

# Zalando, 계정 도용 및 상거래 마찰 감소

패션 및 라이프스타일 기업이 Akamai Account Protector와 인텔리전스를 사용해 사이버 보안을 강화하고 쇼핑객을 사기 행위로부터 보호했습니다.



향상된 위협 탐지



맞춤형 보안 조치



원활한 쇼핑 지원

## 지속적인 쇼핑 경험 혁신

유럽 온라인 리테일의 강자 Zalando는 25개국에 걸쳐 수백만 명의 고객, 브랜드, 파트너를 연결합니다. 2008년 베를린에 기반을 둔 온라인 신발 가게로 시작해, 지금은 5천만 명 이상의 활성 사용자를 보유한 유럽의 패션과 라이프스타일 플랫폼으로 성장했습니다. 그러나 큰 성공은 특히 공격자의 관심을 불러일으킵니다. 끊임없이 진화하는 위협 환경에서 고객 경험을 저하시키지 않으면서 **사이버 공격**을 효과적으로 파악하고 방어하기 위해, Zalando는 신뢰할 수 있는 파트너 Akamai를 선택했습니다.

## 계정 도용 방지

계정 도용과 같은 정교한 공격이 점점 더 복잡해지고 탐지하기 어려워짐에 따라 정상적인 Zalando 고객과 그들의 쇼핑 경험이 잠재적으로 영향을 받을 수 있습니다. 이러한 정교한 방법은 특히 독점 품목 판매 시 심각한 위협이 되기 때문에 Zalando는 방어 체계를 더욱 강화하고자 했습니다. 인프라와 톨을 시장 솔루션과 결합하는 광범위한 전략에 따라 Zalando는 인프라 전문가 팀에 잠재적 기술을 평가하고 회사의 요구에 가장 적합한 기술을 구현하는 작업을 맡겼습니다.



위치  
독일 베를린  
[zalando.com](https://www.zalando.com)

업계  
리테일, 여행, 관광

솔루션  
Account Protector



## 고객 경험과 보안의 균형

인프라 전문가 팀은 이러한 문제를 해결하기 위해 Zalando가 Akamai와의 파트너십을 강화해 Account Protector를 보안 생태계에 통합해야 한다고 결론을 내렸습니다. Zalando의 수석 엔지니어는 "자체 툴을 구축하는 것도 고려해 보았지만, 이미 검증된 솔루션을 신뢰할 수 있는 파트너로부터 활용할 수 있다면 굳이 자체 툴을 구축할 필요가 없지 않겠습니까?"라고 말했습니다.

Account Protector는 50개 이상의 지표를 기반으로 사용자의 리스크를 평가하고 섬세한 보안 접근 방식을 제공합니다. Zalando는 Akamai Account Protector를 기존 인프라와 통합함으로써 현재의 봇 탐지 조치와 함께 포괄적인 리스크 점수 평가 기능을 활용할 수 있습니다.

Zalando는 Akamai Account Protector를 활용해 방어 체계를 강화하는 동시에 탁월한 쇼핑 경험을 보장했습니다. 이러한 조치는 인상적인 결과로 이어졌습니다. Zalando의 위협 탐지 정확도가 향상되어 공격자와 실제 고객을 구분하는 능력이 향상되었습니다. 덕분에 Zalando는 실제 고객에게 원활한 쇼핑 경험을 제공하면서 악성 봇에 대해 강력한 방어 장벽을 구축할 수 있었습니다.

“

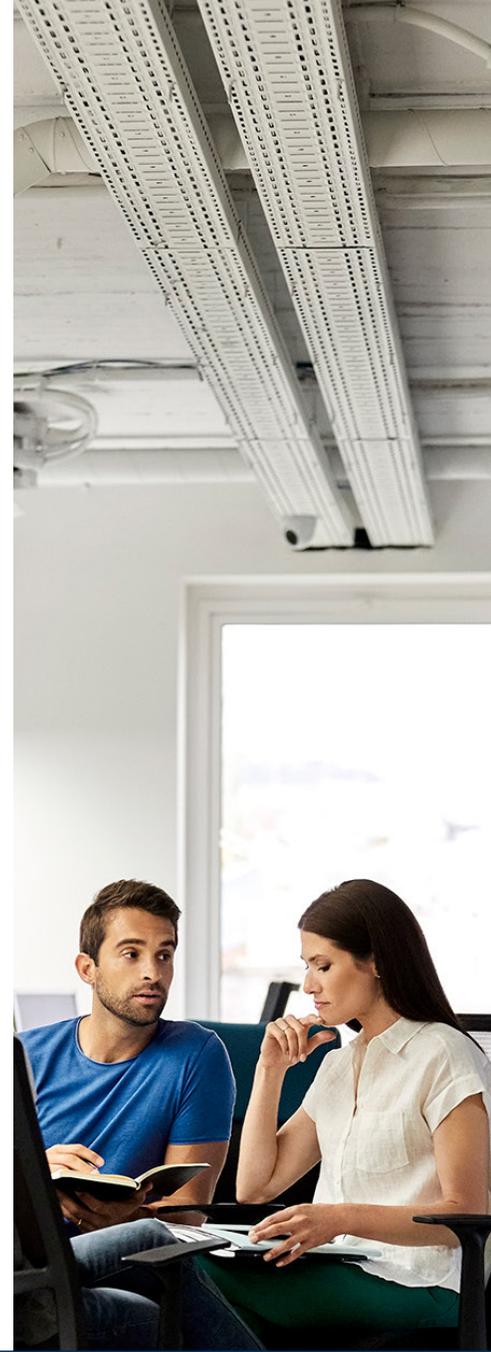
항상 다양한 소스의 데이터를 통합해 의사 결정을 내리는데 우선순위를 두고 있습니다. Akamai의 인텔리전스를 추가하는 것은 사이버 보안 전략을 발전시키고 훌륭한 쇼핑 경험을 보장하는데 핵심적인 역할을 했습니다.

- Zalando 엔지니어링 매니저

## 데이터 기반 전략 강화

Account Protector는 개선된 탐지 기능 외에도 Zalando에 사용자 행동 패턴에 대한 심층적인 인사이트를 제공했습니다. Zalando는 이러한 이해를 바탕으로 보다 정확한 보안 결정을 내리고 개별 고객 사례를 더 잘 해결할 수 있었습니다. 솔루션의 유연성 덕분에 Zalando는 허용/거부라는 이분법적인 결정에서 벗어나 포괄적인 리스크 평가를 기반으로 보안 조치를 조정할 수 있었습니다.

유럽에서 가장 데이터 중심적인 기업 중 하나인 Zalando는 스마트 인사이트의 가치를 잘 알고 있습니다. Zalando의 엔지니어링 매니저는 "항상 다양한 소스의 데이터를 통합해 의사결정을 내리는 데 우선순위를 두고 있습니다. Akamai의 인텔리전스를 추가하는 것은 사이버 보안 전략을 발전시키고 훌륭한 쇼핑 경험을 보장하는 데 핵심적인 역할을 했습니다."라고 결론을 내렸습니다.



2008년 베를린에 설립된 Zalando는 두 가지 성장 기법, 즉 B2C(Business-to-Consumer) 및 B2B(Business-to-Business)를 중심으로 패션 및 라이프스타일 이커머스를 위한 선도적인 범유럽 생태계를 구축하고 있습니다. B2C에서는 25개 시장에서 약 5천만 명의 활성 고객에게 패션 및 라이프스타일 제품에 대한 영감을 주는 고품질의 멀티 브랜드 쇼핑 경험을 제공합니다. B2B에서는 물류 인프라, 소프트웨어, 서비스 역량을 활용해 브랜드와 리테일 기업이 Zalando 안팎에서 전체 이커머스 비즈니스를 운영하고 확장할 수 있도록 지원하고 있습니다. 생태계로서 Zalando는 패션 및 라이프스타일 업계에 긍정적인 변화를 가져오는 것을 목표로 합니다.