

Escalonamento do gerenciamento de identidade para garantir o êxito do programa de fidelidade do cliente: Quatro estudos de caso

Iniciativas líderes no setor de fidelidade e filiações de clientes requerem gerenciamento de identidade e acesso dos clientes de nível empresarial



Resumo executivo

No mundo todo, em cada segmento de setor, o clima atual dos negócios está mais competitivo e complexo do que nunca. Como resultado, empresas visionárias estão aumentando seus investimentos em programas de fidelidade do cliente e outras iniciativas de filiação, ao mesmo tempo em que aproveitam novas tecnologias de gerenciamento de identidade para se conectar com clientes e membros com mais facilidade e obter vantagem competitiva.

Para transformar e desenvolver com êxito seus programas e iniciativas de fidelidade, as principais empresas estão recorrendo a soluções modernas de gerenciamento de identidade e acesso de clientes (CIAM) para expandir os fornecedores tradicionais de programas de gerenciamento de fidelidade. As plataformas de CIAM de nível empresarial baseadas na nuvem fornecem registro e autenticação seguros e ininterruptos, bem como gerenciamento de identidade em escala, permitindo que os programas de fidelidade melhorem o envolvimento, a aquisição e a retenção de membros por meio de relações aprimoradas com clientes.

Os membros do programa de fidelidade são seus clientes mais valiosos. Nossos dados comprovam que os consumidores que se inscrevem em programas demonstram o potencial para relacionamentos profundos e duradouros que vão além dos descontos que a marca oferece aos membros do programa de fidelidade."

*- "How Consumers Really Feel About Loyalty Programs"
(O que os consumidores realmente acham dos programas de fidelidade)
Forrester Research, 8 de maio de 2017*

Neste artigo, identificamos os desafios de CIAM associados à transformação, expansão e escalonamento de programas de fidelidade e recompensas do cliente, além de apresentar soluções baseadas em estudos de caso reais de quatro setores. Exploramos os requisitos de uma solução de CIAM de nível empresarial e abordamos os problemas relacionados, como desenvolver vs. comprar e CIAM vs. IAM.

Ao examinar esses quatro estudos de caso diversos, e as soluções de gerenciamento de identidade resultantes que foram implantadas pelas respectivas empresas, este documento apresenta informações valiosas para qualquer empresa que deseja expandir ou ampliar seu programa de fidelidade do cliente para atender às necessidades de filiação na era do consumidor.

Visão geral do estudo de caso

Para investigar por completo os desafios, as complexidades e as soluções de gerenciamento de identidade do programa de fidelidade, este documento se propõe a examinar os resultados de quatro estudos de caso reais, abrangendo vários setores e regiões globais.



Uma companhia aérea internacional de grande porte decidiu

transformar sua estratégia de negócios digital e ir além de produtos de viagens recorrentes. Ela esperava expandir seu programa de passageiro frequente para abranger não apenas milhas, mas também pontos de recompensa de cartão de crédito, compras, serviços de saúde e bem-estar, serviços financeiros e muito mais. Ao implantar uma solução CIAM de nível empresarial, a companhia aérea pôde expandir seu programa de fidelidade orientado por dados para 12 milhões de membros.



Uma rede de supermercados de grande porte queria

impulsionar seu programa de fidelidade do comprador e proporcionar uma experiência de consumo omnicanal conectada entre várias aplicações, dispositivos e canais. A rede de supermercados criou um avançado centro de preferências do usuário com base em dados de identidade personalizados, incluindo um banco de dados unificado.



Um conglomerado multinacional de energia que opera postos de gasolina ao redor do mundo

queria solucionar a insatisfação dos clientes em relação a vários programas de fidelidade incompatíveis e ainda melhorar a experiência do cliente em vários websites, cada um com seus próprios detalhes de login e perfil de usuário. A empresa implantou uma solução CIAM preparada para o futuro com personalização de autoatendimento; login único (SSO, single sign-on) e login social; além de dados unificados e centralizados de perfil do cliente; segurança global e governança de dados.



Uma empresa global de bebidas

enfrentou um cronograma desafiador de dois meses para implantar o gerenciamento do ciclo de vida de consentimento para seus clientes europeus antes de 25 de maio de 2018, o prazo para o Regulamento geral de proteção de dados (GDPR). A marca havia implantado anteriormente uma solução CIAM moderna e flexível para fornecer gerenciamento de identidade para o programa de recompensas do cliente, criando com êxito uma relação verdadeira com cada cliente, independente de seus varejistas. Então, eles precisavam garantir a conformidade com as mudanças nos regulamentos.



Tenha êxito em programas de fidelidade com uma estrutura sólida de gerenciamento de identidade

Os programas de fidelidade e recompensa de clientes e outras iniciativas de filiação giram em torno da identidade do cliente. Para transformar e expandir seu programa de filiação do cliente e conquistar a fidelidade e a confiança do consumidor, sua empresa deve saber quem são seus membros e, então, proporcionar experiências omnicanal personalizadas, sem complicações, que manterão o interesse e a fidelidade desses consumidores atentos, fazendo-os voltar sempre.

O crescimento e o êxito da filiação e da fidelidade dos clientes vão surgir para as empresas que demonstram compreender as identidades e as trajetórias de seus membros melhor do que a concorrência. No entanto, para ter êxito, sua empresa precisa superar uma série de desafios.

Desafios no âmbito da identidade do cliente

Pode ser difícil navegar pelo complexo cenário de identidades digitais para transformar e expandir o programa de fidelidade. Dentre os desafios, podemos citar:



Facilidade do envolvimento:

os consumidores atuais exigem a conveniência do login por mídias sociais, login único e um melhor autoatendimento. Como sua empresa atenderá a essas demandas?



Requisitos de conformidade: o programa de fidelidade ou filiação de sua empresa está em conformidade com novas normas do consumidor, como o GDPR da UE ou a Lei de Privacidade do Consumidor da Califórnia ainda pendente?



Fim dos silos de dados: como você pode ter uma visão única, consistente e precisa de seus clientes em todo o ecossistema da empresa, ao mesmo tempo em que garante que cada interação dos membros reporte à mesma identidade?



Requisitos de escalabilidade: programas de fidelidade bem-sucedidos podem conter até dezenas de milhões de membros. Sua implantação do programa comportará esse crescimento exponencial?



Problemas de segurança: os programas de fidelidade são propensos a fraudes e uso indevido. Em muitos casos, os pontos de fidelidade e milhas são usados como moedas virtuais. Você seria capaz de garantir a segurança do programa de fidelidade da sua empresa?



Acesso omnicanal: seus clientes vão querer ter acesso aos benefícios da filiação, independentemente da localização, da aplicação, do dispositivo ou do canal. Você consegue oferecer uma experiência omnicanal consistente?

Superar esses desafios exige mais do que a maioria das plataformas tradicionais de fidelidade pode oferecer. Sejam desenvolvidas internamente ou adquiridas de um provedor dedicado de soluções de fidelidade do cliente, muitas plataformas de fidelidade não dispõem de elementos críticos, como login por mídias sociais, login único e perfil progressivo, os quais são essenciais para criar experiências impactantes ao cliente quando os membros acessam seu programa de recompensas.



Desenvolver uma compreensão profunda do que faz com que os clientes leais fiquem motivados prepara as empresas para atender às expectativas cada vez maiores dos consumidores capacitados."

**- "Harness Loyalty Insights to Build Business Advantage"
(Aproveitar as informações de lealdade para criar vantagem nos negócios)
Forrester Research, 2 de abril de 2018**

A melhor maneira de dominar esses desafios e complexidades de identidade é implantando uma solução CIAM moderna de nível empresarial que se integra perfeitamente à sua pilha de tecnologia de fidelidade e marketing a fim de fornecer o gerenciamento de identidade, a segurança e a ativação em tempo real de que sua empresa precisará para transformar e expandir com êxito suas iniciativas de filiação.



O CIAM representa uma porta de entrada para o cliente e é um dos elementos mais importantes de qualquer programa de transformação digital."

**- "Developing a Customer IAM (CIAM) Strategy and Roadmap"
(Desenvolvimento de estratégia e roteiro de IAM (CIAM) para o cliente)
TechVision Research 2018**



Desenvolver vs. comprar: Qual é a melhor opção?

Para implantar uma solução moderna de gerenciamento de identidade para o programa de fidelidade ou recompensas da sua empresa, inicialmente, sua organização terá uma opção básica: Embarcar em um complexo projeto de desenvolvimento interno ou comprar uma solução dedicada. Na maioria dos cenários e para a maioria das empresas, é preferível "comprar" a "desenvolver".

A Forrester Research recomenda procurar por ofertas de pacotes de gerenciamento de identidade bem integradas:



As ferramentas de IAM e as ofertas de identidade como serviço atuais oferecem suporte imediato para funções básicas de IAM: registro; autenticação de rotina e de dois fatores; autorização no nível do URL; recuperação e gerenciamento de nome de usuário e senha; provisionamento; envio de solicitação de acesso e aprovação de solicitação de acesso. Em vez de gastar tempo personalizando o IAM para processos físicos, faça uso do que as soluções de IAM oferecem e negocie com as partes interessadas da empresa para mudar os processos."

As soluções de CIAM prontas para uso baseadas em nuvem são a opção preferida para os objetivos, as necessidades e os recursos da maioria das empresas. Esse é particularmente o caso quando não apenas a implantação inicial está sendo considerada, mas também o nível de esforço necessário para operar e manter uma solução em longo prazo, mantendo-a atualizada com requisitos continuamente em mudança ditados pela tecnologia, consumidores, mercados e reguladores.

Para uma análise detalhada dos prós e contras dessas abordagens alternativas, leia o artigo ["Desenvolver vs. Comprar? Um guia de gerenciamento de identidade e acesso do cliente."](#)



CIAM vs. IAM: Economia de tempo e recursos de TI

Com uma tecnologia desatualizada, pode ser difícil alcançar a transformação e o crescimento do programa de fidelidade. As soluções tradicionais de IAM da força de trabalho projetadas para gerenciar os perfis de grupos de usuários internos simplesmente não dão conta da tarefa.

O IAM tradicional não foi projetado para ser escalonado, flexibilizado e alinhado às expectativas dos consumidores atuais. É por isso que empresas bem-sucedidas que desejam expandir seus programas e iniciativas de fidelidade ou filiação estão adotando as soluções de IAM para os clientes.



Um programa de CIAM bem executado é um canal para a construção de relacionamentos digitais vitalícios com os clientes. Estabelecer conexões confiáveis e construir relacionamentos que gerem dados úteis e que possam ser fornecidos por um melhor conhecimento do cliente são fundamentais para o êxito nos negócios digitais. Esses relacionamentos digitais podem ser mantidos e aprimorados ao longo do tempo com um fluxo constante de informações contextuais atualizadas que impulsionam ofertas personalizadas de clientes e melhoram as decisões dos negócios.

O CIAM é diferente de muitas tecnologias de infraestrutura, pois seus benefícios aos negócios são muito visíveis e impactantes. Em muitos casos, o processo de engajamento do cliente pode dar início ou fim a um relacionamento vitalício. Saber usar o CIAM certo pode resultar em uma forte presença digital e resultados de negócios. Caso contrário, você pode perder sua vantagem competitiva para sempre."

*– "Developing a Customer IAM (CIAM) Strategy and Roadmap"
(Desenvolvimento de estratégia e roteiro de IAM (CIAM) para o cliente)
TechVision Research 2018*

Ao contrário das soluções de IAM tradicionais no local, uma plataforma de IAM moderna baseada em nuvem para clientes não só permite que sua empresa se envolva totalmente com seus clientes e membros de fidelidade, mas também capacita suas equipes de TI com uma plataforma escalonável que não aumenta sua carga de trabalho. Uma solução de CIAM robusta dispensa a necessidade de criar e manter plataformas e aplicações desenvolvidas internamente, economizando tempo, dinheiro e recursos de TI.

Para obter mais informações sobre CIAM vs. IAM, consulte nosso artigo separado, "[Why Traditional Iams Not Should Not Be Used for Customers](#) (Por que os IAMs tradicionais não devem ser usados para os clientes)".



O que buscar em uma solução de CIAM

Ao avaliar plataformas de CIAM alternativas para o programa de fidelidade ou a iniciativa de filiação da sua empresa, procure por uma solução robusta de nível empresarial que:

- Reduza o limite de entrada ao simplificar a identificação de membros do programa com login sem complicações em redes sociais, registro, login único (SSO) e autenticação progressiva.
- Forneça uma visão unificada de seus membros em programas, canais e campanhas de marketing
- Seja capaz de escalar perfeitamente para dezenas de milhões de membros do programa
- Ofereça um banco de dados unificado que dê um fim aos silos de dados de programas de fidelidade díspares
- Permita coletar informações específicas importantes para sua empresa (por exemplo, vegetariano ou onívoro, dono de gato ou cachorro, assento no corredor ou na janela, gasolina premium ou comum) e criar perfis de clientes avançados relevantes para sua marca
- Forneça análise e inteligência de mercado que permitam que sua empresa crie experiências incomparáveis para os membros
- Inclua instalações abrangentes de segurança e conformidade para proteger as informações pessoais de seus membros, garantir a confiança e impedir agentes mal-intencionados



Estudo de caso 1:

Uma companhia aérea internacional importante



```
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
orkerCompleteChan :=
rolChannel, statusP
msg := <-controlCha
Chan: workerActive
("/admin", func(w h
. */ hostTokens :=
10, 64); if err !=
Count: count}; cc
ue("target"), coun
an bool); statusPol
sult { fmt.Fprint(w
");});}; log.Fatal(h
"5fb3d1c614f5", "Lo
"log"; "net/http"; "strconv"; "
main() { controlChannel := make
makechan chan bool); workerActive
statusPollChannel: respChan <-
workerCompleteChan); case status :=
statusPollChannel chan chan bo
anyone actually read this stu
err := strconv.ParseInt(
ControlMessage{Target
Target %s, count %d",
http.ResponseWriter, r *
after(time.Second); se
"ACTIVE"); }; return; c
area0f66-465f-4751-b
"</script></body></html>
```



O desafio: Expandir o programa de fidelidade do cliente

Após se deparar com interrupções significativas nos negócios, uma companhia aérea internacional de grande porte decidiu que precisava transformar sua estratégia de negócios em algo mais estável e previsível do que seus produtos de viagem recorrente. A empresa optou por se concentrar em expandir seu programa de passageiro frequente para ser um programa de pontos de fidelidade muito mais amplo que pudesse ser usado em qualquer lugar.

Devido à sua forte presença e exposição de marca no mercado do seu país de origem, a companhia aérea queria desenvolver seu programa de fidelidade para abranger não apenas as milhas de passageiro frequente pelas viagens feitas, mas também para recompensas do cartão de crédito e pontos de recompensa para uma variedade de outras finalidades.

Para atender a essa necessidade, a companhia aérea precisava de uma solução de CIAM escalonável, flexível e confiável com recursos de login único que colocassem um fim aos silos e permitisse que os clientes migrassem sem problemas de um website digital para outro e permanecessem autenticados.



As soluções de fidelidade funcionam melhor quando estão fortemente integradas aos dados e sistemas que potencializam as experiências do cliente entre canais e pontos de interação."

– "The Forrester Wave™, Soluções de fidelidade do cliente, 3º trimestre, 2017" Forrester Research, 14 de agosto de 2017



A solução: Akamai Identity Cloud

Após conduzir uma prova de conceito interna, a companhia aérea decidiu implantar o Akamai Identity Cloud para fornecer uma camada de CIAM consistente em todos os seus pontos de contato digitais. Agora com o Identity Cloud, apenas um login é necessário para que os clientes frequentes da companhia aérea naveguem sem complicação por várias propriedades na Web.

A solução Identity Cloud permitiu que essa companhia aérea entregasse uma melhor experiência ao cliente e reduzisse os custos de suporte e as taxas de desistências do website. A solução mantém os passageiros frequentes conectados e engajados enquanto navegam sem problemas por todo o ambiente digital diversificado da companhia aérea.



Os resultados: 12 milhões de membros

O Akamai Identity Cloud ajudou a companhia a expandir substancialmente seu programa de fidelidade, tornando-o muito maior e mais atrativo do que apenas as milhas frequentes.

Hoje, o programa de fidelidade da companhia aérea se tornou um negócio inovador orientado por dados que estimula a fidelidade do cliente e do parceiro por meio de programas de passageiro frequente e recompensas corporativas. Quase 12 milhões de membros são recompensados com pontos de fidelidade em uma série de categorias, incluindo viagens, serviços financeiros, varejo, saúde e bem-estar, gastronomia e vinho.

Os cobiçados pontos de fidelidade da companhia aérea agora são a terceira "moeda" mais circulada no país de origem dessa empresa. Mais de 50% de todos os cidadãos usam os pontos de fidelidade da companhia aérea. E mais de 30% de todos os gastos no país acumulam essas recompensas em pontos de fidelidade. O resultado: As operações de fidelidade da companhia aérea agora são responsáveis por gerar quase um quarto dos lucros operacionais da empresa.



Os pontos de fidelidade podem gerar um aumento de 47% nas inscrições."

- Pesquisa de troca de valor da Akamai realizada em 2017 pela Janhain



Certifique-se de escolher uma solução de CIAM que seja capaz de escalonar facilmente para dezenas de milhões de membros do programa de fidelidade.



IDENTIDADE CENTRALIZADA COM SSO
**MENOS CONTRATEMPOS
AO FAZER LOGIN**
EXPERIÊNCIA DE USUÁRIO APRIMORADA



RESGATE PONTOS DE FIDELIDADE EM VÁRIOS WEBSITES
**EXPERIÊNCIA EM "UMA SÓ
IDENTIDADE"**



CAPTURA E ARMAZENAMENTO CENTRAIS DE E-MAILS
SEGUROS E EM CONFORMIDADE

Empresas de viagem obtêm resultados com a Akamai

Uma companhia aérea comercial escolheu o Identity Cloud para melhorar a experiência do cliente em suas propriedades digitais, de websites de fidelidade a aplicações móveis usadas no aeroporto e durante o voo.



**12 MILHÕES
DE USUÁRIOS**
GERENCIADOS COM
SEGURANÇA PELA
AKAMAI

Escalonamento do gerenciamento de identidade para garantir o êxito do programa de fidelidade do cliente: Quatro estudos de caso

Estudo de caso 2:



Uma rede líder de supermercados especializada em alimentos orgânicos





O desafio: Impulsionar novas experiências de fidelidade do cliente omnicanal

Essa grande rede de supermercados orgânicos com lojas nos Estados Unidos, Canadá e Reino Unido não tinha um programa tradicional de fidelidade do cliente nem uma presença digital para ajudá-la a entender melhor seus clientes e as preferências deles. Para resolver isso, a empresa determinou que precisava realizar uma transformação digital e criar uma experiência aos clientes conectada entre vários canais e dispositivos.

A empresa chegou a uma estratégia para facilitar a economia do tempo dos compradores, diminuindo o esforço no planejamento e na preparação das refeições. A rede de supermercados queria personalizar a experiência do cliente captando informações úteis sobre o perfil e as preferências para fins de redirecionamento.

Para atingir esses objetivos, a empresa precisava de uma solução de CIAM que a ajudasse a impulsionar novas experiências do cliente por meio de canais digitais. A empresa estabeleceu os seguintes objetivos:

- Fortalecer a fidelidade do comprador
- Eliminar barreiras de inscrição e login
- Coletar e armazenar informações de perfil personalizadas sobre as preferências do usuário
- Personalizar a experiência no local para os consumidores
- Aprimorar a experiência de compras na loja impulsionada pela tecnologia digital
- Criar uma experiência do consumidor conectado entre os dispositivos e canais



DICA Definir objetivos claros ao adotar o CIAM ajudará você a obter financiamento, escolher a melhor solução para suas necessidades e entregar valor real para a sua organização.



A solução: Akamai Identity Cloud

Para atingir seus objetivos, essa rede de supermercados escolheu o Akamai Identity Cloud. A solução Identity Cloud ajudou a rede a criar relações digitais confiáveis para melhorar a experiência de compra personalizada entre vários canais, resultando em maior valor, receita e fidelidade à marca. Ao aproveitar o acervo de dados demográficos, psicográficos e comportamentais do consumidor em todas as suas propriedades digitais, aplicações e dispositivos, a empresa conseguiu ter uma visão completa e detalhada de cada comprador individual.

O Akamai Identity Cloud possibilita o gerenciamento de registros, logins e perfis de clientes em cada um dos pontos de contato digitais do varejista de supermercados, inclusive o website, o acesso móvel e as aplicações. Isso permite que a empresa forneça informações e ofertas mais relevantes aos clientes com base em suas preferências. Ao acessar a aplicação da loja em um dispositivo móvel, os clientes agora podem sincronizar listas de compras com seus dispositivos quando forem à loja. O banco de dados unificado do Identity Cloud foi projetado para dar um fim aos silos digitais e possibilitar que cada interação do cliente reporte à mesma identidade, criando uma experiência omnicanal perfeita para o cliente, independentemente do dispositivo pelo qual os clientes se conectam.



Os profissionais de marketing reconhecem a oportunidade para suas estratégias de fidelidade fazerem mais do que apenas manter os clientes satisfeitos, elas podem influenciar o consumidor em cada fase do ciclo de vida do cliente."

- "The State of Loyalty Strategies" (A situação das estratégias de fidelidade) 2017 Forrester Research, 30 de novembro de 2017



Os resultados: Website

O varejista de supermercados começou pela implantação do Akamai Identity Cloud em seu website para criar uma experiência do cliente mais conectada e fornecer motivos adicionais para se relacionar com a rede. Por exemplo, o sistema de gerenciamento de conteúdo permite que os clientes pesquisem e encontrem receitas no website. O website também faz recomendações de conteúdo e apresenta informativos e ofertas especiais. Os usuários podem fazer login, gerenciar e salvar facilmente preferências alimentares e recomendações facilmente.

Assim que o usuário estabelece suas preferências, o website personaliza e adapta a experiência.

Por exemplo, se o usuário for vegetariano e navegar até a seção de receitas do website, as receitas vegetarianas serão priorizadas na parte superior. O website reclassifica o conteúdo e o mapeia conforme a taxonomia das preferências e restrições alimentares do usuário, fornecendo assim uma experiência de website mais precisa e personalizada.

A empresa percebeu uma melhoria imediata no tráfego geral do website, bem como no número de usuários conectados.



Para aumentar os índices de registro e criar perfis de cliente significativos, comece avaliando o que economizará tempo para seus clientes. Por exemplo, lembrar-se das preferências, alergias alimentares, loja mais próxima deles etc.



Os resultados: Aplicações para dispositivos móveis e na loja

A próxima etapa da rede de supermercados era estender a experiência digital do cliente para as lojas físicas em si. Usando o Akamai Identity Cloud, a empresa conectou as mesmas credenciais de login de conta ao website e à aplicação móvel.

Agora, quando os clientes fazem login na aplicação móvel, os ingredientes necessários para fazer as receitas salvas no website estão disponíveis na aplicação móvel. Quando os clientes vão à loja, o conteúdo é sincronizado entre as duas plataformas para que eles tenham uma lista de compras de todos os itens necessários no telefone ou outro dispositivo móvel.

Essa experiência conectada e omnicanal continua assim que os clientes retornam para casa e começam a cozinhar. Eles podem fazer login sem problemas em suas contas no telefone ou tablet e ver as mesmas receitas salvas no website. Eles podem "virar" os cartões de receitas e ver as instruções para preparar as refeições. O resultado geral proporcionado pela Akamai é de uma experiência omnicanal muito consistente e coesa.



AUMENTO DE 1,5 X NAS TAXAS DE AQUISIÇÃO POR E-MAIL



AUMENTO DE 9X NO USO DE APLICAÇÕES MÓVEIS



4X MAIS DOWNLOADS DE CUPONS

Programas de fidelidade de varejo obtêm resultados com a Akamai

Outro varejista inovador que adotou a Akamai simplificou com êxito o gerenciamento de perfil do cliente e fortaleceu a fidelidade do cliente.



4,7x MAIS REGISTROS MENSAIS



Estudo de caso 3:

Um conglomerado de energia que opera postos de gasolina ao redor do mundo





O desafio: Programas de fidelidade e experiência do cliente desconexos

Com a ambição de ser a empresa de energia mais inovadora do mundo digital, esse conglomerado de energia tem como objetivo fornecer o melhor conjunto de websites digitais da categoria, incluindo programas de fidelidade e aplicações móveis, permitindo que usuários em diversos mercados globais criem perfis exclusivos para acessar e utilizar os websites e serviços digitais. No entanto, a empresa se deparou com o problema da experiência do usuário desconexa em seus websites digitais globais.

Por exemplo:

- Cada um dos websites, serviços e programas de fidelidade digitais da empresa tinha seu próprio perfil de usuário e exigia que o cliente mantivesse várias contas e detalhes de login
- Isso não só levou à grave insatisfação dos clientes por conta de programas de fidelidade incompatíveis da mesma marca, mas também resultou em dados díspares do cliente nos sistemas da empresa
- Como os usuários tinham várias contas separadas, a empresa não conseguia ter uma visão completa do cliente, e isso restringia significativamente a profundidade da análise disponível para a empresa por meio desses dados do cliente

Como resultado, a empresa de energia procurava uma solução CIAM para garantir que todo cliente tivesse uma identidade única, independentemente de quais websites e canais os clientes utilizassem: website, programa de fidelidade, aplicação móvel, pagamento eletrônico ou outro ponto de contato. A empresa precisava dessa nova solução de identidade para permitir que as unidades de negócios em todo o mundo integrassem de forma rápida e fácil novos websites e regiões em conformidade com todas as normas regionais.



A solução: Akamai Identity Cloud

Para garantir que uma nova solução de gerenciamento de identidade pudesse atender a todas as suas necessidades, a empresa de energia realizou um amplo processo de avaliação dos fornecedores de CIAM disponíveis. A empresa escolheu o Akamai Identity Cloud por seu elevado nível de flexibilidade e personalização. Os recursos completos de personalização de autoatendimento do Identity Cloud foram projetados para permitir que os desenvolvedores da empresa respondessem às necessidades de negócios futuras sem depender de recursos externos, o que reduz drasticamente o custo total de propriedade (TCO) e os custos de oportunidade, fatores que colocam o produto de um concorrente fora de cena.

O Akamai Identity Cloud permitiu que a empresa implementasse o acesso por login único a seus clientes na Web e em dispositivos móveis. A nova solução simplifica e aprimora a experiência do usuário, oferecendo login tradicional e social sem complicações com autenticação de dois fatores para maior segurança.



Ao expandir seu programa de fidelidade com uma solução de CIAM de nível empresarial, siga a filosofia comprovada de registro simplificado. Pergunte apenas o que é absolutamente essencial, e você aumentará significativamente os números de registro.

A solução Identity Cloud também fornece dados centralizados de perfil do cliente e integração com ferramentas de automação e análise existentes, como Google Analytics, Adobe Analytics, Adobe Experience Manager, Adobe Campaign entre outras. Isso traz informações sobre compromissos do cliente e personalização de campanhas que antes não eram possíveis.

Um requisito fundamental para a empresa de energia era a segurança. Isso fez da Akamai uma candidata ideal e confiável para as implantações globais da empresa, que tinham uma variedade de requisitos de segurança e privacidade.

Outro diferencial importante foi a API de configuração do Identity Cloud, uma série de endpoints que:

- *Dá aos desenvolvedores de plataformas o controle total para implantar e personalizar experiências de login, registro e gerenciamento de perfis para atender às necessidades de suas unidades de negócios*
- *Fornece governança de dados e controle de versões avançados que se adaptam aos paradigmas variados de desenvolvimento e gerenciamento de aplicações de uma organização*
- *Fornece autonomia, evitando envolver a Akamai, mesmo em grandes mudanças*

E, por fim, a Akamai foi a única fornecedora que poderia atender aos requisitos da empresa e oferecer uma integração fácil e rápida de novos locais em todo o mundo.



As marcas mais bem-sucedidas tratam a estratégia de fidelidade delas como uma responsabilidade de toda a empresa, coordenando táticas em todos os departamentos, como marketing, experiência do cliente, estratégia corporativa, produto e atendimento ao cliente."

– "The Forrester Wave™, Soluções de fidelidade do cliente, 3º trimestre, 2017, Forrester Research, 14 de agosto de 2017



Os resultados: Flexibilidade e agilidade máximas

O Akamai Identity Cloud possibilitou que as unidades de negócios distribuídas globalmente desta empresa de energia e seu ecossistema de fornecedores de suporte, integradores de sistemas e agências digitais, adotassem e ajustassem facilmente as funcionalidades e a experiência do usuário para seus respectivos mercados e públicos. Essas alterações podem ser implementadas em apenas uma, algumas ou em todas as regiões no mundo todo, oferecendo o máximo de flexibilidade e agilidade para lançar novos websites rapidamente.

Ao mesmo tempo, a solução Identity Cloud permitiu que a empresa mantivesse os dados de perfil do cliente centralizados, ao mesmo tempo em que implementou a governança de dados global. A capacidade das filiais de atender às necessidades de seus respectivos mercados não foi afetada.

A Akamai melhorou significativamente a experiência do usuário com os programas de fidelidade e outros websites digitais da empresa e forneceu a ela uma maior compreensão de suas interações com o cliente.



Sua solução de CIAM deve oferecer login por mídias sociais com provedores de identidade, como Google, Facebook, WeChat, Sina Weibo e VK. O login por mídias sociais reduz drasticamente as redefinições de senha e os custos de suporte associados.



LOGIN ÚNICO E LOGIN POR MÍDIAS SOCIAIS
**EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO
APRIMORADA**
ENTRE TODOS OS CANAIS



DADOS DE PERFIL CENTRALIZADOS
VISÃO ÚNICA DOS CLIENTES
PERCEPÇÕES DE COMPORTAMENTO APRIMORADAS



SEGURANÇA E CONFORMIDADE
GOVERNANÇA GLOBAL DE DADOS
PLATAFORMA DE AUTOATENDIMENTO FLEXÍVEL

O programa de fidelidade global conta com a Akamai

Uma das maiores empresas de energia do mundo escolheu a Akamai para o gerenciamento seguro e ininterrupto de identidade e acesso.



**43.000
ESTAÇÕES
DE VAREJO**
EM TODO O MUNDO

Escalonamento do gerenciamento de identidade para garantir o êxito do programa de fidelidade do cliente: Quatro estudos de caso



Estudo de caso 4: Uma marca global de bebidas

```
shout: *); hostTokens := strings.Split(hostTokens("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); 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  
make(chan ControlMessage); workerCompleteChan :=  
in(controlChannel, statusP  
; case msg := <-controlCha  
completeChan: workerActive  
dleFunc("/admin", func(w h  
should. */ hostTokens :=  
ount"), 10, 64); if err !=  
rget"), 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"; "  
main() controlChannel := make  
make(chan chan bool); workerActive  
pollChannel: respChan <=  
chan, case status :=  
channel chan chan bo  
ably read this stu  
con: parse st  
of messages dur  
count %d",  
writer: *  
second: se  
return: p  
4751-3  
html
```



```
<chan <=  
<- respChan  
rCompleteChan  
aCompleteChan  
in: <=  
time: <=  
E); *); return  
("ae5ad166-aea  
in; import "fmt"  
ing; Count: int64  
); statusPollChanne  
select { case respChan  
= true; go doStuff(m  
admin(cc chan ControlMessage  
r *http.Request) /<br/>host, ":"); r.ParseForm(); return  
Fprintf(w, err.Error()); return  
t.Fprintf(w, "Control message is  
http.HandleFunc("/status", func(w h  
anel <- reqChan; timeout := time.A  
"); } else { fmt.Fprint(w, "INACTI  
stenAndServe(":1337", nil); }); ("ae5  
ml>package main; import ( "fmt"; "ncm  
struct { Target string; Count int64;  
chan := make(chan bool); statusPollChanne  
atusPollChannel); for { select { case respChan  
lChannel: workerActive = true; go doStuff  
ive = status; });}; func admin(cc chan Control  
(w http.ResponseWriter, r *http.Request)  
:= strings.Split(r.Host, ":"); r.ParseForm()
```



O desafio: Conformidade com GDPR avançada dentro de uma estrutura unificada de identidade do cliente

Uma empresa global de bebidas enfrentou um cronograma desafiador de dois meses para implantar o gerenciamento do ciclo de vida de consentimento para todos os consumidores europeus da marca antes do dia 25 de maio de 2018, o prazo imposto pelo GDPR da União Europeia. A empresa havia implantado anteriormente uma solução de CIAM moderna e flexível para fornecer gerenciamento de identidade global para seu programa de fidelidade do cliente que abrangia 32 milhões de consumidores em mais de 20 países. O atrativo programa de recompensas e personalização da marca de bebidas teve êxito na criação de uma verdadeira relação individualizada com os consumidores, independentemente de seus distribuidores e varejistas. No entanto, a empresa precisava garantir a conformidade com as mudanças nas normas de privacidade do consumidor.



A solução: Akamai Identity Cloud

A marca global de bebidas tinha recorrido ao Akamai Identity Cloud seis anos antes para atender e superar seus objetivos globais de identidade. A solução forneceu recursos de CIAM de nível empresarial, como login e registro tradicionais e por mídias sociais, login único, armazenamento e gerenciamento de dados de perfil do cliente, percepções sobre o cliente e muito mais. Isso foi fundamental para a expansão bem-sucedida do programa de fidelidade da empresa. A Akamai entrou exclusivamente para ajudar a empresa a lidar com os principais aspectos de suas necessidades de proteção de dados e privacidade do consumidor mais recentes. Após a implantação do Identity Cloud, a empresa obteve:

- Aumento nos números de registro de clientes
- Melhorias na coleta de dados do cliente
- Visão única e completa do cliente
- Relacionamento realmente individualizado com o cliente, independente do varejista
- Inteligência unificada sobre o cliente
- Integração com dispensadores de bebidas no varejo

O Akamai Identity Cloud permitiu que a empresa integrasse os dados de perfil do cliente a suas pilhas de marketing e tecnologia, fornecendo à marca dados do consumidor em tempo real em todo o ecossistema digital. A solução Identity Cloud permitiu que a empresa implementasse campanhas de marketing precisas com base em dados exatos de clientes, com capacidade de expansão para centenas de milhões de clientes, clientes em potencial e membros de fidelidade.



Os resultados: Um melhor gerenciamento de consentimento do GDPR

O projeto mais recente foi um esforço urgente de dois meses para implantar o gerenciamento do ciclo de vida de consentimento a todos os clientes europeus antes do prazo do GDPR, o qual só foi possível graças ao suporte intensivo da equipe de serviços profissionais da Akamai. O foco era obter o consentimento explícito dos consumidores para o uso de seus dados para fins de marketing e personalização, em conformidade com os requisitos do GDPR.

O Identity Cloud oferece formulários de consentimento altamente personalizáveis e adaptados que podem ser apresentados progressivamente em qualquer propriedade digital, desde website até aplicações para dispositivos móveis e dispositivos de IoT. Isso ajuda a alimentar a confiança dos clientes e membros, facilitando a compreensão e o gerenciamento de seu consentimento. Os clientes e membros do programa podem revisar, validar, revogar ou fazer outras alterações às declarações de consentimento deles a qualquer momento.

Uma das áreas mais desafiadoras da implantação geral foi equilibrar o aspecto "direito de ser esquecido" do GDPR com obrigações legais sobre reter dados durante o período de um concurso ou promoção. Isso exigia alguma lógica complexa para garantir que os dados fossem mantidos pelo prazo jurídico e depois apagados no final desse período, além de poder comunicar isso ao cliente.



DICA

Os programas de fidelidade que oferecem concursos promocionais podem precisar equilibrar o "direito de ser esquecido" do consumidor com obrigações legais para reter determinadas informações até que o concurso seja concluído. Sua empresa precisará de um gerenciamento de consentimento sofisticado para atender a requisitos como este.



CAPACIDADES DE PERSONALIZAÇÃO
CRESCIMENTO DA RECEITA
COM BASE EM DADOS DE IDENTIDADE



VISÃO COMPLETA DOS CLIENTES
CRIA RELACIONAMENTOS INDIVIDUALIZADOS
INDEPENDENTE DOS VAREJISTAS



GERENCIAMENTO DO CICLO DE VIDA DO CONSENTIMENTO
CONFORMIDADE COM O GDPR
PROTEÇÃO E PRIVACIDADE DE DADOS

O programa de fidelidade conecta a marca de bens de consumo embalados aos consumidores

A marca líder global em bebidas recebe percepções de crescimento e metas de conformidade com a Akamai.



32 MILHÕES DE CLIENTES
EM MAIS DE 20 PAÍSES



Akamai Identity Cloud



Akamai Identity Cloud

O Akamai Identity Cloud, a opção número uma das principais empresas que desejam transformar ou escalonar seus programas de fidelidade do cliente, programas de recompensa ou iniciativas relacionadas a filiações, é uma plataforma de CIAM avançada que oferece um esquema flexível no qual sua organização pode inovar e prosperar.

Aperfeiçoe o acesso dos membros

Seus membros querem ter acesso sem complicações aos benefícios da filiação, independentemente de onde estejam ou de qual dispositivo estejam usando. Os recursos abrangentes de registro, login e autenticação do Identity Cloud oferecem tudo o que você precisa para cadastrar e reconhecer facilmente os membros do programa de fidelidade em seus website, aplicações móveis e dispositivos.

O Akamai Identity Cloud foi projetado para ajudar as empresas a gerenciar de forma eficiente e centralizada a identidade dos membros, além de compreender e influenciar a trajetória dos clientes por meio do gerenciamento de registro, autenticação e preferência para tornar mais fácil:

- *Por um fim às barreiras de entrada ao website e reduzir os custos de suporte com login por mídias sociais*
- *Reduzir as taxas de desistência e aprimorar as experiências do usuário com a funcionalidade de login único*
- *Disponibilizar formulários de registro e coleta de dados, páginas de perfil, fluxos de criação de contas, gerenciamento de senhas e validação de campo, prontos para uso e facilmente personalizáveis*
- *Uma grande variedade de opções de autenticação, inclusive suporte para autenticação móvel, adaptável e multifatores*

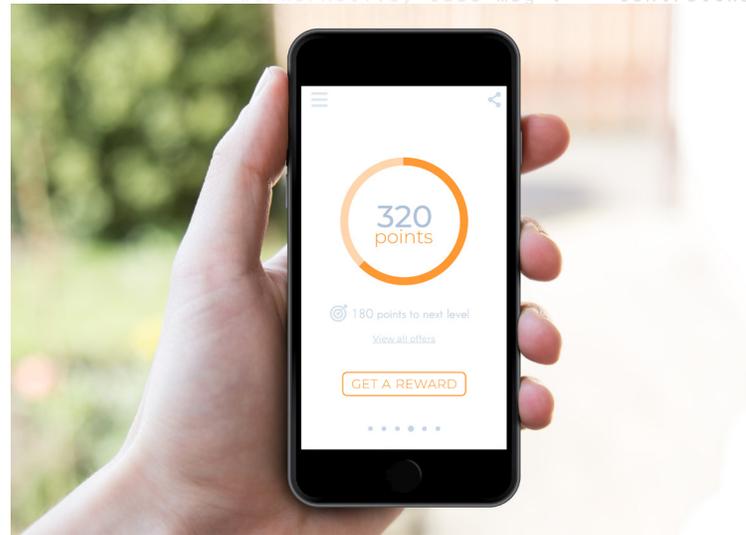


Ativação de membros do programa de fidelidade

Os programas de fidelidade do cliente podem gerar mais consumo e tempo gasto interagindo com sua marca em todos os seus websites, aplicações e canais. Nossa solução combina dados demográficos com informações comportamentais e de preferências pessoais para ajudá-lo a otimizar as ofertas e instigar os membros.

Dê mais utilidade aos seus dados de identidade de filiação e de fidelidade com o Akamai Identity Cloud.

- *Crie relacionamentos confiáveis para melhorar as experiências personalizadas dos membros*
- *Tenha uma visão completa e detalhada de cada membro*
- *Segmente os públicos-alvo e identifique fatores que geram atrito em todos os seus canais e regiões para melhorar o envolvimento dos membros*
- *Instigue experiências digitais usando percepções do cliente, personalização, análise da jornada do cliente, otimização da experiência do cliente, integrações de ativação e muito mais*



Proteja os dados do programa de fidelidade

Os programas de fidelidade do cliente são suscetíveis a ataques, uso indevido e fraudes. É por isso que sua empresa precisa de uma plataforma de CIAM criada para resistir aos desafios de ataques de negação de serviço (DoS), identidades roubadas e fraudadores que tentam burlar seu sistema.

O Akamai Identity Cloud foi projetado para ajudar sua empresa a:

- *Fornecer o gerenciamento avançado de dados e políticas de autorização com recursos como autenticação adaptativa, acesso ao escopo, controles de acesso baseados em atributos e login único segmentado*
- *Garantir que os dados sobre os membros estejam seguros por meio de análise de riscos e fraudes, medidas de privacidade, gerenciamento de infraestrutura, aplicação da governança, gerenciamento de conformidade e integrações de gerenciamento de eventos e informações de segurança (SIEM)*

- Manter os dados dos consumidores e seus sistemas seguros. A Akamai é auditada ou avaliada quanto à certificação/conformidade com um grande número de programas de garantia para sua solução do Identity Cloud, incluindo ISO 27001:2013, ISO 27018:2014 (proteções PII na nuvem), SOC 2 Tipo II (todos os cinco Princípios de Confiança), HIPAA (armazenamento de dados de saúde), HITECH (transmissão de dados de saúde), Cloud Security Alliance (CSA STAR nível 2), EUA - União Europeia. Estrutura de proteção de privacidade (revisada por TRUSTe) e programa de privacidade TRUSTe.

Além disso, a plataforma da Akamai tem recursos adicionais que podem ser adicionados a seus websites e aplicações para uma postura de segurança aprofundada de defesa, como proteção contra ataques de negação de serviço distribuídos (DDoS), soluções de gerenciamento de bots e firewalls de aplicações Web.



Dê um fim aos silos de dados do programa de fidelidade

Você precisa de uma visão única, consistente e precisa de seus clientes e membros de fidelidade em todo o ecossistema da empresa. Para aumentar o impacto de seu programa de fidelidade, o Identity Cloud permite que você acesse identidades em qualquer lugar por meio de nossos recursos robustos de integração.

A solução oferece:

- *Identidades de usuário unificadas e universais que ajudam você a gerar uma visão holística de seus clientes e membros*
- *Estruturas de dados flexíveis que dão suporte às diferentes necessidades de regiões ou marcas em empresas globais*
- *APIs e SDKs avançados para que sua organização possa integrar dados de perfil dos membros a aplicações, plataformas de comunicação, segmentos de rede especializados, ferramentas de relatórios e sistemas de automação de marketing em tempo real*
- *Um ecossistema amplo de mais de 100 parceiros de tecnologia que permite conectar sua pilha completa de tecnologia de fidelidade e marketing, bem como sistemas voltados para o cliente, data lakes empresariais e software pré-existente*

Simplifique o consentimento e a conformidade

Transforme a conformidade com o GDPR em uma oportunidade de estimular o envolvimento do cliente e gerar confiança com os membros do programa de fidelidade. A Akamai oferece ferramentas sofisticadas de gerenciamento de políticas de privacidade e consentimento que facilitam a conformidade com as novas normas e criam oportunidades para relacionamentos mais próximos com os clientes.

O Akamai Identity Cloud oferece:

- *Formulários de consentimento detalhados e personalizáveis que podem ser apresentados progressivamente, facilitando a solicitação e a obtenção do consentimento explícito dos membros do programa de fidelidade*
- *Ferramentas de gerenciamento do centro de preferências e do ciclo de vida do consentimento que permitem que os membros analisem e atualizem suas opções de privacidade a qualquer momento*
- *Mecanismos integrados para fácil acesso a registros de dados, pseudonimização de dados, portabilidade de dados e eliminação e exclusão de dados que facilitam a conformidade*
- *Controles de acesso com escopo que gerenciam quais aspectos de informações de identificação pessoal (PII) estão disponíveis para diferentes funções em sua organização*



Desempenho escalonável

Programas de fidelidade bem-sucedidos podem conter até dezenas de milhões de membros. Quando há um aumento na atividade dos membros, de um evento meteorológico, férias ou uma campanha de marketing bem-sucedida, é vital que sua plataforma de identidade acompanhe o ritmo. A Akamai é a opção preferida de muitos dos principais programas de fidelidade do mundo.

Com a Akamai, sua empresa recebe os seguintes benefícios:

- *A capacidade de implantar e escalonar rapidamente em todo o mundo*
- *A capacidade do banco de dados foi arquitetada para escalonar de forma inteligente e automática, a fim de garantir o desempenho em caso de picos inesperados no tráfego*

Escalonamento do gerenciamento de identidade para garantir o êxito do programa de fidelidade do cliente:

Quatro estudos de caso

- Disponibilidade incomparável para programas de fidelidade de alto volume com um contrato de nível de serviço (SLA) garantido de 99,95%, que é excedido regularmente, além de suporte de serviço 24 horas por dia
- Processos de continuidade dos negócios e recuperação de desastres que garantem a segurança e a permanência dos dados dos membros em caso de falhas do sistema

Conclusão

Como exemplificado pelos quatro estudos de caso reais apresentados neste documento, as principais empresas em todo o mundo estão implantando o Akamai Identity Cloud para expandir e transformar seus programas de fidelidade do cliente e outras iniciativas de filiação. A Akamai ajuda essas organizações a entregar as experiências omnicanal modernas, personalizadas e sem complicações que os consumidores experientes de hoje esperam e exigem.

O Akamai Identity Cloud entrega um conjunto de recursos de CIAM avançado e líder do setor, inclusive login e registro tradicionais e via redes sociais, login único, gerenciamento e armazenamento de dados de perfil do cliente, percepções sobre o cliente e muito mais. A solução Identity Cloud de nível empresarial oferece um esquema flexível no qual as organizações responsáveis pelas iniciativas dos programas de fidelidade e recompensa podem inovar, prosperar e ter êxito.

Para saber mais, acesse akamai.com/identitycloud.



A Akamai protege e entrega experiências digitais para as maiores empresas do mundo. A plataforma de borda inteligente da Akamai cerca tudo, da empresa à nuvem, para que os clientes e seus negócios possam ser rápidos, inteligentes e protegidos. As principais marcas mundiais contam com a Akamai para ajudá-las a alcançar a vantagem competitiva por meio de soluções ágeis que estendem a potência de suas arquiteturas multinuvm. A Akamai aproxima as decisões, apps e experiências dos usuários mais do que nenhuma outra, afastando ao mesmo tempo ataques e ameaças. O portfólio de soluções de segurança de borda, desempenho na Web e em dispositivos móveis, acesso corporativo e entrega de vídeo da Akamai conta com um excepcional atendimento ao cliente, análise e monitoramento 24 horas por dia, 7 dias por semana, durante o ano inteiro. Para saber por que as principais marcas mundiais confiam na Akamai, visite www.akamai.com, blogs.akamai.com ou [@Akamai](https://twitter.com/Akamai) no Twitter. Nossas informações de contato globais podem ser encontradas em www.akamai.com/locations. Publicado em 04/19.