

Altissime performance
digitali e customer
experience eccellenti con
un nuovo modello per APM



Gli alti e bassi delle iniziative di digital transformation

I progetti di digital transformation sono ovunque...



Il 68%

dei CEO promuove il digitale oggi, contro appena il 33% nel 2007.¹

...ma una scioccante maggioranza è destinata a fallire. IDC ritiene che il



70%

delle iniziative di digital transformation isolate sia destinato a fallire per carenza di collaborazione, integrazione, sourcing o project management.²

**Come risolvere questo divario?
Concentrandosi sulla customer experience.**



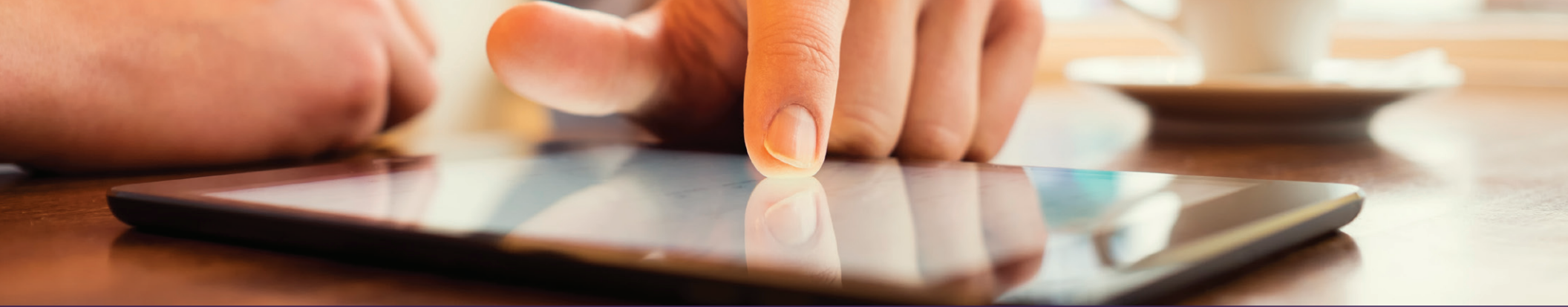
83%

dei consumatori statunitensi dichiara che un'esperienza positiva con il brand è più importante del prodotto stesso.³

¹ PwC, "2017 Global Digital IQ® Survey: 10th Anniversary Edition", 2017.

² Bill Keyworth, Jeff Rivkin, "2016 IDC FutureScape CIO Agenda Prediction 4", novembre 2015, IDC#US40550115.

³ Lithium, "The Path to Happy Customers, sondaggio condotto online da Harris Poll per conto di Lithium nel periodo 28-30 dicembre 2016 su 2.032 adulti di età superiore a 18 anni negli Stati Uniti e 1.006 nel Regno Unito.



Offrire un'esperienza a cinque stelle è più difficile che mai

Per conquistare realmente l'interesse e la fedeltà dei clienti occorre che le applicazioni e i servizi assicurino esperienze affidabili e soddisfacenti per gli utenti, siano abbastanza scalabili da supportare le loro esigenze in evoluzione e vengano aggiornate regolarmente con le più recenti innovazioni.

Servono quindi modi per misurare le metriche che contano veramente: engagement, fedeltà e soddisfazione. È anche essenziale che agility e qualità vadano di pari passo, facendo in modo che le performance delle applicazioni siano un obiettivo prioritario per tutti, dal business al marketing all'IT. Infine, bisogna proiettare il business nel futuro adottando rapidamente le ultime tecnologie e innovazioni che potranno soddisfare, e superare, le aspettative dei clienti.

Raggiungere questi obiettivi può essere difficile per diversi motivi. Ad esempio, mentre gli sviluppatori modernizzano il ciclo di vita delle applicazioni per accelerare l'innovazione, adottando microservice, cloud technology e container, diventa sempre più difficile per i team DevOps non solo mantenere la visibilità su tutti i servizi e i device rilevanti a livello back-end, ma anche garantire performance tali da supportare una customer experience impeccabile a livello front-end. Inoltre, questi nuovi ambienti distribuiti hanno introdotto molti altri componenti in movimento, rendendo obsolete le misure delle performance tradizionali.

Data questa complessità, quando l'engagement è carente in un'applicazione, può diventare difficile identificare la root cause del problema con tutti i componenti interconnessi. È il contenuto? È l'interfaccia utente? Forse un crash, un bug o un glitch? Rispondendo a queste domande arriviamo alla sfida successiva: l'allineamento aziendale.



L'importanza fondamentale di "parlare la stessa lingua"

Pensando a tutti i protagonisti di una tipica iniziativa digitale spesso si includono un gruppo di marketing e progettazione che si occupa di guidare il percorso dei clienti, sviluppatori e codificatori incaricati di integrare l'innovazione nell'applicazione stessa e ingegneri che devono monitorare e mantenere un ambiente in cui l'app possa offrire il livello di performance che tu e gli utenti vi aspettate. [Continua >>](#)



Il problema per la maggior parte delle aziende è che questi gruppi lavorano in modo isolato utilizzando dati, metriche e strumenti specifici. In sostanza, non parlano la stessa lingua. Quindi, quando si verifica un problema nell'applicazione è troppo facile scaricare la responsabilità su altri gruppi.

Ad esempio, immagina che il team di supporto dell'applicazione rilevi un problema che potrebbe avere un impatto sui clienti. Usando i propri dati e strumenti, può identificare il problema ma può avere difficoltà a identificare il servizio, il container o il codice che lo causa. Questo può succedere solo in una prospettiva basata su applicazioni, che prevede che i dati vengano passati in contesto e correlati ad altre informazioni tra i team sviluppo e applicazioni.

Quando si combinano queste difficoltà di comunicazione con la complessità tecnologica di cui si parlava prima, non sorprende che così tante aziende non riescano a ottenere gli insight necessari per massimizzare le performance delle applicazioni, dal livello UI e codice fino ai sistemi back-end.



La buona notizia è che
il 93% delle aziende ritiene di poter migliorare il modo in
cui misura la customer experience su tutti i canali digitali,
il che significa che è pronto per un modo migliore.⁴ L'unica incertezza è: come?

⁴ Vanson Bourne per conto di CA Technologies, "Building a Better Digital Experience", 2016.

Allineamento tra analytics e performance

Per offrire la miglior customer experience possibile, sono necessari insight sulle performance operative, da mobile a mainframe, e sul comportamento degli utenti, come tassi di drop-off, pagine più visualizzate, flussi e utilizzo dell'applicazione.

In altri termini, sono necessari sia dati operativi "inside out" che informazioni "outside in" sul comportamento degli utenti. E per allineare i team marketing, sviluppo e operations occorrono analytics che traducano tutti questi dati in linguaggio e metriche comuni che tutte le parti possano comprendere e fare proprie.

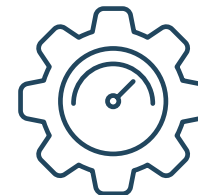
Quando si riesce a ottenere questo allineamento tramite analytics e performance, diventa possibile:



Ottimizzare il percorso e il coinvolgimento del cliente



Migliorare l'affidabilità delle applicazioni e le performance digitali



Accelerare l'innovazione delle applicazioni

Ottimizzare il percorso e il coinvolgimento del cliente



Per ottimizzare il percorso del cliente, è necessario prima di tutto comprendere il modo in cui gli utenti interagiscono su più canali.

La soluzione giusta per le performance digitali fornisce insight su drop-off, tassi di fidelizzazione, percorsi delle sessioni utente e mappe termiche dell'utilizzo, in modo da far emergere le aree delle applicazioni che mantengono coinvolti i clienti e il perché. Questi dati possono poi essere utilizzati per migliorare app, funzioni e codici che non presentano performance ottimali.

È anche fondamentale monitorare tutti i componenti dell'esperienza multicanale, da applicazioni, device e gestori fino all'infrastruttura, al codice e agli elementi di progettazione.

Con la soluzione giusta per le performance digitali potrai avere visibilità sul tasso di fidelizzazione medio, sul tempo medio trascorso in un'applicazione, sull'ubicazione dei clienti, sul loro flusso nell'applicazione e sul punto in cui interrompono.

Ad esempio, immagina di avere 44.000 utenti attivi, ma che trascorrono solo 3,6 minuti nell'applicazione con un tasso di fidelizzazione del 10%. Questo indicherebbe che una buona parte degli utenti che utilizzano l'app non sono pienamente coinvolti o non ritornano per più sessioni, facendo emergere la necessità di ripensare il contenuto e il flusso del cliente nell'app.

Un altro esempio potrebbe essere l'avvio di un nuovo programma digitale europeo con la maggior parte del traffico digitale proveniente comunque/sempre dal Nord America. Questo può significare che l'azienda non è ancora penetrata in questo nuovo mercato oppure che i clienti hanno difficoltà ad accedere all'applicazione. Il monitoraggio proattivo può aiutare a comprendere meglio le performance prima del rollout di nuove versioni in posizioni globali.



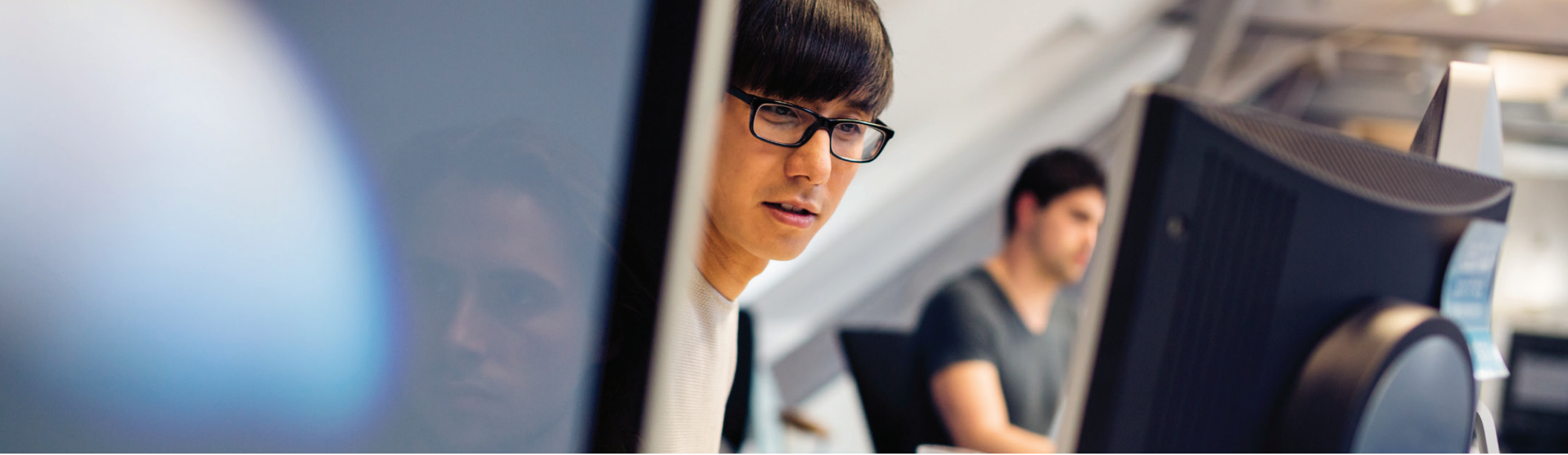
Migliorare l'affidabilità delle applicazioni e le performance digitali

Dietro ogni servizio digitale c'è un complesso intreccio di componenti dell'infrastruttura IT e dell'architettura applicativa che devono operare in concerto per fornire la user experience prevista.

La soluzione giusta per le performance digitali fornirà insight a livello di performance su ambienti complessi, flessibili e scalabili aiutando a visualizzare tutti gli elementi che li compongono, dai microservice ai container ai cloud e altro, e ad analizzare schemi e trend delle performance nel tempo. Con analytics e avvisi intelligenti, inoltre, sarà possibile rilevare e correggere sia i problemi cronici a crescita lenta che quelli rapidi e acuti, evitando che i team vengano sommersi da falsi allarmi e maree di avvisi.

Il passaggio successivo consiste naturalmente nel connettere tutti questi dati inside-out con le metriche di performance outside-in per colmare le lacune di performance che si vengono a creare nell'architettura dell'applicazione.

Ad esempio, la soluzione giusta per le performance digitali permette di raccogliere e analizzare migliaia di metriche in una vasta gamma di ambienti e protocolli, offrendo insight completi sulle performance in scala, consentendoti di fornire un'esperienza lineare su tutte le piattaforme.



Accelerare l'innovazione delle applicazioni

Per progettare tecnicamente una customer experience di qualità non occorre attendere che venga rilasciata per poi raccogliere feedback per gli aggiornamenti futuri.

Con la soluzione giusta per le performance digitali è possibile monitorare e migliorare le performance in ogni fase del ciclo di vita di sviluppo software, dalla codifica e dall'assemblaggio fino al testing e alla produzione finale, permettendoti di anticipare il monitoraggio e ottenere insight per il miglioramento continuo prima ancora del lancio del servizio digitale.

Una volta sul mercato, la soluzione ottimale porterà avanti il monitoraggio, fornendo a tutti (addetti al marketing e business fino a DevOps) insight condivisi sul modo in cui gli utenti interagiscono con l'applicazione mediante mappe termiche, flussi dell'applicazione e schemi di utilizzo. Con dati di questo tipo potrai comprendere meglio il percorso dei clienti e gli schemi di utilizzo, per sviluppare un ciclo di innovazione continua orientato al cliente mirante a favorire il coinvolgimento, aumentando le conversioni e i tassi di fidelizzazione.



Informazioni sulla soluzione di CA Technologies

All'interno dell'ambiente CA Digital Experience Insights SaaS è presente una suite di funzionalità di monitoraggio delle performance delle applicazioni che consentono di fornire una customer experience eccezionale migliorando le performance delle applicazioni in prospettiva inside-out e outside-in. Questo obiettivo verrà raggiunto identificando e risolvendo rapidamente i problemi, gestendo l'intera esperienza delle applicazioni su tutti i canali e monitorando ogni passaggio della user experience. La suite include:

- **CA Application Performance Management (CA APM):** Monitora proattivamente e fornisce insight diagnostici sulle applicazioni in ambito mobile, web, cloud, microservice, container e mainframe. Analytics in attesa di brevetto forniscono le competenze sotto forma di flussi di triage assistito per una diagnostica root-cause approfondita nelle applicazioni di sviluppo e produzione, semplificando e accelerando i processi di individuazione e correzione dei problemi.
- **CA App Experience Analytics:** Combina comportamento degli utenti e performance operative fornendo report intuitivi che consentono di ottenere un quadro dettagliato della digital experience complessiva dei clienti. Utilizzando questi insight per ottimizzare il percorso degli utenti, è possibile fidelizzare i clienti e attrarne di nuovi, aumentare il fatturato, ridurre i tempi di risoluzione e distribuire le innovazioni in modo più rapido, incrementando la produttività dello sviluppo.
- **CA App Synthetic Monitor:** Utilizza il monitoraggio sintetico delle transazioni per controllare il comportamento delle applicazioni e identificare i punti in cui si verificano colli di bottiglia o problemi, dai lunghi tempi di risposta delle pagine fino al comportamento anomalo delle pagine di accesso, dei carrelli e persino delle API. Consente quindi di gestire proattivamente le performance end-to-end di applicazioni cloud, mobile e web tradizionali, offrendo una end-user experience eccezionale.

La soluzione è disponibile tramite [CA Digital Experience Insights](#),
la nostra piattaforma di monitoraggio e analytics delle operations digitali basata su SaaS.



Perché CA Technologies per il monitoraggio delle performance digitali e delle applicazioni?

Percorso e coinvolgimento del cliente ottimizzato

 **1,8x**

Le aziende che hanno preferito CA App Experience Analytics e CA APM alle soluzioni concorrenti sono 1,8 volte più propense a valutare come completamente raggiunto l'obiettivo di fornire un'esperienza impeccabile su tutte le piattaforme.⁵

"CA App Experience Analytics ci fornirà insight sul comportamento degli acquirenti, sui crash e sulla performance delle applicazioni, che ci consentiranno di risolvere proattivamente eventuali problemi e migliorare la digital experience complessiva offerta ai nostri clienti."

– Francisco Guirado, IT Monitoring Manager, Produban (Divisione IT di Santander Bank)



⁵ Vanson Bourne per conto di CA Technologies, "Building a Better Digital Experience", 2016.



Perché CA Technologies per il monitoraggio delle performance digitali e delle applicazioni?

Affidabilità delle applicazioni e migliori performance digitali



84%

delle aziende IT ritiene che CA App Synthetic Monitor aiuti a gestire le performance delle app in modo proattivo per fornire una user experience ottimale.⁶



86%

delle aziende IT intervistate ha migliorato le performance delle applicazioni del 15-35% o più con CA App Experience Analytics.⁷



⁶ TechValidate, "Sondaggio TechValidate su 43 utenti di CA Technologies Application Synthetic Monitor", 21 giugno 2016, <https://www.techvalidate.com/product-research/ca-application-performance-management/facts/C42-3EC-151>

⁷ TechValidate, "Sondaggio TechValidate su 7 utenti di CA App Experience Analytics", 10 marzo 2017, <https://www.techvalidate.com/product-research/ca-application-performance-management/facts/195-A1B-57A>



Perché CA Technologies per il monitoraggio delle performance digitali e delle applicazioni?

Accelerare l'innovazione delle applicazioni

 2,3x

Le aziende che hanno preferito CA App Experience Analytics e CA APM alle soluzioni concorrenti sono 2,3 volte più propense a valutare come completamente raggiunto l'obiettivo di accelerare il time-to-market per nuove app e nuovi prodotti.⁸

CA APM ha aumentato del 15% la produttività degli sviluppatori, con un risparmio finanziario su base triennale superiore a 5,3 milioni di dollari.⁹

⁸ Vanson Bourne per conto di CA Technologies, "Building a Better Digital Experience", 2016.

⁹ Forrester Research, "The Total Economic Impact of APM", aprile 2017.

Sei pronto per potenziare le performance digitali e offrire customer experience impeccabili con le tue applicazioni e i tuoi servizi?

Inizia oggi stesso con una prova gratuita di 30 giorni di CA Digital Experience Insights.

CA Technologies (NASDAQ: CA) crea software che promuove l'innovazione all'interno delle aziende, consentendo loro di cogliere le opportunità offerte dall'application economy. Il software rappresenta il cuore di qualsiasi business, in ogni settore. Dalla pianificazione allo sviluppo, fino alla gestione e alla sicurezza, CA Technologies collabora con le aziende di tutto il mondo per cambiare il nostro modo di vivere, interagire e comunicare, in ambienti mobile, cloud pubblici e privati, distribuiti e mainframe. Per ulteriori informazioni, visita il sito ca.com/it.

Copyright © 2017 CA Technologies, Inc. Tutti i diritti riservati. Tutti i marchi citati nel presente documento sono di proprietà delle rispettive società. Il presente documento non contiene alcuna garanzia e ha scopo esclusivamente informativo. Le informazioni e i risultati illustrati nel presente documento si basano sulle esperienze del relatore rispetto al prodotto software in questione in diversi ambienti, di produzione e non. Le performance precedenti dei prodotti software in tali ambienti non sono indicative delle performance future dei medesimi prodotti software in ambienti identici, simili o diversi. CA Technologies declina ogni responsabilità in merito all'accuratezza e alla completezza delle presenti informazioni. Nei limiti consentiti dalla legge vigente, il presente documento è fornito "così com'è", senza garanzie di alcun tipo incluse, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, le garanzie implicite di commerciabilità, idoneità a uno scopo determinato o non violazione dei diritti altrui. In nessun caso CA Technologies sarà responsabile per qualsivoglia perdita o danno, diretto o indiretto, derivante dall'utilizzo di questo documento inclusi, a titolo non esaustivo, perdita di profitti, interruzione dell'attività, perdita di avviamento o di dati, anche nel caso in cui CA Technologies fosse stata espressamente avvertita del possibile verificarsi di tali danni.