

アプリケーション・エコノミー で顧客エクスペリエンス・ データの共有が必要な理由

アプリケーション・パフォーマンス管理の未来を開くユーザ・エクスペリエンス管理の民主化

目次

概要	3
セクション 1: ビジネスの顔になったソフトウェア	4
セクション 2: アプリケーション・パフォーマンス管理の民主化の必要性	7
セクション 3: 成功した企業の例	11
セクション 4: まとめ	15

概要

課題

コミュニケーションの大半にデジタルが利用されているため、顧客に提供するアプリケーション・エクスペリエンスは多くの場合、顧客が取引を決定する上で最も重要です。ブランドの成長はPC、ノートブック、タブレット、電話、または普及が予測されるウェアラブルで利用するアプリケーションの顧客エクスペリエンスに大きく依存しています。そのため、CIO と技術のリーダーは、ユーザの期待するアプリケーション・エクスペリエンスを提供する方法を知っておく必要があります。

ビジネス・チャンス

適切なアプリケーション・パフォーマンス管理機能があれば、CIO は顧客に問題が発生する前に問題をプロアクティブに特定して修正できます。しかし、優れたパフォーマンス / アプリケーション・エクスペリエンスを提供するとなると、適切なアプリケーション・パフォーマンス・データを特定して、社内の適切な専門家と共有し、スムーズかつプロアクティブに対応できなければなりません。

メリット

CIO が重要なパフォーマンス・データを入手し、ビジネス・リーダー、CIO、開発チーム、品質保証チーム、テスト・チームおよび運用部門と共有（または民主化）できれば、顧客を満足させ、売上を増やし、顧客ロイヤルティを構築できる顧客エクスペリエンスを提供して他社を大きく引き離すことができます。

セクション 1:

ビジネスの顔になったソフトウェア

長年にわたって、ユビキタスなコンピューティングへの期待は大きく膨らみ、アプリケーション・エコノミーの台頭が語られてきました。そして、モバイル・コンピューティングの急速な進歩によって、ついに、どこでも利用できるコンピューティングとアプリケーションというビジョンが実現しようとしています。また、開発技法、モバイル・コンピューティング、ブロードバンドの世界的な潮流を見ると、多くの組織が市場ニーズに応じて、これまでにないほど多くのアプリケーションを導入している理由がわかります。

変化の多いアプリケーション・エコノミーの中で、企業の競争力強化を先導するCIOにとって、これらほどのような意味があるのでしょうか。これらは、ビジネスの基盤となるアプリケーションの品質とそのパフォーマンスが、顧客のデジタル・エクスペリエンスにとって必要不可欠な要素であることを意味しています。すべての企業が自らをソフトウェア・ビジネスとして考える必要があります。それは、現在のビジネスがソフトウェアによって急速に再コード化、つまり、文字通り書き換えられつつあるからです。現在、アプリケーション・エコノミーと無縁でいられる業界はありません。ありとあらゆる業界がソフトウェアによって変革されつつあります。ガートナーのアナリストである Mark Raskino 氏は、簡潔表現で次のように説明しています。「あと数年で、デジタルのビジネス機能があらゆる業界を支配するようになるでしょう。そのため、2014年、CEOは「テクノロジー」企業のような考え方を取り入れ、組織を「テクノロジー」企業のような存在になるよう導く必要があります。デジタル・ビジネスでは先行者が優位なので、すばやい対応が求められ、後に続くにしてもスピードは不可欠です。」¹

まさに、そのとおりです。アプリケーションへの依存が高まり、アプリケーションのエンドユーザ・エクスペリエンスを物理、仮想、クラウド、メインフレームのすべての環境で監視し、管理することはこれまで以上に重要になっています。おそらく、アプリケーション・パフォーマンス監視テクノロジーへの投資が増えているのもそのためでしょう。ガートナーの『Enterprise Software Markets, Worldwide, 2011-2018, 2Q14 Update』によると、IT運用ソフトウェア市場は2014年の26億ドルから2018年には37億ドルに成長すると予測されています。²

残念ながら、こうして投資をし、アプリケーション・パフォーマンス管理に労力を費やしても、それに見合う価値を得ている企業はほとんどありません。多くの企業では、パフォーマンス管理ツールが適切に配置され、情報、およびそれらを使用するための専門知識の保存と管理が一元化されていても、パフォーマンスに関する巨大なデータ・レポジトリにアクセスできるのは、選ばれた少数の「パワー・ユーザ」のみに制限されています。

いまだに多くのアプリケーションがITから独立して構築されていますが、このアプローチは時代遅れです。使用するアプリケーションの数が増え、アプリケーション・パフォーマンス管理の一元化モデルが適切に機能しない携帯デバイスにもこのようなアプリケーションは広く配信されています。これは、わずか数年間でアプリケーションが急速に変化し、ますます複雑になっているにもかかわらず、組織の必要な場所にアプリケーション・パフォーマンスの専門知識がないことが原因になっています。

この問題を解決するには、企業のアプリケーション・パフォーマンス管理ツール、専門知識および情報を民主化し、高パフォーマンスを提供することでビジネス・アプリケーション所有者、サポート・チーム、開発、テストなど連携させる必要があります。

第一線のCIOはビジネスと顧客エクスペリエンスを改善する必要に迫られていますが、IT組織の大半はそれに対応できていません。

では、ビジネスがソフトウェアによって書き換えられるとは、何を意味しているのでしょうか。これは、顧客エクスペリエンスがデジタル・エクスペリエンスの質に大きく影響されることを意味しています。つまり、サービス会社、メーカー、小売店、レストランなどであっても、大半の企業は実質的にソフトウェア会社になるということです。

そのため、CIOは顧客エンゲージメントの最前線にいることになります。CIOとITチームが最適な顧客エクスペリエンスを提供するためには適切なツールが必要です。それによって、顧客満足度を高め、売上を増やし、顧客ロイヤルティを強固にすることができます。また、そのためには、迅速にアプリケーションの問題に対応して、アプリケーション品質に影響する要素を分析して、顧客の観点からアプリケーションを継続的に改善する必要があります。

アプリケーション・パフォーマンス管理もこれまで以上に複雑になっています。アプリケーション・プログラミング・インタフェース (API) とサービス指向アーキテクチャ (SOA) を通して開発されるクラウド・コンピューティング、モバイル・コンピューティング、複合アプリケーションによって、アプリケーション・パフォーマンスの監視と管理は大きく変わりました。アプリケーション・パフォーマンス管理について企業の意見を聞くと、多くの企業が課題を解決しようとしながらも、その大半は成功に至っていないことがわかります。IDG Research Servicesの最近の調査 (CAが委託) では、ユーザの期待に応える自信があると回答した企業はわずか25%にすぎませんでした。ソフトウェアでビジネスを行う世界では、決して望ましい状況ではありません。

このデータは前の説明、つまり、技術の変化が急速な上に、アプリケーション開発の手法とIT管理のフレームワークの進化も速すぎて、一元化されたチームは追いつくことができないという状況を裏付けています。

最大の課題の1つは、ITとビジネスのリーダーにとって、顧客エクスペリエンスの最適化に必要とされる複合的な顧客エクスペリエンスを把握することが困難であることです。残念ながら、ITチームがすべて順調であると報告していても、顧客の観点から見るとまったく別の状態であることは珍しくありません。

ITスタッフは意図的に誤った報告しているわけではありません。決して、そんなつもりはありません。測定の対象を誤っているのです。ITスタッフは、システムの作業負荷、サーバとデータベースの応答時間を測定しているのです。それが目的であれば構わないのですが、現在ではそれだけではまったく不十分です。そのような「スピードとフィード」だけに集中しているのは、顧客エクスペリエンスの正確な状況は把握できません。

ITのパワー・ユーザだけでなく、ビジネスのすべての部門にとって、特定の顧客やユーザ区分、個々のユーザのエクスペリエンスの洞察は必要です。デジタル・エクスペリエンスは顧客の期待に応えるだけでなく、その期待を上回る必要があります。また、アプリケーション・パフォーマンス管理の一般的なアプローチとは対照的に、まず、顧客エクスペリエンスの測定から開始して、そこからアプリケーションとサポートのインフラストラクチャへと掘り下げます。

ユーザ・エクスペリエンスの場合、CIO とそのチームがアプリケーション・パフォーマンス管理を戦略的利点に転換して収益を最大化するには、正確に視覚化した顧客エクスペリエンスに基づいて適切なユーザ・アプリケーションの分析を行い、そこから洞察を導き出します。

セクション 2:

アプリケーション・パフォーマンス管理の民主化の必要性

最初にユーザ・エクスペリエンスに集中することは、なぜ重要なのでしょうか。ユーザ・エクスペリエンスは基盤となるビジネス・アプリケーション、サービス、インフラストラクチャで構成されていますが、これらの個々の要素を測定しても、正確なエンドユーザ・エクスペリエンスを把握することはできません。格言にもあるように、全体は部分の総和に勝るのです。

たとえば、メインフレーム、データベース、ネットワーク、Web サーバのそれぞれが 100% 機能しているとしても、特定のユーザ要求のパフォーマンスが低下するということはよくあります。その原因は、保留中のサーバ内のサービス、特定のデータベース・クエリ、他のコンポーネントが十分機能していないなどが考えられます。

このような問題を特定する唯一の方法は、ビジネス・サービスのパフォーマンスを確認することです。それが、パフォーマンスの低いソフトウェアやシステムのビジネス・インパクトを知る唯一の方法です。

適切なアプリケーション・パフォーマンス管理機能があれば、企業はサイトやアプリケーションを利用したユーザ、理想的なエクスペリエンスを得たユーザ、否定的なエクスペリエンスを得たユーザを特定できます。これらの情報があれば、IT マネージャは技術的な情報を掘り下げて、一部のユーザに最適なエクスペリエンスが提供された理由と、真逆のエクスペリエンスが提供された原因を正確に把握できます。

残念ながら、大半の企業にはこのような機能はありません。アプリケーションの停止やトランザクションの遅延などの問題が、ユーザに悪影響を及ぼした後になってから対応しています。また、1 つの問題を解決すると、別の問題が同じように発生します。その繰り返しです。このような障害の最初のインジケータを特定できないために、ユーザの作業が中断する前に問題を解決することができないのです。

この新しいアプリケーション・エコノミーでは、提供されるアプリケーション・パフォーマンス管理のデータと顧客エクスペリエンスの洞察は、IT のパワー・ユーザだけのものではありません。ビジネス・リーダーは重要なビジネス・サービスのパフォーマンスと顧客エクスペリエンスの改善が必要な場所を確認するため、その情報にアクセスする必要があります。すべてのビジネスがソフトウェアで運営されている以上、ビジネス・マネージャとアプリケーション所有者は開発者と緊密に連携して、必要なトランザクションの品質を定義する必要があります。

ありがたいことに、当社は顧客エンゲージメントを通して、現在のアプリケーション・エコノミーの中で顧客満足の獲得、評価および向上のために CIO に必要な要素を知ることができました。

成功する組織が重視する継続的な監視

現在では、継続的な開発、監視、DevOps の手法をビジネスの機敏性と競争力を強化するために活用する企業が増えています。アプリケーション・パフォーマンス管理は、企業が DevOps などのアジャイル開発の手法と組織的なフレームワークの活用を続ける上で重要性を増しています。

アプリケーションがほとんど変更されないのであれば、IT がウォーワーフォール・サイクルの最後で行うアプリケーションの欠陥、セキュリティの問題、パフォーマンス品質のテストも多少の効果はありますが、現在では Tier 1 のアプリケーションでさえも数年前より急速に進化し、新しいアプリケーションが何度も改善されて常に更新されています。そのため、開発チームも運用チームもこれらをより機敏な構造に進化させ、監視とパフォーマンスが遅れを取らないようにする必要があります。

DevOps への移行、継続的な改善と開発に関する大きな課題の 1 つは、アプリケーション・パフォーマンス管理に対するアプローチが成熟していない企業が、アプリケーションの更新の頻度を問題なく増やすことです。残念ながら、多くの企業はアプリケーションのパフォーマンスを強化できず、パフォーマンス遅延のインシデントの頻度が増え、アプリケーションの使用性が急速に低下することになるでしょう。そのような場合に自動化を進めると、パフォーマンスはますます低下します。これでは意味がありません。

6 ソフトウェア開発ライフサイクルの異なる関係者が変化を理解するために必要なこと



この課題を解決するには、アプリケーションの主要パフォーマンス指標（KPI）を設定します。アプリケーション・エクスペリエンスに基づいた KPI を設定したら、次に、自動化されたテストと継続的なパフォーマンス監視を行います。一般的に、ビジネス・マネージャからこれらの情報が提供されなければ、IT 組織は孤立します。情報量が多くても、エンドユーザの観点からその情報を把握するのに必要な品質基準がありません。適切なユーザ・エクスペリエンスに基づいた KPI があれば、この課題は解決できます。

先進的な CIO が考慮する機能以外の要件

ユーザ・エクスペリエンスは「機能以外の要件」ですが、重要性が低いわけではありません。機能の要件は実際にテストして、アプリケーションに必要なすべての機能が提供されているか確認されますが、パフォーマンスとユーザ・エクスペリエンスにはそのようなプロセスはありません。しかし、このプロセスは必要です。

企業がそのアプリケーション・ポートフォリオの競争力の強化、管理のコスト削減、社員の生産性の最大化を実現するためには、パフォーマンスとユーザ・エクスペリエンスを設計の最初の段階で考慮する必要があります。

実際、このような属性がアプリケーション設計の段階で計算されれば、パフォーマンスは向上します。また、テスト段階で問題が発生すれば、そのときに簡単に修正できます。

先見性のある企業が重視するユーザ中心の KPI

前に説明したように、ユーザにとって、またユーザの目標達成にとって重要な KPI を選択することは不可欠です。IT チームは重要になるだろうという自らの予測に従って監視する傾向があるため、監視対象はビジネスにとって必ずしも重要な要素とは限りません。重要なのは、ユーザに最も影響する要素を特定することです。そうすれば、ユーザ・エクスペリエンスの品質は向上します。

そのためには、一般的に、システムとコンピューティングのアクティビティから実際のユーザとビジネスのアクティビティへと KPI を移行し、そこから優先順位を決定します。

どんなに単純なオンライン・ショップでも、買い物に関連した多くのメトリクスがあります。「買い物かごが更新されるまでにどのくらいの時間がかかるか」、「顧客が注文してから処理するまでにどのくらいの時間がかかるか」など、これらはすべてドメイン固有のワークフローであり、ユーザと顧客が最も気になることでもあります。

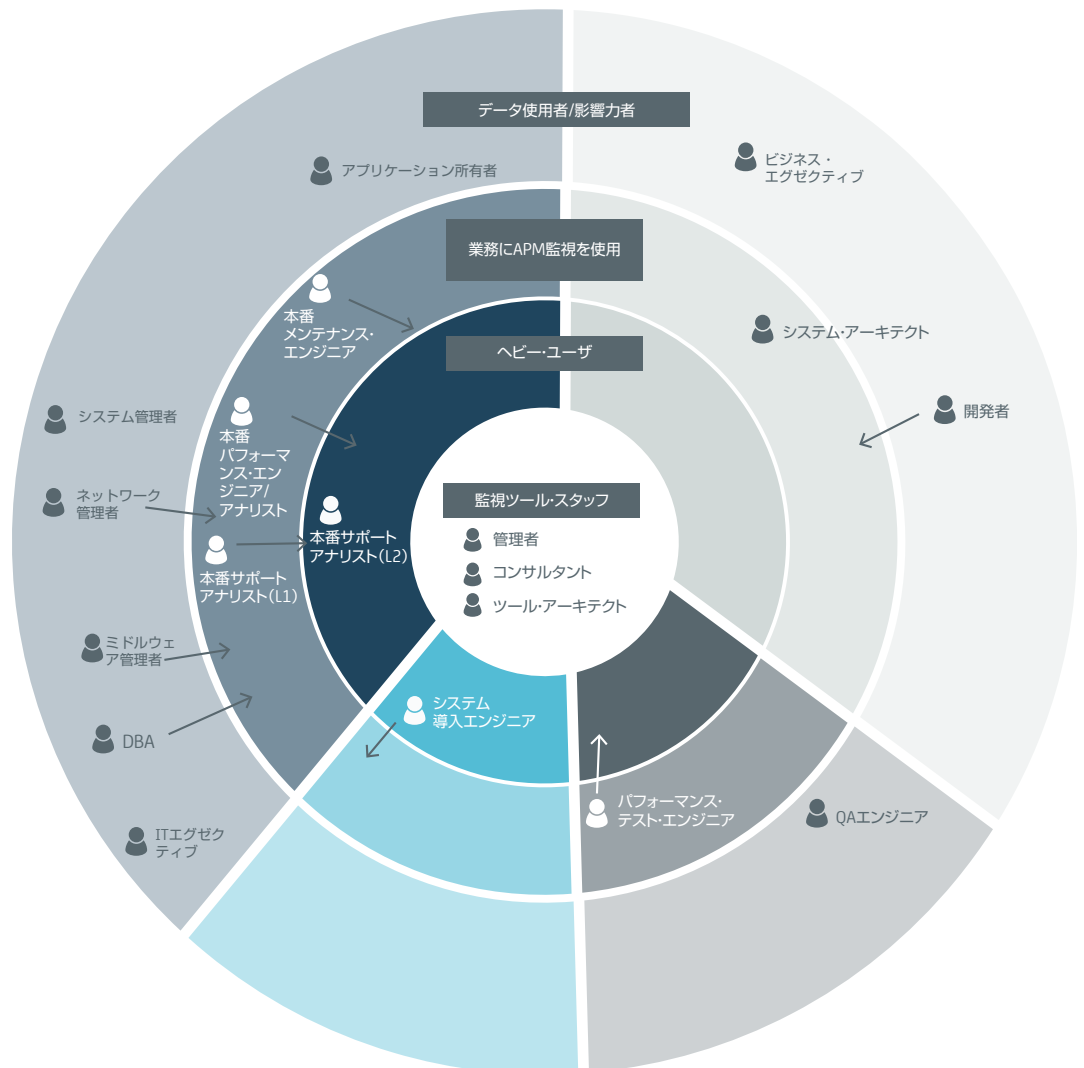
ある国際的な輸送会社は、自ら試してみる前にこのことを知っていました。システムの負荷やその他の IT のインジケータを確認しなくても、出荷用ラベルを見ればわかることに気づいたのです。新しい追跡番号の印刷される量を見れば、1 日を通して 1 分間に必要なパフォーマンスのニーズが増えたことがわかります。

出荷用ラベルの印刷量が突然減ると、他のインジケータを確認して、問題のあるプロセスを予測し、サービスを迅速に復旧します。反対に、印刷するラベルの量が突然増えたらキャパシティを増やします。

重要な KPI 測定値へのアクセスの民主化

ビジネス、運用、開発の視点を KPI に組み込むことは重要です。また、これら 3 つの機能はすべて、重要なアプリケーション・パフォーマンスと顧客エクスペリエンスのデータにアクセスする必要があります。これは、IT の業務では、アプリケーションとユーザによるその利用のすべての側面を把握することができないためです。これは、CPU、メモリ消費、ディスク領域、スレッド数など、ユーザに関係のないアプリケーションの要素ばかりを IT が確認する理由でもあります。パフォーマンス・データへのアクセスを民主化することによって、IT だけでなく、顧客エクスペリエンスとビジネスの成長にとって重要な役割を担う開発者とビジネスの所有者もその情報を確認できます。

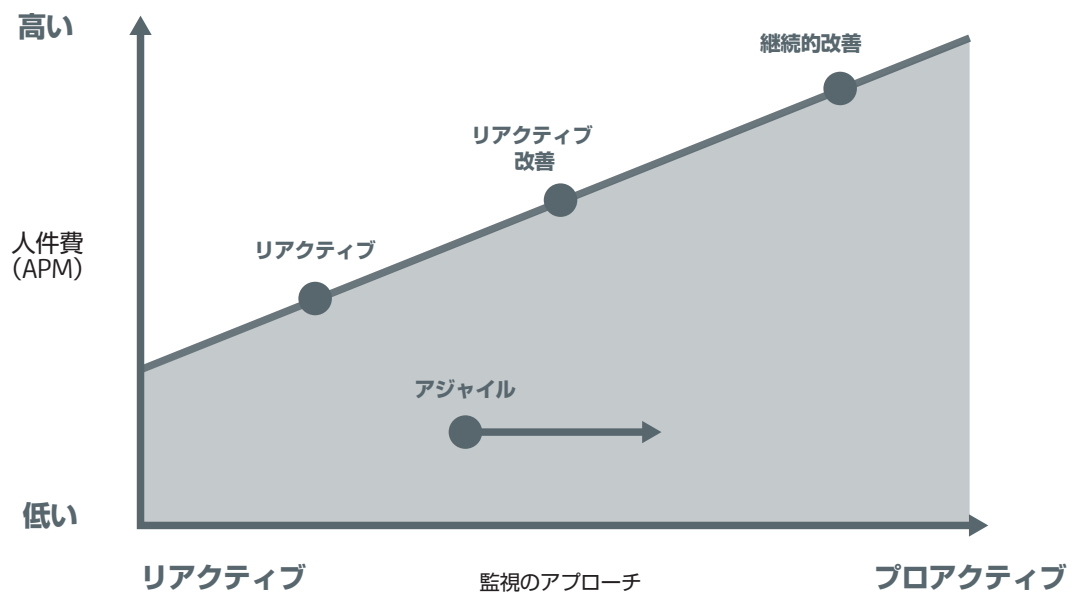
顧客エクスペリエンス自体はビジネス・トランザクションで直接測定されます。それによって、ビジネスは重要な要素の優先順位に加え、アプリケーションの最も深刻なパフォーマンスの問題のある部分と最も大きな影響が予測される部分も判断できます。アプリケーション・エクスペリエンスの継続的な監視、測定、改善によって、先進的な CIO はアプリケーション・エコノミーの中で企業を成功に導くことができます。



セクション 3:

成功した企業の例

ユーザ中心の成熟モデルにおける組織の4つのタイプ



成功とは簡単に言うと、アプリケーション・パフォーマンスの問題が発生してから対応するのではなく、プロアクティブに管理して、最適なユーザ・エクスペリエンスを維持することです。このような企業では、アプリケーション・パフォーマンスを継続的に向上させるためにアプリケーションのパフォーマンスを監視します。また、運用、開発、QA、アプリケーション所有者がその作業の責任を共有します。

当社は数千社の企業とのコラボレーションを通して、アプリケーション・パフォーマンスの問題に事後対応する状態から抜け出し、ユーザ・エクスペリエンスを継続的に向上させることに成功した企業には共通の特徴があることを発見しました。

以下は、その成功した企業の例です。

1. ガバナンスによるパフォーマンスの文化の構築

一般的な認識に反して、ビジネス・アプリケーションとビジネス・サービスは継続的なライフサイクルに存在します。多くの場合、アプリケーションのアイデアはビジネスから生まれ、開発者がテストした後、運用チームが担当する本番環境に導入されます。これまでパフォーマンス・テストは、行われるにしても、それはアプリケーションのテストの最後の段階でした。多くの場合、アプリケーションが導入されて稼働するまでパフォーマンス情報は提供されません。

アプリケーション・サービスとソフトウェア・サービスにとって必要なのは、開発の最初の段階からパフォーマンスのメトリクスを考慮し、フレームワークを用意して、ライフサイクル全体でこれらの目標を達成することです。

最初からパフォーマンスを考慮してアプリケーションを設計すると、アプリケーションとサービスを実際に開発するとき、これらのベースラインの管理が簡略化されます。新しい機能をソフトウェア・サービスに追加する場合も、アプリケーションがユーザの目に触れる前のパフォーマンスを評価している段階でパフォーマンスの問題を特定できます。

パフォーマンスのベースラインを設定し、パフォーマンス・データを民主化した企業は成功します。成功した企業は、ビジネス・リーダーとCIOだけでなく、開発、品質保証、テスト、運用のすべてのチームがパフォーマンスの品質とエンドユーザ・エクスペリエンスを管理する必要があることを知っています。そうすれば、社員、パートナー、顧客が認識するまでパフォーマンスを確認できないような事態は起こりません。管理されたエクスペリエンスを提供すれば、生産性と収益は大幅に増加します。

2. 継続的なパフォーマンス向上の文化の構築

アプリケーションの重要な要件としてのユーザ・エクスペリエンスを含めた継続的な監視を行い、ユーザ中心のKPIに整合させ、関係者全員にデータを提供すると、企業は継続的にパフォーマンスを向上させる文化を構築できます。適切な基盤を持つ組織は、エンドユーザが認識できる問題が存在しなくてもパフォーマンスを継続的に向上できます。

アプリケーション・パフォーマンスの KPI を設定すると、継続的な改善に対する社内のアカウントビリティを確立することができます。アプリケーションの設計、開発、運用の担当者は、サービスの改善、ユーザ・エクスペリエンスの向上に役立つ情報の文書化、その幅広い共有と民主化について週次と月次で評価を受けます。

成功事例：保険会社 Unfettters APM Data、ダウンタイムを最小化

この全国的な損害保険会社は、低パフォーマンスのアプリケーションに膨大なコストをかけていました。同社はパフォーマンスの問題が発生してからあわてて解決していたために、顧客を失ったこともあります。このような状況は早期に改善する必要があります。

同社は社内を調査し、IT の徹底した自己分析を行った結果、アプリケーション・パフォーマンスの問題が発生する理由だけでなく、組織と技術にある根本原因も発見しました。

その結果から、アプリケーション・パフォーマンスの改善のためには監視の改善だけでなく、アプリケーション管理のパフォーマンス・データを民主化して、アカウントビリティの文化を構築する必要がありますことがわかりました。

これらの作業の中心となったのは、アプリケーション所有者、開発チーム、運用チーム全体にアプリケーション・パフォーマンスの情報を効果的に配信するのに必要なリソースと技術を配置することでした。その結果、障害が発生してから対応することがなくなっただけでなく、本番環境を継続的に改善できるようになり、取引数が増え、そのための必要なリソースも削減することができました。

3. 成功した組織のパフォーマンス改善のための計画と予算

このようなことから、適切な人材に適切な情報へのアクセスを提供することは、高パフォーマンスのビジョンを構築し、実現する上で重要であることがわかります。また、目新しいツールやダッシュボードよりも、適切な投資をすることを優先する必要があります。これには、パフォーマンスに対する期待の管理、人材のトレーニング、適切なアプリケーション・パフォーマンスのベースラインの設定（ユーザの視点から）、すべての関係者へのパフォーマンス・データの提供、これらのしきい値の継続的なテストと必要に応じた改善について、一貫したプロセスを確立するための投資も含まれます。

4. 成功した組織が標準化する重要な KPI

アプリケーションおよびソフトウェア・サービスのパフォーマンスの KPI は、アプリケーションのライフサイクルに組み込む必要があります。アプリケーション・サービスとビジネス・サービスは成長、変化、適応を続けるため、KPI の自動化とインテリジェントな管理は成功に不可欠です。

また、このような KPI では、ユーザ・エクスペリエンスと品質によるビジネスの成果を中心に据える必要があります。システム可用性とコンポーネント・レベルのパフォーマンスだけに基づいた KPI では、これらの目標を長期にわたって達成することはできません。長期的で持続的な改善のためには、KPI はアプリケーションとシステムによって可能になるビジネスのメトリクスに集中する必要があります。

成功事例 :APM Data、民主化によりアプリケーション・パフォーマンスが向上

このグローバルなメディア・エンターテインメント会社は、同社の Web サイトと携帯サイトを利用する顧客に最良のエクスペリエンスを提供する必要があります。アプリケーションとサイトのパフォーマンスが優れていればいるほど、顧客の利用時間は長くなり、より多くの商品を販売できます。

最良の顧客エクスペリエンスを確実に提供するため、同社はアプリケーション・パフォーマンス管理データへのアクセスを開放し、少数の社内専門家だけが重要なパフォーマンス・データにアクセスできるのではなく、アプリケーション所有者、運用チーム、開発者などにもデータ・アクセスを提供し、パフォーマンスの問題を迅速に特定して確認できるようにしました。

これらのアプリケーション・パフォーマンス管理をさらに前進させて、同社はアプリケーション・パフォーマンスのダッシュボードを作成して、アプリケーションの変更がパフォーマンスに及ぼす直接の影響をチームが確認できるようにしました。その成功の鍵は、必要なすべてのアプリケーション・パフォーマンス情報を運用、開発およびアプリケーション・ビジネスの所有者に対し、それぞれの業務に必要な固有のフォーマットで提供したことにあります。

5. 成功した組織が重視する品質管理と高パフォーマンス・アプリケーションの優れた ROI

Web、電話、タブレットのエンドユーザ・エクスペリエンスが低品質だとどうなるでしょうか。一般的に、いいことはありません。ユーザは耐えられず、顧客は不満を訴えるでしょう。最近、WhatsApp、Adobe® Creative Cloud、Facebook などが中断し、ユーザがソーシャル・メディアに対する不安を訴えていましたが、おそらく、それと同じ経験をするでしょう。もちろん、沈黙を通すユーザもいるでしょう。このようなユーザや顧客は不満を言いません。ただ、乗り換えるだけです。既存の顧客についても同じことが言えます。低品質のアプリケーション・エクスペリエンスが 1、2 回あれば、競合会社へ乗り換えて、決してその理由は語りません。ただ、去るだけです。

ニューヨーク・タイムズ紙の記事では、Web サイトの表示が競合会社よりわずか 250 ミリ秒遅いだけで、ユーザ離れが起こるといって Microsoft® の調査報告を取り上げています。「速かろうが遅かろうが、わずか 250 ミリ秒というのは、Web における競争上の優位性にとって特別な数字です。」と、Microsoft³ のコンピュータサイエンスおよびスピード・スペシャリストの Harry Shum 氏は述べています。

6. 成功する企業が重視する KPI の自動化とインテリジェント管理

適切な KPI で問題を自動的に特定できれば、運用チームは問題の原因に迅速かつ正確に焦点を当てて、パフォーマンスを許容できるしきい値に戻すことができます。自動化されたアプリケーション・パフォーマンス管理と KPI のインテリジェント管理を使用すると、企業は持続可能なメカニズムを構築できます。それによって監視、運用、開発、QA およびビジネス・エグゼクティブの間にフィードバック・ループを導入できます。このような基盤があれば、パフォーマンスの問題は、その問題のためにカスタマイズされたソリューションで迅速に解決できます。

セクション 4:

まとめ

現在のアプリケーション・エコノミーでは、企業はユーザと顧客に物理、仮想およびクラウドの環境で提供するアプリケーションのユーザ・エクスペリエンスを重視することが重要です。また、多くの顧客エクスペリエンスが Web やモバイル・デバイスでのアプリケーションの利用を通して提供されるため、CIO はアプリケーションのユーザ・エクスペリエンスの当事者意識を持って、主要なパフォーマンス情報の取得に必要な対策を講じ、取得した情報をビジネス・リーダー、CIO、開発チーム、品質保証チーム、テスト・チーム、運用チームと共有（民主化）して、迅速に問題を解決する必要があります。このような CIO は、すべてのチームが対応に必要な情報を把握していれば、優れたパフォーマンスを提供できることを理解しています。

企業が最新のアプリケーション・パフォーマンス管理システムに大規模な投資をして、現在の高度に分散したアプリケーションとモバイル・アプリケーションに対応しているのは、まさにそのためです。このようなツールがあれば、企業は理想的なパフォーマンスが提供されている顧客とそうでない顧客を迅速に特定できます。また、適切なアプリケーション・パフォーマンス管理によって情報が提供されれば、IT マネージャは技術の情報を掘り下げて、低品質のエクスペリエンスの原因を正確に把握できます。そうすることで、CIO は顧客満足を向上させ、売上を増やし、長期的な顧客ロイヤリティを獲得できる優れたエクスペリエンスを提供できます。



ca.com/jpでCA Technologiesにアクセスしてください



CA Technologies のメリット

CA Technologies (NASDAQ:CA) は、複雑な IT 環境の管理と保護に役立つ IT 管理ソリューションを提供し、アジャイル開発のビジネス・サービスを支援します。CA Technologies のソフトウェアと SaaS ソリューションを活用することで、データセンタからクラウドに至るまで革新を加速し、インフラストラクチャを変革し、データとアイデンティティを保護できます。CA Technologies はそのテクノロジーにより、お客様が必要な成果と期待どおりのビジネス・バリューを実現できるようにします。お客様を成功に導くプログラムの詳細については、ca.com/jp/customer-success をご覧ください。CA Technologies の詳細については、ca.com/jp をご覧ください。

- 1 Gartner 「CEO Resolutions for 2014—Time to Act on Digital Business」 Mark Raskino, 2014 年 3 月 5 日
- 2 Gartner 「Enterprise Software Markets, Worldwide, 2011-2018, 2Q14 Update」 Matthew Cheung など, 2014 年 6 月 17 日
- 3 The New York Times 「For Impatient Web Users, an Eye Blink Is Just Too Long to Wait」 Steve Lohr, 2012 年 2 月 29 日