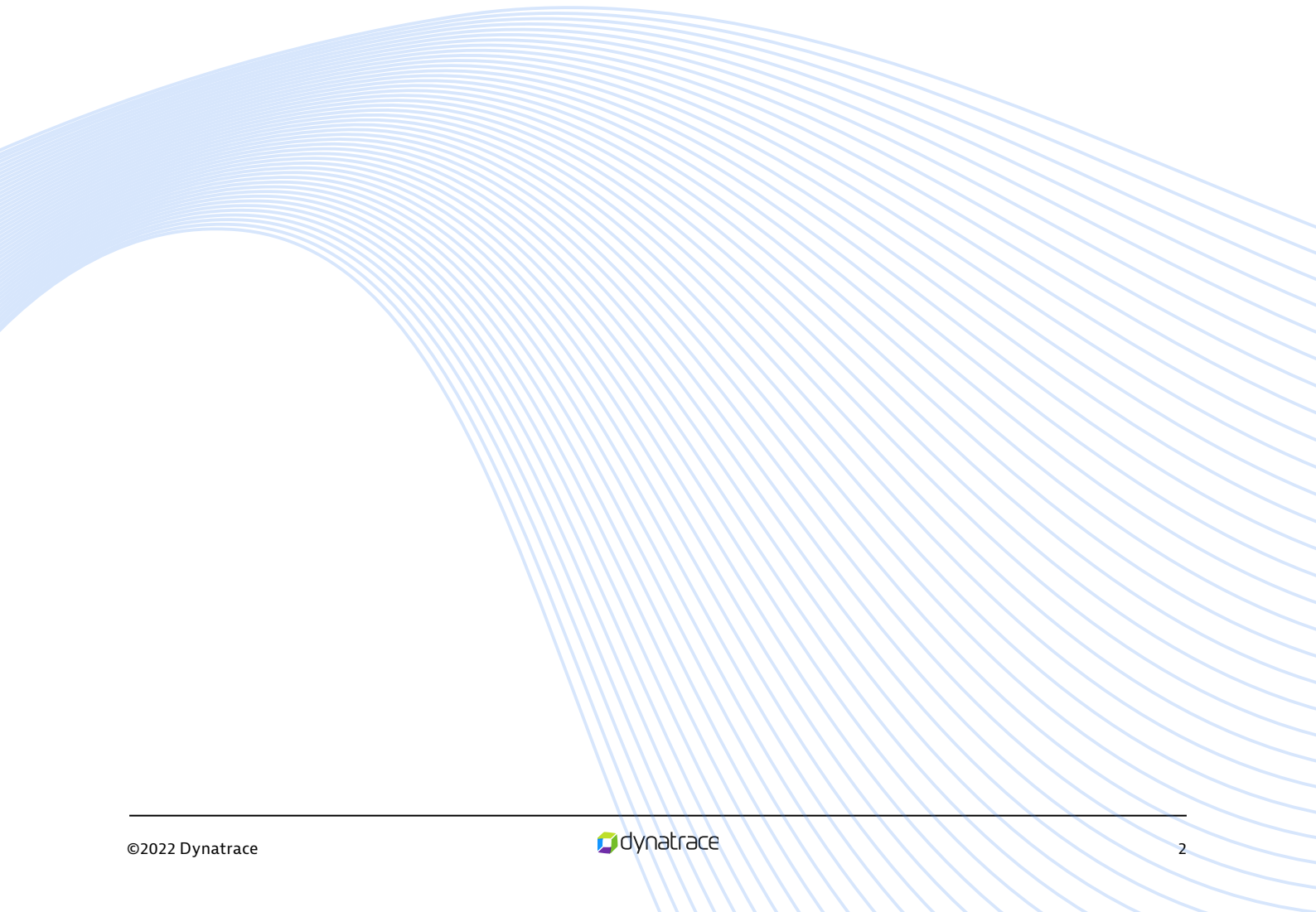




Observability-Leitfaden zum Black Friday:

Wie Einzelhändler erfolgreich wirtschaften

Ein Leitfaden für Einzelhändler, aus dem hervorgeht, wie Observability dazu beiträgt, die Anwendungsleistung aufrechtzuerhalten und so in Zeiten mit höchster Auslastung sichere und reibungslose Transaktionen zu gewährleisten.



Inhalt

ANMERKUNG DES HERAUSGEBERS

Top-Performance am Black Friday mit einer Observability-Plattform

KAPITEL 1

Deckt der Black Friday Defizite in Ihrer IT-Strategie auf?

KAPITEL 2

Wie Einzelhändler beim derzeitigen Stand ihres Schwachstellenmanagements Artikel sicher liefern können

KAPITEL 3

Rack Room Shoes steigert Konversionsrate um 25 %

Anmerkung des Herausgebers

In Vorbereitung auf den Black Friday müssen Einzelhändler für ein ausgewogenes Gleichgewicht zwischen Kundenerwartungen, Anwendungsleistung und Sicherheit sorgen.

Hinzu kommt, dass der Verkauf an Angebotstagen wie dem Black Friday oder Cyber Monday immer mehr online stattfindet. Einzelhändler müssen sich also entsprechend darauf vorbereiten. Nicht funktionierende Webseiten können Unternehmen mehrere Millionen Euro kosten. Fällt ein Online-Shop oder eine Online-Dienstleistung aus oder reagiert die zugehörige Website langsam, brechen die Kunden ihren Einkauf mitunter ab und gehen zur Konkurrenz.

Einzelhändler brauchen daher eine verlässliche cloud-gestützte Anwendungsleistung, um sicherzustellen, dass Kundentransaktionen reibungslos und sicher ablaufen. Neben dem durch unterbrochene Transaktionen entgangenen Umsatz nennen Einzelhändler im Report „[The 2022 Cost of a Data Breach Report](#)“ eine Kostensteigerung von 62,7 % aufgrund von Sicherheitsverletzungen im Zusammenhang mit Daten.

Angesichts der nächsten anstehenden Angebotstage mit Spitzenauslastung brauchen Einzelhändler automatische Full-Stack-Observability über ihre Cloud-Infrastruktur und Anwendungen, um sicherzustellen, dass die Kunden mit der Anwendungsleistung mehr als zufrieden sind.

Genau hier sorgt moderne Observability für Top-Performance in Spitzenzeiten. Eine moderne Observability-Plattform erkennt zunehmenden Datenverkehr, der sich negativ auf die Geschwindigkeit und Performance von Anwendungen auswirken kann, automatisch. Mit einer Observability-Plattform lassen sich außerdem potenzielle Probleme mit der Anwendungssicherheit feststellen, die mitunter ein Risiko für Kundendaten darstellen.

Im folgenden Leitfaden geht es um die Performance-Probleme, mit denen Einzelhändler an Tagen wie dem Black Friday konfrontiert sind. Außerdem erfahren Sie, wie Sie mit einer automatisierten modernen Observability-Plattform nicht nur an Tagen mit Spitzenauslastung wie dem Black Friday und dem Cyber Monday, sondern jeden Tag problemlos Rekordumsätze realisieren können.

Top-Performance am Black Friday mit einer Observability-Plattform

Im ersten Artikel [„Deckt der Black Friday Defizite in Ihrer Strategie zum Management von Sicherheitsrisiken auf?“](#) erfahren wir, wie einem Einzelhändler am Black Friday Einnahmen aufgrund von Transaktionsproblemen entgangen sind, die von seinen vorhandenen Observability-Tools nicht erkannt wurden. Nach dem Black Friday wurde der Einkaufsvorgang der Kunden in der Observability-Plattform von Dynatrace nachgestellt. Die von den anderen Tools nicht erkannten Probleme wurden dabei augenblicklich ermittelt.

Als Nächstes stellen wir Ihnen eine jüngst von [Dynatrace unter Einzelhändlern durchgeführte Umfrage](#) vor. Viele der Befragten gaben an, dass sie infolge der zunehmenden Digitalisierung der letzten Jahre mit vermehrten Risiken rechnen. Laut der Umfrage sagen 71 % der CISOs im Einzelhandel, dass ihre Sicherheitsarchitektur Defizite aufweist, sodass Bedrohungen nicht erkannt werden und sich auf Live-Anwendungen in der Produktion auswirken können. Weitere 97 % der Einzelhandelsunternehmen gaben an, aufgrund dieser Defizite einem Risiko ausgesetzt zu sein, wobei viele dieses als „hoch“ oder „schwerwiegend“ einschätzten.

Nun zeigen wir Ihnen, wie der Einzelhändler Rack Room Shoes mit der Plattform von Dynatrace seine [Konversionsrate um 25 % steigern konnte](#) und so Zeit für die Umsetzung kundenorientierter Neuerungen gewann. Dank Full-Stack-Observability konnte das Unternehmen, das zu den größten Schuhverkäufern der USA zählt, die Konversionsrate erhöhen, die Kundenzufriedenheit verbessern und seinen Wettbewerbsvorteil ausbauen.

„Im Einzelhandel ist es heutzutage unerlässlich, aus Besuchern der Webseite treue Kunden zu machen“, sagt Kevin McNall, der bei Rack Room Shoes für digitale Projekte und Prozesse zuständig ist. „Mit Dynatrace können wir schnell erkennen, was wir tun müssen, um die Kundenzufriedenheit zu steigern und so mehr Verkäufe zu erzielen.“

Lauren Horwitz
Chefredakteurin
Dynatrace

„Dynatrace hat **die Art und Weise, wie wir arbeiten und unserer Geschäftstätigkeit nachgehen, komplett umgekrempelt.**“

– **Kevin McNall,**

Leiter für digitale Projekte und Prozesse bei
Rack Room Shoes

Deckt der Black Friday Defizite in Ihrer IT-Strategie auf?

Welche Probleme bereitet der Datenverkehr am Black Friday?

Im Vertrieb kommt es stets auf Geschäftsabschlüsse an, beim Online-Einzelhandel geht es darum, immer online zu sein.

Das ist aber mitunter schwierig, wenn die Besucherzahlen am Black Friday unvorhersehbare Spitzenlasten auf die Webseiten von Einzelhändler bringen und die Schwachstellen in der Infrastruktur und dem Online-Auftritt eines Unternehmens offen zutage treten.

An den fünf Tagen zwischen dem US-amerikanischen Thanksgiving und dem Cyber Monday nimmt der Online-Datenverkehr enorme Ausmaße an. Nach der Rekordzunahme von 31,8 % im Jahr 2020 [wuchs der E-Commerce 2021 um 14,2 %](#). Zudem lag der mittlere Umsatzzuwachs im Online-Handel in den fünf Jahren vor der Corona-Pandemie bei 14,2 %.

Wie der für Technologien zuständige Chefstrategie Alois Reitbauer von Dynatrace schon 2020 sagte, sollten Unternehmen am Black Friday und an anderen Tagen mit Spitzenauslastung nicht unvorbereitet sein.

„Unternehmen müssen sich sowohl auf die erwartete als auch auf eine unerwartete Nachfrage einstellen, und zwar nicht nur nach den Dienstleistungen, die ihre Kunden und Nutzer heute in Anspruch nehmen, sondern auch nach den Dienstleistungen, die für morgen entwickelt werden“, schrieb er in einem Blog zum [Datenverkehr am Black Friday](#).

Warum der Datenverkehr am Black Friday die Kundenzufriedenheit bedroht

Unter dem übermäßigen Ansturm können die Webseiten von Einzelhändlern zusammenbrechen und Kundentransaktionen stören. Solche Probleme sind nicht zu entschuldigen, denn gerade im Einzelhandel ist die Kundenzufriedenheit insbesondere an Tagen mit hoher Auslastung ein entscheidendes Kriterium.

Wie in einem kürzlich veröffentlichten Bericht von PwC festgestellt, ist die Kundenzufriedenheit mit digitalen Dienstleistungen das A und O. In einer neueren Studie wurde zudem ermittelt, dass 59 % der Kunden nach nur wenigen Negativerfahrungen zur Konkurrenz abwanderten, während sich [17 % schon nach nur einer schlechten Erfahrung einem anderen Unternehmen zuwandten](#).

Nicht zuletzt haben Leistungsprobleme von Webseiten in Zeiten mit Spitzenauslastung eindeutig wirtschaftliche Folgen. Ausfallzeiten [können Unternehmen Kosten von mehreren Millionen US-Dollar bescheren](#), so geht es aus dem Forrester-Bericht „The costs of planned and unplanned downtime“ zu den Kosten geplanter und unvorhergesehener Ausfallzeiten hervor.

Laut eines Berichts von National Retail Federation und Prosper Insights & Analytics kauften 2021 am Black Friday nahezu [180 Millionen Amerikaner online und vor Ort ein](#).

Schwachpunkte beim Datenverkehr am Black Friday mit moderner Observability erkennen

Ein nordamerikanischer Elektronik Einzelhändler setzt die Technologie von Dynatrace ein, seitdem Performance-Probleme mit der Webseite Transaktionen von Kunden behindert hatten.

An Thanksgiving erstellten Monitoring-Tools Protokolle des Datenverkehrs am Black Friday. Das Monitoring-Ergebnis aber vermittelte ein trügerisches Bild. Die Tools des Einzelhändlers erkannten im Zusammenhang mit den Online-Shops keinerlei Probleme. Die Mitarbeiter eines Ladengeschäfts hingegen berichteten von einer gänzlich anderen Lage: Transaktionen wurden mit einer Verzögerung von 14 Sekunden abgewickelt und jede fünfte Transaktion schlug fehl.

Das Unternehmen nahm seine Monitoring-Strategie daraufhin unter die Lupe und stellte fest, dass sie unzulänglich war. Einer der IT-Mitarbeiter merkte dazu Folgendes an: „Wir haben mehrere Monate damit verbracht uns zu fragen, wie uns das entgehen konnte.“

Nach einer ausführlichen Untersuchung ermittelte das Unternehmen einige der Gründe, warum die Monitoring-Tools die Defizite nicht erkannt hatten. Das IT-Team fand zudem heraus, dass, obwohl jedes kleinste Glied in der Kette der Kundensuche überwacht wurde, nicht bekannt war, welche Fehler bei den Kunden aus welchem Grund aufgetreten waren.

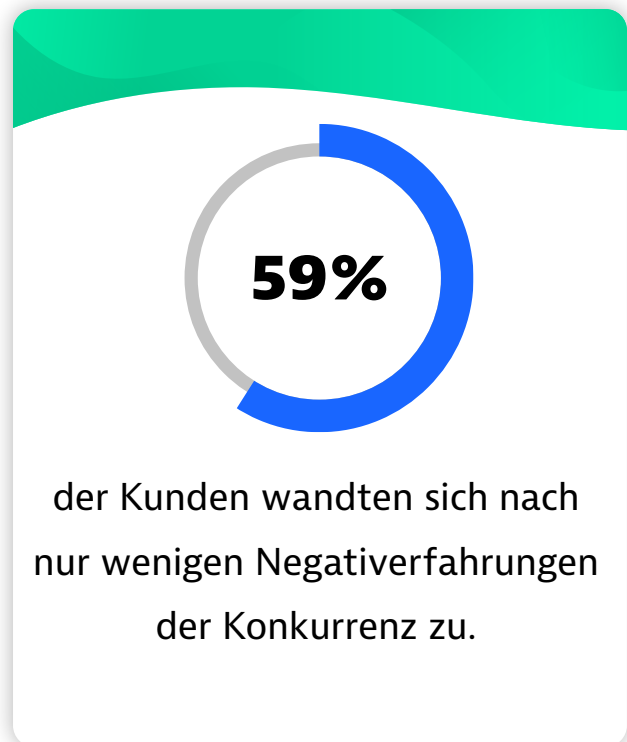
Als das Unternehmen die Anschaffung neuer Tools in Betracht zog, wurde Folgendes klar: Obwohl bereits Dutzende Tools genutzt wurden, waren grundlegende Probleme mit der Kundenzufriedenheit übersehen worden. Bevor die IT-Teams also die Anschaffung eines weiteren Tools in Betracht ziehen konnten, mussten die Mitarbeiter aus dem Einkauf die IT darauf hinweisen, dass trotz der Bündelung der vorhandenen Tools Monitoring-Lücken in der Produktionsumgebung bestehen bleiben könnten.

Zudem mussten einige Mitglieder des IT-Teams von den Vorteilen der Dynatrace-Plattform erst noch überzeugt werden. Skeptiker wollten überprüfen, ob Dynatrace wirklich die Observability-Schwächen erkennen kann, die dem Team am Black Friday entgangen waren.

„Wir waren gerade beim Proof of Concept, als der IT-Architekt aufstand und rief, er wolle das sehen“, erinnert sich ein anderer IT-Mitarbeiter. „Ich melde mich jetzt am POS-System an und bilde das nach, was an Thanksgiving passiert ist. Dann melde ich mich an der Dynatrace-Konsole an und sehe mir an, welche Daten dort eingehen.“

Der IT-Mitarbeiter hatte zwar Bedenken, stimmte dem Vorhaben aber zu. „Das waren die längsten 90 Sekunden in meinem Leben. Aber wir konnten das gesamte Ausmaß erkennen“, bestätigte er.

Ein weiterer Dynatrace-Kunde hob den Mehrwert moderner Observability hervor. „Wir haben viele unserer Betriebsprozesse automatisiert, um auf Vorkommnisse wie steigende Nachfrage, sinkende Kundenzufriedenheit und unerwartete Verhaltensänderungen proaktiv reagieren zu können“, [berichtete ein Kunde](#). „Das bedeutet, dass wir nicht nur keine Zeit und keine Ressourcen mehr verschwenden, um akute Probleme zu entschärfen, sondern dass der Betrieb auch effizienter erfolgt und wir mehr Zeit für die Innovation von Produkten haben.“



Performance-Probleme und Cyber-Bedrohungen erschweren den Datenverkehr am Black Friday

Am Black Friday kann es zu neuartigen Problemen kommen – angefangen bei IT-Performance-Problemen bis hin zu Cyber-Bedrohungen.

Lesen Sie die neuesten Informationen von Dynatrace aus dem „CISO-Report 2022: Finanzdienstleistungen“. 71 % der IT-Sicherheitsleiter (Chief Information Security Officers, CISOs) in Einzelhandelsunternehmen sagten, dass es trotz einer soliden mehrschichtigen Sicherheitsinfrastruktur noch Schwachstellen gibt, durch die Bedrohungen in die Produktion vordringen können.

Darüber hinaus gaben 97 % der Einzelhändler an, aufgrund der Sicherheitslücke Log4Shell, die Ende 2021 als Zero-Day-Schwachstelle auftrat, einem Risiko ausgesetzt zu sein. 35 % schätzten dieses Risiko als „hoch“ oder „schwerwiegend“ ein.

Bewährte Vorgehensweisen für den Umgang mit erhöhtem Datenverkehr und Spitzenauslastung am Black Friday

1. Etablieren Sie im Voraus solide Observability-Methoden bei hoher Auslastung der Webseite.

Monitoring, Protokollierung und Nachverfolgung in Echtzeit helfen IT-Mitarbeitern bei der Suche nach Performance-Problemen vor Angebotstagen wie dem Black Friday.

2. Etablieren Sie ein synthetisches Monitoring, um die Auswirkungen auf die Benutzer nachvollziehen zu können.

Damit können IT-Teams das Verhalten von Benutzern auf einer Webseite nachbilden, um Performance-Probleme zu erkennen, bevor sich diese auf die Kunden auswirken.

3. Überwachen Sie Webseiten im Vorfeld des Black Fridays proaktiv mit Load Tests.

Frühe Tests in verschiedenen Phasen eines Kontaktverlaufes mit Kunden können wichtige Erkenntnisse zu den Schwachstellen von Anwendungen und Webseiten liefern, die den Datenverkehr und die Transaktionen am Black Friday negativ beeinträchtigen können, was wiederum auch die Kundentreue in Mitleidenschaft ziehen kann. Eine moderne Observability-Plattform lernt zudem, diese Art von Anomalien zu erkennen.

4. Analysieren Sie die Punkte genau, die maßgeblich zu Performance-Problemen geführt haben.

Denken Sie an Aspekte wie Anwendungsabstürze und die Seitenladedauer sowie Anwendungsprogrammierschnittstellen (APIs) und Drittanbieterschnittstellen. Probleme mit APIs oder Drittanbietern können zu Verschlechterungen oder Abstürzen führen. Infolgedessen müssen Teams Hosts, Container und Microservices überwachen. Genaues Augenmerk sollte auch auf Änderungen an der Codekonfiguration, Drittanbieterservices sowie Sicherheits-Updates und -Patches gelegt werden, damit all diese Ressourcen und Änderungen nicht die Performance verringern oder Ausfälle verursachen.

5. Formulieren Sie Vorgehensweisen für das Team zur Handhabung von Vorfällen.

Es kommt zu oft vor, dass sich Mitarbeiter bei Problemen gegenseitig beschuldigen. Sich im War Room zu versammeln und nach dem schuldigen Team zu suchen, hilft aber nicht, wenn es darum geht, Probleme mit der Kundenzufriedenheit zu lösen. Beim Planen und Testen von Maßnahmen im Falle von Störungen können die Rollen und Zuständigkeiten der Mitarbeiter ebenfalls dokumentiert werden. So können Probleme direkt nach dem Auftreten oder alternativ schon im Vorfeld gelöst werden, ehe sie sich auf die Kundenzufriedenheit auswirken. Auf diese Weise agieren Teams proaktiv, anstatt nur auf Vorkommnisse zu reagieren.

6. Nutzen Sie Observability zur Erkennung von Runtime-Sicherheitsverletzungen und Cyber-Angriffen.

Mithilfe einer Observability-Plattform können IT-Mitarbeiter Cyber-Bedrohungen wie Schwachstellen in Anwendungen und Angriffe sogar in Echtzeit erkennen und priorisieren. Moderne Observability-Plattformen erlauben außerdem die Automatisierung von Schwachstellenerkennung und -behebung sowie die Erkennung von Angriffen auf Anwendungen im Vorfeld.

Nähere Informationen finden Sie in den Dynatrace-Modulen [Digital Experience Management](#) und [Infrastrukturmonitoring](#).

Wie Einzelhändler beim derzeitigen Stand ihres Schwachstellenmanagements Artikel sicher liefern können

In einem neuen Abschnitt seiner jährlichen CISO-Umfrage informierte Dynatrace kürzlich über den Zustand des Schwachstellenmanagements im Einzelhandel.

Für den „CISO-Report 2022: Einzelhandel“ wurden 325 IT-Experten aus dem Einzelhandel befragt. Wie es im Report heißt, wendet sich der Einzelhandel, wie andere Branchen auch, zunehmend dynamischen Multi-Cloud-Umgebungen, cloud-nativen Architekturen und Open-Source-Code zu, um seine digitale Agilität zu steigern. So können Einzelhändler das Online-Shopping für Kunden verbessern.

Im Report werden auch die Probleme aufgezeigt, mit denen Einzelhandelsunternehmen aufgrund dieser neuen Ansätze konfrontiert sind, denn der Umgang mit Unternehmensrisiken und deren Minderung sind komplizierter geworden.

Unter den Befragten CISOs aus dem Einzelhandel geben 64 % an, dass das [Schwachstellenmanagement](#) aufgrund der zunehmenden Notwendigkeit einer schnellen digitalen Transformation schwieriger geworden ist.

Nie genug Schutzebenen bei der Sicherheit

Die zunehmende Verbreitung von Cloud-Umgebungen stellt Einzelhändler vor das Problem, dass die Absicherung der Anwendungen, die grundlegend für E-Commerce und [Supply Chain](#) sind, immer schwieriger wird.

Um dieses Problem zu lösen, bedienen sich 64 % der Einzelhandelsunternehmen mehrschichtiger Cyber-Sicherheitsmechanismen, die von mindestens fünf Sicherheitslösungen getragen werden.

71 % der CISOs im Einzelhandel sagen, dass ihre Sicherheitsarchitektur trotz dieser mehrschichtigen Schutzvorrichtungen Lücken aufweist, sodass Bedrohungen durchrutschen und sich auf Live-Anwendungen in der Produktion auswirken.

„Die aufgrund der Corona-Pandemie ausgelöste Zunahme von Kundeninteraktionen über sämtliche Kanäle sowie der rasante Zuwachs im Online-Shopping haben den Einzelhandel grundlegend verändert“, bestätigt Amit Shah, Leiter des Produktmarketings für Anwendungssicherheit bei Dynatrace. [„DevOps-Teams](#) stehen wie nie zuvor unter Druck, Innovationen für Einzelhändler und deren Kunden schneller umzusetzen. Während in vielen Bereichen erfolgreich gearbeitet wird, wird es folglich immer schwieriger zu verhindern, dass sich Sicherheitslücken auf die Produktion auswirken. Das führt im Gegenzug zu einem höheren Risiko erfolgreicher Cyber-Angriffe.“

Open-Source-Code als Risiko

Zum Großteil bedingt ist das Problem durch den zunehmenden Einsatz von Open-Source-Code, mit dem viele Einzelhändler die digitale Transformation zu beschleunigen versuchen.

Neben der so zwar möglichen Agilitätssteigerung gehen damit aber auch erhebliche Sicherheitsrisiken einher, denn Drittanbieter-Softwarebibliotheken enthalten immer wieder Sicherheitslücken, deren Erkennung und Behebung Zeit erfordern. Die Umfrage bestätigt, dass nur 25 % der Sicherheitsteams in Einzelhandelsunternehmen in Echtzeit Zugriff auf genaue und durchgehend aktualisierte Reports zu allen Anwendungen und Codebibliotheken haben, die in der Produktion ausgeführt werden.

Im Einzelhandel offenbarte sich das Ausmaß dieses Problems im Zuge des Auftretens von [Log4Shell](#) im Dezember 2021. Erschreckende 97 % der Einzelhandelsunternehmen sahen sich aufgrund dieser Schwachstelle einem Risiko ausgesetzt, wobei viele dieses Risiko als „hoch“ oder „schwerwiegend“ einschätzten.

Das Problem ist aber nicht die reine Erkennung von Schwachstellen wie Log4Shell. Vielmehr können viele Einzelhandelsunternehmen nicht die Auswirkungen auf ihre Sicherheitslage einschätzen, weil ihnen die Informationen fehlen, die sie bräuchten, um zu entscheiden, welche Probleme priorisiert werden müssen, um schnell handeln zu können.

Erschwerend kommt hinzu die schiere Menge an Sicherheitsmeldungen, die IT-Abteilungen im Einzelhandel tagtäglich erhalten. Aus der Umfrage geht hervor, dass Einzelhandelsunternehmen jeden Monat über 1.700 Meldungen zu möglichen Schwachstellen in der Anwendungssicherheit abarbeiten müssen.

Viele davon weisen zwar nur auf ein geringes Risiko hin, den Mitarbeitern fehlt es jedoch oft an ergänzenden Informationen, um zwischen einem einfachen Fehler oder einem schwerwiegenden Risiko unterscheiden zu können. So wissen sie nicht, worauf sie sich besonders konzentrieren sollen.

Andere Vorgehensweise, andere Ergebnisse

Die Notwendigkeit einer schnelleren digitalen Transformation in allen Bereichen von Einzelhandel und E-Commerce veranlasst Unternehmen auch dazu, agile Prozesse und Vorgehensweisen einzuführen, wie zum Beispiel [DevSecOps](#).

Diese modernen Ansätze sind essenziell, damit die für Entwicklung, Betrieb und Sicherheit zuständigen Teams die Begleitinformationen erhalten, die sie brauchen, um Sicherheitslücken und den Zusammenhang zwischen Anwendungen erkennen zu können. Allerdings verfahren derzeit nur 31 % der Einzelhandelsunternehmen nach soliden DevSecOps-Prinzipien.

„Unternehmen aus dem Einzelhandel müssen sich stärker um ein effektives Schwachstellenmanagement bemühen“, sagt Shah. „Im cloud-nativen Umfeld muss das Schwachstellenmanagement unbedingt die gemeinsame Aufgabe der Mitarbeiter aus Entwicklung, Betrieb und Sicherheit sein. Dies lässt sich am besten durch die Kombination von Observability und Runtime-Sicherheit erreichen. Die Mitarbeiter erhalten so eine zuverlässige zentrale Informationsquelle, aus der sie die erforderlichen Antworten beziehen können.“

„Wird dieser Ansatz mit modernen KI- und Automatisierungsfunktionen ergänzt“, so Shah weiter, „sind DevSecOps-Teams besser gerüstet, um Sicherheitslücken rasch zu erkennen, Angriffe in Echtzeit abzuwehren und Sicherheitsprobleme zu beheben, noch bevor sich diese massiv auf maßgebliche E-Commerce-Anwendungen oder die Lieferkette auswirken.“

Laden Sie den [„CISO-Report 2022: Einzelhandel“](#) herunter und erfahren Sie mehr darüber.

64 % der CISOs aus dem Einzelhandel sagen, dass das **Schwachstellenmanagement schwieriger geworden ist.**

Rack Room Shoes steigert Konversionsrate um 25 %

Die digitale Transformation führt zu mehr Komplexität

Aufgrund der zunehmenden Digitalisierung ganzer Lieferketten, angefangen beim Verkaufsort, über die Lagerhaltung bis hin zur Logistik, hat sich das Tempo, in dem die digitale Transformation stattfindet, in den letzten Jahren in allen Bereichen des Einzelhandels erhöht. Nahezu ein Jahrhundert lang setzte Rack Room Shoes auf ein solides Netzwerk aus Outlet-Geschäften. Dann bekam das Unternehmen zunehmend die Konkurrenz anderer Schuheinzelhändler zu spüren, die viel früher auf den Online-Zug aufgesprungen waren. Rack Room Shoes erkannte, dass es sein Geschäftsmodell ändern und der Digitalisierung oberste Priorität einräumen musste, wenn es wettbewerbsfähig bleiben wollte.

Um die digitale Transformation anzustoßen, entwickelte das Unternehmen Online-Shops für seine Schuhmarken „Off Broadway Shoe Warehouse“ und „Rack Room Shoes“, die anfangs auf einer lokalen Bereitstellung von SAP Hybris ausgeführt wurden. Damit die Kunden noch bequemer einkaufen konnten, migrierte Rack Room Shoes im weiteren Verlauf zu einer Hybrid-Cloud-Umgebung mit SAP auf Google Cloud Platform. Damit konnten neue Funktionen leichter eingeführt und die Kundenfreundlichkeit der Webseite durch die Einbindung weiterer Plattformen und Services in den Online-Shop verbessert werden. So schossen die Verkaufszahlen zwar in die Höhe, das System wurde aber auch komplexer und eine Full-Stack-Observability ließ sich immer schwerer erzielen, was Rack Room Shoes daran hinderte, seinen Kunden einen Top-Service zu bieten.

Erweiterte Observability und KI-Unterstützung zur Umsatzmaximierung

Rack Room Shoes erkannte, dass es, wenn die Konversionsrate und der Online-Umsatz gesteigert werden sollten, den Kunden ein besserer Online Einkauf ermöglicht werden musste. Dazu musste das Unternehmen den Umgang mit der Komplexität

seiner Hybrid-Cloud-Umgebung neu überdenken. Nachdem Rack Room Shoes die Angebote auf dem Markt ausgewertet hatte, entschied sich die Firma für Dynatrace. Ausschlaggebend hierfür waren die damit mögliche Full-Stack-Observability und die KI-Unterstützung, die Rack Room Shoes als maßgebliche Stütze empfand, um Kundenzufriedenheit, Betriebseffizienz und Geschäftsergebnisse zu verbessern.

Dynatrace im Alltag

Bessere Geschäftsergebnisse. Dank Dynatrace wissen die Mitarbeiter von Rack Room Shoes ganz genau, wie Kunden die E-Commerce-Plattformen des Unternehmens nutzen – angefangen bei der Webseite bis hin zur nativen mobilen App. Dynatrace analysiert automatisch alle Kundenkontaktverläufe bis zu den Auswirkungen jedes einzelnen Klicks, Antippens oder Swipes. Mithilfe der einzigartigen Funktionen von Dynatrace Session Replay, mit dem sich Benutzersitzungen wie ein Film Revue passieren lassen, können die Mitarbeiter herausfinden, wie sich Useritzungen verbessern lassen. Dies hat zu einer Steigerung der Konversionsrate um 25 % geführt.

Teamübergreifende Zusammenarbeit. Werden die mit digitalen Umgebungen gewonnenen Erfahrungswerte und Geschäftsanalysen mit Full-Stack-Observability-Kennzahlen in Zusammenhang gesetzt, verbessert sich auch die Zusammenarbeit zwischen den für IT, DevOps und digitale Umgebungen zuständigen Teams. Das Ergebnis sind eine deutlich höhere Effizienz und eine Zeitersparnis von nahezu 30 %, dank der diese Teams nun mehr Zeit für kundenorientierte Projekte haben, die sie dann auch schneller durchführen können.

Enorme Produktivitätssteigerung durch KI-Unterstützung. Davis® liefert Rack Room Shoes in Echtzeit äußerst genaue und aussagekräftige Informationen zu Performance-Problemen. Warnmeldungen informieren über die Grundursache der aufgetretenen Anomalien, reduzieren Fehlalarme und sorgen für reibungslose Kundenkontaktverläufe bei Rack Room Shoes. So können die IT-Mitarbeiter

ihre Zeit da investieren, wo es am nötigsten ist, und Innovationen in anderen Bereichen des Unternehmens schneller umsetzen.

„Im Einzelhandel ist es heutzutage unerlässlich, aus Besuchern der Webseiten treue Kunden zu machen. Dynatrace hilft uns, schnell zu erkennen, was wir tun müssen, um die Kundenzufriedenheit zu steigern und so mehr Verkäufe zu erzielen“, sagt Kevin McNall, Leiter für digitale Projekte und Prozesse bei Rack Room Shoes.

Das Besondere an Dynatrace

Wir alle benötigen Software, die perfekt funktioniert. Dynatrace® kombiniert daher Observability-, AIOps- und Anwendungssicherheitsfunktionen in einer einheitlichen Plattform, um Teams präzise Antworten und intelligente Automatisierungsoptionen anzubieten, die sie zur Schaffung außergewöhnlicher digitaler Erlebnisse in großem Umfang benötigen. Mit unserem umfassenden, von uns als „Cloud Done Right“ bezeichneten Observability-Ansatz, können Unternehmen weltweit die Cloud-Komplexität meistern, Innovationen beschleunigen und in modernen Cloud-Umgebungen mit weniger Aufwand mehr erreichen.

„Dynatrace hilft uns, schnell zu erkennen, was wir tun müssen, um die Kundenzufriedenheit zu steigern und so mehr Verkäufe zu erzielen.“

– **Kevin McNall,**

Leiter für digitale Projekte und Prozesse bei
Rack Room Shoes

Dynatrace (NYSE: DT) sorgt dafür, dass Software weltweit perfekt funktioniert. Unsere einheitliche Software-Intelligence-Plattform kombiniert umfassende und tiefgreifende Observability-Funktionen, kontinuierliche Runtime Application Security mit den fortschrittlichsten AIOps, um Antworten und intelligente Automatisierung aus großen Datenmengen zu liefern. Dies ermöglicht es innovativen Unternehmen, ihren Cloud-Betrieb zu modernisieren und zu automatisieren, Software schneller und sicherer bereitzustellen und makellose digitale Umgebungen zu gewährleisten. Wenn es darum geht, die digitale Transformation voranzubringen, vertrauen die größten Unternehmen der Welt aus diesem Grund auf Dynatrace®.

Sie möchten wissen, wie auch Sie die Komplexität der Cloud meistern und die Produktivität Ihrer Digitalteams maximieren können? Das zeigen wir Ihnen gerne: Registrieren Sie sich für eine

