

Unterstützen Sie digitale
Performance und
überragende Customer
Experiences durch ein
neues Modell für APM



Die Höhen und Tiefen bei Initiativen für die digitale Transformation

Projekte für die digitale Transformation sind omnipräsent ...



68 %

der CEOs befürworten heute die digitale Transformation, verglichen mit nur 33 % im Jahr 2007.¹

... aber die meisten könnten scheitern.
IDC glaubt, dass



70 %

der isolierten Initiativen für die digitale Transformation scheitern werden – weil Zusammenarbeit, Integration, Beschaffung oder Projektmanagement unzureichend sind.²

**Wie überwinden Sie die Kluft?
Durch Konzentration auf die
Customer Experience.**



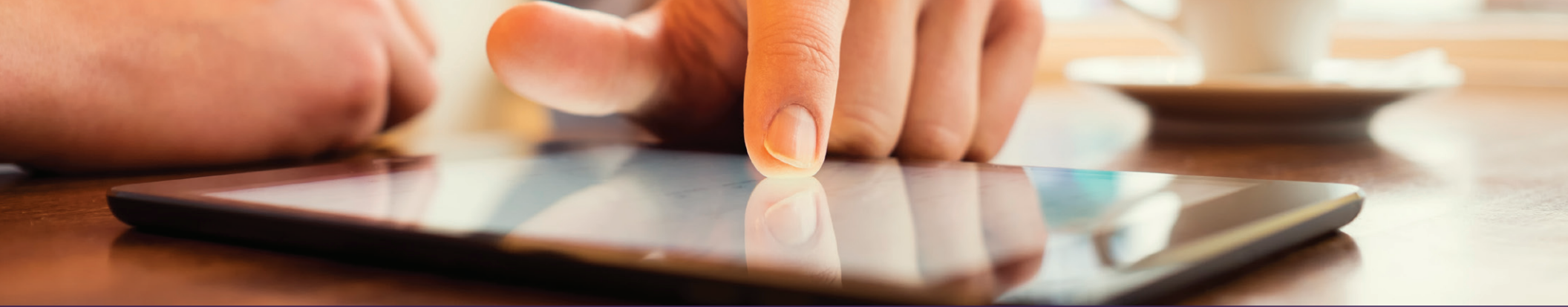
83 %

der befragten Verbraucher finden, dass eine positive Customer Experience mit einer Marke wichtiger ist als das eigentliche Produkt.³

¹ PwC: „2017 Global Digital IQ® Survey: 10th Anniversary Edition“, 2017

² Bill Keyworth, Jeff Rivkin: „2016 IDC FutureScape CIO Agenda Prediction 4“, November 2015, IDC#US40550115

³ Lithium: „The Path to Happy Customers“, von Lithium beauftragte Onlinestudie, durchgeführt von Harris Poll vom 28.–30. Dezember 2016 unter 2.032 Erwachsenen im Alter von mindestens 18 Jahren in den USA und 1.006 Erwachsenen in Großbritannien



Noch nie war es so schwierig, eine überragende Experience zu liefern

Um wirklich für Interesse bei Kunden sowie für deren Bindung zu sorgen, müssen Ihre Apps und Services eine zuverlässige Experience liefern, auf veränderliche Kundenanforderungen skalieren und regelmäßig Innovationen bringen.

Deshalb brauchen Sie Methoden, um Messdaten zu erheben, die wirklich wichtig sind: Interaktion, Kundentreue und Zufriedenheit. Außerdem ist es wichtig, dass Sie Agilität mit Qualität ergänzen und Application Performance für alle zum obersten Ziel machen – vom Unternehmen über das Marketing bis zur IT. Und schließlich müssen Sie Ihr Geschäft zukunftsfest machen, indem Sie schnellstmöglich neueste Technologien und Innovationen einführen, die die Erwartungen von Kunden erfüllen und übertreffen.

Es gibt eine Reihe von Gründen, die das Erreichen dieser Ziele zur Herausforderung machen. Wenn zum Beispiel Entwickler durch die Einführung von Microservices, Cloud-Technologien und Containern den Anwendungslebenszyklus modernisieren, um so Innovation zu beschleunigen, ist es für DevOps-Teams zunehmend schwieriger, sowohl die Transparenz für alle relevanten Services und Geräte im Back End aufrechtzuerhalten als auch Performancelevels zu gewährleisten, die eine perfekte Customer Experience im Front End unterstützen. Dazu kommt, dass diese neuen verteilten Umgebungen sehr viel mehr bewegliche Teile beinhalten und dadurch traditionelle Performancemessungen obsolet gemacht haben.

Ergebnis dieser Komplexität: Wenn die Interaktion in einer Anwendung leidet, kann es schwierig sein, unter all den vernetzten Komponenten die eigentliche Ursache zu lokalisieren. Sind es die Inhalte? Ist es die Benutzeroberfläche? Vielleicht ein Absturz, Bug oder eine Störung? Wenn wir auf diese Fragen Antworten erhalten wollen, stehen wir vor der nächsten Herausforderung: organisatorische Koordination.



Warum eine „gemeinsame Sprache“ entscheidend ist

Wenn man betrachtet, was in die typische digitale Initiative einfließt, präsentiert sich das Bild oft so: Marketing und Design sind für die Gestaltung der Customer Journey verantwortlich, Entwickler und Programmierer sollen Innovation in die Anwendung integrieren, und Techniker müssen eine Umgebung überwachen und aufrechterhalten, in der die App die von Ihnen und Ihren Anwendern erwartete Performance bringt. [Weiter >>](#)



Das Problem der meisten Unternehmen ist, dass diese Gruppen isoliert arbeiten, mit eigenen Daten, Messgrößen und Tools. Kurz: Sie sprechen nicht dieselbe Sprache. Wenn mit der App etwas schief läuft, können sie leicht die Verantwortung von sich weisen und andere Gruppen beschuldigen.

Nehmen wir zum Beispiel den Fall, dass der Support einen Anwendungsfehler entdeckt, der sich auf Kunden auswirken könnte. Anhand seiner Daten und Tools kann er das Problem feststellen, aber nur schwer ermitteln, welcher Service, Container oder Code es verursacht hat. Denn das kann nur aus der Perspektive einer App heraus erfolgen. Daten müssen mitsamt ihrem Kontext erhoben und von Entwicklungs- und Anwendungsteams mit weiteren Informationen korreliert werden.

Wenn man diese Herausforderungen zur bereits erwähnten Technologiekomplexität hinzurechnet, erstaunt es nicht, dass so viele Unternehmen nicht die Einblicke gewinnen können, die zur Maximierung der Application Performance nötig sind – von UI und Codelevel bis zu Back-End-Systemen und allem, was dazwischen liegt.



Die gute Nachricht ist, dass 93 % der Unternehmen glauben, sie können ihre Messung der Customer Experience auf allen digitalen Kanälen verbessern, was bedeutet, sie sind für eine bessere Methode bereit.⁴ Die Frage ist: welche?

⁴ Vanson Bourne im Auftrag von CA Technologies: „Entwickeln einer besseren digitalen Experience“, 2016

Durch Analysen und Performance zu Koordination gelangen

Um die beste aller möglichen Customer Experiences zu liefern, brauchen Sie Einblicke in die operative Performance von Mobile bis Mainframe – und in Anwenderverhalten, etwa Abbruchraten, meistgeklickte Seiten, Datenflüsse und Nutzung der Anwendung.

Anders formuliert, brauchen Sie die operativen „Inside-out“-Daten und die „Outside-in“-Informationen zum Anwenderverhalten. Und um die Teams von Marketing, Entwicklung und Operations zu koordinieren, brauchen Sie Analysen, die diese Daten in eine gemeinsame Sprache und in Messdaten übertragen, die jede Partei verstehen und für die sie verantwortlich gemacht werden kann.

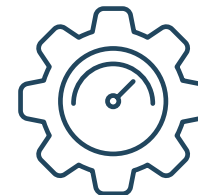
Wenn Sie dank Analysen und Performance eine solche Koordination herbeiführen können, können Sie:



Customer Journey und
Interaktion optimieren



Die Zuverlässigkeit von Anwendungen
und die digitale Performance
verbessern



Anwendungsinnovation
beschleunigen



Customer Journey und Interaktion optimieren



Um die Customer Journey zu optimieren, müssen Sie zunächst nachvollziehen, wie Anwender in den unterschiedlichen Channels interagieren.

Die richtige Lösung für digitale Performance liefert Einblicke in Abbruchraten, Kundenbindungsraten, Anwendersessions sowie Nutzungs-Heatmaps, damit Sie sehen können, welche Bereiche ihrer App interessant sind und warum. Mithilfe dieser Daten können Sie Verbesserungen in Apps, Funktionen und Code umsetzen, deren Leistung nicht optimal ist.

Darüber hinaus ist es wichtig, alle Komponenten der Omnichannel Experience zu überwachen – von Anwendungen, Geräten und Mobilfunkanbietern bis zu Infrastruktur-, Code- und Designelementen.

Mit der richtigen Lösung für digitale Performance erhalten Sie Transparenz für die durchschnittliche Kundenbindung, die durchschnittliche App-Nutzungszeit, den Standort des Kunden, seine Navigation durch die App und die Stelle des Abbruchs.

Nehmen wir zum Beispiel den Fall, dass Sie 44.000 aktive Anwender haben, die aber nur 3,6 Minuten in Ihrer App verbringen, bei einer Kundenbindungsrate von 10 Prozent. Das würde bedeuten, dass relativ viele Anwender der App nicht umfassend mit ihr interagieren oder für mehrere Sessions zurückkehren. Dementsprechend sollten die Inhalte und die Navigation durch die App überarbeitet werden.

Ein weiteres Beispiel wäre, wenn Sie nach der Einführung eines digitalen Programms für Europa feststellen, dass der Großteil des Datenverkehrs immer noch aus Nordamerika kommt. Das könnte bedeuten, dass Sie den neuen Markt noch nicht durchdrungen haben oder dass Kunden Schwierigkeiten beim Zugriff auf Ihre App haben. Durch proaktives Monitoring könnten Sie die Performance besser nachvollziehen, bevor Sie neue Versionen an internationalen Standorten bereitstellen.



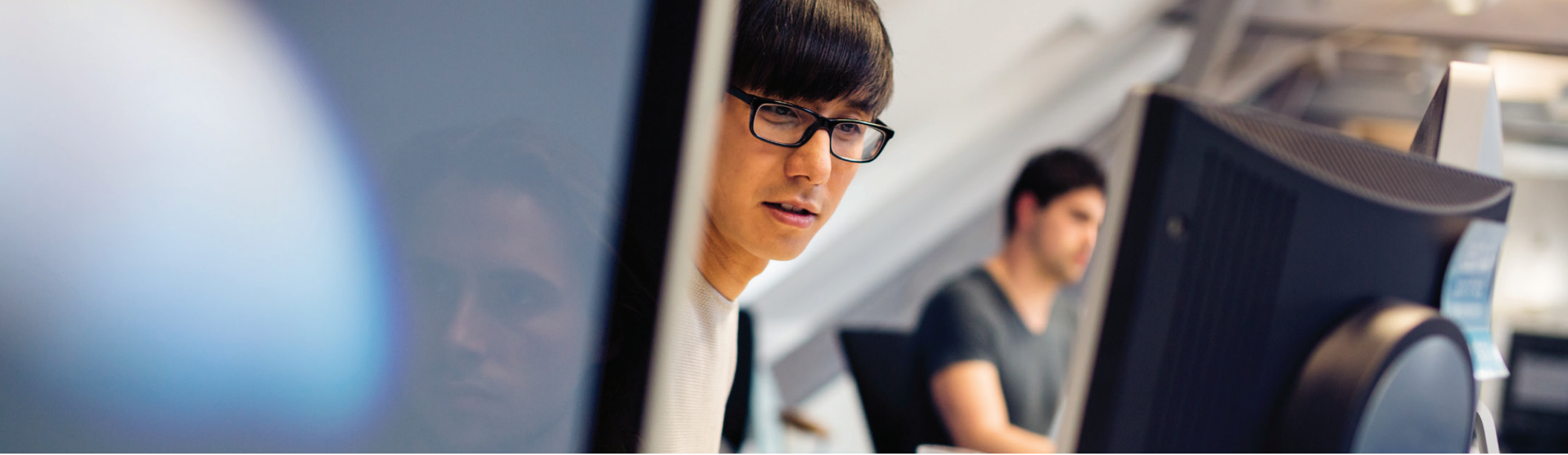
Digitale Experience und Application Performance verbessern

Hinter jedem digitalen Service steht ein komplexes Gefüge aus IT-Infrastruktur- und Anwendungsarchitekturkomponenten, die zuverlässig zusammenwirken müssen, um die erwartete User Experience zu bieten.

Die richtige Lösung für digitale Performance liefert Performanceeinblicke in komplexe, flexible und skalierbare Umgebungen, indem sie Ihnen hilft, sämtliche Elemente zu visualisieren – von Microservices über Container zu Clouds und mehr – und Performancemuster und langfristige Trends zu analysieren. Und durch intelligente Analysen und Warnungen können Sie chronisch werdende Probleme ebenso wie akute erkennen und beheben. So müssen sich Ihre Teams nicht mit Fehlalarmen und Lawinen von Warnungen plagen.

Der nächste Schritt besteht dann darin, „Inside-out“-Daten mit „Outside-in“-Performancedaten zu verknüpfen, sodass Performancelücken geschlossen werden können, die in der Anwendungsarchitektur entstehen.

Mit der richtigen Lösung für digitale Performance können Sie zum Beispiel Hunderttausende Messdaten für verschiedenste Umgebungen und Protokolle sammeln und analysieren. Sie erhalten bedarfsgerechte Performanceinformationen und können so für jede Plattform eine nahtlose User Experience bieten.



Anwendungsinnovation beschleunigen

Die Erstellung einer hochwertigen Customer Experience muss nicht auf das Release einer Anwendung und für künftige Updates gesammeltes Feedback warten.

Mit der richtigen Lösung für digitale Performance können Sie die Performance für jede Phase des Softwareentwicklungszyklus – Programmierung, Zusammenstellung, Testing und Produktion – überwachen und verbessern. Das Monitoring erfolgt somit frühzeitiger, und Sie erhalten Einblicke für eine kontinuierliche Verbesserung, noch bevor Ihr digitaler Service an den Start gegangen ist.

Ist er dann am Markt, wird die beste Lösung das Monitoring nach rechts verschieben, sodass vom Marketing über die Business-Bereiche bis zu DevOps jeder über dieselben Einblicke in die Interaktion von Anwendern mit der App verfügt – via Heatmaps, Datenflüsse und Nutzungsmuster. Dank solcher Daten können Sie Customer Journeys und Nutzungsmuster besser nachvollziehen und so einen kundenorientierteren Zyklus für kontinuierliche Innovation entwickeln, der die Interaktion fördert, die Konversionsrate erhöht und die Kundenbindungsrate verbessert.



Informationen zur Lösung von CA Technologies

CA Digital Experience Insights ist eine SaaS-Lösung für die Überwachung von digitaler Experience und Application Performance. Sie unterstützt Sie bei der Bereitstellung einer überragenden Customer Experience, da die Application Performance von „Inside out“ nach „Outside in“ verbessert werden kann. Dabei können Sie Probleme prompt identifizieren und beheben, die gesamte Application Experience für alle Channels verwalten und jeden Schritt der User Experience überwachen. Die Suite umfasst:

- **CA Application Performance Management (CA APM):** bietet proaktive Überwachung und diagnostische Einblicke in Anwendungen für Mobile Devices, Web, Cloud, Microservices, Container und Mainframe. Zum Patent angemeldete Analysen liefern Wissen in Form von unterstützten Triage-Workflows. Umfassende Diagnosen eigentlicher Ursachen bei Anwendungen in Entwicklung und Produktion vereinfachen und verkürzen das Aufspüren und Beheben von Problemen.
- **CA App Experience Analytics:** verbindet auf einzigartige Weise Anwenderverhalten mit operativer Performance und liefert intuitiv verständliche Berichte, durch die Sie die digitale Experience Ihrer Kunden insgesamt besser nachvollziehen können. Durch Nutzung dieser Einblicke zur Optimierung der Customer Journey können Sie Kunden binden und hinzugewinnen, Ihren Umsatz erhöhen, Probleme schneller beheben und dank höherer Produktivität bei der Entwicklung Innovationen schnell bereitstellen.
- **CA App Synthetic Monitor:** nutzt Monitoring für synthetische Transaktionen, um das Verhalten Ihrer Anwendung zu prüfen und zu ermitteln, wo Engpässe oder Probleme auftreten – von langen Antwortzeiten bis zu unregelmäßigem Verhalten bei Anmeldeseiten, Warenkörben und sogar APIs. Dadurch können Sie proaktiv die End-to-End-Performance von Cloud-, Mobil- und Webanwendungen verwalten und so eine überragende End User Experience liefern.

Die Lösung ist über [CA Digital Experience Insights](#) erhältlich, unsere SaaS-basierte Monitoring- und Analyseplattform für digitale Transaktionen.



Warum CA Technologies zur Überwachung von digitaler Experience und Application Performance?

Optimierte Customer Journey und Interaktion

 **1,8-mal**

Unternehmen, die sich für CA App Experience Analytics und CA APM statt für Mitbewerberlösungen entschieden haben, bewerten sich 1,8-mal häufiger als voll erfolgreich bei der Bereitstellung einer nahtlosen Experience für alle Plattformen.⁵

„CA App Experience Analytics ermöglicht uns die Einblicke in Käuferverhalten, Abstürze und Application Performance, mit denen wir proaktiv alle auftretenden Vorfälle beheben und die digitale Customer Experience insgesamt verbessern können.“

– Francisco Guirado, IT Monitoring Manager, Produban (IT Division der Santander Gruppe)



⁵ Vanson Bourne im Auftrag von CA Technologies: „Entwickeln einer besseren digitalen Experience“, 2016



Warum CA Technologies zur Überwachung von digitaler Experience und Application Performance?

Verbesserte digitale Experience und Application Performance



84 %

der IT-Abteilungen sind der Meinung, dass CA App Synthetic Monitor ihnen hilft, die App Performance proaktiv zu managen, um eine optimale User Experience zu gewährleisten.⁶



86 %

der befragten IT-Abteilungen konnten mit CA App Experience Analytics ihre Application Performance um 15 bis 35 Prozent verbessern.⁷




⁶ Umfrage von TechValidate unter 43 Anwendern von CA Technologies Application Synthetic Monitor, 21. Juni 2016: <https://www.techvalidate.com/product-research/ca-application-performance-management/facts/C42-3EC-151>

⁷ Umfrage von TechValidate unter 7 Anwendern von CA App Experience Analytics, 10. März 2017: <https://www.techvalidate.com/product-research/ca-application-performance-management/facts/195-A1B-57A>



Warum CA Technologies zur Überwachung von digitaler Experience und Application Performance?

Beschleunigte Anwendungsinnovation

 **2,3-mal**

Unternehmen, die sich für CA App Experience Analytics und CA APM statt für Mitbewerberlösungen entschieden haben, bewerten sich 2,3-mal häufiger als voll erfolgreich bei der Verkürzung der Markteinführungszeit für neue Apps und Produkte.⁸

CA APM hat die Produktivität von Entwicklern um 15 Prozent erhöht und über einen Zeitraum von drei Jahren Einsparungen von mehr als 5,3 Millionen US-Dollar ermöglicht.⁹

⁸ Vanson Bourne im Auftrag von CA Technologies: „Entwickeln einer besseren digitalen Experience“, 2016

⁹ Forrester Research: „The Total Economic Impact of APM“, April 2017

Sind Sie bereit zur Unterstützung digitaler Performance und perfekter Customer Experiences Ihrer Apps und Services?

Beginnen Sie jetzt mit einer kostenlosen 30-Tage-Testversion von CA Digital Experience Insights.

CA Technologies (NASDAQ: CA) entwickelt Software, die Unternehmen bei der Umstellung auf die Application Economy unterstützt. Software steht in allen Branchen und in allen Unternehmen im Mittelpunkt. Von der Planung über die Entwicklung bis hin zu Management und Security arbeitet CA Technologies weltweit mit Unternehmen zusammen, um die Art, wie wir leben, Transaktionen durchführen und kommunizieren, neu zu gestalten – ob mobil, in der privaten oder öffentlichen Cloud oder in verteilten Systemen oder Mainframe-Umgebungen. Weitere Informationen finden Sie unter ca.com/de.

Copyright © 2017 CA, Inc. Alle Rechte vorbehalten. Alle Marken, auf die hier verwiesen wird, sind Eigentum der jeweiligen Unternehmen. Dieses Dokument dient ausschließlich zu Informationszwecken ohne jegliche Gewährleistung. Die hier dargestellten Informationen und Ergebnisse basieren auf den Erfahrungen des jeweiligen Anwenders mit den erwähnten Softwareprodukten in einer Reihe von Umgebungen, von denen einige möglicherweise Produktionsumgebungen sind und andere nicht. Die bisherige Performance der Softwareprodukte in diesen Umgebungen ist nicht unbedingt maßgeblich für die künftige Performance solcher Softwareprodukte in identischen, ähnlichen oder anderen Umgebungen. CA übernimmt für die Genauigkeit oder Vollständigkeit der Informationen keine Haftung. Soweit nach anwendbarem Recht erlaubt, stellt CA dieses Dokument im vorliegenden Zustand ohne jegliche Gewährleistung zur Verfügung; dazu gehören insbesondere stillschweigende Gewährleistungen der Markttauglichkeit, der Eignung für einen bestimmten Zweck und der Nichtverletzung von Rechten Dritter. In keinem Fall haftet CA für Verluste oder unmittelbare oder mittelbare Schäden, die aus der Verwendung dieses Dokuments entstehen; dazu gehören insbesondere entgangene Gewinne, Betriebsunterbrechung, Verlust von Goodwill oder Datenverlust, selbst wenn CA über die Möglichkeit solcher Schäden informiert wurde.