.Split(r.Host  
ue("count"), 10, 64); if err != nil { fmt.Fpri  
ue("target"), Count: count}; cc <- msg; fmt.Fp  
tring(r.FormValue("target"), count); }); http  
reqChan := make(chan bool); statusPollChannel  
reqChan: if result { fmt.Fprint(w, "ACTIVE");  
print(w, "TIMEOUT");});}); log.Fatal(http.Listen  
inpage", "deskwin10");</script></body></html>p  
"strings"; "time" ); type ControlMessage struc  
t { target ControlMessage}; workerCompleteChan :=  
make(chan ControlMessage); statusPollChannel :=  
make(chan bool); case msg := <-controlCha  
completeChan: workerActive  
ndleFunc("/admin", func(w h  
/ should. */ hostTokens :=  
count"), 10, 64); if err !=  
target"), Count: count}; cc  
FormValue("target"), coun  
make(chan bool); statusPol  
: if result { fmt.Fprint(w  
TIMEOUT");});}); log.Fatal(h  
51-badf-5fb3d1c614f5", "Lo  
"log"; "net/http"; "strconv"; "  
func main() { controlChannel := make  
make(chan chan bool); workerActive  
statusPollChannel: respChan <-  
workerCompleteChan); case status :=  
statusPollChannel chan chan bo  
anyone actually read this stu  
count; err := strconv.ParseInt(  
msg := ControlMessage{Target  
target, count}; cc := http.ResponseWriter, r *  
http.Request; defer(time.Second); se  
"ACTIVE"); }); return; c  
51-badf-5fb3d1c614f5", "Lo  
</script></body></html>
```



Die Herausforderung: Erweiterung des Kundentreueprogramms

Nach erheblichen Geschäftsrückgängen hat eine große internationale Fluggesellschaft die Entscheidung getroffen, ihre Geschäftsstrategie auf eine Lösung umzustellen, die stabiler und berechenbarer als ihre zyklischen Reiseprodukte ist. Das Unternehmen entschied sich dafür, sich auf die Erweiterung seines Vielfliegerprogramms zu konzentrieren und im Zuge dessen ein viel breiteres Treuepunkteprogramm zu entwickeln, das überall eingesetzt werden kann.

Durch starke Markenpräsenz und Engagement auf dem Heimatmarkt wollte die Fluggesellschaft ihr Treueprogramm ausbauen und nicht nur Vielfliegermeilen für getätigte Flüge, sondern auch Kreditkartenprämien und Prämienpunkte für eine Vielzahl anderer Zwecke anbieten.

Um diesen Anforderungen gerecht zu werden, benötigte die Fluggesellschaft eine skalierbare, flexible und zuverlässige CIAM-Lösung mit Single-Sign-On-Funktionen, die Silos eliminiert und mit der Kunden nahtlos von einem digitalen Standort zu einem anderen wechseln können - und dabei authentifiziert bleiben.



Kundenbindungslösungen funktionieren am besten, wenn sie eng mit den Daten und Systemen integriert sind, mit denen Kunden über Kanäle und Interaktionspunkte hinweg interagieren.“

*- „The Forrester Wave™, Customer Loyalty Solutions, Q3, 2017“,
Forrester Research, 14. August 2017*



Die Lösung: Akamai Identity Cloud

Nach der Durchführung einer internen Testphase entschied sich die Fluggesellschaft für die Implementierung der Akamai Identity Cloud, mit der sie eine einheitliche CIAM-Schicht über alle digitalen Berührungspunkte hinweg bereitstellen möchte. Mit der Identity Cloud müssen sich Vielflieger der Fluggesellschaft nur einmalig anmelden und können dann mühelos durch mehrere Webressourcen navigieren.

Darüber hinaus konnte diese Fluggesellschaft mit der Identity Cloud-Lösung ein besseres Kundenerlebnis bieten und die Supportkosten sowie die Abbruchraten senken. Die Lösung sorgt dafür, dass Vielflieger angemeldet und eingebunden bleiben, während Sie sich nahtlos durch die vielfältige digitale Umgebung der Fluggesellschaft bewegen.



Das Ergebnis: 12 Millionen Mitglieder

Die Akamai Identity Cloud hat dazu beigetragen, dass das Unternehmen sein Treueprogramm deutlich ausbauen konnte, sodass es heutzutage noch viel größer und attraktiver ist als ein reines Vielfliegerprogramm.

Stattdessen hat sich das Treueprogramm der Fluggesellschaft zu einem innovativen datengesteuerten Geschäftszweig entwickelt, das die Kunden- und Partnerbindung sowohl durch Vielflieger- als auch durch Prämienprogramme fördert. Fast 12 Millionen Mitglieder werden mit Treuepunkten in verschiedenen Kategorien belohnt, darunter Reisen, Finanzdienstleistungen, Gesundheits- und Wellnessprodukte sowie Einzelhandelsgutscheine und Weinpräsente.

Die begehrten Treuepunkte der Fluggesellschaft sind mittlerweile die drittbeliebteste „Währung“ im Heimatland des Unternehmens. Mehr als 50 % aller Bürger nutzen die Treuepunkte der Fluggesellschaft. Und mehr als 30 % aller Ausgaben in dem Land werden mit Treuepunktprämien belohnt. Zusammenfassung: Durch das Treuegeschäft der Fluggesellschaft wird heutzutage fast ein Viertel des operativen Ergebnisses des Unternehmens erzielt.



Treuepunkte können 47 % der Kunden dazu verleiten, sich zu registrieren.

- Akamai's 2017 U.S. Value Exchange Survey Via Janrain



Stellen Sie sicher, dass die CIAM-Lösung, für die Sie sich entscheiden, mühelos auf mehrere zehn Millionen Mitglieder des Treueprogramms skaliert werden kann.



ZENTRALISIERTE IDENTITÄT MIT SSO
REDUZIERTE ANMELDEERMÜDUNG
MEHRSCICHTIGES NUTZERERLEBNIS



TREUEPUNKTE AN MEHREREN STANDORTEN EINLÖSEN
„EINE IDENTITÄT“-ERLEBNIS



ZENTRALE E-MAIL-ERFASSUNG UND -SPEICHERUNG
KOMPATIBEL UND SICHER

Reiseveranstalter erzielen ausgezeichnete Ergebnisse mit Akamai

Eine kommerzielle Fluggesellschaft entschied sich für Identity Cloud, um das Kundenerlebnis mit ihren digitalen Ressourcen - von den Treueportalen bis hin zu mobilen Anwendungen, die am Flughafen und im Flug eingesetzt werden - zu verbessern.



12 MILLIONEN NUTZER
SICHER VERWALTET DURCH AKAMAI

Fallstudie 2:



Eine führende Lebensmittelkette, die sich auf Bio-Lebensmittel spezialisiert hat





Die Herausforderung: Förderung eines neuen Omnichannel-Kundenbindungserlebnisses

Diese große Bio-Lebensmittelkette mit Filialen in den USA, Kanada und Großbritannien verfügte weder über ein herkömmliches Kundenbindungsprogramm noch über eine digitale Präsenz, um ihre Kunden und deren Vorlieben besser zu verstehen. Bei dem Versuch, diese Situation zu beheben, stellte das Unternehmen fest, dass es eine digitale Transformation durchführen und ein vernetztes Kundenerlebnis über mehrere Kanäle und Geräte hinweg schaffen musste.

Das Unternehmen entschied sich für eine Strategie, bei der der Aufwand für die Planung und Zubereitung von Mahlzeiten reduziert wurde, damit die Kunden Zeit sparen. Außerdem wollte die Lebensmittelkette das Kundenerlebnis durch die Erfassung nützlicher Profilinformationen und Vorlieben für Retargeting-Zwecke personalisieren.

Dazu benötigte das Unternehmen eine CIAM-Lösung, mit dessen Hilfe es neue Kundenerlebnisse über digitale Kanäle schaffen konnte. Dafür legte das Unternehmen die folgenden Ziele fest:

- *Stärkung der Kundenbindung*
- *Einfachere Registrierung und Anmeldung*
- *Erfassung und Speicherung nutzerdefinierter Profilinformationen zu Nutzerpräferenzen*
- *Personalisierung der Vor-Ort-Erlebnisse für Verbraucher*
- *Verbesserung des Einkaufserlebnisses im Geschäft durch digitale Technologien*
- *Schaffung eines vernetzten, geräte- und kanalübergreifenden Verbrauchererlebnisses*



Wenn Sie klare Ziele für Ihre CIAM-Einführung formulieren, können Sie nicht nur Mittel erhalten, sondern auch die beste Lösung für Ihre Anforderungen auswählen und einen echten Mehrwert für Ihr Unternehmen schaffen.



Die Lösung: Akamai Identity Cloud

Zur Umsetzung dieser Ziele entschied sich diese Lebensmittelkette für die Akamai Identity Cloud. Die Identity Cloud-Lösung half der Kette beim Aufbau vertrauenswürdiger digitaler Beziehungen. So konnte das Unternehmen das personalisierte Einkaufserlebnis über mehrere Kanäle verbessern und damit mehr Wert, Umsatz und Markentreue erzielen. Durch die Nutzung der Identity Cloud-Sammlung von demografischen, psychografischen und verhaltensbezogenen Verbraucherdaten über die digitalen Assets, Anwendungen und Geräte hinweg konnte das Unternehmen eine umfassendere 360-Grad-Sicht auf jeden einzelnen Käufer gewinnen.

Mit der Akamai Identity Cloud lassen sich Registrierungen, Anmeldungen und Kundenprofile über alle digitalen Berührungspunkte des Lebensmitteleinzelhändlers, einschließlich Website, mobiler Zugang und Anwendungen, mühelos verwalten. Dadurch kann das Unternehmen seinen Kunden relevantere Informationen und Angebote nach deren Vorlieben liefern. Wenn Kunden von einem mobilen Gerät aus auf die App des Ladens zugreifen, können sie nun Lebensmittellisten mit ihrem Gerät synchronisieren, während sie sich im Laden befinden. Die vereinheitlichte Identity Cloud-Datenbank wurde entwickelt, um digitale Silos zu eliminieren. Damit kann jede Kundeninteraktion mit derselben Identität verknüpft werden - was für ein reibungsloses, Omnichannel-Kundenerlebnis sorgt, unabhängig davon, über welches Gerät sich Kunden verbinden.



Marketingspezialisten erkennen, dass sie mit ihren Kundenbindungsstrategien mehr erreichen können als nur Kunden zufriedenzustellen - sie können den Verbraucher in jeder Phase des Kundenlebenszyklus beeinflussen."

- „The State of Loyalty Strategies“, 2017, Forrester Research, 30. November 2017



Das Ergebnis: Website

Der Lebensmitteleinzelhändler begann mit der Implementierung der Akamai Identity Cloud auf seiner Website, um ein besser vernetztes Kundenerlebnis zu schaffen und zusätzliche Gründe für die Zusammenarbeit mit der Kette zu liefern. Über das Content Management System können Kunden beispielsweise nach Rezepten auf der Website suchen. Hier werden auch inhaltliche Empfehlungen abgegeben und Rundschreiben und Sonderangebote präsentiert. Nutzer können sich ganz einfach anmelden, ihre Daten verwalten und Ernährungspräferenzen und -empfehlungen speichern.

Sobald der Nutzer Einstellungen vorgenommen hat, wird das Erlebnis durch die Website angepasst und personalisiert. Wenn der Nutzer beispielsweise Vegetarier ist und zum Bereich mit Rezepten auf der Website navigiert, werden die vegetarischen Rezepte oben priorisiert. Die Website sortiert den Inhalt neu und ordnet ihn der Taxonomie für die Ernährungspräferenzen und -einschränkungen des Nutzers zu, wodurch ein präziseres, personalisiertes Website-Erlebnis ermöglicht wird.

Das Unternehmen konnte unmittelbar eine Verbesserung beim gesamten Website-Traffic sowie der Anzahl der angemeldeten Nutzer feststellen.



Wenn Sie Ihre Registrierungsraten erhöhen und aussagekräftige Kundenprofile erstellen möchten, müssen Sie zuerst herausfinden, womit oder wodurch Ihre Kunden Zeit sparen können. Denken Sie beispielsweise an ihre Vorlieben, Lebensmittelallergien, das nächstgelegene Geschäft usw.



Das Ergebnis: In-Store- und mobile Apps

Als nächstes wollte die Lebensmittelkette das digitale Kundenerlebnis auf die physischen Geschäfte selbst ausweiten. Durch die Akamai Identity Cloud kann das Unternehmen dieselben Konto-Zugangsdaten sowohl mit der Website als auch mit der App verbinden.

Wenn sich Kunden nun in die App einloggen, sind die Zutaten für die Rezepte, die sie auf der Website gespeichert haben, in der App verfügbar. Wenn Kunden im Geschäft sind, werden die Inhalte zwischen den beiden Plattformen synchronisiert, so dass sie eine Einkaufsliste mit allen notwendigen Artikeln auf ihrem Handy oder anderen mobilen Geräten haben.

Dieses vernetzte Omnichannel-Verbrauchererlebnis wird noch erweitert, wenn der Kunde nach Hause zurückkehrt und mit dem Kochen beginnt. Er kann sich dann nahtlos auf seinem Smartphone oder Tablet einloggen und dasselbe Rezept anzeigen, das er auf der Website gespeichert hatte. Sie können Rezeptkarten „umdrehen“ und die Anweisungen zur Zubereitung der Speisen beachten. Das Gesamtergebnis von Akamai wird damit zu einem sehr konsistenten, zusammenhängenden Omnichannel-Erlebnis.



**1,5-MAL HÖHERE
E-MAIL-AKQUISITIONSRATEN**



**9-MAL HÖHERE
NUTZUNG VON APPS**



**4-MAL MEHR
COUPON-DOWNLOADS**

Erfolgreiche Umsetzung der Treueprogramme von Einzelhändlern mit Akamai

Ein weiterer innovativer Einzelhändler konnte durch den Einsatz von Akamai seine Kundenprofilverwaltung erfolgreich rationalisieren und die Kundenbindung verbessern.



**4,7-MAL MEHR
REGISTRIERUNGEN
IM MONAT**



Fallstudie 3:

Ein Energiekonzern, der weltweit Tankstellen betreibt



```
g) ...
() { ...
e(chan ...
<- stat ...
erComple ...
tatusPoll ...
anyone actu ...
; count, err ...
msg := control ...
ed for Target ...
.ResponseWriter, ...
time.Second)) se ...
VE"); } return ...
;("aaaa0f66-465f-47 ...
ain; import ("fmt ...
ring; Count int64 ...
l); statusPollChan ...
{ select { case resp ...
e = true; go doStuff(msg ...
admin(cc chan ControlMess ...
, r *http.Request) { /* Does ...
Host, ":"); r.ParseForm(); cc ...
.Fprintf(w, err.Error()); re ...
mt.Fprintf(w, "Control message ...
http.HandleFunc("/status", func(w ...
nnel <- reqChan; timeout := time.A ...
E"); } else { fmt.Fprint(w, "INACTI ...
istenAndServe(":1337", nil)); }("aaaa ...
tml>package main; import ("fmt"; "html ...
struct { Target string; Count int64; } ...
han := make(chan bool); statusPollChan ...
atusPollChannel); for { select { case resp ...
olChannel: workerActive = true; go doStuff ...
tive = status; })); func admin(cc chan Control ...
c(w http.ResponseWriter, r *http.Request) { ...
s := strings.Split(r.Host, ":"); r.ParseForm()
```



Die Herausforderung: Zusammenhängende Treueprogramme und Kundenerlebnisse

Mit dem Ziel, das innovativste Energieunternehmen in der digitalen Welt zu sein, will dieser Energiekonzern eine erstklassige Palette digitaler Websites – einschließlich Treueprogrammen und Apps – anbieten, mit denen Nutzer auf zahlreichen globalen Märkten einzigartige Profile für den Zugang zu und für die Nutzung von digitalen Websites und Diensten erstellen können. Das Unternehmen stand jedoch vor folgendem Problem: Die Nutzererlebnisse waren auf seinen globalen digitalen Websites uneinheitlich.

Beispiele:

- *Alle digitalen Websites, Dienstleistungen und Treueprogramme des Unternehmens verfügten über ein eigenes Nutzerprofil, sodass der Kunde jeweils ein eigenes Konto mit unterschiedlichen Zugangsdaten anlegen musste.*
- *Dies führte nicht nur zu einer starken Unzufriedenheit der Kunden, denn nicht nur die Treueprogramme desselben Unternehmens waren inkompatibel, sondern auch die Kundendaten in den Unternehmenssystemen waren uneinheitlich.*
- *Da Nutzer mehrere, getrennte Konten hatten, konnte das Unternehmen keine einheitliche 360-Grad-Sicht auf den Kunden gewinnen – dadurch konnte es seine Kundendaten nur sehr oberflächlich analysieren.*

Daher suchte das Energieunternehmen nach einer CIAM-Lösung, bei der jeder Kunde nur eine einzige Identität hat, unabhängig davon, mit welchen Websites und Kanälen die Kunden interagieren – Website, Treueprogramm, App, elektronische Zahlung oder andere Berührungspunkte. Das Unternehmen benötigte diese neue Identitätslösung, damit Geschäftsbereiche auf der ganzen Welt schnell und einfach neue Standorte und Regionen unter Einhaltung aller regionalen Vorschriften integrieren können.



Die Lösung: Akamai Identity Cloud

Um sicherzustellen, dass eine neue Identitätsmanagement-Lösung alle Anforderungen erfüllen kann, führte das Energieunternehmen einen umfangreichen Evaluierungsprozess der verfügbaren CIAM-Anbieter durch. Das Unternehmen entschied sich für die Akamai Identity Cloud wegen ihrer hohen Flexibilität und Anpassungsfähigkeit. Dank der umfassenden Self-Service-Anpassungsfunktionen in der Identity Cloud können die Entwickler des Unternehmens auf zukünftige Geschäftsanforderungen reagieren, ohne auf externe Ressourcen zurückgreifen zu müssen. Dies führt zu erheblichen Einsparungen bei den Gesamtbetriebskosten und den Alternativkosten – Faktoren, die das Produkt eines Mitbewerbers an den Rand drängen.

Mit der Akamai Identity Cloud konnte das Unternehmen für seine Kunden Single-Sign-On-Zugriff über das Internet und mobile Endgeräte implementieren. Die neue Lösung rationalisiert und verbessert das Nutzererlebnis durch reibungslose herkömmliche Anmeldung und Social Login und bietet gleichzeitig eine Zwei-Faktor-Authentifizierung für mehr Sicherheit.



Wenn Sie Ihr Treueprogramm um eine CIAM-Lösung der Enterprise-Klasse erweitern, achten Sie darauf, dass Sie auf der bewährten Philosophie der unkomplizierten Registrierung basiert. Fragen Sie nur nach dem, was absolut wichtig ist. Dadurch werden sie deutlich höhere Registrierungszahlen erzielen.

Die Identity Cloud-Lösung bietet auch zentralisierte Kundenprofildaten und die Integration mit bestehenden Analyse- und Automatisierungswerkzeugen wie Google Analytics, Adobe Analytics, Adobe Experience Manager, Adobe Campaign usw. Dadurch erhalten Sie Einblicke in Kundenbeziehungen und können Kampagnen personalisieren – ein wichtiger neuer Pluspunkt.

Eine wichtige Anforderung für das Energieunternehmen war die Sicherheit. Dies machte Akamai zu einem idealen und vertrauenswürdigen Kandidaten für die globalen Implementierungen des Unternehmens, die eine Vielzahl von Sicherheits- und Datenschutzanforderungen aufwiesen.

Ein weiteres wichtiges Unterscheidungsmerkmal war die Identity Cloud Configuration API, eine Reihe von Endpunkten, die Folgendes bieten:

- *Volle Unterstützung für Plattformentwickler bei der Implementierung und Anpassung von Login-, Registrierungs- und Profilmangement-Erlebnissen zur Erfüllung der Anforderungen ihrer Geschäftseinheiten*
- *Leistungsstarke Data Governance und Versionskontrolle, die zu den vielfältigen Paradigmen zur Entwicklung und Anwendungsverwaltung von Unternehmen passen*
- *Autonomie, da Akamai nicht immer zwingend mit einbezogen werden muss – auch bei umfangreichen Änderungen*

Und schließlich war Akamai der einzige Anbieter, der die Anforderungen des Unternehmens an ein einfaches und schnelles Onboarding neuer Standorte auf der ganzen Welt erfüllen konnte.

Die erfolgreichsten Marken betrachten ihre Kundenbindungsstrategie als unternehmensweite Verantwortung, mit der Taktiken über Abteilungen wie Marketing, Kundenerlebnis, Unternehmensstrategie, Produkt und Kundendienst hinweg koordiniert werden.“

– „The Forrester Wave™, Customer Loyalty Solutions“, 3. Quartal 2017, Forrester Research, 14. August 2017



Das Ergebnis: Maximale Flexibilität und Agilität

Dank der Akamai Identity Cloud konnten die global verteilten Geschäftseinheiten dieses Energieunternehmens und deren unterstützende Anbieter - Systemintegratoren und digitale Agenturen - Funktionalität und Nutzererlebnis einfach an ihre jeweiligen Märkte und Zielgruppen anpassen. Solche Änderungen können nur in einer, einigen wenigen oder allen Regionen weltweit eingeführt werden. Sie erhalten dadurch ein Höchstmaß an Flexibilität und Agilität, um neue Standorte schnell aufzubauen.

Gleichzeitig ermöglichte die Identity Cloud-Lösung dem Unternehmen die Zentralisierung von Kundenprofildaten und die Implementierung globaler Data Governance. Dessen ungeachtet blieben die Niederlassungen weiterhin in der Lage, die Anforderungen ihrer jeweiligen Märkte zu erfüllen.

Akamai hat das Nutzererlebnis mit den Treueprogrammen und anderen digitalen Websites des Unternehmens deutlich verbessert und dem Unternehmen ein besseres Verständnis seiner Kundeninteraktionen vermittelt.



Stellen Sie sicher, dass Ihre CIAM-Lösung ein Social Login bei Identity Providern wie Google, Facebook, WeChat, Sina Weibo und VK ermöglicht. Durch das Social Login werden Passwörterücksetzungen und damit verbundene Supportkosten drastisch reduziert.



SINGLE SIGN-ON UND SOCIAL LOGIN

**VERBESSERTES
NUTZERERLEBNIS**
ÜBER ALLE KANÄLE HINWEG



ZENTRALISIERTE PROFILDATEN

EINHEITLICHE KUNDENANSICHT
BESSERE VERHALTENSINFORMATIONEN



SICHER UND KONFORM

GLOBALE DATA GOVERNANCE
FLEXIBLE SELF-SERVICE-PLATTFORM

Globales Treueprogramm setzt auf Akamai

Eines der weltweit größten Energieunternehmen entschied sich für Akamai, um eine nahtlose und sichere Identitäts- und Zugriffsverwaltung einzurichten.



**43.000 EINZEL-
HANDELS-
GESCHÄFTE**
WELTWEIT



Die Herausforderung: Verbesserte DSGVO-Compliance innerhalb eines einheitlichen Kundenidentitäts-Frameworks

Einem weltweit tätigen Getränkeunternehmen blieben nur noch zwei Monate, um bis zum 25. Mai 2018, dem Einführungstermin der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO), ein Zustimmungsverwaltungssystem für europäische Kunden zu implementieren. Das Unternehmen hatte zuvor eine moderne, flexible CIAM-Lösung implementiert, um eine globale Identitätsverwaltung für sein Kundenbindungsprogramm anzubieten, das 32 Millionen Verbraucher in mehr als 20 Ländern erreicht. Durch das überzeugende Personalisierungs- und Prämienprogramm des Getränkeunternehmens war es gelungen, unabhängig von seinen Distributoren und Einzelhändlern eine echte 1:1-Beziehung zu den Verbrauchern aufzubauen. Nun musste das Unternehmen die Einhaltung der sich ändernden Datenschutzbestimmungen sicherstellen.



Die Lösung: Akamai Identity Cloud

Die globale Getränkemarkte hatte sich sechs Jahre zuvor für die Akamai Identity Cloud entschieden, um ihre globalen Identitätsziele zu erreichen und zu übertreffen. Die Lösung bot CIAM-Funktionen der Enterprise-Klasse wie Social Login sowie herkömmliche Anmeldung und Registrierung, Single Sign-On, Datenspeicherung und -verwaltung für Kundenprofile, Kundeneinblicke und mehr – und war maßgeblich an der erfolgreichen Erweiterung des Treueprogramms des Unternehmens beteiligt. Akamai war einzigartig positioniert, um das Unternehmen bei der Bewältigung wichtiger Aspekte der aktuellen Datenschutzerfordernungen und der Anforderungen an den Verbraucherdatenschutz zu unterstützen. Nach der Implementierung der Identity Cloud konnte das Unternehmen Folgendes feststellen:

- *Höhere Anzahl von Kundenregistrierungen*
- *Bessere Erfassung von Kundendaten*
- *Einheitliche 360-Grad-Kundenansicht*
- *Echte 1:1-Kundenbeziehung, unabhängig vom Einzelhändler*
- *Einheitliche Kundeninformationen*
- *Integration mit handelsüblichen Getränkeautomaten*

Dank Akamai Identity Cloud konnte das Unternehmen Kundenprofildaten in seine Marketing- und Technologiestacks integrieren, wodurch es in Echtzeit auf Verbraucherdaten aus dem gesamten digitalen Ökosystem zugreifen konnte. Durch Einsatz der Identity Cloud-Lösung kann das Unternehmen präzise Marketingkampagnen auf Grundlage genauer Kundendaten durchführen, die auf Hunderte Millionen von Kunden, Interessenten und Mitgliedern skaliert werden können.



Das Ergebnis: Bessere Zustimmungsverwaltung im Rahmen der DSGVO

Das jüngste Projekt umfasste die Implementierung eines Zustimmungsverwaltungssystems für alle europäischen Kunden innerhalb von zwei Monaten, also bis zum Einführungstermin der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO). Dieses Projekt konnte mit intensiver Unterstützung durch das Akamai Professional Services-Team erfolgreich umgesetzt werden. Der Schwerpunkt lag auf der ausdrücklichen Zustimmung der Verbraucher zur Nutzung ihrer Daten für Marketing und Personalisierung unter Einhaltung der DSGVO-Anforderungen.

Die Identity Cloud bietet hochgradig anpassbare, detaillierte Zustimmungsmformulare, die schrittweise für jedes digitale Asset aufgerufen werden können - von Websites über Apps bis hin zu IoT-Geräten. Dadurch wird das Vertrauen der Kunden und Mitglieder gestärkt, da ihre Zustimmung für sie leichter verständlich wird und einfacher verwaltet werden kann. Kunden und Programmteilnehmer können jederzeit auf ihre Einwilligungserklärungen für Überprüfung, Validierung, Widerruf oder andere Änderungen zurückgreifen.

Einer der problematischeren Bereiche der Gesamtbereitstellung bestand darin, den Aspekt des „Rechts auf Vergessenwerden“ innerhalb der DSGVO mit den gesetzlichen Verpflichtungen zur Aufbewahrung von Daten während der Dauer eines Wettbewerbs oder einer Promotion zu vereinbaren. Dies erforderte eine komplexe Logik, mit der sichergestellt wird, dass die Daten über den gesetzlichen Zeitraum aufbewahrt und dann am Ende dieses Zeitraums gelöscht wurden, und dass dies dem Kunden mitgeteilt wird.



Treueprogramme, die Promotionswettbewerbe anbieten, müssen möglicherweise das „Recht auf Vergessenwerden“ mit den gesetzlichen Verpflichtungen zur Aufbewahrung bestimmter Informationen in Einklang bringen, bis der Wettbewerb abgeschlossen ist. Ihr Unternehmen benötigt eine ausgefeilte Zustimmungsverwaltung, um Anforderungen wie die folgenden zu erfüllen.



PERSONALISIERUNGSMÖGLICHKEITEN
UMSATZWACHSTUM
BASIEREND AUF IDENTITÄTSDATEN



360°-ANSICHT DER KUNDEN
ETABLIERUNG VON 1:1-BEZIEHUNGEN
UNABHÄNGIG VON EINZELHÄNDLERN



ZUSTIMMUNGSVERWALTUNGSSYSTEM
DSGVO-COMPLIANCE
DATENSCHUTZ

Treueprogramm verbindet Konsumgütermarke mit Verbrauchern

Führende globale Getränkemarkete erhält mit Akamai Wachstumseinblicke und erreicht Compliance-Ziele.



32 MILLIONEN KUNDEN
IN MEHR ALS 20 LÄNDERN

Skalierung des Identitätsmanagements für den sicheren Erfolg von Kundenbindungsprogrammen: Vier Fallstudien



Akamai Identity Cloud



Akamai Identity Cloud

Die Akamai Identity Cloud ist die erste Wahl für führende Unternehmen, die ihre Kundenbindungs- und Prämienprogramme und damit verbundene Mitgliedschaftsinitiativen transformieren oder skalieren möchten. Es handelt sich dabei um eine erweiterte CIAM-Plattform, die ein flexibles Schema bereitstellt, auf dem Ihr Unternehmen innovativ und erfolgreich sein kann.

Nahtloser Mitgliederzugang

Ihre Mitglieder wünschen sich - unabhängig von ihrem Standort und verwendeten Gerät - einen reibungslosen Zugang zu ihren Mitgliedschaftsvorteilen. Die umfassenden Registrierungs-, Anmelde- und Authentifizierungsfunktionen der Identity Cloud bieten alles, was Sie benötigen, um Mitglieder von Treueprogrammen über Ihre Websites, Apps und Geräte einfach zu gewinnen und zu erkennen.

Die Akamai Identity Cloud wurde entwickelt, um Unternehmen bei der effizienten und zentralen Verwaltung von Mitgliedsidentitäten zu unterstützen und den von Kunden zu durchlaufenden Weg durch Registrierung, Authentifizierung und Präferenzverwaltung zu verstehen und zu beeinflussen. Damit erzielen Sie folgende Vorteile:

- *Beseitigung von Zugangsbarrieren und Reduzierung der Supportkosten durch Social Login*
- *Weniger Abbruchraten und bessere Nutzererlebnisse durch Single-Sign-On-Funktionalität*
- *Verfügbarkeit von Registrierungs- und Datenerfassungsformularen, Profelseiten, Kontoerstellungsabläufen, Passwortverwaltung und Feldvalidierung - sofort einsatzbereit und leicht anpassbar*
- *Eine breite Palette von Authentifizierungsoptionen, einschließlich Unterstützung für mobile, adaptive und Multi-Faktor-Authentifizierung*



- Schutz Ihrer Kundendaten und -systeme – Akamai wird überwacht und auf Zertifizierung/ Konformität für eine Vielzahl von Sicherheitsprogrammen für seine Identity Cloud-Lösung geprüft, darunter ISO 27001:2013, ISO 27018:2014 (PII-Schutz in der Cloud), SOC 2 Typ II (alle fünf Trust-Prinzipien), HIPAA (Speicherung von Gesundheitsdaten), HITECH (Übertragung von Gesundheitsdaten), Cloud Security Alliance (CSA STAR Level 2), EU-US-Datenschutzschildabkommen (geprüft von TRUSTe) und TRUSTe-Datenschutzprogramm.

Darüber hinaus verfügt die Akamai-Plattform über zusätzliche Funktionen, die zu Ihren Websites und Anwendungen für eine umfassende Sicherheitshaltung hinzugefügt werden können, darunter Schutz vor DDoS-Angriffen (Distributed Denial of Service), Bot-Managementlösungen und Web Application Firewalls.



Beseitigung von Datensilos im Rahmen von Treueprogrammen

Sie benötigen einen einheitlichen, konsistenten und genauen Überblick über Ihre Kunden und Mitglieder im gesamten Geschäftsumfeld. Steigern Sie die Wirkung Ihres Treueprogramms, indem Sie mit Identity Cloud über unsere robusten Integrationsfunktionen überall auf Identitäten zugreifen.

Die Lösung bietet Folgendes:

- Einheitliche und universelle Nutzeridentitäten, mit denen Sie eine ganzheitliche Sicht auf Ihre Kunden und Mitglieder entwickeln können
- Flexible Datenstrukturen, die die unterschiedlichen Anforderungen von Regionen oder Marken in globalen Unternehmen unterstützen
- Robuste APIs und SDKs, damit Ihr Unternehmen Mitgliederprofilaten in Anwendungen, Kommunikationsplattformen, spezialisierte Netzwerksegmente, Reporting-Tools und Marketing-Automatisierungssysteme in Echtzeit integrieren kann
- Ein umfangreiches Ökosystem von mehr als 100 Technologiepartnerschaften, mit dem Sie Ihren kompletten Loyalitäts- und Marketing-Technologiestack sowie kundenorientierte Systeme, Unternehmensdaten und Legacy-Software miteinander verbinden können

Zustimmung und Compliance leicht gemacht

Nutzen Sie die Compliance mit den DSGVO-Anforderungen, um die Kundenbindung zu fördern und das Vertrauen der Mitglieder des Treueprogramms zu stärken. Akamai bietet hochentwickelte Tools für die Verwaltung von Einwilligungserklärungen und Datenschutzrichtlinien, die die Einhaltung neuer Vorschriften erleichtern und Möglichkeiten für engere Kundenbeziehungen schaffen.

Akamai Identity Cloud bietet Folgendes:

- *Anpassbare, fein abgestimmte Einwilligungsgformulare, die schrittweise aufgerufen werden können, wodurch es einfacher ist, von Mitgliedern des Treueprogramms eine ausdrückliche Zustimmung einzuholen*
- *Tools für das Präferenzzentrum und das Lifecycle-Management von Einwilligungen, mit denen die Mitglieder ihre Datenschutzentscheidungen jederzeit überprüfen und aktualisieren können*
- *Integrierte Mechanismen für den einfachen Zugriff auf Datensätze, Pseudonymisierung und Portabilität von Daten sowie Datenlöschung zur Erleichterung der Einhaltung der Compliance*
- *Umfangreiche Zugriffskontrollen, mit denen gesteuert wird, welche Aspekte personenbezogener Daten für verschiedene Rollen in Ihrem Unternehmen verfügbar sind*



Skalierbare Performance

Erfolgreiche Treueprogramme können auf Dutzende von Millionen von Mitgliedern anwachsen. Wenn die Aktivität der Mitglieder zunimmt – sei es durch ein Wetterereignis, einen Urlaub oder eine erfolgreiche Marketingkampagne – ist es wichtig, dass Ihre Identitätsplattform funktioniert. Akamai ist die bevorzugte Wahl für viele der weltweit führenden Treueprogramme.

Mit Akamai kann Ihr Unternehmen von Folgendem profitieren:

- *Schnelle Implementierung und Skalierung auf der ganzen Welt*
- *Datenbankkapazität, die so konzipiert ist, dass sie intelligent und automatisch skaliert wird, sodass die Performance bei unerwarteten Datenverkehrsspitzen sichergestellt ist*

- *Unübertroffene Verfügbarkeit für Treueprogramme mit hohen Volumina und einem garantierten Service Level Agreement (SLA) von 99,95 %, das sogar regelmäßig überschritten wird, sowie Rund-um-die-Uhr-Service-Support*
- *Geschäftskontinuität und Notfallwiederherstellungsprozesse, die die Sicherheit und Persistenz Ihrer Mitgliederdaten im Falle von Systemausfällen gewährleisten*

Fazit

Wie die vier in diesem Whitepaper vorgestellten Fallstudien aus der Praxis zeigen, setzen führende Unternehmen auf der ganzen Welt die Akamai Identity Cloud ein, um ihre Kundenbindungsprogramme und andere Mitgliedschaftsinitiativen zu erweitern und zu transformieren. Akamai hilft diesen Unternehmen, moderne, personalisierte, reibungslose, Omnichannel-Erlebnisse bereitzustellen, die die versierten Verbraucher von heute erwarten und verlangen.

Die Akamai Identity Cloud bietet robuste, branchenführende CIAM-Funktionen, einschließlich Social Login und herkömmlicher Anmeldung und Registrierung, Single Sign-On, Datenspeicherung und -verwaltung im Kundenprofil, Kundeneinblicke und vieles mehr. Die Identity Cloud-Lösung für Unternehmen bietet ein flexibles Schema, auf dessen Grundlage Unternehmen, die für Treue- und Prämienprogramme verantwortlich sind, innovativ und erfolgreich sein können.

Weitere Informationen erhalten Sie unter: akamai.com/identitycloud.



Akamai stellt sichere digitale Erlebnisse für die größten Unternehmen der Welt bereit. Die Intelligent Edge Plattform umgibt alles - vom Unternehmen bis zur Cloud -, damit unsere Kunden und ihre Unternehmen schnell, intelligent und sicher agieren können. Führende Marken weltweit setzen auf die agilen Lösungen von Akamai, um die Performance ihrer Multi-Cloud-Architekturen zu optimieren. Akamai bringt Entscheidungen, Anwendungen und Erlebnisse näher an Ihre Nutzer als andere Anbieter - und hält Angriffe und Bedrohungen fern. Das Akamai-Portfolio für Website- und Anwendungsperformance, Cloudsicherheit, Unternehmenszugriff und Videobereitstellung wird durch einen herausragenden Kundenservice, Analysen und Rund-um-die-Uhr-Überwachung begleitet. Warum weltweit führende Unternehmen auf Akamai vertrauen, erfahren Sie unter www.akamai.de, im Blog blogs.akamai.com/de oder auf Twitter unter [@AkamaiDACH](https://twitter.com/AkamaiDACH) sowie [@Akamai](https://twitter.com/Akamai). Unsere globalen Standorte finden Sie unter www.akamai.de/locations. Veröffentlicht: April 2019