

Ampliación de la gestión de identidades para garantizar el éxito del programa de fidelización de clientes: Cuatro casos reales

Las iniciativas de programa de socios y fidelización de clientes más eficaces requieren una solución de gestión de acceso e identidades de cliente de nivel empresarial.



Resumen ejecutivo

En la actualidad, el clima empresarial es más competitivo y complejo que nunca en todo el mundo, independientemente del sector. Por este motivo, las empresas con visión de futuro están aumentando su inversión en programas de fidelización de clientes y otras iniciativas destinadas a atraer y retener miembros. Asimismo, empiezan a utilizar las nuevas tecnologías de gestión de identidades para conectar mejor con los clientes y miembros de estos programas y, de esta manera, conseguir una ventaja competitiva.

Con el objetivo de lograr la transformación y la ampliación de estos programas e iniciativas, las empresas líderes están recurriendo a las soluciones de gestión de acceso e identidades de cliente (CIAM) para optar a mejores capacidades que las ofrecidas por los proveedores de programas de gestión de fidelización tradicionales. Las plataformas CIAM en la nube y de clase empresarial, además de proporcionar un sistema de autenticación y registro seguro y fluido y una gestión de identidades a escala, permiten mejorar la captación y la retención de miembros, y su participación, en los programas de fidelización gracias a una relación de cliente más sólida.



Los miembros de los programas de fidelización son sus clientes más valiosos. Nuestros datos reflejan que los consumidores que se inscriben en estos programas tienden a establecer una relación estrecha y duradera con la marca, que va más allá de los descuentos que esta les ofrece".

*- "How Consumers Really Feel About Loyalty Programs"
Forrester Research, 8 de mayo de 2017*

En este documento, hemos identificado los retos de CIAM asociados a la transformación, la expansión y la ampliación de los programas de recompensas y fidelización de clientes, y otras iniciativas relacionadas. Además, incluimos soluciones basadas en el estudio detallado de casos reales de cuatro sectores diferentes. Analizamos los requisitos que debe cumplir una solución CIAM de clase empresarial y abordamos cuestiones relacionadas, como la diferencia entre "desarrollar" y "comprar" o entre "CIAM" e "IAM" (gestión de acceso e identidades).

Tras someter a examen cuatro casos reales, y las soluciones de gestión de identidades que implementó cada empresa, hemos recogido en este estudio información valiosa para cualquier empresa que desee ampliar o mejorar su programa de fidelización de clientes con el fin de satisfacer las cuotas de miembros que demanda la era del consumidor.

Descripción de los casos reales

El objetivo de este documento es investigar a fondo los retos, las complejidades y las soluciones de la gestión de identidades en relación con los programas de fidelización. Para ello, examinamos los resultados de cuatro casos reales, de distintos sectores y regiones.



Una importante línea aérea internacional decidió transformar

su estrategia empresarial digital más allá de los productos de viajes cíclicos. La empresa quería ampliar su programa de viajeros frecuentes para que incluyera no solo las millas, sino también puntos de bonificación por el uso de la tarjeta de crédito, compras, servicios de salud y bienestar, servicios financieros, etc. Gracias a la implementación de una solución CIAM empresarial, la aerolínea consiguió que su programa de fidelización basado en los datos creciera hasta los 12 millones de miembros.



Una cadena líder de tiendas de alimentación quería impulsar

su programa de fidelización de compradores y proporcionar a sus clientes una experiencia conectada y omnicanal a través de diferentes aplicaciones, dispositivos y canales. La cadena creó un sólido centro de preferencias de usuarios basado en datos personales de los clientes con una base de datos unificada.



Un conglomerado energético multinacional con gasolineras

en todo el mundo quería solucionar la insatisfacción de los clientes, que estaban descontentos por la existencia de numerosos programas de fidelización incompatibles entre sí, y mejorar la experiencia de los clientes en los distintos sitios web de la empresa, que hasta la fecha contaban con sus propios datos de inicio de sesión y perfiles de usuario. La empresa implementó una solución CIAM con garantía de futuro que incluía la personalización del autoservicio, inicio de sesión único (SSO) y a través de cuentas de redes sociales, la unificación y centralización de los datos de perfiles de clientes y un sistema global de seguridad y control de datos.



Una empresa global de bebidas tenía dos meses de plazo

para implementar un sistema de gestión del ciclo de vida del consentimiento para sus clientes europeos antes del 25 de mayo de 2018, fecha límite impuesta por el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD). La marca ya había implementado una solución CIAM moderna y flexible para la gestión de identidades en su programa de recompensas, que le permitió establecer una relación con los clientes totalmente individualizada e independiente de los retailers. Ahora necesitaba garantizar el cumplimiento de la nueva normativa.



Garantice el éxito del programa de fidelización mediante un marco de gestión de identidades sólido

Los programas de recompensas y fidelización de clientes, así como el resto de las iniciativas de adhesión, giran en torno a la identidad del cliente. Si quiere transformar y ampliar su programa de afiliación de clientes y ganarse la fidelidad y confianza de los consumidores, su empresa debe conocer a sus miembros, para así poder ofrecer una experiencia omnicanal personalizada y sencilla que atraiga a los consumidores expertos, se gane su confianza y los anime a regresar.

Solo aquellas empresas capaces de demostrar que conocen la identidad y la trayectoria de sus afiliados mejor que la competencia lograrán el éxito y el crecimiento de sus programas de fidelización de clientes. Sin embargo, para alcanzar tal éxito, su empresa deberá superar una serie de retos.

Retos asociados a la identidad del cliente

Moverse por el complejo entorno de la identidad digital para transformar e impulsar su programa de fidelización puede resultar complicado. Estos son algunos de los posibles obstáculos:



Facilidad de conexión. Hoy en día, los consumidores demandan la comodidad que ofrecen el inicio de sesión a través de cuentas de redes sociales y el inicio de sesión único, así como un mejor autoservicio. ¿Cómo planea su empresa cumplir estos requisitos?



Eliminación de los silos de datos. ¿Cómo puede obtener una única vista unificada, precisa y coherente de sus clientes en todo el ecosistema empresarial, y garantizar que todas las interacciones de un miembro informen a la misma identidad?



Preocupaciones de seguridad. Los programas de fidelización pueden ser objeto de fraude y uso indebido. En ocasiones, los puntos de fidelidad y las millas se utilizan como monedas virtuales. ¿Será capaz de garantizar la seguridad del programa de fidelización de su empresa?



Requisitos de cumplimiento normativo. ¿El programa de afiliación o fidelización de su empresa cumple las nuevas normativas relativas a los clientes, como el RGPD de la Unión Europea y la Ley de privacidad del consumidor de California (pendiente de aprobación)?



Requisitos de escalabilidad. Un programa de fidelización de éxito es aquel que puede ampliarse a decenas de millones de miembros. ¿Su programa será capaz de abarcar un crecimiento exponencial?



Acceso omnicanal. Sus clientes querrán acceder a las ventajas que aporta su afiliación, independientemente del lugar en el que se encuentren o de la aplicación, el dispositivo o el canal que utilicen. ¿Es capaz de ofrecer una experiencia omnicanal fluida?

Si quiere superar estos retos, una plataforma de fidelización tradicional no es suficiente. Tanto si se trata de una solución de fidelización de clientes desarrollada internamente como de una adquirida a un proveedor, muchas de estas plataformas carecen de elementos fundamentales, como el inicio de sesión a través de cuentas de redes sociales, el inicio de sesión único y la creación progresiva de perfiles; elementos necesarios para ofrecer una experiencia atractiva a los miembros cuando acceden al programa de recompensas.



Conocer en profundidad qué motiva a los clientes fieles prepara a las empresas para dar respuesta a las crecientes expectativas de un consumidor empoderado".

*- "Harness Loyalty Insights To Build Business Advantage"
Forrester Research, 2 de abril de 2018*

La mejor forma de dominar los retos y complejidades ligados a la identidad es a través de una solución CIAM moderna y de clase empresarial que se integre a la perfección con su pila de tecnología de marketing y fidelización, y que ofrezca la gestión, protección y activación de identidades en tiempo real que su empresa necesita para transformar y ampliar con éxito sus iniciativas de afiliación.



Las soluciones CIAM proporcionan un puente a los clientes y son uno de los elementos más importantes de cualquier programa de transformación digital".

*- "Developing a Customer IAM (CIAM) Strategy and Roadmap"
TechVision Research 2018*



Desarrollar o comprar: ¿cuál es la mejor opción?

A la hora de implementar una solución de gestión de identidades moderna para el programa de recompensas o fidelización de la empresa, su organización se enfrentará a un dilema básico: embarcarse en un proyecto de desarrollo interno complejo o adquirir una solución dedicada. En la mayoría de los casos, y para la mayoría de las empresas, "comprar" es preferible a "desarrollar".

Forrester Research recomienda buscar una solución de gestión de identidades integral e integrada:



En la actualidad, cada vez más herramientas IAM y soluciones de identidad incluyen funciones básicas como el registro; la autenticación de dos factores mejorada y rutinaria; la autorización en el nivel de URL; la gestión y recuperación de nombres de usuario y contraseñas; el aprovisionamiento; y el envío y la aprobación de solicitudes de acceso. En lugar de perder tiempo en personalizar su propia solución de IAM para procesos físicos, acepte lo que ofrecen las soluciones IAM existentes y negocie con las partes interesadas de la empresa el cambio de los procesos".

Las soluciones CIAM comerciales en la nube son la opción preferida de las empresas porque se adaptan a sus objetivos, necesidades y recursos. Especialmente, cuando no solo se tiene en cuenta la implementación inicial, sino también el esfuerzo que requiere utilizar y mantener una solución CIAM a largo plazo; es decir, mantener el sistema actualizado y adaptarlo a requisitos en constante cambio dictados por la tecnología, los consumidores, los mercados y los organismos reguladores.

Descubra las ventajas e inconvenientes de estos enfoques alternativos en el documento "[Build vs. Buy? A Guide for Customer Identity and Access Management](#)" (Desarrollar o comprar: Guía de la gestión de acceso e identidades de cliente).



CIAM frente a IAM: ahorro de tiempo y recursos de TI

Puede resultar complicado transformar y ampliar el programa de fidelización si se depende de tecnología anticuada. Las soluciones tradicionales de gestión de acceso e identidades de empleados, diseñadas para gestionar los perfiles de grupos de usuarios internos, simplemente no dan la talla.

La IAM tradicional no tiene la capacidad de ampliarse ni de adaptarse a las expectativas de los consumidores de hoy en día. Por este motivo, las empresas de éxito que quieren ampliar sus iniciativas y programas de afiliación o fidelización están adoptando las soluciones CIAM.



Un programa de CIAM bien gestionado es un cauce para entablar una relación duradera con los clientes digitales. Establecer relaciones de confianza y que proporcionen datos útiles y que, a su vez, se beneficien de un conocimiento profundo de los clientes es fundamental para el éxito de cualquier negocio digital. Estas relaciones digitales se pueden mantener y mejorar con el paso del tiempo mediante un flujo constante de información contextual actualizada que permita crear ofertas personalizadas para los clientes y mejorar las decisiones empresariales.

Las soluciones CIAM son diferentes de otras tecnologías de infraestructura porque sus beneficios empresariales tienen un impacto significativo y se aprecian de inmediato. En muchos casos, el proceso de fidelización del cliente puede dar lugar a una relación de por vida o destruirla. Si implementa la solución CIAM de manera correcta, puede labrarse una presencia digital sólida y obtener buenos resultados empresariales; pero, si se equivoca, puede perder para siempre su ventaja competitiva".

- "Developing a Customer IAM (CIAM) Strategy and Roadmap"
TechVision Research, 2018

A diferencia de las soluciones IAM locales tradicionales, una plataforma CIAM moderna en la nube no solo permite a su empresa atraer a los miembros y clientes fieles, sino que, además, dota a los equipos de TI de una plataforma escalable que no incrementa su carga de trabajo. Una solución CIAM sólida elimina la necesidad de desarrollar y mantener plataformas costosas y aplicaciones propias, gracias a lo cual se ahorran recursos de TI, tiempo y dinero.

Si desea obtener más información sobre las diferencias entre CIAM e IAM, consulte el documento "[Por qué los sistemas IAM tradicionales no son aptos para los clientes](#)" (disponible en inglés).



¿Qué debe buscar en una solución CIAM?

Cuando evalúe distintas plataformas CIAM para las iniciativas de afiliación o fidelización de su empresa, busque una solución empresarial sólida que:

- *Facilite el acceso, simplificando la identificación de miembros del programa con funciones optimizadas de inicio de sesión a través de cuentas de redes sociales, registro e inicio de sesión único, y autenticación mejorada.*
- *Proporcione una vista unificada de sus miembros en todos los programas, canales y campañas de marketing.*
- *Se pueda ampliar sin problemas a decenas de millones de miembros.*
- *Cuente con una base de datos unificada que elimine los silos de datos dispares del programa de fidelización.*
- *Permita recopilar la información de identidad que sea importante para su negocio (por ejemplo, vegetariano u omnívoro, propietario de gato o perro, asiento de ventana o pasillo, combustible normal o súper) y crear perfiles de clientes relevantes para la marca.*
- *Proporcione análisis e inteligencia de mercado que permitan a su empresa ofrecer una experiencia incomparable.*
- *Incluya funciones de conformidad y seguridad integral para proteger la información personal de los miembros, garantizar la confianza e impedir el acceso a los agentes maliciosos.*



Caso real 1: Importante línea aérea internacional



```
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); }); htt
reqChan := make(chan bool); statusPollChanne
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 :=
min(controlChannel, statusP
; 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 %s, count %d",
http.ResponseWriter, r *
time.Second); se
ACTIVE"); }; return; c
area0f66-465f-4751-b
"</script></body></html>
```



El desafío: ampliar el programa de fidelización de clientes

Tras sufrir varios reveses empresariales, una importante línea aérea internacional decidió que necesitaba adoptar una estrategia empresarial que fuera más estable y predecible que sus productos de viajes cíclicos. La compañía optó por ampliar su programa de viajeros frecuentes y convertirlo en un programa de puntos de fidelidad que se pudiera utilizar en cualquier lugar.

Dada su fuerte presencia de marca y visibilidad en el mercado de su país de origen, la aerolínea quería ampliar su programa de fidelización para que incluyera no solo las millas de los viajeros frecuentes, sino también recompensas por el uso de la tarjeta de crédito y puntos de bonificación por el uso de otros servicios.

Para ello, la línea aérea necesitaba una solución CIAM de confianza, flexible y escalable con inicio de sesión único que eliminara los silos y permitiera a los clientes moverse de un sitio digital a otro sin tener que pasar por la autenticación cada vez.



Las soluciones de fidelización funcionan mejor cuando están estrechamente integradas con los datos y los sistemas que optimizan la experiencia de los clientes en los distintos canales y puntos de interacción".

*- "The Forrester Wave™, Customer Loyalty Solutions, Q3, 2017"
Forrester Research, 14 de agosto de 2017*



La solución: Akamai Identity Cloud

Tras realizar una validación interna, la línea aérea decidió implementar Akamai Identity Cloud para proporcionar una capa CIAM uniforme en todos sus puntos de contacto digitales. Gracias a Identity Cloud, los viajeros frecuentes de la aerolínea ahora solo tienen que iniciar sesión una vez para navegar fácilmente por los distintos sitios web de la empresa.

Identity Cloud ha permitido a la aerolínea mejorar la experiencia del cliente, así como reducir los costes de asistencia técnica y las tasas de abandono del sitio. La solución mantiene abierta la sesión de los viajeros frecuentes y fomenta su participación, al permitirles desplazarse sin problemas por el entorno digital de la línea aérea.



Los resultados: 12 millones de miembros

Akamai Identity Cloud ha contribuido a ampliar el programa de fidelización de la empresa, que ahora es notablemente más extenso y atractivo que el simple sistema de millas.

En la actualidad, el programa se ha convertido en un negocio innovador, basado en los datos, que fomenta la fidelidad de los clientes y los partners a través de programas de viajeros frecuentes y recompensas empresariales. Casi 12 millones de miembros reciben puntos de fidelidad en distintas categorías: viajes, servicios financieros, retail, servicios de salud y bienestar, comida y vinos.

Los codiciados puntos de fidelidad de la aerolínea se han convertido en la tercera "moneda" más utilizada en el país de origen de la empresa: más del 50 % de los ciudadanos los utiliza, y más del 30 % del gasto total realizado en el país permite acumular estos puntos de fidelidad. Conclusión: el negocio de puntos de fidelidad de la aerolínea es el responsable de casi un cuarto del beneficio de explotación de la compañía.



Los puntos de fidelidad atraen el 47 % de las inscripciones"

- Encuesta sobre intercambio de valor en EE. UU (2017) de Akamai a través de Janrain



Asegúrese de que su solución CIAM se pueda ampliar fácilmente a decenas de millones de miembros del programa de fidelización.



IDENTIDAD CENTRALIZADA CON SSO
REDUCCIÓN DE LA FATIGA DE INICIO DE SESIÓN
EXPERIENCIA DE USUARIO MEJORADA



CANJEO DE PUNTOS DE FIDELIDAD EN MÚLTIPLES SITIOS
EXPERIENCIA DE "IDENTIDAD ÚNICA"



CAPTURA Y ALMACENAMIENTO DE CORREO ELECTRÓNICO CENTRALIZADOS
CONFORMES Y SEGUROS

Las marcas del sector del turismo obtienen resultados con Akamai

Una aerolínea comercial eligió Identity Cloud para mejorar la experiencia de los clientes en sus propiedades digitales, desde los sitios web de fidelización hasta las aplicaciones móviles utilizadas en el aeropuerto y durante el vuelo.



12 MILLONES DE USUARIOS
GESTIONADOS DE FORMA SEGURA POR AKAMAI



Caso real 2:

Cadena líder de tiendas de alimentación especializada en productos orgánicos





El desafío: incorporar nuevas experiencias omnicanal de fidelización de clientes

Esta importante cadena de productos orgánicos con establecimientos en EE. UU., Canadá y el Reino Unido no contaba con un programa de fidelización de clientes tradicional ni una presencia digital que le ayudaran a entender mejor a sus clientes y sus preferencias. Para remediar esta situación, la empresa se dio cuenta de que necesitaba llevar a cabo una transformación digital y ofrecer a sus clientes una experiencia conectada en distintos canales y dispositivos.

Así, decidió poner en marcha una estrategia que ayudase a sus clientes a ahorrar tiempo simplificando la planificación y la preparación de las comidas. La cadena de tiendas de alimentación quería personalizar la experiencia de los clientes recopilando sus preferencias e información de perfil útil, datos que le servirían para realizar actividades de resegmentación.

Para lograr estos objetivos, la empresa necesitaba una solución CIAM que permitiera ofrecer nuevas experiencias de cliente a través de los canales digitales. La compañía estableció los siguientes objetivos:

- *Aumentar la fidelidad de los compradores.*
- *Reducir obstáculos en las actividades de registro e inicio de sesión.*
- *Recopilar y almacenar información de perfil personalizada sobre las preferencias de los usuarios.*
- *Personalizar la experiencia de los clientes en el sitio.*
- *Mejorar la experiencia de compra en tienda con la tecnología digital.*
- *Crear una experiencia de consumidor conectada en todos los dispositivos y canales.*



Establecer objetivos claros para la adopción de la estrategia CIAM le ayudará a obtener financiación, elegir la solución que mejor se adapte a sus necesidades y generar valor real para su organización.



La solución: Akamai Identity Cloud

Con el fin de cumplir sus objetivos, la cadena eligió Akamai Identity Cloud. Gracias a esta solución, la empresa estableció relaciones digitales de confianza que le permitieron mejorar la experiencia de compra personalizada a través de diversos canales. Como resultado, la cadena generó más valor, y experimentó un aumento de los ingresos y de la fidelidad a la marca. La compañía consiguió una vista integral y exhaustiva de cada comprador gracias a los datos demográficos, psicográficos y de comportamiento de los consumidores recopilados por Identity Cloud a través de las propiedades digitales, las aplicaciones y los dispositivos de la empresa.

Los sistemas de registro, inicio de sesión y gestión de perfiles de clientes de los puntos de contacto digitales del retailer de alimentación (sitios web, dispositivos móviles y aplicaciones) funcionan con Akamai Identity Cloud. Gracias a ello, la empresa puede proporcionar a los clientes información y ofertas más relevantes basándose en sus preferencias. Cuando los clientes acceden a la aplicación de la tienda desde un dispositivo móvil, pueden sincronizar las listas de alimentos con su dispositivo mientras están en el establecimiento. La base de datos unificada de Identity Cloud está diseñada para eliminar los silos digitales y conseguir que todas las interacciones de un cliente informen a la misma identidad. De esta manera, los clientes disfrutan de una experiencia omnicanal fluida, independientemente del dispositivo que utilicen para conectarse.



Los responsables de marketing reconocen que las estrategias de fidelización sirven para mucho más que mantener satisfechos a los clientes; pueden influir en el cliente en cada etapa de su ciclo de vida".

- "The State of Loyalty Strategies 2017", Forrester Research, 30 de noviembre de 2017



Los resultados: sitio web

La empresa empezó implementando Akamai Identity Cloud en su sitio web con el objetivo de ofrecer a sus clientes una experiencia más conectada y proporcionarles razones adicionales para que interactuasen con la cadena. Por ejemplo, su sistema de gestión de contenido permite a los clientes buscar recetas en su sitio web. En el sitio web también se pueden encontrar recomendaciones, noticias y ofertas especiales. Los usuarios pueden iniciar sesión, y gestionar y guardar recomendaciones o sus preferencias dietéticas con facilidad.

Una vez que el usuario ha establecido sus preferencias, el sitio personaliza la experiencia. Por ejemplo, si el usuario es vegetariano y accede a la sección de recetas del sitio web, las recetas vegetarianas aparecen en primer lugar. El sitio reorganiza el contenido y lo asocia a la taxonomía de preferencias y restricciones dietéticas del usuario, quien disfruta de una experiencia más precisa y personal.

La compañía empezó a ver un aumento inmediato del tráfico general del sitio web y del número de usuarios conectados.



Para aumentar las tasas de registro y crear perfiles de cliente útiles, empiece por preguntarse cómo puede ahorrar tiempo a sus clientes. Por ejemplo, recordar sus preferencias, las alergias alimentarias, la tienda más cercana, etc.



Los resultados: la aplicación móvil y las tiendas

El siguiente paso que siguió la cadena de tiendas de alimentación fue extender la experiencia del cliente digital a las tiendas físicas. Akamai Identity Cloud permitió a la empresa asociar las mismas credenciales de inicio de sesión al sitio web y a la aplicación móvil.

Así, cuando los clientes inician sesión en la aplicación móvil, los ingredientes de las recetas que guardaron en el sitio web están disponibles en la aplicación móvil. O, si se encuentran en la tienda, el contenido se sincroniza entre las dos plataformas, y tienen acceso a la lista de la compra en el teléfono o en cualquier otro dispositivo móvil.

Esta experiencia omnicanal conectada continúa una vez que el cliente vuelve a casa y empieza a cocinar: puede iniciar sesión sin problemas en su teléfono o tablet y ver las recetas que guardó en el sitio web, y también dar la vuelta a las tarjetas de recetas y ver las instrucciones para preparar la comida. En definitiva, gracias a la tecnología de Akamai se consiguió una experiencia omnicanal uniforme y cohesiva.



**OBTENCIÓN DE CORREOS ELECTRÓNICOS
1,5 VECES MAYOR**



**USO DE LA APLICACIÓN MÓVIL
9 VECES MAYOR**



**DESCARGA DE CUPONES
4 VECES MAYOR**

Los programas de fidelización de los retailers obtienen resultados con Akamai

Otro retailer innovador, que adoptó las soluciones de Akamai con éxito, optimizó la gestión de perfiles de clientes y aumentó la fidelidad de los consumidores.



**NÚMERO DE INSCRIPCIONES MENSUALES
4,7 VECES MAYOR**



Caso real 3: Conglomerado energético con gasolineras en todo el mundo





El desafío: programas de fidelización y experiencia de cliente inconexos

Este conglomerado energético, que pretende convertirse en la empresa del sector más innovadora en el ámbito digital, tiene como objetivo desarrollar un conjunto de sitios web inmejorables (con programas de fidelización y aplicaciones móviles incluidos) que permita a usuarios de diversos mercados internacionales utilizar un único perfil para acceder a sus sitios y servicios digitales, y navegar por ellos. Sin embargo, los sitios digitales de la empresa a nivel mundial no estaban conectados y ofrecían una experiencia inconexa a los usuarios.

Por ejemplo:

- Cada uno de los sitios digitales, servicios y programas de fidelización de la empresa tenía su propio perfil de usuario y requería que el cliente tuviera varias cuentas y datos de inicio de sesión.
- Esta situación no solo provocaba un profundo descontento entre los usuarios por la existencia de programas de fidelización de la misma marca incompatibles entre sí, sino que, además, generaba datos de clientes inconexos en los sistemas de la empresa.
- Como los usuarios tenían varias cuentas individuales, la empresa era incapaz de obtener una única vista integral de los clientes, y los datos de los que disponía solo permitían realizar análisis superficiales.

Por todo ello, la empresa energética buscaba una solución CIAM que le permitiera garantizar que cada cliente tuviera una identidad única, independientemente de en qué sitios y canales participara (sitio web, programa de fidelización, aplicación móvil, pago electrónico o cualquier otro punto de contacto). La empresa necesitaba una nueva solución de gestión de identidades que permitiera a las unidades de negocio, repartidas por todo el mundo, incorporar nuevos sitios y regiones conforme a las normativas locales, de forma rápida y sencilla.



La solución: Akamai Identity Cloud

A fin de garantizar que la nueva solución de gestión de identidades satisficiera todas sus necesidades, la empresa energética llevó a cabo un extenso proceso de evaluación de los proveedores de CIAM disponibles. Finalmente, optaron por Akamai Identity Cloud, por su flexibilidad y alta capacidad de personalización. Las funciones de personalización del autoservicio de Identity Cloud son muy completas y están diseñadas para que los desarrolladores de la empresa puedan dar respuesta a necesidades empresariales en el futuro sin depender de recursos externos, lo cual reduce considerablemente el coste total de propiedad (TCO) y los costes de oportunidad añadidos. Estos factores desbancaron a uno de los productos de la competencia.

Akamai Identity Cloud permitió a la empresa implementar el acceso de inicio de sesión único para sus clientes, tanto en dispositivos móviles como en Internet. La nueva solución optimiza la experiencia de usuario gracias a la simplicidad del inicio de sesión, ya sea siguiendo el método tradicional como a través de cuentas de redes sociales, y a la autenticación de dos factores, que refuerza la seguridad.



Si amplía su programa de fidelización con una solución CIAM de clase empresarial, asegúrese de que refleje la filosofía del registro sencillo. Pregunte únicamente lo que sea absolutamente necesario y verá cómo se dispara el número de inscripciones.

Identity Cloud proporciona datos de perfiles de cliente centralizados y se integra con herramientas de automatización y análisis existentes, como Google Analytics, Adobe Analytics, Adobe Experience Manager o Adobe Campaign, entre otras. Gracias a ello, ahora la empresa cuenta con una perspectiva más clara sobre la participación de los clientes y puede personalizar las campañas, cosa que antes no podía hacer.

La seguridad era un requisito clave para la empresa energética, lo que convirtió a Akamai en el candidato idóneo, y más fiable, para llevar a cabo las implementaciones que necesitaba a nivel mundial, que incluían toda una serie de requisitos en cuestión de seguridad y privacidad.

Otro diferenciador clave fue la API de configuración de Identity Cloud, un conjunto de terminales que:

- *Permite a los desarrolladores de la plataforma implementar y personalizar los sistemas de inicio de sesión, registro y gestión de perfiles para atender a las necesidades de las unidades de negocio.*
- *Proporciona un amplio control de versiones y datos que se adapta a los diferentes modelos de desarrollo y gestión de aplicaciones de cada organización.*
- *Proporciona autonomía y elimina la necesidad de involucrar a Akamai, incluso en los cambios a gran escala.*

En resumen, Akamai era el único proveedor que podía satisfacer los requisitos de la empresa para la incorporación de nuevos sitios en todo el mundo de forma rápida y sencilla.



Las marcas con más éxito entienden su estrategia de fidelización como una responsabilidad a nivel corporativo, que coordina las tácticas entre los departamentos de marketing, experiencia del cliente, estrategia corporativa, producto y atención al cliente".

- "The Forrester Wave™, Customer Loyalty Solutions Q3, 2017"

Forrester Research, 14 de agosto de 2017



Los resultados: máxima flexibilidad y agilidad

Akamai Identity Cloud les ha permitido a las unidades de negocio, distribuidas por todo el mundo, de esta empresa energética y a su ecosistema de proveedores (integradores de sistemas y agencias digitales) adoptar fácilmente la solución y adaptar su funcionamiento y la experiencia del usuario a sus respectivos mercados y públicos. Los cambios se pueden implementar en una, algunas o todas las regiones, lo que ofrece la máxima flexibilidad y agilidad para incorporar nuevos sitios con rapidez.

Por otro lado, Identity Cloud permitió a la empresa centralizar los datos de los perfiles de clientes e introducir un control de datos global, sin que afectase a la capacidad de las sucursales para atender a las necesidades de sus respectivos mercados.

Akamai ha mejorado considerablemente la experiencia de los clientes con los programas de fidelización y otros sitios digitales, y ha permitido a la empresa entender mejor las interacciones de los usuarios.



Asegúrese de que su solución CIAM incluye el inicio de sesión con proveedores de identidad como Google, Facebook, WeChat, Sina Weibo y VK. El inicio de sesión a través de cuentas de redes sociales reducirá considerablemente la actividad de restablecimiento de contraseñas y los costes de asistencia técnica asociados.



INICIO DE SESIÓN ÚNICO Y A TRAVÉS DE REDES SOCIALES

MEJORA DE LA EXPERIENCIA DEL USUARIO
EN TODOS LOS CANALES



DATOS DE PERFILES CENTRALIZADOS

VISTA ÚNICA DE LOS CLIENTES
PERCEPCIÓN MEJORADA DEL COMPORTAMIENTO



SEGURO Y CONFORME

CONTROL DE DATOS GLOBAL
PLATAFORMA DE AUTOSERVICIO FLEXIBLE

Programa de fidelización internacional con Akamai

Una de las empresas energéticas más grandes del mundo eligió Akamai por su solución de gestión de acceso e identidades fluida y segura.



43 000 ESTABLECIMIENTOS
EN TODO EL MUNDO

Ampliación de la gestión de identidades para garantizar el éxito del programa de fidelización de clientes: Cuatro casos reales



El desafío: avance en el cumplimiento del RGPD en un marco de identidades de cliente unificado

Una empresa de bebidas con presencia en todo el mundo tenía dos meses de plazo para implementar un sistema de gestión del ciclo de vida del consentimiento para sus clientes europeos antes de la fecha límite (25 de mayo de 2018) impuesta por el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) de la Unión Europea. La empresa ya había implementado una solución CIAM moderna y flexible para la gestión global de identidades de su programa de fidelización de clientes, que incluía 32 millones de consumidores en más de 20 países. El atractivo programa de recompensas y la capacidad de personalización de la marca habían permitido a la compañía establecer una relación con los clientes totalmente individualizada e independiente de sus distribuidores y retailers. Ahora, era necesario garantizar el cumplimiento de la nueva normativa de privacidad de los consumidores.



La solución: Akamai Identity Cloud

La marca internacional de bebidas había recurrido a Akamai Identity Cloud seis años atrás para cumplir y superar sus objetivos de gestión global de identidades. La solución CIAM de clase empresarial incluía funciones como registro e inicio de sesión tradicional y a través de redes sociales, inicio de sesión único o gestión y almacenamiento de datos de perfiles e información útil de los clientes, y fue fundamental en la expansión del programa de fidelización de la empresa. Akamai se encontraba en una posición única para ayudar a la compañía a abordar aspectos clave relacionados con las nuevas exigencias en materia de protección y privacidad de los consumidores. Tras la implementación de Identity Cloud, la empresa pudo disfrutar de:

- *Un aumento de las inscripciones de clientes.*
- *Una mejora en la recopilación de datos de clientes.*
- *Una única vista integral de los clientes.*
- *Una relación con los clientes totalmente individualizada, independiente del retailer.*
- *Inteligencia de cliente unificada.*
- *Integración con máquinas expendedoras de bebidas en tiendas.*

Akamai Identity Cloud permitió integrar los datos de perfiles de clientes en la pila de tecnología y marketing, y proporcionó a la empresa datos de los consumidores en tiempo real y en todo el ecosistema digital. Además, permitió a la marca ejecutar campañas de marketing relevantes basadas en datos precisos de sus clientes, capaces de ampliarse a cientos de millones de clientes actuales o potenciales y a miembros del programa de fidelización.



Los resultados: mejora de la gestión del consentimiento conforme al RGPD

El proyecto más reciente consistió en implementar, en un plazo de dos meses, un sistema de gestión del ciclo de vida del consentimiento para los clientes europeos antes de la fecha límite del RGPD.

La empresa consiguió su objetivo con el incansable apoyo del equipo de servicios profesionales de Akamai. Conforme a los requisitos del reglamento, necesitaban conseguir el consentimiento expreso de los consumidores para poder utilizar sus datos en actividades de marketing y personalización.

Identity Cloud incluye formularios de consentimiento detallados y personalizables que se pueden invocar de forma progresiva en cualquier propiedad digital, como sitios web, aplicaciones móviles o dispositivos del IoT. Gracias a ellos, es fácil obtener la confianza de los miembros y los clientes, ya que les resulta sencillo entender y gestionar el consentimiento. Los usuarios pueden recuperar sus declaraciones de consentimiento en cualquier momento para revisarlas, validarlas, revocarlas o realizar cualquier cambio.

Uno de los aspectos más complicados de la implementación fue encontrar el equilibrio entre el "derecho a ser olvidado" del RGPD y las obligaciones legales de conservar los datos durante el periodo que durase un concurso o promoción. La situación requería cierta lógica compleja para garantizar que los datos se conservasen durante el plazo legal, se pudieran borrar pasado ese tiempo y se informase al cliente de que los datos se habían borrado.



CONSEJO

Los programas de fidelización que incluyen concursos deben equilibrar el "derecho a ser olvidado" del consumidor con las obligaciones legales de conservar cierta información el tiempo que dure el concurso. Su empresa necesitará un sistema de gestión del consentimiento sofisticado para dar respuesta a requisitos como este.



LA PERSONALIZACIÓN IMPULSA

EL AUMENTO DE LOS INGRESOS

GRACIAS A LOS DATOS DE IDENTIDAD



LA VISTA INTEGRAL DE LOS CLIENTES

CREA RELACIONES INDIVIDUALIZADAS

INDEPENDIENTES DE LOS RETAILERS



GESTIÓN DEL CICLO DE VIDA DEL CONSENTIMIENTO

CUMPLIMIENTO DEL RGPD

PRIVACIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS

El programa de fidelización conecta la marca de bienes de consumo envasados con los consumidores

Una empresa global de bebidas líder alcanza sus objetivos de cumplimiento normativo y de incremento de la información útil con Akamai.



32 MILLONES DE CLIENTES
MÁS DE 20 PAÍSES

Ampliación de la gestión de identidades para garantizar el éxito del programa de fidelización de clientes: Cuatro casos reales



Akamai Identity Cloud



Akamai Identity Cloud

Como opción preferida de las empresas líderes que buscan transformar o ampliar sus programas de fidelización o de recompensas, u otras iniciativas para atraer y retener miembros, Akamai Identity Cloud es una plataforma CIAM avanzada que proporciona un marco flexible en el que su organización puede innovar y prosperar.

Simplificación del acceso para los miembros

Los miembros de los programas buscan acceder de manera sencilla a las ventajas de su afiliación, independientemente del lugar en el que se encuentren o del dispositivo que utilicen. Las amplias funciones de registro, inicio de sesión y autenticación de Identity Cloud ofrecen todo lo necesario para que pueda identificar a los miembros de su programa de fidelización, e incrementarlos, en todos sus sitios web, aplicaciones móviles y dispositivos.

Akamai Identity Cloud está diseñado para ayudar a las empresas a gestionar las identidades de los miembros de manera centralizada y eficaz, así como para entender a los clientes e influir en ellos durante el proceso de registro, autenticación y gestión de las preferencias al:

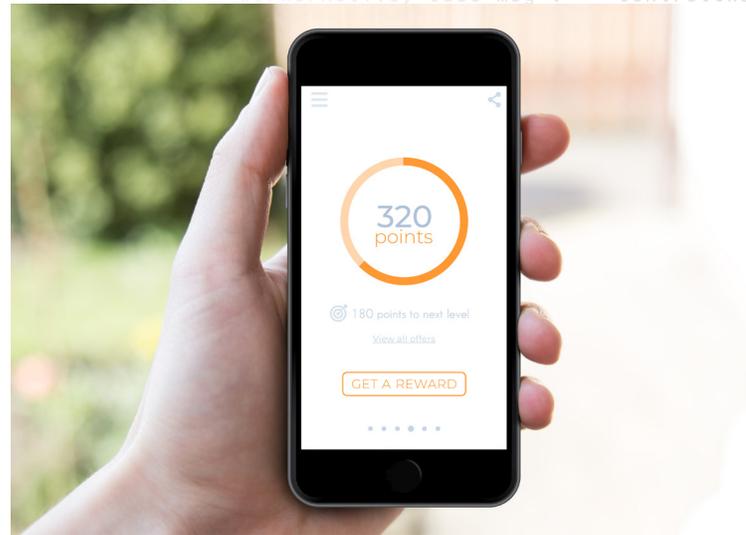
- Eliminar los obstáculos de acceso al sitio y reducir los costes de asistencia técnica mediante el inicio de sesión a través de cuentas de redes sociales.
- Reducir las tasas de abandono y mejorar la experiencia de los usuarios mediante el inicio de sesión único.
- Contar con formularios de recopilación de datos y registro, páginas de perfiles, flujos de creación de cuentas, gestión de contraseñas y validación de campos listos para usar y fácilmente personalizables.
- Disponer de una amplia variedad de opciones de autenticación, incluida la autenticación multifactorial adaptable y compatible con dispositivos móviles.



Mayor interacción de los miembros del programa de fidelización

Los programas de fidelización pueden estimular el consumo e incrementar el tiempo que dedican los clientes a interactuar con la marca a través de todos sus sitios, aplicaciones y canales. Nuestra solución combina datos demográficos con información sobre el comportamiento y las preferencias de los usuarios que le permiten fomentar la interacción y optimizar las ofertas.

Ponga los datos de identidad de los miembros del programa de fidelización a trabajar con Akamai Identity Cloud.



- Cree relaciones de confianza que mejoren las experiencias personalizadas de los miembros.
- Consiga una perspectiva integral y exhaustiva de cada miembro.
- Segmente el público e identifique los factores que influyen en el abandono en todos los canales y todas las regiones para estimular la participación de los miembros.
- Incorpore experiencias digitales utilizando una perspectiva clara del cliente con datos personalizados, análisis de la trayectoria, optimización de la experiencia o integraciones de activación, por ejemplo.



Protección de los datos del programa de fidelización

Los programas de fidelización pueden ser objeto de fraude, de uso indebido y de ataques. Por este motivo, su empresa necesita una plataforma CIAM capaz de dar respuesta a desafíos como los ataques de denegación de servicio, el robo de identidades y los estafadores que intenten acceder a su programa.

Akamai Identity Cloud puede ayudar a su empresa a:

- Aplicar políticas avanzadas de autorización y gestión de datos con funciones como la autenticación adaptable, el acceso con alcance limitado, los controles de acceso basados en atributos y el inicio de sesión único segmentado.
- Proteger los datos de los miembros mediante análisis de riesgos y fraude, medidas de privacidad, gestión de la infraestructura, aplicación del control de datos, gestión del cumplimiento y gestión de eventos e información de seguridad (SIEM).

Ampliación de la gestión de identidades para garantizar el éxito del programa de fidelización de clientes: Cuatro casos reales

- Proteger sus sistemas y los datos de sus clientes. Akamai Identity Cloud es sometido a auditorías o a la certificación y el cumplimiento de un gran número de programas de seguridad, como las normas ISO 27001:2013, ISO 27018:2014 (protección de la información de identificación personal en la nube), SOC 2 tipo II (los cinco principios de confianza), HIPAA (almacenamiento de datos sanitarios), HITECH (transmisión de datos sanitarios), Cloud Security Alliance (CSA STAR nivel 2), U.S.-E.U. Privacy Shield Framework (revisado por TRUSTe) y el programa de privacidad de TRUSTe.

Además, la plataforma de Akamai incluye otras funciones que se pueden añadir a los sitios y a las aplicaciones para poner en práctica una estrategia de seguridad con defensa en profundidad, como la protección contra ataques distribuidos de denegación de servicio, las soluciones de gestión de bots y los firewalls de aplicaciones web.



Eliminación de los silos de datos del programa de fidelización

Necesita una vista única, uniforme y precisa de sus clientes y miembros de los programas en todo su ecosistema empresarial. A fin de impulsar el alcance de su programa de fidelización, Identity Cloud le permite acceder a las identidades desde cualquier lugar gracias a sus sólidas funciones de integración,

entre las que se incluyen:

- Identidades de usuario universales y unificadas que proporcionan una visión holística de sus clientes y miembros.
- Estructuras de datos flexibles que satisfacen las necesidades diversas de las regiones o marcas de las empresas internacionales.
- API y kits de desarrollo de software sólidos que permiten a su empresa integrar los datos de perfiles de miembros en aplicaciones, plataformas de comunicación, segmentos de red especializados, herramientas de generación de informes y sistemas de automatización de marketing en tiempo real.
- Amplio ecosistema de más de 100 partners tecnológicos que le permiten conectar toda la pila de tecnología de las áreas de marketing y fidelización, así como los sistemas orientados al cliente, los lagos de datos empresariales y el software heredado.

Simplificación del consentimiento y el cumplimiento normativo

Convierta el cumplimiento del RGPD en una oportunidad para fomentar la participación de los clientes y generar confianza entre los miembros del programa de fidelización. Akamai ofrece sofisticadas herramientas de gestión del consentimiento y la política de privacidad que simplifican el cumplimiento de las nuevas normativas y generan oportunidades para estrechar las relaciones con el cliente.

Akamai Identity Cloud proporciona:

- *Formularios de consentimiento detallados y personalizables que se pueden invocar de forma progresiva. Estos formularios permiten solicitar el consentimiento expreso a los miembros del programa de fidelización, y obtenerlo, de forma más sencilla.*
- *Centro de preferencias y herramientas de gestión del ciclo de vida del consentimiento que permiten a los miembros revisar y actualizar sus opciones de privacidad en cualquier momento.*
- *Mecanismos integrados para llevar a cabo con facilidad tareas como el acceso a los registros de datos, la pseudonimización y portabilidad de datos o el cumplimiento de los requisitos normativos de borrado y eliminación.*
- *Controles de acceso con alcance limitado que determinan a qué aspectos de la información de identificación personal pueden acceder los distintos roles de la organización.*



Rendimiento escalable

Un programa de fidelización de éxito es aquel que puede ampliarse a decenas de millones de miembros. Cuando la actividad de los participantes aumenta, ya sea debido a un evento meteorológico, a un periodo vacacional o al éxito de una campaña de marketing, es fundamental que su plataforma de identidades rinda en consecuencia. Akamai es la opción utilizada en muchos de los programas de fidelización más importantes del mundo.

Con Akamai, las empresas disfrutan de:

- *La capacidad de crecer e instalarse con rapidez en cualquier parte del mundo.*
- *Una base de datos que se amplía automáticamente y de manera inteligente para garantizar el funcionamiento durante picos de tráfico imprevistos.*

- Disponibilidad incomparable para programas de fidelización de gran volumen (el acuerdo de nivel de servicio garantiza una disponibilidad del 99,95 %; habitualmente superior) y servicio de asistencia técnica ininterrumpido.
- Procesos de continuidad del negocio y recuperación ante desastres que garantizan la protección y persistencia de los datos de los miembros en el caso de que fallen los sistemas.

Conclusión

Como hemos visto en los cuatro casos reales analizados en este documento, las principales empresas de todo el mundo están implementando Akamai Identity Cloud para ampliar y transformar sus iniciativas de afiliación y fidelización de clientes. Akamai ayuda a estas organizaciones a proporcionar las experiencias omnicanal personalizadas, modernas y sin complicaciones que los consumidores expertos esperan y demandan hoy en día.

Akamai Identity Cloud es una completa solución CIAM líder del sector que incluye funciones como registro e inicio de sesión tradicional y a través de cuentas de redes sociales, inicio de sesión único, gestión y almacenamiento de datos de perfiles de clientes o información útil sobre los clientes, entre otras. Esta solución proporciona un esquema flexible, con el que las organizaciones responsables de los programas de recompensas y fidelización pueden innovar, prosperar y alcanzar el éxito.

Para obtener más información, visite akamai.com/identitycloud.



Akamai garantiza experiencias digitales seguras a las empresas más importantes del mundo. La plataforma perimetral inteligente de Akamai llega a todas partes, desde la empresa a la nube, lo que permite a nuestros clientes y a sus negocios ser rápidos, inteligentes y seguros. Las mejores marcas del mundo confían en Akamai para lograr su ventaja competitiva gracias a soluciones ágiles que permiten destapar todo el potencial de sus arquitecturas multinube. En Akamai mantenemos las decisiones, las aplicaciones y las experiencias más cerca de los usuarios que nadie; y los ataques y las amenazas a raya. La cartera de soluciones de seguridad perimetral, rendimiento web y móvil, acceso empresarial y distribución de vídeo de Akamai está respaldada por un servicio de atención al cliente excepcional, análisis y una supervisión ininterrumpida durante todo el año. Para descubrir por qué las marcas más importantes del mundo confían en Akamai, visite www.akamai.com/es/es/blogs.akamai.com/es/, o siga a @Akamai en Twitter. Puede encontrar los datos de contacto de todas nuestras oficinas en www.akamai.com/es/es/locations. Publicado en abril de 2019.