

# Warum die Customer Experience für jeden in der Application Economy so wichtig ist

Das demokratisierte Management der User Experience ist die Zukunft für das Application Performance Management.

## Inhaltsverzeichnis

---

Kurzfassung	3
<hr/>	
<b>Abschnitt 1:</b>	<b>4</b>
Software ist zum Aushängeschild Ihres Unternehmens geworden	
<hr/>	
<b>Abschnitt 2:</b>	<b>7</b>
Die Notwendigkeit zur Demokratisierung des Application Performance Management	
<hr/>	
<b>Abschnitt 3:</b>	<b>11</b>
Was ist der Erfolg?	
<hr/>	
<b>Abschnitt 4:</b>	<b>15</b>
Fazit	

# Kurzfassung

---

## Ausgangssituation

Heute sind die meisten Interaktionen digital. Daher stellen die Erfahrungen, die Sie Ihren Kunden mit Ihren Anwendungen ermöglichen, häufig die wichtigsten Erfahrungen dar, die Ihre Kunden im Rahmen geschäftlicher Aktivitäten mit Ihnen machen. Die Entwicklungsfähigkeit Ihrer Marke hängt stark von der Qualität der Erfahrungen mit Ihren Anwendungen ab – ob auf PCs, Notebooks, Tablets, Telefonen oder bald auch auf Wearables. CIOs und Führungskräfte müssen also wissen, wie sie die von Benutzern erwarteten Anwendungserfahrungen bieten können.

---

## Chancen

Wenn die richtigen Application Performance Management-Funktionen implementiert sind, können CIOs proaktiv mögliche Problemfelder identifizieren und korrigieren, bevor bei den Kunden Probleme auftreten. Die Chance, überragende Erfahrungen mit der Performance und der Anwendung anzubieten, besteht allerdings nur für die CIOs, die über eine Möglichkeit verfügen, die richtigen Daten zur Application Performance zu finden und an die richtigen internen Experten weiterzugeben, damit diese schnell und proaktiv handeln können.

---

## Nutzen

Die CIOs, die mit den erforderlichen Schritten die notwendigen wichtigen Performanceinformationen gewinnen und diese Daten an Führungskräfte, CIOs, Development-, Qualitätssicherungs- und Testing-Teams sowie operative Einheiten weitergeben – oder sie demokratisieren – können, sind die CIOs, die ihr Unternehmen voranbringen. Denn diese CIOs ermöglichen Erfahrungen, die zu zufriedenen Kunden führen, die den Umsatz steigern und die für Kundenbindung sorgen.

## Abschnitt 1:

# Software ist zum Aushängeschild Ihres Unternehmens geworden

Seit Jahren hören wir von den Verheißungen des allgegenwärtigen Computing und der Entstehung der Application Economy. Durch die schnellen Fortschritte beim Mobile Computing stehen wir endlich kurz vor der Erfüllung der Vision von stets verfügbarem Computing und Zugriff auf Anwendungen. Wenn Sie sich zudem die gewaltigen Trends bei universellem Breitband, Mobile Computing und der verbreiteten Nutzung agiler Entwicklungs- und IT-Managementprozesse ansehen, verstehen Sie, warum so viele Unternehmen erfolgreich mehr Anwendungen auf einem begierigen Markt anbieten können als früher.

Was bedeutet dies für CIOs, die ihren Unternehmen zu Wettbewerbsfähigkeit in der sehr agilen Application Economy verhelfen möchten? Es bedeutet, dass die Qualität der Anwendungen, die das Unternehmen erstellt, und die Performance dieser Anwendungen entscheidend für die Qualität der digitalen Customer Experience sind. Jedes Unternehmen muss sich selbst als Softwareunternehmen sehen. Denn heute werden Unternehmen schnell durch Software transformiert. Gegenwärtig hat die Application Economy Einfluss auf jede Branche. Egal welche Branche Sie nennen, Software verwandelt sie. *Gartner-Analyst Mark Raskino meint kurz und bündig: „2014 müssen sich CEOs darauf konzentrieren, ihre Organisationen so zu führen, dass sie mehr wie „IT“-Unternehmen denken und handeln, denn in einigen Jahren werden digitale geschäftliche Funktionen alle Branchen beherrschen. Es muss dringend gehandelt werden, da der Vorteil, der Erste zu sein, im digitalen Business sehr wichtig ist und Marktfolger sehr schnell sein müssen.“<sup>1</sup>*

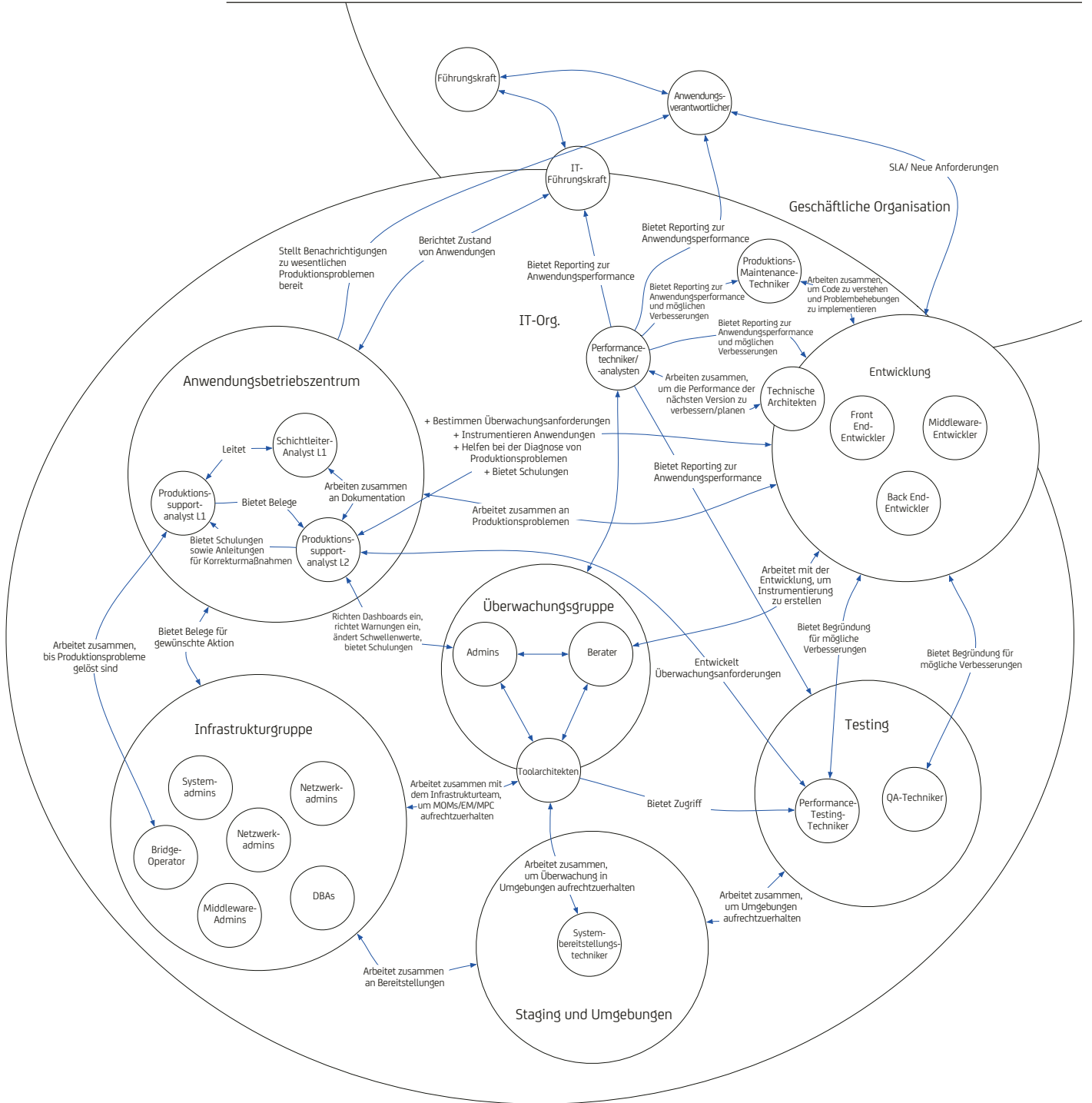
Das ist absolut richtig. Mit der zunehmenden Abhängigkeit von Anwendungen ist es so wichtig wie nie, dass Unternehmen die End User Experience mit Anwendungen in allen Umgebungen – physisch, virtuell, Cloud und Mainframe – überwachen und steuern. Möglicherweise ist das der Grund für die Zunahme von Investitionen in Technologien zur Überwachung der Application Performance. Das ist absolut richtig. Möglicherweise ist das der Grund für die Zunahme von Investitionen in Technologien zur Überwachung der Application Performance. *Nach Gartner „Enterprise Software Markets, Worldwide, 2011-2018, 2Q14 Update“ wächst der Markt für IT-Operations-Software von 2,6 Milliarden US-Dollar im Jahr 2014 auf 3,7 Milliarden US-Dollar im Jahr 2018.<sup>2</sup>*

Trotz dieser Investitionen profitieren die meisten Unternehmen nicht von den Vorteilen ihrer Anstrengungen beim Application Performance Management. Zu häufig sind die eingesetzten Tools für das Performance Management sowie die darin enthaltenen Informationen und die Fachkenntnisse zu deren Nutzung zentralisiert, und das riesige Daten-Repository zur Performance ist nur für wenige ausgewählte „erfahrene Benutzer“ abrufbar.

Da heute jedoch so viele Anwendungen unabhängig von der IT entwickelt werden, ist dieser Ansatz veraltet. Wenn die Anzahl der verwendeten Anwendungen zunimmt und diese Anwendungen auf Mobile Devices weit verteilt sind, ist ein zentralisiertes Modell für das Application Performance Management ungeeignet. Die Ursache ist, dass Anwendungen viel schneller geändert werden als noch vor wenigen Jahren. Die Komplexität ist größer, aber in Unternehmen stehen die Application Performance-Fachkenntnisse nicht da zur Verfügung, wo sie benötigt werden.

Die Lösung ist eine Demokratisierung der Application Performance Management-Tools, der Fachkenntnisse und der Informationen in Unternehmen, sodass auch Anwendungsverantwortliche, Supportteams, Development, Testing und andere eine hohe Performance anbieten können.

## Application Performance Management-Umfeld



## **CIOs an vorderster Front stehen unter dem Druck, das Unternehmen und die Customer Experience voranzubringen, aber die meisten IT-Abteilungen sind dafür nicht bereit.**

Was meinen wir mit dem Slogan „Business rewritten by software“, also dass Unternehmen durch Software transformiert werden? Wir meinen, dass die Qualität der Customer Experience zunehmend durch die Qualität von deren digitalen Erfahrungen definiert wird. Dadurch werden die meisten Unternehmen, ob Dienstleister, Hersteller, Händler oder Restaurants, im Grunde zu Softwareunternehmen.

Also kommt dem CIO eine entscheidende Bedeutung bei der Kundenbindung zu. Deshalb benötigen der CIO und IT-Teams die richtigen Tools, um eine optimale Customer Experience zu ermöglichen, sodass eine hohe Kundenzufriedenheit gefördert wird, der Umsatz steigt und die Kunden dem Unternehmen langfristig treu sind. Wichtig ist, schnell auf Anwendungsprobleme zu reagieren, bessere Informationen über die die Anwendungsqualität steigernden Faktoren zu besitzen und in der Lage zu sein, die Customer Experience mit Anwendungen kontinuierlich zu verbessern.

Application Performance Management ist so komplex wie nie. Heute haben Cloud- und Mobile Computing sowie Composite-Anwendungen, die über Anwendungsprogrammierschnittstellen (API) und serviceorientierte Architekturen (SOA) erstellt werden, verändert, wie die Application Performance überwacht und verwaltet wird. Durch Gespräche mit Unternehmen über die Anstrengungen beim Application Performance Management wird deutlich, dass die meisten Unternehmen versuchen, die Herausforderung zu meistern – bislang aber noch häufig ohne Erfolg. Laut einer aktuellen Studie von IDG Research Services (im Auftrag von CA) hatten nur 25 Prozent der Befragten großes Vertrauen in ihre Fähigkeiten, die Benutzererwartungen zu erfüllen. Keine beneidenswerte Position in einer Welt, in der Unternehmen auf Software angewiesen sind.

Diese Daten untermauern unser vorheriges Argument: Technologie ändert sich zu schnell, und die Methoden der Anwendungsentwicklung sowie die IT-Management-Frameworks entwickeln sich zu schnell, als dass diese zentralisierten Teams mithalten könnten.

Eine der größten Herausforderungen ist, dass die Führungskräfte der IT und des Unternehmens Schwierigkeiten dabei haben, einen Überblick über die Customer Experience aus allen Bereichen zu erhalten, um darauf aufbauend für die optimale Customer Experience zu sorgen. Leider ist in zu vielen Fällen das IT-Team der Meinung, alles wäre in Ordnung, obwohl es sich aus der Kundenperspektive ganz anders darstellt.

Die IT-Mitarbeiter stellen nicht absichtlich falsche Behauptungen auf. Das tun sie nicht. Sie messen aber häufig die falschen Dinge. Sie messen die System-Workloads und Antwortzeiten von Servern und Datenbanken. Damit kann viel erreicht werden, jedoch sind die Ergebnisse für die heutige Situation beklagenswert unzureichend. Unternehmen können sich nicht einfach auf Geschwindigkeiten und Workloads konzentrieren, um ein genaues Bild der Customer Experience zu gewinnen.

Alle Teile des Unternehmens, nicht nur die erfahrenen IT-Benutzer, benötigen Einblicke in die Erfahrungen bestimmter Kunden- und Benutzersegmente sowie die Erfahrungen einzelner Benutzer. Die digitalen Erfahrungen müssen die Kundenerwartungen nicht nur erfüllen, sondern übertreffen. Und im Gegensatz zu gängigen Methoden für das Application Performance Management beginnt die Messung bei der Customer Experience. Ausgehend davon werden dann auch die Anwendungen und die unterstützende Infrastruktur untersucht.

Im Hinblick auf die User Experience müssen CIOs und deren Teams das Application Performance Management in einen strategischen Vorteil verwandeln. Einen Vorteil, der höchste Umsätze durch Informationen fördert, die mithilfe der richtigen Benutzeranwendungsanalysen gewonnen werden, für die die Customer Experience genau visualisiert wird.

---

## Abschnitt 2:

# Die Notwendigkeit zur Demokratisierung des Application Performance Management

Warum ist es so wichtig, sich zuerst auf die User Experience zu konzentrieren? Zwar ist es richtig, dass sich die User Experience aus den zugrunde liegenden Unternehmensanwendungen, Services und der Infrastruktur zusammensetzt. Sie können diese individuellen Komponenten aber nicht messen und erwarten, ein genaues Bild der End User Experience zu erhalten. Denn es heißt ja, die Gesamtheit ist mehr als die Summe der einzelnen Teile.

Beispielsweise ist es durchaus möglich, dass Mainframe, Datenbank, Netzwerk und Webserver jeweils eine Performance von 100 Prozent angeben, die Performance für bestimmte Benutzeranforderungen dagegen sehr schlecht ist. Die Ursache könnte ein abgestürzter Service auf dem Server oder eine spezielle Datenbankabfrage bzw. eine beliebige sonstige Komponente sein, die nicht richtig funktioniert.

Solche Probleme können nur durch die Analyse der Business Service-Performance identifiziert werden. Und dies ist wiederum die einzige Möglichkeit, die Auswirkungen schlechter Software- und Systemperformance auf das Unternehmen zu verstehen.

Wenn die richtigen Application Performance Management-Funktionen implementiert sind, können Unternehmen die Personen bestimmen, die mit einer Site oder Anwendung in idealer Weise interagiert haben, und diejenigen, die negative Erfahrungen gemacht haben. Mithilfe solcher Messungen können IT-Manager die technischen Details darstellen und genau untersuchen, warum einige Benutzer optimale Erfahrungen gemacht haben und was gegenteilige Erfahrungen bei anderen ausgelöst hat.

Leider haben die meisten Unternehmen diese Funktionen nicht eingerichtet. Sie reagieren auf ausgefallene Anwendungen oder einen schlechten Transaktionsdurchsatz, nachdem solche Probleme negative Auswirkungen auf die Benutzer hatten. Sobald ein Problem gelöst wurde, tritt in gleicher Weise das nächste auf. Das ist der normale Verlauf. Es gibt keine Möglichkeit, die ersten Anzeichen solcher Arten von Fehlern zu identifizieren und zu beheben, bevor sie zu Störungen für die Benutzer werden.

In dieser neuen Application Economy sind die Application Performance Management-Daten und die damit gewonnenen Informationen über die Customer Experience nicht nur für erfahrene IT-Benutzer gedacht. Führungskräfte benötigen Zugriff auf diese Informationen, damit sie einen Eindruck von der Performance wichtiger Business Services erhalten und bei Bedarf für Verbesserungen sorgen können. Wenn Software die Basis von Unternehmen ist, müssen zudem Geschäftsbereichsleiter und Anwendungsverantwortliche enger mit Entwicklern zusammenarbeiten, um die gewünschte Qualität von Transaktionen zu definieren.

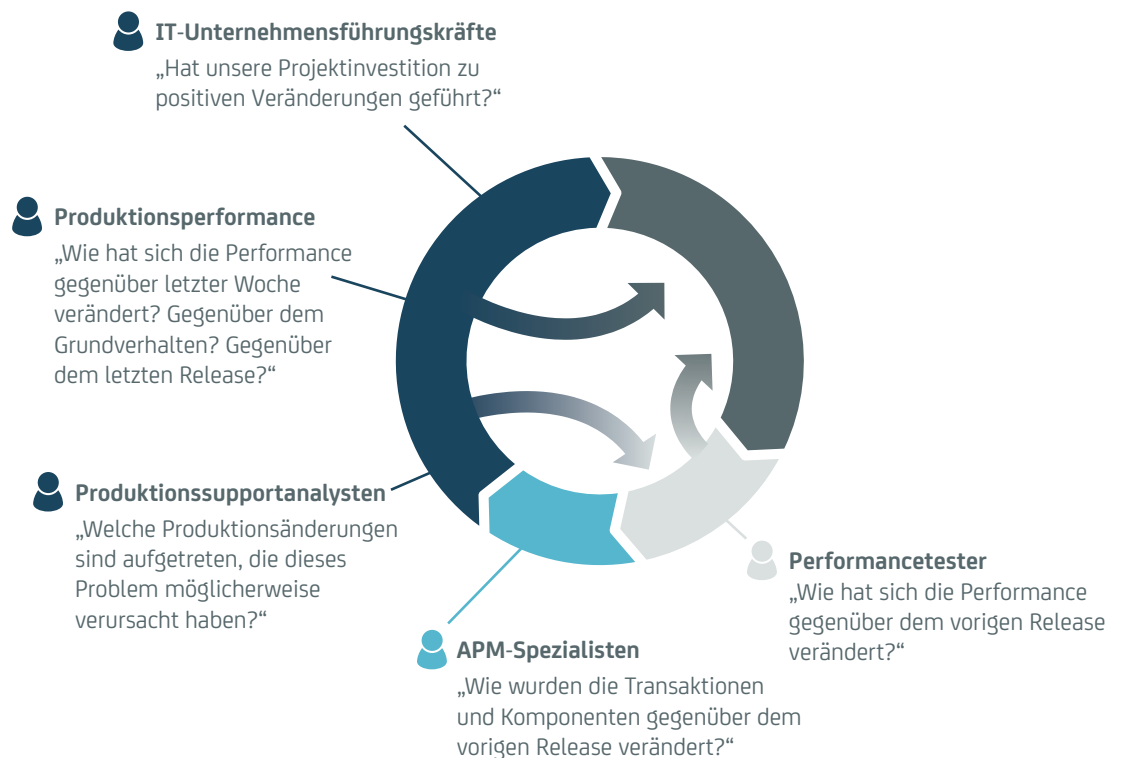
Glücklicherweise haben wir durch die Kommunikation mit Kunden gelernt, wie CIOs in die Lage versetzt werden können, die Kundenzufriedenheit in der heutigen Application Economy zu steuern, zu messen und zu verbessern:

### Erfolgreiche Unternehmen setzen auf kontinuierliche Überwachung.

Heute werden in mehr Unternehmen kontinuierliche Entwicklung und Überwachung sowie DevOps-Methoden genutzt. Und das aus gutem Grund: So können die Geschäftsflexibilität gesteigert und Unternehmen wettbewerbsfähiger gemacht werden. Application Performance Management ist sogar noch wichtiger, wenn Unternehmen flexiblere Entwicklungsmethoden und Organisations-Frameworks wie DevOps einführen.

Das IT-Testing von Anwendungen auf Fehler, Sicherheitsprobleme und Performancequalität am Ende des Wasserfallzyklus hat (irgendwie) funktioniert, als Anwendungen selten geändert wurden. Inzwischen entwickeln sich sogar Tier-1-Anwendungen viel schneller als noch vor wenigen Jahren, und ständig werden neue Anwendungen mit iterativen Verbesserungen aktualisiert. Development- und Operations-Teams passen sich an diese flexibleren Strukturen an, und daher muss auch der Aufwand für Überwachung und Performance entsprechend sein.

### Sechs Arten von Informationen, die verschiedene Rollen im Entwicklungszyklus von Software für das Verständnis von Veränderungen benötigen





Eine vorrangige Sorge beim Wechsel zu DevOps sowie zu kontinuierlicher Verbesserung und Entwicklung ist, dass Unternehmen mit einem noch nicht ausgereiften Ansatz für das Application Performance Management erfolgreich die Häufigkeit erhöhen müssen, mit der Anwendungen aktualisiert werden. Leider werden viele dabei scheitern, die Performance der Anwendung wirklich zu verbessern. Tatsächlich wird die Häufigkeit von Vorfällen aufgrund schlechter Performance zunehmen und die Benutzerfreundlichkeit der Anwendung rapide abnehmen. In diesen Fällen wird die zunehmende Automatisierung zu einem Multiplikator für schlechte Performanceergebnisse. Und das ist nicht gut.

Um hier erfolgreich zu sein, müssen wesentliche Leistungsindikatoren (KPIs) für die Anwendung vom Unternehmen festgelegt werden. Solche auf Erfahrungen basierenden KPIs werden dann durch automatisiertes Testing und kontinuierliche Performanceüberwachung erzwungen. Im Allgemeinen arbeitet die IT-Abteilung ohne solche Informationen von Geschäftsbereichsleitern in einem Vakuum. Sie besitzt zahllose Informationen, verfügt aber über keine echten Qualitätskriterien, die für ein Verständnis des End User-Kontexts dieser Informationen erforderlich sind. Durch die richtigen auf User Experience basierenden KPIs wird diese Herausforderung bewältigt.

### **Führende CIOs gehen über funktionsbezogene Anforderungen hinaus.**

User Experience ist zwar „keine funktionsbezogene Anforderung“, deshalb aber nicht weniger wichtig. Während funktionsbezogene Anforderungen getestet werden, um sicherzustellen, dass alle für die Anwendung vorgesehenen Funktionen auch tatsächlich vorhanden sind, geschieht dies selten im Hinblick auf Performance und User Experience. Es sollte aber anders sein.

Wenn Unternehmen wettbewerbsfähig sein sollen, kosteneffektiv ihr Anwendungsportfolio verwalten möchten und sicherstellen wollen, dass ihre Mitarbeiter möglichst produktiv sind, müssen Performance und User Experience schon im Design berücksichtigt werden.

Werden diese Attribute während des Anwendungsdesigns berechnet, wird die Performance tatsächlich verbessert. Sollten dann Probleme in der Testing-Phase auftreten, können sie zu dem Zeitpunkt leicht behoben werden.

### **Vorausdenkende Unternehmen achten auf benutzerorientierte KPIs.**

Wie bereits erwähnt, ist es entscheidend, KPIs auszuwählen, die für den Benutzer wichtig sind. Zudem muss der Kontext berücksichtigt werden, in dem der Benutzer arbeitet. IT-Teams neigen dazu, das zu überwachen, was ihrer Einschätzung nach wichtig wird, und nicht unbedingt das, was für das Unternehmen tatsächlich wichtig ist. Der Trick besteht darin, die Komponenten zu identifizieren, die den größten Einfluss auf den Benutzer haben – und schon verbessert sich die User Experience.

Dies bedeutet üblicherweise den Schwerpunkt der KPIs von der System- und Computing-Aktivität auf die eigentliche Benutzer- und Geschäftsaktivität zu verlagern und dort Prioritäten zu vergeben.

In einem einfachen Beispiel eines Online-Stores beziehen sich viele Messdaten auf Einkäufe. Fragen nach der Dauer bis zur Aktualisierung des Einkaufswagens oder nach der Dauer für die Verarbeitung eines Einkaufs sind Teil eines sehr domänenspezifischen Workflows. Und es sind Fragen, die für Benutzer und Kunden tatsächlich relevant sind.

Eine internationale Spedition hat diese Überlegungen von vornherein angestellt. Statt System-Workloads und andere IT-Indikatoren zu betrachten, haben sie festgestellt, dass sie eigentlich darauf achten sollten, wie lange die Erzeugung von Versandetiketten dauert. Die Spedition hat herausgefunden, dass durch die Analyse der Rate, mit der neue Verfolgungsnummern erzeugt werden, Minute für Minute die eigene Performancenachfrage auf der Site während eines Tages erhöht wurde.

Wenn die Menge gedruckter Versandetiketten plötzlich zurückgeht, sucht die Spedition nach anderen Indikatoren, um zu ermitteln, welcher Teil des Prozesses unterbrochen wurde, und stellt diesen Service dann schnell wieder her. Wenn umgekehrt die Menge gedruckter Etiketten plötzlich stark zunimmt, kann die Spedition Maßnahmen ergreifen, um die Kapazität zu steigern.

### Demokratisieren Sie den Zugriff auf die wirklich wichtigen KPI-Messungen.

Es ist wichtig, in den KPIs die Perspektive von Unternehmen, Operations-Mitarbeitern und Entwicklern zu berücksichtigen. Alle drei Bereiche benötigen Zugriff auf entscheidende Daten zur Application Performance und zur Customer Experience. Dies ist darin begründet, dass die IT nicht in einer Position ist, alle Aspekte einer Anwendung und deren spezifischen Kontext für den Benutzer zu verstehen. Genau deshalb zieht sich die IT sehr häufig auf Dinge wie CPU, Speichernutzung, Speicherplatz und Threadanzahl zurück, die aber für den Eindruck des Benutzers von der Anwendung ohne Bedeutung sind. Durch die Demokratisierung des Zugriffs auf Performancedaten sieht nicht nur die IT die Informationen, sondern auch Entwickler und Unternehmensverantwortliche – und beide Gruppe sind wichtig für die Customer Experience und das Unternehmenswachstum.

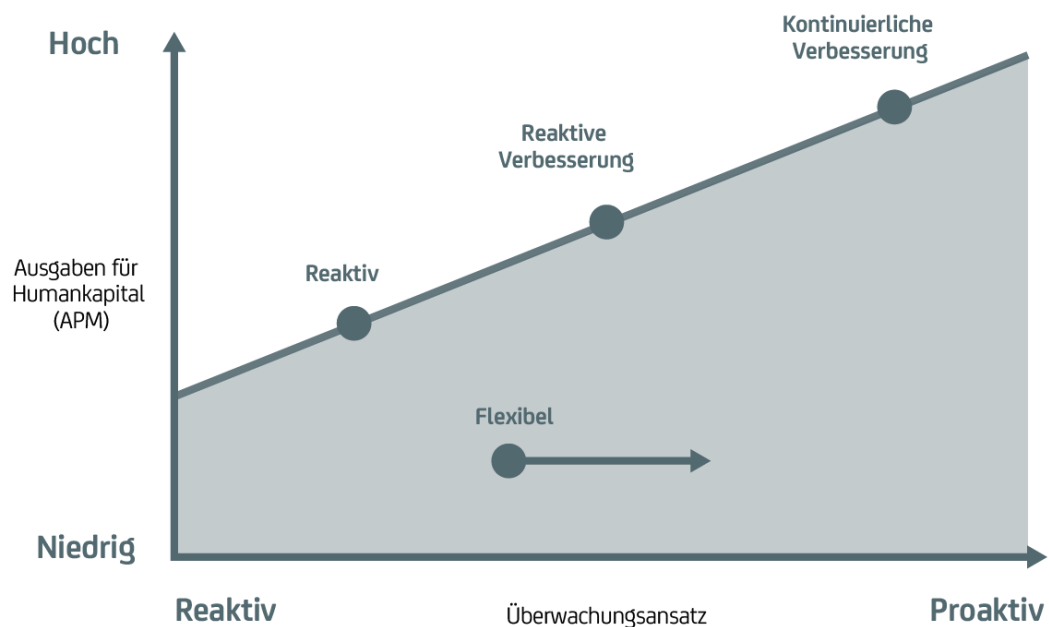


Die Customer Experience selbst wird direkt anhand von Geschäftstransaktionen gemessen. Dadurch kann das Unternehmen Prioritäten für die Bereiche vergeben, auf die ein Schwerpunkt gelegt werden soll. Zudem können die Aspekte der Anwendung ermittelt werden, die das größte Performanceproblem und die größten möglichen Auswirkungen aufweisen. Durch kontinuierliche Überwachung, Messung und Verbesserung der Erfahrungen mit der Anwendung fördern führende CIOs den Unternehmenserfolg in der Application Economy.

### Abschnitt 3:

## Was ist der Erfolg?

### Vier Organisationstypen im benutzerzentrierten Prozessreifemodell



Einfach ausgedrückt: Der Erfolg ist, dass Sie proaktiv mit Problemen bei der Application Performance umgehen, statt konstant darauf zu reagieren, und dadurch eine optimale User Experience sicherstellen. In diesen Unternehmen ist die Überwachung der Application Performance die Basis für deren fortlaufende Steigerung. Und für diese Aufgabe sind Entwickler, Operations- und QA-Mitarbeiter sowie Anwendungsverantwortliche gleichermaßen zuständig.

Bei unseren Einsätzen bei Tausenden von Unternehmen haben wir festgestellt, dass die folgenden Attribute für Unternehmen gelten, die erfolgreich die ständige Reaktion auf Probleme bei der Application Performance überwunden haben und jetzt wissen, wie sie kontinuierlich die User Experience verbessern können.

Genau das macht den Erfolg aus.

### **1. Governance ist implementiert, um eine Performancekultur aufzubauen.**

Anders als viele denken, unterliegen Geschäftsanwendungen und Services einem kontinuierlichen Lebenszyklus. Häufig wird die Idee zur Anwendung im Unternehmen geboren, an Entwickler weitergegeben, getestet und in der Produktion bereitgestellt, wo das Operations-Team die Zuständigkeit übernimmt. Üblicherweise findet das Performance-Testing (wenn überhaupt) am Ende der Testing-Phase für die Anwendung statt. Häufiger sind jedoch keine Performanceinformationen verfügbar, bis die Anwendung bereitgestellt wurde und verwendet werden kann.

Erforderlich ist die Möglichkeit, Anwendungen und Softwareservices von Beginn an im Hinblick auf Performancemessdaten zu entwickeln und dann ein Framework nutzen zu können, um diese Ziele während des gesamten Lebenszyklus zu erzwingen.

Auf diese Weise konzipieren Unternehmen Anwendungen von vornherein unter dem Gesichtspunkt der Performance. Dadurch kann das Grundverhalten besser verwaltet werden, wenn die Anwendungen und Services in der Produktion eingesetzt werden. Werden dem Softwareservice neue Leistungsmerkmale hinzugefügt, können Performanceprobleme während der kontinuierlichen Performancemessungen ermittelt werden, noch bevor Benutzer die Anwendung überhaupt sehen.

Die Unternehmen, die das Grundverhalten der Performance festlegen und Performancedaten demokratisieren, werden Erfolg haben. Sie wissen, dass für die Performancequalität und die End User Experience Führungskräfte, CIOs, Development-, Qualitätssicherungs- und Testing-Teams sowie operative Einheiten zuständig sind. Auf diese Weise stellt die erzielte Performance in der Wahrnehmung der Mitarbeiter, Partner und Kunden kein Hemmnis dar. Tatsächlich führen solche Erfahrungen zu mehr Produktivität und höherem Umsatz.

### **2. Bauen Sie eine Kultur der kontinuierlichen Performancesteigerung auf.**

Durch eine fortlaufende Überwachung, die auch die User Experience als kritische Anwendungsanforderung umfasst, die Ausrichtung an benutzerorientierten KPIs und die Bereitstellung dieser Daten für alle Beteiligten können Unternehmen eine Kultur der kontinuierlichen Performancesteigerung aufbauen. Unternehmen mit der richtigen Grundlage können die Performance kontinuierlich steigern, auch wenn keine für den End User sichtbaren Probleme auftreten.

Nachdem KPIs zur Application Performance eingerichtet wurden, können interne Verantwortlichkeiten für die kontinuierliche Verbesserung festgelegt werden. Diejenigen, die für Anwendungsdesign, Entwicklung und Operations zuständig sind, werden unter dem Gesichtspunkt beurteilt, wie sie Services monatlich und wöchentlich verbessert haben. Außerdem wird festgehalten, wie Informationen dokumentiert, umfassend weitergegeben und demokratisiert wurden, sodass die User Experience optimiert werden kann.

#### **Erfolgsgeschichte: Versicherungsunternehmen setzt APM-Daten frei und minimiert Ausfallzeiten**

Die Kosten einer schlechten Application Performance waren für diesen nationalen Anbieter von Sach- und Unfallversicherungen nicht nur theoretisch. Dieses Versicherungsunternehmen war ständig bemüht, drängende Performanceprobleme zu lösen – und hat dadurch Kunden verloren. Die Situation musste schnell bereinigt werden.

Die Firma hat eine detaillierte Analyse der IT durchgeführt, um die Ursache für die Probleme mit der Application Performance zu ermitteln und die eigentlichen organisatorischen und technischen Ursachen aufzudecken.

Das Ergebnis war, dass nicht nur Verbesserungen bei der Überwachung notwendig waren. Darüber hinaus mussten die Application Performance Management-Daten dezentralisiert und eine Kultur der Verantwortlichkeit im Zusammenhang mit der Steigerung der Application Performance aufgebaut werden.

Ein zentraler Bestandteil dieser Anstrengungen war die Implementierung der erforderlichen Ressourcen und Technologien, um die Application Performanceinformationen in idealer Weise im Unternehmen zu verteilen: an Anwendungsverantwortliche, Entwickler und Operations-Teams. Das Ergebnis war, dass das Unternehmen nicht mehr ständig akute Probleme bekämpfen musste, sondern stattdessen die Produktionsumgebung kontinuierlich verbessern und die Anzahl der Transaktionen, die abgewickelt werden können, erhöhen konnte, während gleichzeitig die dafür erforderlichen Ressourcen verringert wurden.

### **3. Erfolgreiche Unternehmen planen und budgetieren Performancesteigerungen.**

Wie Sie sehen, ist es für die Entwicklung und Umsetzung der Unternehmensvision einer hohen Leistungsfähigkeit entscheidend, dass die richtigen Personen Zugriff auf die richtigen Informationen erhalten. Mindestens genauso wichtig wie aufwändige Tools und Dashboards sind die richtigen Investitionen. Dazu gehören Investitionen in die Einrichtung konsistenter Prozesse für den Umgang mit Performanceerwartungen, die Einarbeitung von Personen, die Festlegung des richtigen Grundverhaltens für die Application Performance (aus Benutzerperspektive), die Bereitstellung der Performancedaten für alle Beteiligten und anschließend das konstante Testing dieser Schwellenwerte und ggf. erforderliche Verbesserungen.

### **4. Erfolgreiche Unternehmen nutzen wichtige KPIs als Standard.**

KPIs für Application und Softwareservice-Performance müssen in den gesamten Anwendungslebenszyklus eingebunden werden. Wenn Anwendungen und Business Services sich entwickeln, ändern und angepasst werden, sind diese Automatisierung und das intelligente Management der KPIs entscheidend für den Erfolg.

Diese KPIs müssen jedoch unbedingt auf wichtige Aspekte abzielen: User Experience und hochwertige Unternehmensergebnisse. KPIs, die allein auf der Systemverfügbarkeit und der Performance von Komponenten basieren, sind dabei auf lange Sicht wahrscheinlich unerheblich. Für dauerhafte und nachhaltige Verbesserungen muss der Schwerpunkt der KPIs mehr auf geschäftlichen Messdaten liegen, die von den Anwendungen und Systemen unterstützt werden.

### **Erfolgsgeschichte: Steigerung der Application Performance durch die Demokratisierung von APM-Daten**

Dieses globale Medien- und Unterhaltungsunternehmen muss sicherstellen, dass Einkäufer, die die Webseiten und mobilen Sites besuchen, optimale Erfahrungen machen. Je besser die Performance der Anwendungen und Sites, desto länger bleiben die Besucher und desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass sie einkaufen.

Um die beste Customer Experience sicherzustellen, hat das Unternehmen den Zugriff auf die Application Performance Management-Daten freigegeben. Statt nur wenigen internen Experten Zugriff auf kritische Performanceinformationen zu gewähren, wurden die Daten freigegeben, damit Anwendungsverantwortliche, Operations-Teams, Entwickler und andere Performanceprobleme erkennen und sofort darauf reagieren können.

Bei einer Ausweitung dieser Anstrengungen im Application Performance Management hat dieses Markenunternehmen Dashboards für die Application Performance erstellt, damit Teams die unmittelbaren Auswirkungen von Anwendungsänderungen auf die Performance sehen konnten. Der Schlüssel zum Erfolg war die Bereitstellung aller relevanten Application Performanceinformationen für Operations, Development und Anwendungsverantwortliche im Unternehmen in einem Format, das für die spezifischen Anforderungen ihrer Aufgaben sinnvoll war.

## **5. Erfolgreiche Unternehmen konzentrieren sich auf den soliden ROI durch Qualitätskontrolle und leistungsfähige Anwendungen.**

Was geschieht bei negativen End User Experiences, ob im Web oder auf dem Telefon bzw. Tablet? Normalerweise nichts Gutes. Die Kunden sind nicht geduldig und können ihre Meinung lautstark äußern. Möglicherweise erleben Sie in Social Media, wie Benutzer von WhatsApp, Adobe® Creative Cloud, Facebook und anderen über kürzlich ausgestandene Ausfälle informieren. Bei einigen Benutzern kann die Reaktion aber auch Schweigen sein. Diese Benutzer und Kunden beschwerten sich nicht. Sie suchen einfach nach Alternativen. Das Gleiche gilt auch für Bestandskunden: Nach einer oder zwei schlechten Erfahrungen mit Anwendungen wenden sie sich an einen Mitbewerber, und Sie erfahren den Grund dafür nicht. Die Kunden sind einfach weg.

Laut einem Artikel in The New York Times haben Studien von Microsoft® gezeigt, dass eine Webseite wahrscheinlich gemieden wird, auch wenn sie nur etwa 250 Millisekunden langsamer ist als die eines vergleichbaren Mitbewerbers. „250 Millisekunden – langsamer oder schneller – ist jetzt beinahe eine magische Zahl für den Wettbewerbsvorteil im Web“, sagt Harry Shum, ein Computerfachmann und Spezialist für Geschwindigkeit bei Microsoft<sup>3</sup>.

## 6. Erfolgreiche Unternehmen setzen Automatisierung und das intelligente Management von KPIs ein.

Durch die automatische Identifikation von Problemen mit den richtigen KPIs können Operations-Teams schnell deren Quelle bestimmen und genauso schnell die Performance wieder auf akzeptable Schwellenwerte steigern. Mit automatisiertem Application Performance Management und dem intelligenten Management von KPIs können Unternehmen einen tragfähigen Mechanismus installieren. Sie können Feedbackschleifen zwischen Überwachung, Operations, Entwicklern, QA und Führungskräften implementieren. Wenn dieses Fundament gelegt ist, werden Performanceprobleme schnell mithilfe von Lösungen behoben, die genau auf das jeweilige Problem zugeschnitten.

---

### Abschnitt 4:

## Fazit

In der heutigen Application Economy müssen sich Unternehmen auf die Erfahrungen mit den Anwendungen konzentrieren, die sie ihren Benutzern und Kunden in physischen und virtuellen Umgebungen sowie in Cloud-Umgebungen bereitstellen. Da die überwiegende Mehrheit der Kundenkontakte über Anwendungsinteraktionen im Web oder auf Mobile Devices erfolgt, muss der CIO die Verantwortung für die Nutzung der Anwendung übernehmen können. Zudem muss er die notwendigen Maßnahmen ergreifen, um wesentliche Performanceinformationen abzurufen und diese Daten an Führungskräfte, CIOs, Development-, Qualitätssicherungs- und Testing-Teams sowie operative Einheiten zur schnellen Problemlösung weiterzugeben – sie also zu demokratisieren. Diese CIOs wissen, dass eine großartige Performance gefördert wird, wenn die genannten Teams über die notwendigen Kenntnisse verfügen, um zu handeln.

Genau deshalb investieren mehr Unternehmen große Summen in moderne Application Performance Management-Systeme, die mit den heutigen stark verteilten und mobilen Anwendungen umgehen können. Mit diesen Tools können Unternehmen schnell die Kunden ausmachen, die eine ideale Interaktion hatten, und die Kunden, für die dies nicht gilt. Dank der durch das richtige Application Performance Management bereitgestellten Informationen können IT-Manager die technischen Details analysieren, um genau zu verstehen, warum einige schlechte Erfahrungen gemacht haben. Der CIO kann dann für die Erfahrungen sorgen, die zu hoher Kundenzufriedenheit führen, die Umsätze steigern und die Basis einer langfristigen Kundenbindung sind.



Kontaktieren Sie CA Technologies unter [ca.com/de](http://ca.com/de)



### Die Vorteile von CA Technologies

CA Technologies (NASDAQ: CA) bietet Lösungen für das IT-Management, mit denen Kunden komplexe IT-Umgebungen verwalten und sichern können, um agile Business Services zu unterstützen. Unternehmen nutzen Software und SaaS-Lösungen von CA Technologies, um Innovationen zu beschleunigen, ihre Infrastruktur zu transformieren und Daten und Identitäten vom Rechenzentrum bis zur Cloud zu schützen. CA Technologies hat sich zum Ziel gesetzt, Kunden die Ergebnisse und den geschäftlichen Nutzen durch den Einsatz unserer Technologie zu bieten, den sie erwarten. Weitere Informationen zu unseren Customer Success-Programmen finden Sie unter [ca.com/de/customer-success](http://ca.com/de/customer-success). Weitere Informationen zu CA Technologies finden Sie unter [ca.com/de](http://ca.com/de).

- 1 Gartner „CEO Resolutions for 2014 – Time to Act on Digital Business“, Mark Raskino, 5. März 2014
- 2 Gartner „Enterprise Software Markets, Worldwide, 2011-2018, 2Q14 Update“, Matthew Cheung et al., 17. Juni 2014
- 3 The New York Times, „For Impatient Web Users, an Eye Blink Is Just Too Long to Wait“, Steve Lohr, 29. Februar 2012

Copyright © 2014 CA Technologies. Alle Rechte vorbehalten. Alle Markenzeichen, Markennamen, Dienstleistungsmarken und Logos, auf die hier verwiesen wird, sind Eigentum der jeweiligen Unternehmen. Dieses Dokument dient ausschließlich zu Informationszwecken. CA Technologies übernimmt für die Genauigkeit oder Vollständigkeit der Informationen keine Haftung. Soweit nach anwendbarem Recht erlaubt, stellt CA Technologies 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 Technologies 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 zuvor über die Möglichkeit solcher Schäden informiert wurde.