

STORIE DI CLIENTI AKAMAI

Lo shopping di mobili online ora ha un volto totalmente nuovo

Mobly attrae gli acquirenti tramite eccellenti experience digitali, a casa e in negozio, con Akamai

120.000

richieste dannose bloccate ogni minuto

200.000

prodotti disponibili

57%

di crescita delle vendite su base annua

Lo shopping omnicanale per attrarre i clienti

I fondatori di Mobly hanno portato con entusiasmo lo shopping di mobili online in Brasile, ma hanno dovuto affrontare alcune sfide iniziali, tra cui il rapido caricamento di pagine con immagini pesanti anche in aree remote, il blocco degli attacchi alla cybersicurezza e il contenimento dei costi legati all'infrastruttura. La risposta a queste esigenze è arrivata dalla rete per la distribuzione dei contenuti di Akamai, che dispone di server distribuiti in tutto il paese, nelle vicinanze dei clienti. A conferma della giusta intuizione dei suoi fondatori, Mobly ha registrato un notevole successo con lo store online, a cui, anni dopo, ha aggiunto i suoi negozi fisici. Oggi, gli acquirenti di mobili in Brasile possono usufruire di un'experience di shopping multicanale, che comprende un'app, un sito web e i negozi dell'azienda. Le innovative experience digitali, come la realtà aumentata per vedere come un oggetto sta, ad esempio, in un soggiorno e la scansione dei codici QR nei negozi per visualizzare i prodotti disponibili solo online, hanno entusiasmato e fidelizzato i clienti.

Rapido caricamento del sito web in ogni parte del mondo

Nel 2011, tre amici brasiliani che si erano conosciuti studiando all'estero hanno avuto l'audace idea di creare uno store online per la vendita di mobili e arredamento. "All'epoca, gli investitori ritenevano che gli acquirenti avrebbero comprato difficilmente un divano, ad esempio, senza prima provarlo", afferma João Batista, direttore del reparto Information Security Infrastructure. Tuttavia, i fondatori dell'azienda sapevano di avere qualcosa di grande tra le mani. Del resto, i consumatori avevano già dimostrato di preferire la praticità dello shopping online per acquistare prodotti elettronici e altri articoli con una fascia di prezzo elevata.

Ma un divano è un oggetto più personale, ad esempio, rispetto ad una televisione. Per fidelizzare i clienti, Mobly aveva la necessità di fornire experience eccezionali dall'inizio alla fine del processo, il che richiedeva, come minimo, caricare un numero elevato di immagini in tempi rapidi per ogni acquirente e, ancora meglio, fornire experience non consentite in un tipico negozio fisico, come la realtà aumentata per vedere come un oggetto sta, ad esempio, nel proprio soggiorno. "Per offrire le stesse opportunità a tutti i clienti, anche quelli residenti in aree remote, avevamo la necessità di gestire lo store online su server distribuiti nelle vicinanze dei clienti", afferma João. "In caso contrario, il caricamento delle pagine avrebbe richiesto troppo tempo e i clienti non abituati allo shopping di mobili online avrebbero desistito passando alla concorrenza".

MOBLY

Mobly

São Paulo, Brasile
mobly.com.br

Settore

Retail e beni di consumo

Dimensioni dell'azienda

800 dipendenti

Soluzioni

• Kona Site Defender



Coniugare lo shopping in presenza con quello online

I fondatori di Mobly hanno realizzato il loro progetto con Akamai. "La rete per la distribuzione dei contenuti di Akamai ci ha offerto la risposta che ci serviva grazie alla sua enorme rete di server distribuiti in tutto il paese", afferma João. Il fatto di non dover realizzare un data center ha anche consentito di contenere i costi legati all'infrastruttura, un aspetto importante per la neoazienda.

Attualmente, nell'ambito della sua fiorente attività commerciale online, Mobly vende 200.000 prodotti. Solo nel primo trimestre del 2021, sono stati effettuati più di 327.000 ordini da oltre un milione di clienti attivi. "Ironia della sorte, i divani sono ora i nostri prodotti più venduti", afferma João. Nel 2019, l'azienda ha aggiunto il suo primo negozio fisico. Oggi, Mobly conta 11 negozi e altri store sono in fase di allestimento.

L'azienda si è distinta dalla concorrenza offrendo un'experience di shopping completa, che comprende un sito web, un'app mobile e i suoi negozi fisici. "Abbiamo cercato di combinare il meglio dello shopping online con quello in negozio per offrire un'experience migliore", afferma João. Ad esempio, i clienti che si recano in un negozio fisico possono vedere i prodotti che al momento non sono disponibili grazie alla scansione dei codici QR. I clienti che acquistano da casa con l'app Mobly possono usare la realtà aumentata per puntare il telefono su uno spazio della loro casa e vedere come sta, ad esempio, un divano nel proprio soggiorno. Se invece desiderano acquistare un tavolino, possono fare una foto all'oggetto in questione e cercare un prodotto simile sul sito di Mobly.

"Non avremmo potuto offrire un'experience di shopping multicanale senza Akamai", afferma João. "Alcune experience come la realtà aumentata richiedono una notevole quantità di larghezza di banda, pertanto vanno distribuite da edge server molto vicini ai clienti".

L'agilità aziendale necessaria per gestire gli imprevisti

Il modello di business digitale di Mobly ha salvato l'azienda durante la pandemia causata dal COVID-19. L'85% del fatturato dell'azienda proviene dalle vendite online, una cifra insolitamente elevata per le aziende produttrici di mobili in Brasile. "Le persone che improvvisamente si sono ritrovate a lavorare in smart working hanno avuto bisogno di sedie migliori e di mobili più allegri, pertanto poterli ordinare online ha consentito loro di rinnovare i propri spazi di lavoro rimanendo al sicuro nelle loro case", afferma João. "Non abbiamo dovuto affrontare una trasformazione digitale perché fin dall'inizio siamo stati orientati al digitale".

Grazie ad Akamai, Mobly è riuscita a gestire facilmente un'impennata delle vendite online pari al 57% in un anno, mentre i profitti in quel periodo sono saliti del 55%. "Durante la pandemia, non solo abbiamo attratto nuovi clienti, ma li abbiamo visti ritornare ad acquistare sia sul nostro sito online che nei nostri negozi fisici una volta riaperti", afferma João. La fedeltà dei clienti si costruisce su prodotti e su experience eccellenti.

La sicurezza per impedire problemi di downtime e proteggere i dati dei clienti

La cybersicurezza è una delle priorità principali per Mobly che le consente di mantenere la fiducia dei clienti, conformarsi alle normative locali sulla privacy dei dati e prevenire gli attacchi in grado di interrompere le attività aziendali. Secondo João, il costo del downtime si aggira approssimativamente sui 500.000 real brasiliani (97.000 dollari USA) all'ora. "Akamai blocca automaticamente il traffico sospetto, offrendoci un controllo flessibile sulle regole", afferma João. Il suo team ha creato migliaia di regole personalizzate, ad esempio, per bloccare comunicazioni insolite tra alcune parti della piattaforma che possono nascondere i segni di un'attività da parte degli hacker. Altre regole attivano l'invio di avvisi quando si verifica una deviazione del volume di traffico rispetto alla norma in un momento particolare del giorno, il che rappresenta un altro campanello di allarme.



Non avremmo potuto offrire un'experience di shopping multicanale senza Akamai. Alcune experience come lo shopping di mobili in 3D richiedono una notevole quantità di larghezza di banda, pertanto vanno distribuite da edge server molto vicini ai clienti.

João Batista

Direttore del reparto Information Security Infrastructure, Mobly

"Akamai blocca 120.000 richieste dannose ogni minuto, aiutando a mantenere operativi i nostri server e a proteggere le informazioni sensibili", afferma João. "Il nostro software viene continuamente aggiornato e Akamai scopre automaticamente nuove API per consentirci di mantenere aggiornate le nostre regole di protezione. Non so davvero come potremmo fare senza Akamai".

João utilizza, inoltre, le soluzioni Akamai per proteggere le applicazioni aziendali gestite su AWS (Amazon Web Services). "Akamai e AWS ci offrono una difesa molto efficace dalle minacce informatiche", afferma João. "Ad esempio, nessuno, inclusi i criminali, può accedere alla nostra infrastruttura AWS tramite Internet, ma solo tramite Akamai, che si occupa di eliminare gli attacchi".

L'arredamento del futuro

A febbraio 2021, Mobly ha chiuso la sua offerta pubblica iniziale dieci anni dopo la sua fondazione nata dall'idea di tre amici universitari. Ora il team di João si prepara ad affrontare un'ulteriore crescita. "La nostra ricerca mostra che la percentuale dello shopping online rispetto agli altri tipi di shopping in Brasile è destinata a triplicare su base annua, passando dal 5% a più del 15%", afferma João. Tra i piani volti a catturare una fetta consistente di questa crescita, figurano experience di shopping innovative, spedizioni più rapide per i prodotti disponibili e un'eccellente assistenza post-vendita. "Con Akamai, sappiamo di poter continuare a offrire un'experience eccellente anche durante il processo di espansione", afferma João. Il futuro si prospetta decisamente [radioso](#).



Akamai blocca 120.000 richieste dannose ogni minuto, aiutando a mantenere operativi i nostri server e a proteggere le informazioni sensibili.

João Batista

Direttore del reparto Information Security Infrastructure, Mobly

MOBLY

Fondata nel 2011 da Victor Noda, Marcelo Marques e Mario Fernandes, Mobly è una società di e-commerce che opera nel settore della tecnologia. L'azienda offre 200.000 prodotti di mobili e arredamento tramite il suo sito web, l'app mobile e i negozi fisici distribuiti in tutto il Brasile. Nel 2021, Mobly ha completato la sua offerta pubblica iniziale (IPO) con il simbolo MBLY3. <https://www.mobly.com.br/>