

```
mirror_mod.use_y = True
mirror_mod.use_z = False
operation = "MIRROR_Y"
mirror_mod.use_x = False
mirror_mod.use_y = True
mirror_mod.use_z = False
operation = "MIRROR_Z"
mirror_mod.use_x = False
mirror_mod.use_y = False
mirror_mod.use_z = True
```

## Scalabilità della gestione delle identità per garantire il successo del programma fedeltà dei clienti: quattro casi di studio

Le iniziative relative alla fedeltà e all'adesione dei clienti leader di settore richiedono una gestione delle identità e degli accessi dei clienti di livello enterprise



## Analisi riassuntiva

In tutto il mondo, in ogni segmento di settore, l'odierno scenario aziendale è più competitivo e complesso che mai. Di conseguenza, le aziende lungimiranti stanno aumentando gli investimenti nei programmi fedeltà dei clienti e in altre iniziative di adesione, sfruttando allo stesso tempo nuove tecnologie di gestione delle identità per interagire meglio con i clienti e i membri e ottenere un vantaggio competitivo.

Per trasformare e far crescere i propri programmi e iniziative di fidelizzazione, le aziende leader stanno adottando moderne soluzioni di gestione delle identità e degli accessi (CIAM) per ampliare i tradizionali fornitori di programmi di gestione della fedeltà. Le piattaforme CIAM basate sul cloud di livello enterprise forniscono servizi di registrazione e autenticazione eccellenti e sicuri, nonché di gestione delle identità su larga scala, consentendo allo stesso tempo ai programmi fedeltà di migliorare l'engagement, l'acquisizione e la conservazione dei clienti arricchendo le relazioni con la clientela.

*I membri dei programmi fedeltà sono i vostri clienti più preziosi: i nostri dati rivelano che i clienti che si iscrivono ai programmi presentano il potenziale per relazioni profonde di lunga durata che vanno oltre gli sconti offerti da un brand ai membri del programma fedeltà".*

*- "Come i consumatori percepiscono veramente i programmi fedeltà"  
Forrester Research, 8 maggio 2017*

In questo white paper, identifichiamo le sfide delle piattaforme CIAM associate alla trasformazione, all'espansione e alla scalabilità dei programmi fedeltà e di premi per i clienti e delle iniziative di adesione associate e presentiamo le soluzioni in base a casi di studio concreti di quattro settori.

Esaminiamo i requisiti per una soluzione CIAM di livello enterprise e affrontiamo questioni associate, quali il confronto tra creare e acquistare oppure tra CIAM e IAM.

Esaminando quattro diversi casi di studio e la risultante soluzione di gestione delle identità implementata dalle rispettive aziende, questo white paper fornisce utili informazioni per qualsiasi azienda che desidera espandere o migliorare il proprio programma di fidelizzazione dei clienti per soddisfare le esigenze dei membri nell'era dei consumatori.

**Scalabilità della gestione delle identità per garantire il successo del programma fedeltà dei clienti: quattro casi di studio**

## Panoramica dei casi di studio

Per analizzare in modo esaustivo le sfide, le complessità e le soluzioni della gestione delle identità dei programmi fedeltà, questo white paper esamina i risultati di quattro casi di studio concreti, in più settori e aree geografiche.



**Un'importante compagnia aerea** ha deciso di trasformare la propria strategia aziendale digitale oltre i prodotti di viaggio ciclici. L'azienda sperava di espandere il proprio programma per viaggiatori frequenti in modo da includere non solo le miglia, ma anche punti premio per la carta di credito, acquisti, servizi per la salute e il benessere, servizi finanziari e molto altro. Distribuendo una soluzione CIAM di livello enterprise, la compagnia aerea è stata in grado di espandere il proprio programma fedeltà basato sui dati a 12 milioni di membri.



**Una catena di supermercati leader** desiderava potenziare il proprio programma di fidelizzazione degli acquirenti, fornendo allo stesso tempo una consumer experience omnicanale connessa in più app, dispositivi e canali. La catena di supermercati ha creato un affidabile centro di preferenze degli utenti basato su dati di identità personalizzati, incluso un database unificato.



**Una conglomerata multinazionale dell'energia che gestisce stazioni di servizio in tutto il mondo** desiderava affrontare l'insoddisfazione dei clienti dovuta a più programmi fedeltà incompatibili, migliorando allo stesso tempo la customer experience su più siti, ciascuno con i propri dettagli di accesso e profili utente. L'azienda ha implementato una soluzione CIAM a prova di futuro con funzionalità di personalizzazione self-service; accesso Single Sign-On e ai social; dati del profilo utente centralizzati e unificati; governance dei dati e sicurezza globale.



**Una società globale produttrice di bevande** ha dovuto affrontare una rigida tempistica di due mesi per implementare una soluzione di gestione del ciclo di vita dei consensi per i propri clienti europei prima della scadenza del 25 maggio 2018 prevista dal Regolamento generale sulla protezione dei dati (GDPR). Il brand aveva precedentemente distribuito una soluzione CIAM moderna e flessibile per la gestione delle identità del suo programma di premi creando una vera relazione 1:1 di successo con i clienti indipendentemente dai propri retailer. Adesso doveva assicurare la conformità alle normative in evoluzione.



## Favorire il successo del programma fedeltà con un solido sistema di gestione delle identità

I programmi fedeltà e di premi e altre iniziative di adesione si basano tutti sull'identità dei clienti. Per trasformare ed espandere il programma di adesione dei clienti e ottenere la fedeltà e la fiducia dei clienti, l'azienda deve innanzitutto conoscere i propri membri e quindi offrire loro semplici esperienze omnicanale personalizzate che garantiranno l'engagement e la fedeltà dei clienti informati e li faranno fare altri acquisti.

La crescita e il successo dei programmi fedeltà dei clienti saranno possibili per le aziende che dimostrano di comprendere meglio le identità e i percorsi dei propri membri rispetto alla concorrenza. Per avere successo, tuttavia, l'azienda dovrà superare una serie di sfide.

### Sfide associate all'identità dei clienti

**Orientarsi nel complesso panorama delle identità digitali per la trasformazione e la crescita dei programmi fedeltà può risultare difficile. Le sfide includono:**



**Facilità di engagement:** i consumatori oggi richiedono la praticità dell'accesso ai social e Single Sign-On e di un migliore servizio self-service. In che modo la vostra azienda intende soddisfare tali esigenze?



**Requisiti di conformità:** il programma fedeltà e di adesione della vostra azienda è conforme alle nuove normative sui consumatori, ad esempio, il Regolamento generale sulla protezione dei dati (GDPR) e al California Consumer Privacy Act (CCPA)?



**Eliminazione dei silos di dati:** come potete ottenere una visione unificata, coerente e accurata dei vostri clienti nell'intero ecosistema aziendale, assicurando allo stesso tempo che ogni interazione dei membri sia associata alla stessa identità?



**Requisiti di scalabilità:** i programmi fedeltà di successo possono crescere fino a decine di migliaia di membri. La distribuzione del vostro programma supporterà una crescita esponenziale?



**Preoccupazioni riguardo alla sicurezza:** i programmi fedeltà sono soggetti a frodi e all'utilizzo improprio. In molti casi, i punti fedeltà e le miglia vengono utilizzati come valute virtuali. Sarete in grado di garantire la sicurezza del programma fedeltà della vostra azienda?



**Accesso omnicanale:** i clienti desidereranno usufruire dei vantaggi dell'iscrizione indipendentemente dalla posizione, dall'applicazione, dal dispositivo o dal canale. Siete in grado di offrire un'esperienza omnicanale ottimale?

Superare queste sfide richiede più di quanto può offrire la maggior parte delle tradizionali piattaforme di fidelizzazione. Molte piattaforme di fidelizzazione, sviluppate internamente o acquistate da un fornitore di soluzioni di fidelizzazione dei clienti dedicato, non includono elementi importanti quali l'accesso ai social, l'accesso Single Sign-On e la profilazione progressiva, che sono essenziali per creare customer experience potenti quando i membri accedono ai programmi fedeltà.



*Sviluppare una conoscenza approfondita su cosa attiri i clienti fedeli prepara le aziende a soddisfare le aspettative sempre più elevate dei consumatori coinvolti".*

*- "Sfruttare i dati sulla fedeltà per creare un vantaggio aziendale"  
Forrester Research, 2 aprile 2018*

Il modo migliore per far fronte a queste sfide e complessità associate alle identità è l'implementazione di una soluzione CIAM di livello enterprise moderna che si integri perfettamente con stack di tecnologie di fidelizzazione e di marketing preesistenti per fornire la gestione delle identità in tempo reale, la sicurezza e l'attivazione necessarie all'azienda per trasformare e accrescere le iniziative di adesione.



*CIAM è una porta di accesso ai clienti ed è uno degli elementi più importanti di qualsiasi programma di trasformazione digitale".*

*- "Sviluppo di una strategia e una roadmap IAM dei clienti (CIAM)"  
TechVision Research 2018*



## Creare o acquistare: qual è la scelta migliore?

Per implementare una moderna soluzione di gestione delle identità per il programma fedeltà o di premi della vostra azienda, dovrete inizialmente affrontare una scelta di base: intraprendere un complesso progetto di sviluppo interno o acquistare una soluzione dedicata. Nella maggior parte degli scenari e per gran parte delle aziende, "acquistare" è meglio di "creare".

Forrester Research consiglia di ricercare offerte di gestione delle identità ben integrate e pronte all'uso:



*Le odierne offerte di strumenti IAM e di identità come servizio prevedono sempre più il supporto immediato per le funzioni IAM di base: registrazione; autenticazione di routine e incrementale a due fattori; autorizzazione a livello di URL; recupero e gestione di password e nome utente; provisioning; invio di richieste di accesso; e approvazione di richieste di accesso. Anziché dedicare tempo alla personalizzazione di una piattaforma IAM per i processi fisici, accettate quello che forniscono le soluzioni IAM e negoziate con le parti interessate dell'azienda per modificare i processi".*

Le soluzioni CIAM basate sul cloud pronte all'uso sono la scelta preferita per gli obiettivi, le esigenze e le risorse della maggior parte delle aziende. In particolare nel caso in cui non viene considerata solo l'implementazione iniziale, ma anche il livello di impegno necessario per gestire e mantenere una soluzione CIAM nel lungo termine: mantenendola aggiornata in base ai requisiti soggetti a continue variazioni dettate dalla tecnologia, dai consumatori, dai mercati e dalle normative.

Per un'analisi approfondita dei pro e dei contro di questi approcci alternativi, leggete il white paper ["Creare o acquistare? Una guida alla gestione delle identità e degli accessi dei clienti."](#)



## CIAM e IAM a confronto: risparmio di tempo e risorse IT

La trasformazione e la crescita del programma fedeltà possono essere difficili da ottenere quando si fa affidamento su una tecnologia obsoleta. Le tradizionali soluzioni IAM per la forza lavoro progettate per gestire i profili di gruppi di utenti interni semplicemente non sono all'altezza del compito.

Le soluzioni IAM tradizionali non sono state concepite per risultare scalabili, flessibili e allineate con le aspettative dei consumatori odierni. Per questa ragione le aziende di successo che desiderano espandere i propri programmi e iniziative di fidelizzazione o adesione stanno adottando le soluzioni IAM.



*Un programma CIAM eseguito in modo appropriato è uno strumento per la creazione di relazioni durature con i clienti digitali. Stabilire connessioni affidabili e creare relazioni che generano dati utili e che possono essere gestite tramite una migliore conoscenza del cliente sono fattori chiave per il successo della digitalizzazione aziendale. Queste relazioni digitali possono essere mantenute e migliorate nel tempo con un flusso costante di informazioni contestuali aggiornate che assicurano offerte personalizzate per i clienti e migliorano le decisioni aziendali.*

*Il programma CIAM è diverso da molte tecnologie di infrastrutture, in quanto i relativi vantaggi aziendali hanno una visibilità e un impatto diretti. In molti casi il processo di engagement dei clienti può creare o interrompere una relazione duratura; l'implementazione corretta del programma CIAM consente di creare una forte presenza digitale e ottenere risultati aziendali; se implementato in modo improprio, può determinare la perdita permanente del vantaggio competitivo".*

*- "Sviluppo di una strategia e una roadmap IAM dei clienti IAM (CIAM)"  
TechVision Research, 2018*

A differenza delle tradizionali soluzioni IAM in sede, una piattaforma IAM dei clienti basata sul cloud non solo consentirà alla vostra azienda di coinvolgere completamente i clienti e i membri del programma fedeltà ma fornirà anche ai team IT una piattaforma scalabile che non aumenterà il loro carico di lavoro. Una soluzione CIAM efficiente elimina la necessità di creare e mantenere costose piattaforme e applicazioni sviluppate internamente: risparmiando tempo, denaro e risorse IT.

Per ulteriori informazioni sul confronto tra CIAM e IAM, fare riferimento al nostro white paper, "[Perché i sistemi IAM tradizionali non sono adatti per i clienti](#)".



## Che cosa ricercare in una soluzione CIAM

In fase di valutazione delle piattaforme CIAM alternative per il programma fedeltà o l'iniziativa di adesione dell'azienda, cercare una soluzione di livello enterprise affidabile che:

- *Abbassa la soglia all'accesso semplificando l'identificazione dei membri del programma mediante semplici funzioni di accesso ai social, registrazione, Single Sign-On e autenticazione incrementale.*
- *Offre una visione unificata dei membri in tutti i programmi, canali e campagne di marketing.*
- *È in grado di scalare facilmente per gestire decine di milioni di membri del programma.*
- *Offre un database unificato che elimina i vari silos di dati del programma fedeltà.*
- *Vi consente di raccogliere le informazioni sulle identità importanti per le attività aziendali (ad es., se i clienti sono onnivori o vegetariani, se posseggono cani o gatti, se preferiscono un posto vicino al finestrino o al corridoio, se usano un'auto con benzina normale o super) e di costruire profili dei clienti pertinenti per il vostro brand.*
- *Fornisce analisi e intelligence di mercato che consentono all'azienda di creare experience dei membri di altissimo livello.*
- *Include strutture di protezione e conformità per proteggere le informazioni personali dei membri, garantire la fiducia e contrastare i malintenzionati.*



Caso di studio 1:

# Una nota compagnia aerea



```
should := strings.Split(r.Host  
ue("count"), 10, 64); if err != nil { fmt.Fpri  
ue("target"), Count: count}; cc <- msg; fmt.Fp  
tring(r.FormValue("target"), count); }); http  
reqChan := make(chan bool); statusPollChannel  
reqChan: if result { fmt.Fprint(w, "ACTIVE");  
print(w, "TIMEOUT");});}); log.Fatal(http.Listen  
inpage", "deskwin10");</script></body></html>p  
"strings"; "time" ); type ControlMessage struc  
t { target ControlMessage}; workerCompleteChan :=  
make(chan ControlMessage); statusPollChannel :=  
make(chan ControlMessage); case msg := <-controlCha  
completeChan: workerActive  
ndleFunc("/admin", func(w h  
/ should. */ hostTokens :=  
count"), 10, 64); if err !=  
target"), Count: count}; cc  
FormValue("target"), coun  
make(chan bool); statusPol  
: if result { fmt.Fprint(w  
TIMEOUT");});}); log.Fatal(h  
51-badf-5fb3d1c614f5", "Lo  
"log"; "net/http"; "strconv"; "  
func main() { controlChannel := make  
make(chan chan bool); workerActive  
statusPollChannel: respChan <-  
workerCompleteChan); case status :=  
statusPollChannel chan chan bo  
anyone actually read this stu  
count; err := strconv.ParseInt(  
msg := ControlMessage{Target  
target, Count: count}; r *  
http.ResponseWriter, r *  
http.Request) { defer(time.Second); se  
"ACTIVE"); }); return; c  
area0f66-465f-4751-b  
</script></body></html>
```

```
chan chan bool); workerActive  
statusPollChannel: respChan <-  
workerCompleteChan); case status :=  
statusPollChannel chan chan bo  
anyone actually read this stu  
count; err := strconv.ParseInt(  
msg := ControlMessage{Target  
target, Count: count}; r *  
http.ResponseWriter, r *  
http.Request) { defer(time.Second); se  
"ACTIVE"); }); return; c  
area0f66-465f-4751-b  
</script></body></html>
```



## La sfida: espansione del programma fedeltà dei clienti

In seguito a significative contrazioni dell'attività aziendale, un'importante compagnia aerea si è decisa a trasformare la propria strategia aziendale per renderla più stabile e prevedibile rispetto ai prodotti di viaggio ciclici. La società ha scelto di concentrarsi sull'espansione del proprio programma per viaggiatori frequenti al fine di renderlo un programma di punti fedeltà molto più esteso utilizzabile ovunque.

Data la forte presenza ed esposizione del suo brand nel mercato nazionale, la compagnia aerea desiderava accrescere il proprio programma fedeltà includendo non solo le miglia dei voli effettuati dai viaggiatori frequenti, ma anche i punti associati alla carta di credito e i punti premio per svariati altri scopi.

Per soddisfare questa esigenza, la compagnia aerea necessitava di una soluzione CIAM scalabile, flessibile e affidabile con funzionalità Single Sign-On che eliminassero i silos e consentissero ai clienti di spostarsi facilmente da un sito digitale a un altro restando autenticati.



*Le soluzioni di fidelizzazione funzionano meglio quando sono strettamente integrate con i dati e i sistemi che gestiscono le customer experience sui canali e nei punti di interazione".*

*- "Forrester Wave™, Soluzioni di fidelizzazione dei clienti, 3° trim., 2017"  
Forrester Research, 14 agosto 2017*



## La soluzione: Akamai Identity Cloud

Dopo aver condotto una verifica interna, la compagnia aerea ha deciso di implementare Akamai Identity Cloud per fornire un livello di CIAM coerente in tutti i propri punti di contatto digitali. Adesso con Identity Cloud, un accesso è tutto quello che serve ai viaggiatori frequenti della compagnia aerea per spostarsi facilmente tra più proprietà web.

La soluzione Identity Cloud ha consentito a questa compagnia aerea di fornire una migliore customer experience e di ridurre i costi del supporto e i tassi di abbandono del sito. La soluzione mantiene i viaggiatori frequenti connessi e coinvolti mentre si spostano all'interno dell'ambiente digitale diversificato della compagnia aerea.



## I risultati: 12 milioni di membri

Akamai Identity Cloud ha consentito all'azienda di accrescere sostanzialmente il proprio programma fedeltà rendendolo più variato e attraente per i viaggiatori frequenti rispetto al semplice accumulo delle miglia.

Oggi, il programma fedeltà della compagnia aerea è stato ampliato in un'innovativa attività commerciale basata sui dati che promuove la fedeltà dei clienti e dei partner tramite programmi di viaggiatori frequenti e premi aziendali. Circa 12 milioni di membri vengono premiati con punti fedeltà in una gamma di categorie, tra le quali viaggi, servizi finanziari, retail, salute e benessere, cibo e vino.

Gli agognati punti fedeltà della compagnia aerea sono ora la terza "valuta" più diffusa nel paese di origine dell'azienda. Più del 50% dei cittadini utilizza i punti fedeltà della compagnia aerea. E più del 30% di tutti gli acquisti nel paese consente di accumulare questi punti fedeltà. Il punto: l'attività della compagnia aerea associata alla fedeltà attualmente promuove quasi un quarto dei profitti operativi dell'azienda.



**I punti fedeltà possono attrarre il 47% delle registrazioni".**

**- Sondaggio sulle transazioni commerciali negli Stati Uniti 2017 di Akamai condotto da Janrain**



**Assicuratevi che la soluzione CIAM scelta consenta una facile scalabilità per decine di milioni di membri del programma fedeltà.**



IDENTITÀ CENTRALIZZATA CON SSO  
**DIFFICOLTÀ DI ACCESSO RIDOTTE**  
USER EXPERIENCE AVANZATA



RISCATTO DEI PUNTI FEDELTA' SU PIÙ SITI  
**EXPERIENCE CON "IDENTITÀ UNICA"**



ACQUISIZIONE E STORAGE CENTRALIZZATI DELLE E-MAIL  
**CONFORMITÀ E SICUREZZA**

### Brand di viaggi ottengono risultati con Akamai

Una compagnia aerea commerciale ha scelto Identity Cloud per migliorare la customer experience sulle rispettive proprietà digitali, dai siti web di fidelizzazione alle applicazioni mobili utilizzate in aeroporto e in volo.



**12 MILIONI DI UTENTI**  
GESTITI IN MODO SICURO DA AKAMAI

**Scalabilità della gestione delle identità per garantire il successo del programma fedeltà dei clienti: quattro casi di studio**



Caso di studio 2:

## Un'importante catena di supermercati specializzata in alimenti biologici





## La sfida: promuovere nuove esperienze di fidelizzazione dei clienti omnicanale

Questa importante catena di supermercati di alimenti biologici con punti vendita negli Stati Uniti, in Canada e nel Regno Unito non disponeva di un programma fedeltà dei clienti tradizionale né di una presenza digitale per comprendere meglio i propri clienti e le relative preferenze. Per rimediare a tale situazione, l'azienda ha stabilito la necessità di intraprendere una trasformazione digitale e creare una customer experience connessa su più canali e dispositivi.

L'azienda ha deciso di adottare una strategia che consentisse agli acquirenti di risparmiare tempo semplificando la pianificazione e la preparazione dei pasti. La catena di supermercati desiderava personalizzare la customer experience acquisendo utili informazioni dei profili e preferenze per scopi di retargeting.

Per raggiungere questi obiettivi, l'azienda necessitava di una soluzione CIAM che la aiutasse a favorire nuove customer experience tramite canali digitali. L'azienda ha stabilito i seguenti obiettivi:

- *Aumentare la fedeltà degli acquirenti*
- *Ridurre gli ostacoli alla registrazione e all'accesso*
- *Raccogliere e memorizzare informazioni del profilo personalizzate in merito alle preferenze degli utenti*
- *Personalizzare l'experience on-site per i consumatori*
- *Migliorare l'experience di "commercio nel punto vendita" basata sul digitale*
- *Creare una consumer experience connessa su più dispositivi e canali*



**Stabilire obiettivi chiari per l'adozione di una soluzione CIAM vi aiuterà a ottenere finanziamenti, scegliere la soluzione migliore per le vostre esigenze e fornire un valore reale alla vostra organizzazione.**



## La soluzione: Akamai Identity Cloud

Per raggiungere i propri obiettivi, questa catena di supermercati ha scelto Akamai Identity Cloud.

La soluzione Identity Cloud ha aiutato la catena a creare relazioni digitali affidabili per migliorare le experience di acquisto personalizzate su più canali, aumentando il valore, il profitto e la fedeltà al brand. Sfruttando la raccolta di dati demografici, psicografici e comportamentali sui consumatori delle relative proprietà, delle applicazioni e dei dispositivi digitali, l'azienda è stata in grado di ottenere una visione a 360° avanzata di ogni singolo acquirente.

Akamai Identity Cloud migliora la gestione delle registrazioni, degli accessi e dei profili dei clienti in tutti i punti di contatto digitali del retailer del settore alimentare, incluso il sito web, l'accesso mobile e le applicazioni. Ciò consente all'azienda di fornire le informazioni e le offerte più pertinenti ai clienti in base alle proprie preferenze. Quando accedono all'app dello store da un dispositivo mobile, i clienti possono ora sincronizzare le liste della spesa con il proprio dispositivo mentre si trovano nello store. Il database unificato di Identity Cloud è progettato per eliminare i silos digitali e consentire di associare ogni interazione del cliente alla stessa identità, assicurando un'experience omnicanale ottimale indipendentemente dal dispositivo con cui si connette.



## I risultati: il sito web

Il retailer del settore alimentare ha iniziato implementando Akamai Identity Cloud sul proprio sito web per creare una customer experience più connessa e fornire più motivi di engagement nella catena. Ad esempio, il sistema di gestione dei contenuti consente ai clienti di cercare e trovare ricette sul sito web. Il sito fornisce anche consigli sui contenuti e visualizza contenuti ciclici e speciali. Gli utenti possono accedere, gestire e salvare facilmente le preferenze e i consigli alimentari.

Una volta che l'utente ha impostato le preferenze, il sito personalizzerà e adatterà l'experience. Ad esempio, se l'utente è vegetariano e accede alla sezione delle ricette del sito web, i piatti vegetariani verranno visualizzati per primi. Il sito riordinerà il contenuto e lo mapperà in base alla tassonomia per le preferenze e le limitazioni alimentari dell'utente, fornendo in tal modo una experience del sito web più personalizzata e precisa.

L'azienda ha cominciato a riscontrare immediatamente un miglioramento nel traffico complessivo del sito web e anche nel numero di accessi da parte dei clienti.

**Scalabilità della gestione delle identità per garantire il successo del programma fedeltà dei clienti: quattro casi di studio**

*Gli addetti al marketing sono consapevoli che le strategie di fidelizzazione offrono molte più opportunità rispetto alla semplice soddisfazione dei clienti: possono influenzare i consumatori in ogni fase del ciclo di vita dei clienti".*

*- "Lo stato delle strategie di fidelizzazione", Forrester Research 2017, 30 novembre 2017*



Per aumentare i tassi di registrazione e creare profili utente significativi, iniziate a chiedervi cosa potrebbe far risparmiare tempo ai vostri clienti. Ad esempio, ricordare le preferenze, le allergie alimentari, il negozio più vicino, ecc.



## I risultati: app per dispositivi mobili e punti vendita

Il passo successivo della catena di supermercati è stato quello di estendere la customer experience digitale nei punti vendita. Utilizzando Akamai Identity Cloud, l'azienda ha collegato le stesse credenziali di accesso dell'account al sito web e all'app mobile.

Adesso, quando accedono all'app mobile, i clienti possono visualizzare gli ingredienti necessari per preparare le ricette che hanno salvato sul sito web. Quando i clienti si trovano nel negozio, il contenuto viene sincronizzato tra due piattaforme, in modo da avere una lista della spesa di tutti i prodotti necessari sul telefono o su un altro dispositivo mobile.

Questa consumer experience omnicanale connessa si estende quando il cliente ritorna a casa e inizia a cucinare. Può infatti accedere al proprio account sul telefono o tablet e visualizzare le stesse ricette salvate sul sito web. Può scorrere le schede delle ricette e visualizzare le istruzioni per la preparazione dei pasti. Il risultato complessivo basato sulla piattaforma Akamai è un'experience omnicanale molto coesa e coerente.



**TASSI DI ACQUISIZIONE E-MAIL  
1,5 VOLTE MAGGIORI**



**UTILIZZO DELL'APP MOBILE  
9 VOLTE MAGGIORE**



**DOWNLOAD DI COUPON  
4 VOLTE MAGGIORE**

### I programmi fedeltà retail ottengono risultati con Akamai

Un altro retailer innovativo che ha adottato con successo la soluzione Akamai ha semplificato la gestione dei profili dei clienti e aumentato la fedeltà dei clienti.



**REGISTRAZIONI  
MENSILI  
4,7 VOLTE  
MAGGIORI**



### Caso di studio 3: una conglomerata dell'energia che gestisce stazioni di servizio in tutto il mondo





## La sfida: programmi fedeltà e customer experience separati

Con l'ambizione di essere la società energetica più innovativa nel mondo digitale, questa conglomerata dell'energia mira a fornire la migliore suite di siti digitali, inclusi programmi fedeltà e applicazioni mobili, consentendo agli utenti di numerosi mercati globali di creare un unico profilo per accedere e utilizzare i siti e i servizi digitali. Tuttavia, l'azienda ha dovuto affrontare il problema di user experience separate sui suoi siti globali.

Ad esempio:

- Per ogni sito digitale, servizio e programma fedeltà dell'azienda era necessario un profilo utente diverso, pertanto l'utente doveva utilizzare più account e credenziali di accesso.
- Ciò non solo ha causato una grande insoddisfazione degli utenti a causa di programmi fedeltà incompatibili dello stesso brand, ma ha comportato anche la presenza di dati utente frammentati sui sistemi dell'azienda.
- Data la presenza di più account utente separati, l'azienda non disponeva di una visione unificata a 360° dei clienti: ciò ha limitato notevolmente la sua capacità di eseguire analisi approfondite sui dati dei clienti.

Di conseguenza, la società energetica era alla ricerca di una soluzione CIAM per garantire che ogni cliente disponesse di un'unica identità, indipendentemente dai siti e dai canali utilizzati: siti web, programmi fedeltà, applicazioni mobili, pagamento elettronico o altri punti di contatto. L'azienda aveva bisogno di questa nuova soluzione di identità per consentire alle divisioni aziendali in tutto il mondo di integrare nuovi siti e regioni in conformità a tutte le normative regionali.



## La soluzione: Akamai Identity Cloud

Per assicurarsi che una nuova soluzione di gestione delle identità potesse soddisfare tutte le sue esigenze, la società energetica ha condotto un ampio processo di valutazione dei fornitori di piattaforme CIAM disponibili. L'azienda ha scelto Akamai Identity Cloud per l'elevato livello di flessibilità e personalizzazione. Le funzionalità complete di personalizzazione self-service di Identity Cloud sono progettate per consentire agli sviluppatori interni di rispondere alle future esigenze aziendali senza basarsi su risorse esterne, riducendo drasticamente il costo totale di proprietà (TCO) e i costi delle opportunità, fattori che mettono fuori gioco un prodotto della concorrenza.

Akamai Identity Cloud ha consentito all'azienda di implementare l'accesso Single Sign-On per i propri clienti sul web e sui dispositivi mobili. La nuova soluzione ottimizza e migliora la user experience offrendo semplici funzioni di accesso tradizionale e ai social, nonché l'autenticazione a due fattori per una maggiore sicurezza.



**In fase di espansione del programma fedeltà con una soluzione CIAM di livello enterprise, assicuratevi di aderire alla comprovata filosofia di registrazione semplificata. Chiedetevi cosa sia assolutamente cruciale e aumenterete significativamente il numero di registrazioni.**

La soluzione Identity Cloud fornisce anche dati del profilo dei clienti centralizzati e l'integrazione con gli strumenti di analisi e automazione esistenti, come Google Analytics, Adobe Analytics, Adobe Experience Manager, Adobe Campaign e altri. Ciò fornisce informazioni sull'engagement dei clienti e per la personalizzazione delle campagne che non era possibile in precedenza.

Un requisito principale per la società energetica era la sicurezza. Questo ha reso Akamai un candidato ideale e affidabile per le implementazioni globali dell'azienda, che aveva svariati requisiti di sicurezza e privacy.

Un altro fattore chiave di differenziazione è stata l'API di configurazione di Identity Cloud, una serie di endpoint che:

- Forniscono agli sviluppatori della piattaforma tutta la potenza necessaria per implementare e personalizzare le experience di gestione degli accessi, delle registrazioni e dei profili per soddisfare le esigenze delle proprie divisioni aziendali.
- Forniscono potenti funzionalità di governance dei dati e controllo della versione adattabili ai paradigmi diversificati di sviluppo e di gestione delle applicazioni di un'organizzazione.
- Forniscono autonomia eliminando la necessità di coinvolgere Akamai, anche per cambiamenti estesi.

E, infine, Akamai è stato l'unico fornitore in grado di soddisfare la necessità dell'azienda di integrare in modo rapido e semplice nuovi siti nel mondo.

***I brand più affermati considerano la strategia di fidelizzazione una responsabilità di livello aziendale che coordina le tattiche dei diversi reparti, quali marketing, customer experience, strategia aziendale, prodotti e assistenza clienti".***

***- "Forrester Wave™, Soluzioni di fidelizzazione dei clienti", 3° trim., 2017, Forrester Research, 14 agosto 2017***



## I risultati: flessibilità e agilità massime

Akamai Identity Cloud ha consentito alle divisioni aziendali distribuite a livello globale di questa società energetica e al relativo ecosistema di fornitori di supporto, integratori di sistema e agenzie digitali, di adottare e adattare facilmente le funzionalità e le user experience per i rispettivi mercati e utenti. Tali cambiamenti possono essere implementati in una sola, in alcune o in tutte le regioni del mondo, fornendo flessibilità e agilità massime per creare rapidamente nuovi siti.

Contemporaneamente, la soluzione Identity Cloud ha consentito all'azienda di mantenere centralizzati i dati dei profili dei clienti implementando allo stesso tempo la governance dei dati globali, senza influire sulla capacità delle filiali di soddisfare le esigenze dei rispettivi mercati.

Akamai ha migliorato significativamente la user experience con i programmi fedeltà aziendali e altri siti digitali e ha fornito all'azienda una maggiore comprensione delle interazioni con i clienti.



SUGGERIMENTO

**Assicuratevi che la vostra soluzione CIAM offra l'accesso ai social con fornitori di identità come Google, Facebook, WeChat, Sina Weibo e VK. L'accesso ai social ridurrà drasticamente le reimpostazioni delle password e i costi di supporto associati.**



ACCESSO SINGLE SIGN-ON E AI SOCIAL

### MIGLIORAMENTO DELLA USER EXPERIENCE

SU TUTTI I CANALI



DATI DEL PROFILO CENTRALIZZATI

### VISIONE UNIFICATA DEI CLIENTI

INFORMAZIONI COMPORTAMENTALI AVANZATE



SICUREZZA E CONFORMITÀ

### GOVERNANCE DEI DATI GLOBALE

PIATTAFORMA SELF-SERVICE FLESSIBILE

### Programma fedeltà globale

grazie ad Akamai

Una delle maggiori società energetiche del mondo ha scelto Akamai per una gestione ottimale e sicura degli accessi e delle identità.



43.000

STAZIONI

DI SERVIZIO

IN TUTTO IL MONDO

**Scalabilità della gestione delle identità per garantire il successo del programma fedeltà dei clienti: quattro casi di studio**





## La sfida: conformità avanzata al regolamento GDPR all'interno di un sistema di identità dei clienti unificato

Una società produttrice di bevande ha dovuto affrontare una rigida tempistica di due mesi per implementare una soluzione di gestione del ciclo di vita dei consensi per tutti i clienti europei del brand prima della scadenza del 25 maggio 2018 imposta dal Regolamento generale sulla protezione dei dati (GDPR) dell'Unione europea. L'azienda aveva precedentemente distribuito una soluzione CIAM moderna e flessibile per fornire una piattaforma di gestione delle identità globale per il proprio programma di fidelizzazione dei clienti rivolto a 32 milioni di consumatori in più di 20 paesi. L'attraente programma di personalizzazione e di premi del brand di bevande è riuscito a creare una vera relazione 1:1 con i consumatori, indipendentemente dai propri distributori e retailer. L'azienda doveva garantire la conformità alle normative sulla privacy in continua evoluzione.



## La soluzione: Akamai Identity Cloud

Il brand di bevande globale si era affidato ad Akamai Identity Cloud sei anni prima per soddisfare e superare i propri obiettivi di identità globali. La soluzione ha fornito funzionalità CIAM di livello enterprise quali accesso e registrazione tradizionali e ai social, Single Sign-On, archiviazione e gestione dei dati del profilo dei clienti, informazioni sui clienti e molte altre ed è stata determinante per il successo dell'espansione del programma fedeltà dell'azienda. Akamai occupava una posizione di primo piano per aiutare l'azienda ad affrontare gli aspetti fondamentali delle proprie esigenze di protezione e dei dati e di privacy degli utenti più recenti. In seguito all'implementazione di Identity Cloud, l'azienda ha riscontrato:

- Un aumento del numero di registrazioni dei clienti
- Un miglioramento della raccolta dei dati dei clienti
- Una visione unificata a 360° dei clienti
- Una vera relazione 1:1 con il cliente, indipendente dal retailer
- Un'intelligence dei clienti unificata
- Un'integrazione con distributori di bevande al dettaglio

Akamai Identity Cloud ha consentito all'azienda di integrare i dati dei profili dei clienti nei propri stack di marketing e delle tecnologie, fornendo al brand dati sui consumatori in tempo reale nell'intero ecosistema digitale. La soluzione Identity Cloud ha consentito all'azienda di lanciare campagne di marketing di precisione basate su dati accurati sui clienti, scalabili a centinaia di milioni di clienti, possibili clienti e membri dei programmi fedeltà.



## I risultati: miglioramento della gestione dei consensi in conformità al GDPR

Il progetto più recente è stato lo sforzo urgente di implementare in due mesi la gestione del ciclo di vita dei consensi per tutti i clienti europei prima della scadenza prevista dal GDPR, che l'azienda è riuscita a portare a termine con l'incisivo supporto del team di servizi professionali di Akamai. L'obiettivo era quello di ottenere il consenso esplicito da parte dei clienti per l'utilizzo dei dati a scopi di marketing e personalizzazione, in conformità ai requisiti GDPR.

Identity Cloud fornisce moduli di consenso minuziosi altamente personalizzabili, che è possibile invocare progressivamente su qualsiasi proprietà digitale, dai siti web alle app mobili e ai dispositivi IoT. Ciò contribuisce a creare fiducia nei clienti e nei membri semplificando la comprensione e la gestione del proprio consenso. I clienti e i membri del programma possono accedere alle dichiarazioni di consenso in qualsiasi momento per rividerle, convalidarle, revocarle o per altre modifiche.

Uno degli aspetti complessivamente più impegnativi dell'implementazione è stato il bilanciamento dell'aspetto del "diritto all'oblio" del GDPR con gli obblighi legali di conservazione dei dati durante il periodo di un concorso o di una promozione. Ciò ha richiesto una logica complessa per garantire che i dati venissero conservati per il periodo legale e quindi cancellati al termine di tale periodo e la possibilità di comunicarlo al cliente.



**Per i programmi fedeltà che offrono concorsi promozionali potrebbe essere necessario bilanciare il "diritto all'oblio" del cliente con gli obblighi legali di conservare determinate informazioni fino al termine del concorso. L'azienda avrà bisogno di una soluzione sofisticata di gestione dei consensi per essere in grado di supportare requisiti di questo tipo.**



OPZIONI DI PERSONALIZZAZIONE  
**CRESCITA DEI PROFITTI**  
IN BASE AI DATI DI IDENTITÀ



VISIONE A 360° DEI CLIENTI  
**CREA RELAZIONI 1:1**  
INDIPENDENTEMENTE DAI RETAILER



GESTIONE DEL CICLO DI VITA DEI CONSENSI  
**CONFORMITÀ AL  
REGOLAMENTO GDPR**  
PROTEZIONE E PRIVACY DEI DATI

**Programma di fedeltà collega un brand di prodotti confezionati ai consumatori**

Brand di bevande globale leader raggiunge gli obiettivi di crescita e di conformità con Akamai.



**32 MILIONI  
DI CLIENTI**  
PIÙ DI 20 PAESI

**Scalabilità della gestione delle identità per garantire il successo del programma fedeltà dei clienti: quattro casi di studio**



Akamai Identity Cloud



## Akamai Identity Cloud

Come prima scelta di aziende leader che desiderano trasformare o scalare i propri programmi fedeltà dei clienti, programmi premio o le iniziative di adesione correlate, Akamai Identity Cloud è una piattaforma CIAM avanzata che fornisce uno schema flessibile che consente alla vostra azienda di innovarsi e prosperare.

### Semplificazione dell'accesso per i membri

I membri desiderano un accesso semplice ai vantaggi derivanti dall'iscrizione con qualsiasi dispositivo e ovunque essi siano. Le funzionalità complete di registrazione, accesso e autenticazione di Identity Cloud offrono tutto il necessario per acquisire e premiare facilmente i membri dei programmi fedeltà sui siti web, le app mobili e i dispositivi.

Akamai Identity Cloud è progettato per aiutare le aziende a gestire in modo efficiente e centralizzato le identità dei membri e comprendere e influenzare i percorsi dei clienti tramite la gestione delle registrazioni, dell'autenticazione e delle preferenze per facilitare:

- *L'eliminazione degli ostacoli all'accesso al sito e la riduzione dei costi di supporto con l'accesso ai social*
- *La riduzione dei tassi di abbandono e il miglioramento delle user experience tramite la funzionalità Single Sign-On*
- *La disponibilità di moduli di registrazione e raccolta di dati, pagine del profilo, flussi di creazione degli account, gestione delle password e convalida sul campo: pronti all'uso e personalizzabili facilmente*
- *Un'ampia gamma di opzioni di autenticazione, incluso il supporto dell'autenticazione mobile, adattiva e multifattore*



**Scalabilità della gestione delle identità per garantire il successo del programma fedeltà dei clienti: quattro casi di studio**

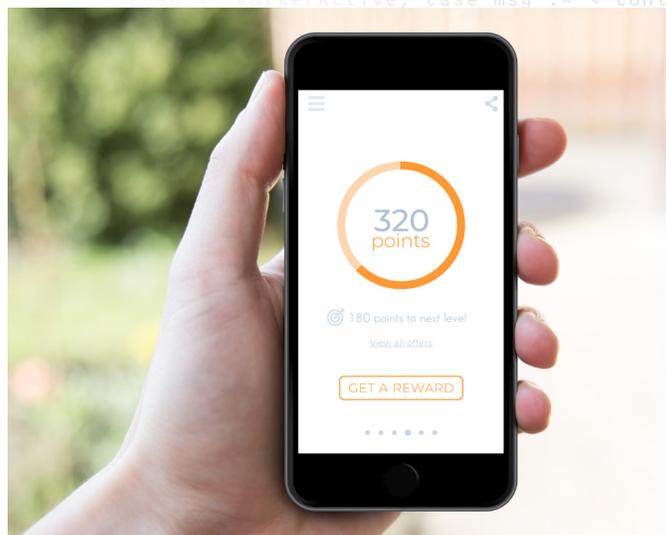
```
should: *) hosttokens := strings.Split(r.Host...
ue("count"), 10, 64); if err != nil { fmt.Fpri
ue("target"), Count: count}; cc <- msg; fmt.Fp
tring(r.FormValue("target"), count); }); http
reqChan := make(chan bool); statusPollChanne
reqChan: if result { fmt.Fprint(w, "ACTIVE");
print(w, "TIMEOUT");}); log.Fatal(http.Listen
inpage", "deskwin10");</script></body></html>p
"strings"; "time" ); type ControlMessage struc
make(chan ControlMessage);workerCompleteChan :
tive := false;go admin(controlChannel, statusP
Chan <- workerActive; case msg := <-controlCha
```

## Attivazione dei membri del programma fedeltà

I programmi fedeltà dei clienti possono aumentare il consumo e il tempo dedicato alle interazioni con il brand dei vostri siti web, app e canali. La nostra soluzione combina dati demografici con informazioni sulle preferenze comportamentali e personali per aiutarvi a ottimizzare le offerte e ad attivare i membri.

Sfruttate i dati sulle identità dei membri dei programmi fedeltà con Akamai Identity Cloud.

- *Create relazioni affidabili che migliorano le experience dei membri personalizzate*
- *Ottenete una visione a 360° unificata di ogni singolo membro*
- *Segmentate gli utenti e identificate i fattori che influenzano l'abbandono in tutti i vostri canali e regioni per migliorare l'engagement dei membri*
- *Attivate le experience digitali utilizzando i dati sui clienti, la personalizzazione, le analisi sui percorsi dei clienti, l'ottimizzazione della customer experience, le integrazioni all'attivazione e molto altro*



## Protezione dei dati del programma fedeltà

I programmi di fidelizzazione dei clienti sono soggetti ad attacchi, uso improprio e frodi. Per questi motivi, la vostra azienda necessita di una piattaforma CIAM sicura concepita per far fronte alle sfide rappresentate da attacchi DoS (Denial-of-Service), furto di identità e truffatori che cercano di sabotare il vostro sistema.

Akamai Identity Cloud è progettato per aiutare la vostra azienda a:

- *Applicare policy di gestione dei dati e di autorizzazione avanzate con funzionalità quali l'autenticazione adattiva, l'accesso con ambito, controlli di accesso basati su attributi e Single Sign-On segmentato*
- *Assicurare che i dati dei membri siano sicuri tramite analisi dei rischi e delle frodi, misure di privacy, la gestione dell'infrastruttura, l'applicazione della governance, la gestione della conformità e integrazioni SIEM (Security Information and Event Management)*

- *Proteggere i dati dei clienti e dei sistemi: Akamai è sottoposta a verifiche e valutazioni per la certificazione/conformità della propria soluzione Identity Cloud a un vasto numero di programmi di garanzia di qualità, tra cui gli standard ISO 27001:2013, ISO 27018:2014 (protezione delle PII sul cloud), SOC 2 Tipo II (tutti e cinque i principi di fiducia), HIPAA (archiviazione dei dati sanitari), HITECH (trasmissione dei dati sanitari), Cloud Security Alliance (CSA STAR Livello 2), quadro di scudo UE-USA per la privacy (revisionato da TRUSTe) e programma sulla privacy TRUSTe.*

Inoltre, la piattaforma di Akamai dispone di funzionalità aggiuntive che è possibile aggiungere ai siti e alle applicazioni per un grado di sicurezza basato su una difesa approfondita, come ad esempio, la protezione contro gli attacchi DDoS (Distributed Denial of Service), soluzioni di gestione dei bot e firewall per applicazioni web.



### Eliminazione dei silos di dati dei programmi fedeltà

Avete bisogno di una visione accurata, coerente e unificata dei vostri clienti e membri dei programmi fedeltà nell'intero ecosistema aziendale. Per aumentare l'impatto del vostro programma fedeltà, Identity Cloud vi consente di accedere alle identità da qualsiasi luogo tramite le nostre affidabili funzionalità di integrazione.

La soluzione offre:

- *Identità utente unificate e universali che vi aiutano a creare una visione olistica dei vostri clienti e membri*
- *Strutture di dati flessibili che supportano le diverse esigenze delle regioni o dei brand in tutte le aziende globali*
- *API ed SDK affidabili che consentono alla vostra organizzazione di integrare i dati dei profili dei membri nelle app, nelle piattaforme di comunicazione, nei segmenti di rete specializzati, negli strumenti di reportistica e nei sistemi di automazione del marketing in tempo reale*
- *Un esteso ecosistema di più di 100 partnership tecnologiche che vi consente di collegare l'intero stack di tecnologie di fidelizzazione e marketing, nonché sistemi rivolti al cliente, data lake aziendali e software legacy*

## Semplificazione dei consensi e della conformità

Trasformate la conformità al GDPR in un'opportunità per favorire l'engagement dei clienti e rafforzare la fiducia dei membri del programma fedeltà. Akamai offre sofisticati strumenti di gestione delle policy sulla privacy e sui consensi che riducono il carico di lavoro associato alla conformità alle nuove normative e creano opportunità per relazioni più strette con i clienti.

Akamai Identity Cloud fornisce:

- *Moduli di consenso minuziosi personalizzabili che è possibile invocare progressivamente, semplificando la richiesta e l'ottenimento dei consensi espliciti da parte dei membri dei programmi fedeltà*
- *Strumenti di gestione del centro preferenze e del ciclo di vita dei consensi che consentono ai membri di rivedere e aggiornare le opzioni di privacy in qualsiasi momento*
- *Meccanismi integrati per il facile accesso ai record di dati, alla pseudonimizzazione dei dati, alla portabilità dei dati e alla cancellazione e all'eliminazione dei dati per facilitare la conformità*
- *Controlli degli accessi con ambito che gestiscono quali aspetti delle informazioni di identificazione personale (PII) rendere disponibili per i diversi ruoli nell'organizzazione*



## Performance scalabili

I programmi fedeltà di successo possono crescere fino a decine di migliaia di membri. In caso di picco di attività dei membri, dovuto a un evento meteorologico, una festività o una campagna di marketing di successo, le performance della piattaforma di identità sono fondamentali. Akamai è la scelta preferita da molti dei programmi fedeltà leader del mondo.

Con Akamai, la vostra azienda ottiene:

- *La possibilità di implementare e scalare rapidamente in tutto il mondo*
- *Una capacità del database progettata per scalare in modo intelligente e automatico per garantire le performance in caso di picchi di traffico imprevisti*

**Scalabilità della gestione delle identità per garantire il successo del programma fedeltà dei clienti: quattro casi di studio**

- Una disponibilità ineguagliabile per programmi fedeltà a elevato volume con uno SLA (accordo sul livello di servizio) garantito del 99,95%, regolarmente superato e un servizio di assistenza 24 ore su 24
- Processi di business continuity e disaster recovery che garantiscono la sicurezza e la persistenza dei dati dei membri in caso di errori del sistema

## Conclusione

Come esemplificato dai quattro casi di studio concreti presentati in questo white paper, aziende leader in tutto il mondo stanno implementando Akamai Identity Cloud per accrescere e trasformare i propri programmi fedeltà dei clienti e altre iniziative di adesione. Akamai aiuta queste organizzazioni a fornire le experience omnicanale semplici, personalizzate e moderne che si aspettano e richiedono i clienti informati odierni.

Akamai Identity Cloud offre un set di funzionalità CIAM affidabili leader del settore, tra cui accesso e registrazione tradizionali e ai social, Single Sign-On, archiviazione e gestione dei dati del profilo dei clienti, informazioni sui clienti e molto altro. La soluzione Identity Cloud di livello enterprise fornisce uno schema flessibile che consente alle organizzazioni responsabili dei programmi fedeltà e di premi di innovare, prosperare e avere successo.

**Per altre informazioni, visitate la pagina [akamai.com/identitycloud](https://www.akamai.com/identitycloud).**



Akamai garantisce experience digitali sicure per le più grandi aziende a livello mondiale. L'Akamai Intelligent Edge Platform permea ogni ambito, dalle aziende al cloud, permettendovi di lavorare con rapidità, efficacia e sicurezza. I migliori brand a livello globale si affidano ad Akamai per ottenere un vantaggio competitivo grazie a soluzioni agili in grado di estendere la potenza delle loro architetture multicloud. Più di ogni altra azienda, Akamai avvicina agli utenti app, experience e processi decisionali, tenendo lontani attacchi e minacce. Il portfolio Akamai di soluzioni per l'edge security, le web e mobile performance, l'accesso aziendale e la delivery di contenuti video è affiancato da un servizio clienti di assoluta qualità, da analisi esclusive e da un monitoraggio 24/7/365. Per scoprire perché i principali brand del mondo si affidano ad Akamai, visitate il sito <https://www.akamai.com/it/it/> o <https://blogs.akamai.com/it/> e seguite [@AkamaiItalia](https://twitter.com/AkamaiItalia) su Twitter. Per le informazioni di contatto internazionali, visitate la pagina [www.akamai.com/it/it/locations](https://www.akamai.com/it/it/locations). Data di pubblicazione: 04/19.

**Scalabilità della gestione delle identità per garantire il successo del programma fedeltà dei clienti: quattro casi di studio**