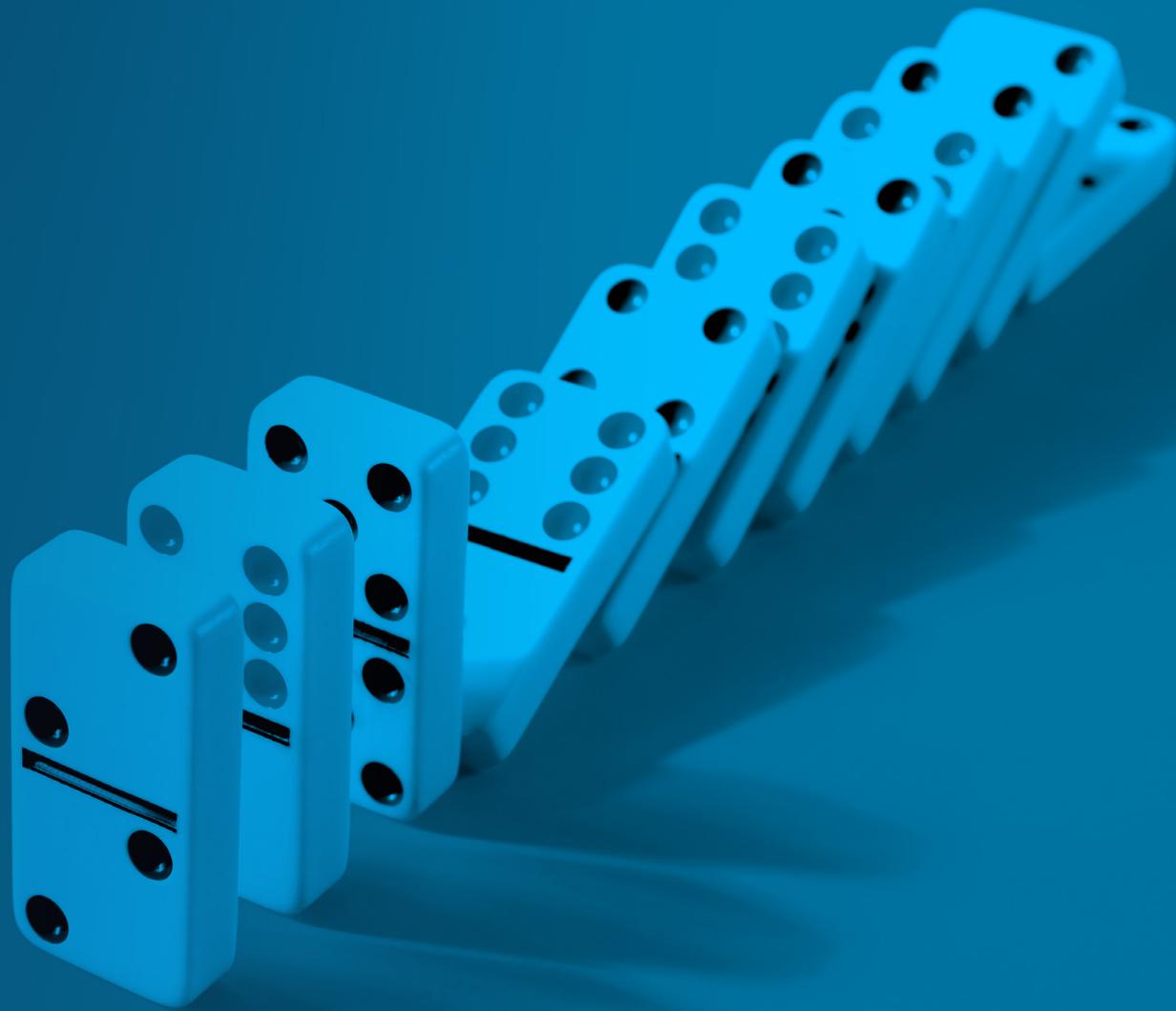




Quando qualquer dia pode ser importante

Dicas para ajudar você a se preparar para eventos de pico no comércio



Sumário

Introdução	03
Capítulo 1: Avançar na curva de desempenho	04
Dica 1: Revise as configurações de armazenamento em cache antecipadamente	04
Dica 2: Aumente a transferência durante o evento	04
Dica 3: Otimize imagens e vídeos	05
Dica 4: Identifique e gerencie bots	05
Dica 5: Adote a "degradação graciosa"	05
Capítulo 2: Como se preparar para o pior	06
Dica 6: Execute testes de tensão e carga	06
Dica 7: Implante uma sala de espera	06
Dica 8: Planeje a recuperação de desastres	07
Dica 9: Maximize a observabilidade	07
Capítulo 3: Reforçar a estrutura de segurança	08
Dica 10: Revise seu runbook	08
Dica 11: Evite as surpresas de um ataque de DDoS	08
Dica 12: Não se esqueça do cliente	08
Dica 13: Entenda a superfície de ataque a APIs	09
Dica 14: Ajuste os alertas para reduzir o ruído	09
Dica 15: Aumente sua defesa contra bots perigosos	09
Capítulo 4: Registrar as lições aprendidas	10
Dica 16 - bônus: Realize uma avaliação formal	10
Transforme sua abordagem para lidar com eventos de pico	11

Introdução

Os tradicionais "três grandes" eventos americanos de compras: Dia de Ação de Graças, Black Friday e Cyber Monday, não são os únicos eventos de pico para empresas de comércio, que incluem empresas de venda no varejo, viagens e hospitalidade. Dependendo da sua atividade ou setor, qualquer dia pode ser o mais importante para os negócios. Por exemplo, o Dia dos Namorados é o maior dia do ano para uma floricultura, enquanto as férias de verão são importantes para empresas de viagens e hospitalidade. Uma empresa de saúde verá picos de visitantes durante o período de inscrições, enquanto uma empresa de varejo será pressionada sempre que um novo produto se tornar viral ou quando as compras de volta às aulas começarem. Se expandirmos além dos EUA, os eventos de pico podem até surgir devido às Olimpíadas, à Copa do mundo ou a feriados como Diwali, Ano Novo Lunar e Oktoberfest.

As lições aprendidas com o gerenciamento das necessidades de desempenho e dos riscos de segurança nos dias de pico tradicionais podem ser aplicadas a qualquer evento de pico ou de alto tráfego. Em cada caso, você precisa lidar com sucesso com picos de tráfego em um único dia e com riscos bem acima dos níveis normais. E, em todos os casos, as apostas são altas: a falha em gerenciar esses momentos da maneira correta pode resultar em perda de receita e danos à reputação. O sucesso no gerenciamento desses eventos gera mais receita e clientes satisfeitos.

A preparação para eventos de pico requer a otimização do desempenho da sua plataforma, a preparação para os piores cenários, a atualização da sua postura de segurança e a realização de uma análise pós-ação para saber como garantir que seu próximo evento de pico seja realizado sem problemas.

Nos quatro capítulos a seguir, apresentamos quinze práticas recomendadas que ajudarão você a se preparar para qualquer evento de pico, quando e com que frequência esses eventos ocorrerem.

INSIGHT: Os eventos de pico estão mudando. Sua estratégia para lidar com eles também precisa mudar.

Os clientes de hoje esperam que o [período de festas de fim de ano comece mais cedo e dure mais](#) – semanas ou meses, em vez de dias. E com mudanças nos gastos do consumidor, eleições e eventos políticos inconstantes e outras forças macroeconômicas, o futuro acrescenta incertezas significativas à equação. Isso significa que sua organização comercial não pode mais abordar a preparação para eventos de pico como uma preparação para um único grande evento. Os eventos de pico contínuos exigem uma cadência operacional sustentável que permita que sua empresa responda quase imediatamente a uma série de eventos de pico sem interromper seus clientes ou suas operações.



Capítulo 1:

Avançar na curva de desempenho

Planejar com antecedência é fundamental para otimizar o desempenho do seu website nas cargas de tráfego mais altas do que o normal. É evidente que uma CDN (Rede de Entrega de Conteúdo) boa é um componente essencial da sua estratégia. Mas também é necessário planejar como garantir que o website funcione bem à medida que mais visitantes interagem com ele e como reagir quando o sistema precisar de ajuda sob estresse. Há três tipos de conteúdo que fazem parte deste cenário que devem ser tratados de forma diferente para maximizar o desempenho e aumentar a transferência:



Estrutura de página HTML que compõe o conteúdo de base do seu website (a transferência de destino deve ser de 50%)



Outros conteúdos estáticos, como JavaScript, CSS, imagens e vídeos (a meta de transferência deve ser de pelo menos 80%, mas recomendamos que se esforce para atingir 90% ou mais)



Tráfego de API, como apps para dispositivos móveis, preços, logins e checkouts (a transferência ideal varia de acordo com a natureza das chamadas de API e os dados que estão sendo recuperados)

Confira as cinco práticas recomendadas para garantir que o desempenho do seu sistema seja otimizado e ajustado para um evento de pico.

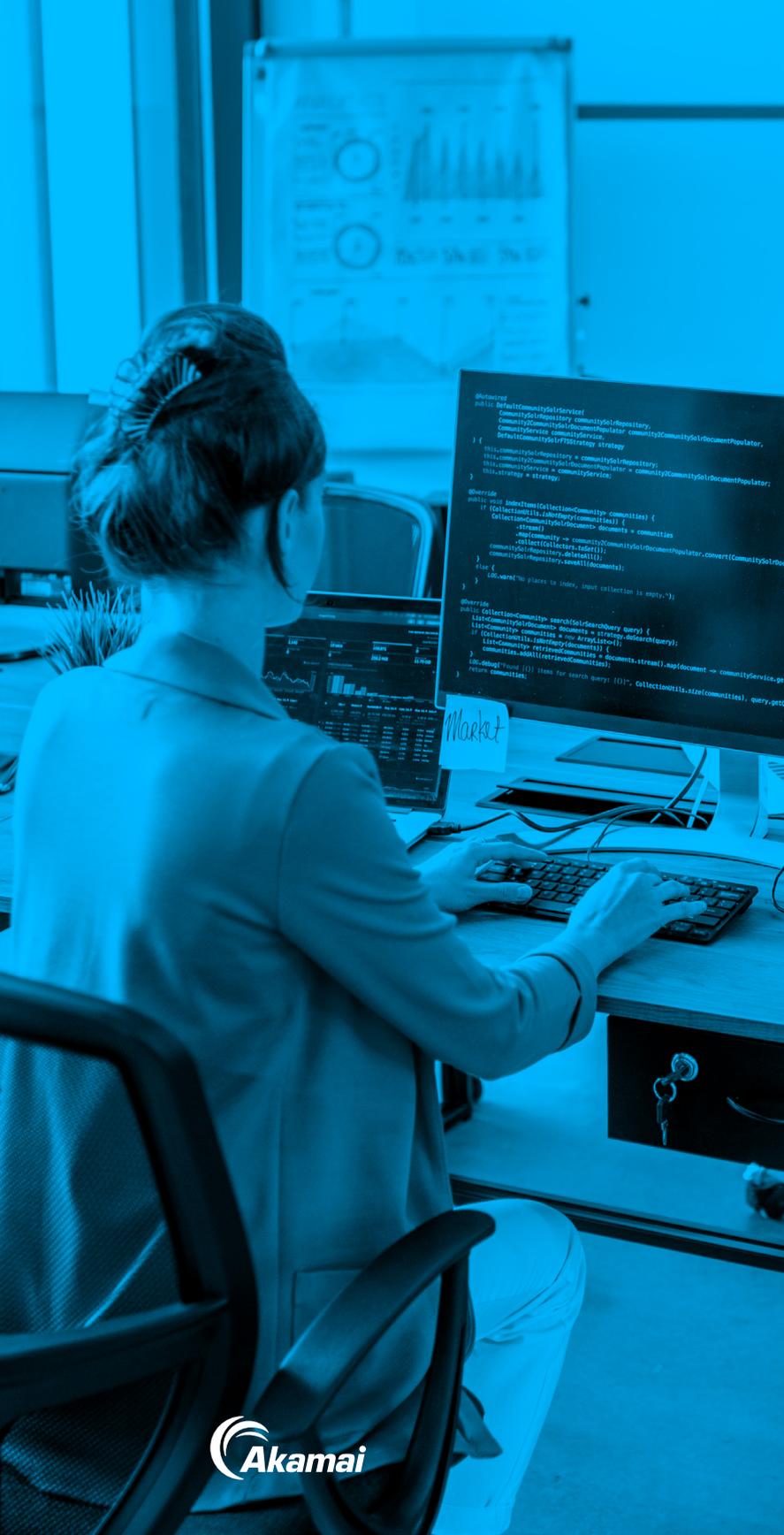
Dica 1: Revise as configurações de armazenamento em cache antecipadamente

Avalie o que você está armazenando em cache e onde, para garantir que sua estratégia de cache seja a melhor possível para fins cotidianos, antes mesmo de adicionar um evento de pico à equação. O objetivo é otimizar a aparência do seu website e proporcionar a experiência desejada na Web o mais rápido possível com o máximo de personalização. As configurações de cache se aplicam principalmente ao conteúdo e aos ativos estáticos, que devem ser armazenados em cache o máximo possível de acordo com seus requisitos comerciais. É melhor armazenar em cache uma imagem no balanceador de carga na origem ou na CDN, ou até mesmo enviar para o dispositivo do usuário, do que extrair do servidor da Web.

Com o HTML, há muito mais conteúdo armazenável em cache do que parece inicialmente. É possível estruturar seu website e tomar decisões para fragmentar o conteúdo a fim de obter uma maior transferência de HTML. Por exemplo, se os usuários no website não estiverem logados (ou seja, a personalização dinâmica do conteúdo não está disponível para ser atendida), o conteúdo poderá ser armazenado em cache e reutilizado para esse grupo. A conclusão: se uma grande porcentagem de usuários não estiver logada, faça o cache para eles de acordo. Para outros tipos de conteúdo estático, você deve se esforçar para obter 90% de transferência ou mais. Sabemos que você provavelmente já está se esforçando muito para otimizar esse tipo de conteúdo do website, mas verifique novamente para ter certeza de que está atingindo suas metas. Por fim, embora alguns dados sejam tão dinâmicos que não possam ser armazenados em cache para as APIs, considere quais chamadas de API poderiam ser, como cotações de remessa, localização de lojas ou preços. Se o estoque for atualizado a cada 60 segundos, por que não armazenar em cache por 30 segundos? Se o preço for atualizado uma vez por dia à meia-noite, armazene todas as chamadas de API em cache a cada 12 horas. Durante seu evento de pico, quando cada venda conta, cada segundo que pode ser armazenado em cache aumentará sua transferência quando for mais importante.

Dica 2: Aumente a transferência durante o evento

Em seguida, procure vantagens que você pode obter ao armazenar em cache determinados conteúdos somente durante o evento. Se você armazenar em cache os preços ou taxas de envio por alguns minutos, por exemplo, poderá liberar seus servidores para que possa aumentar a escala a um custo reduzido. Algumas outras ideias incluem o armazenamento em cache de redirecionamentos como montagem dinâmica de página, pré-renderização e otimizações de imagem – e você deve armazenar em cache os redirecionamentos na edge. Durante o evento e mesmo depois, pode haver muita coisa que você pode transferir, inclusive lógica comercial, experiência do usuário, redirecionamentos, otimizações de SEO e gerenciamento de bots.



Dica 3: Otimize imagens e vídeos

As imagens e os vídeos podem ser conteúdos estáticos, mas você pode fazer muitas coisas para entregar esse conteúdo aos seus clientes de maneira simplificada e *inteligente*. É essencial trabalhar na otimização de imagens e vídeos antes do pico do evento para obter a melhor experiência do usuário. Provavelmente, será necessário trabalhar com um provedor de otimização de imagens para garantir que você forneça as imagens e os vídeos no tamanho, formato e ponto de vista corretos e no momento certo para cada cliente. Esse processo também exige que você considere todas as combinações de dispositivos, navegadores, sistemas operacionais (e até mesmo conexões de rede) que seus clientes possam usar ou ter. Ao otimizar suas imagens e vídeos, é possível:

-  Tornar as páginas mais leves e rápidas (reduzindo bytes sem perder qualidade)
-  Melhorar o tempo de carregamento e a capacidade de resposta do website
-  Simplificar o gerenciamento de ativos para reduzir o trabalho das equipes de criação e design

Dica 4: Identifique e gerencie bots

Pesquisas indicam que [os bots representam quase 50% de todo o tráfego da Internet](#), o que significa que metade de todas as solicitações constitui uma espécie de taxa sobre seu sistema. É fundamental ter uma estratégia para os bots para evitar surpresas durante os eventos de pico. Atender bots durante um evento de pico diminui sua capacidade de atender a clientes de verdade em um momento em que você precisa do máximo possível dessa capacidade. É possível usar conjuntos de ferramentas para identificar que tipo de usuário está fazendo uma solicitação e a intenção dessa transação, o que pode permitir que você priorize determinadas interações de bot e despriorize outras. Uma estratégia para reduzir a carga é fornecer aos bots conteúdo pré-renderizado e armazenado em cache de uma origem diferente. Outra estratégia é desativar todos os indexadores de websites durante os horários de pico e sofrer as consequências de SEO de curto prazo para maximizar a receita. Dentro da população de bots, você deve estar preparado para tomar decisões mais detalhadas sobre como lidar com diferentes tipos de bots durante seu evento de pico, especialmente se você não quiser pagar por esse atendimento.

Dica 5: Adote a "degradação graciosa"

Você deve poder perder parte da funcionalidade e, ao mesmo tempo, manter o website em funcionamento. Na verdade, é provável que você nunca esteja funcionando sem algum déficit de funcionalidade, estando em algum estado de "degradação graciosa", um conceito de sistemas complexos. Você pode projetar seu sistema para executar estrategicamente em um estado "degradado" durante picos de carga para melhorar o desempenho. Um exemplo é um grande varejista online que suspende sua função de recomendações durante os dias de pico de compras porque o valor comercial da função não vale a carga que ela coloca no sistema.

Capítulo 2:

Como se preparar para o pior

Agora que você projetou o seu sistema para lidar com sucesso com as cargas esperadas durante os eventos de pico, pense no que você fará se as suas expectativas não forem atendidas.

Os momentos de pico de tráfego deixam em evidência suas restrições e vulnerabilidades operacionais, pois você já está sobrecarregado. Em momentos de pressão de um evento de pico, você pode não ter tempo para identificar problemas, muito menos para responder a eles, antes que seja tarde demais. É por isso que é essencial se preparar para possíveis problemas antes que eles afetem seus clientes ou sua receita. Dedique algum tempo antes do evento para entender de forma sólida a carga prevista e o possível efeito sobre a segurança, o desempenho e a confiabilidade. Verifique uma saída de emergência e crie contingências para o caso de não conseguir.

[Confira quatro práticas recomendadas que podem ajudar você a se preparar para todas as eventualidades.](#)

Dica 6: Execute testes de tensão e carga

A primeira etapa desse processo é identificar o que seria um resultado inaceitável. O objetivo é identificar exatamente o que está fora dos limites e ter um plano para quando eles forem excedidos. Testes de estresse e de carga ajudam a estabelecer esses limites e a entender o que é esperado. Execute testes de estresse várias vezes nos meses que antecedem um evento de pico, com a expectativa de que seu sistema falhará no início. Você terá tempo para corrigir problemas e, com o tempo, ficará mais confiante em sua capacidade de lidar com a carga necessária.

Dica 7: Implante uma sala de espera

Seu website deve ter a capacidade de acelerar o tráfego sob demanda. Uma sala de espera permite que você mantenha seu fluxo de check-out durante os horários de pico e gerencie a experiência do usuário durante problemas inesperados que podem atrasar esse fluxo. Essas ferramentas também permitem que você empregue uma degradação graciosa, por exemplo, mudando o tempo ou oferecendo acesso exclusivo antecipado. E um dos principais benefícios de uma sala de espera é que ela pode operar como um failback para empregar se as coisas derem errado. Saiba mais sobre as [estratégias para lidar com eventos de alarde ou picos de tráfego](#) e, ao mesmo tempo, promover a fidelidade do cliente.

INSIGHT: Como é uma carga aumentada?

O aumento da carga em seu sistema pode parecer um pequeno aumento devido a um feriado de menor importância ou um grande salto devido a um evento em toda a sociedade. Por exemplo, em abril de 2020, quando a pandemia da COVID-19 forçou muitas pessoas a ficarem em casa e online, [a Akamai observou](#) um aumento de 30% no tráfego global da Internet, o equivalente a um ano inteiro de crescimento em apenas algumas semanas.



Dica 8: Planeje a recuperação de desastres

A recuperação de desastres foi projetada para responder a um grande desastre natural, cibernético ou de negócios, e a recuperação pode muitas vezes levar dias ou semanas. E se esse desastre acontecer no meio do seu evento de pico? Por exemplo, se você leva quatro dias para fazer o failover, mas seu evento tem quatro horas de duração, você não tem um plano de recuperação de desastres eficaz. Combine seu planejamento e exercícios de recuperação de desastres com a probabilidade de você precisar deles e certifique-se de que seu cronograma e sua capacidade de execução sejam compatíveis com essa probabilidade. Por fim, adotar uma abordagem ativa-ativa em vez de uma postura de recuperação de desastres pode ajudar a garantir que nenhum desastre isolado prejudique suas operações.

Dica 9: Maximize a observabilidade

O monitoramento permite que você saiba como seu sistema está se saindo durante um evento de pico. É importante monitorar as medidas técnicas e comerciais. Metade do seu painel pode ser dedicada a métricas técnicas, como CPU, taxa de transferência e tempo de carregamento da página, enquanto a outra metade acompanha medidas comerciais, como taxas de cliques, abandono de carrinhos e conversões. Você precisa de ambos, porque as métricas técnicas podem dizer por que algo não está funcionando, mas não informam o impacto que o problema está causando nos usuários reais. Para isso, são necessárias métricas de negócios associadas. Maximizar a observabilidade dessas medidas ajuda a detectar anomalias, o que pode acionar ações automatizadas para reparar danos.

Capítulo 3:

Reforçar a estrutura de segurança

A segurança é sempre discutida em termos de risco: identificação de riscos, mitigação de riscos, impacto dos riscos, probabilidade dos riscos, e é crucial decidir como você responderá a eles. É essencialmente um ato de equilíbrio. Você pode optar por uma abordagem mais agressiva contra possíveis riscos durante eventos de pico, por exemplo, mas isso pode afetar sua experiência de usuário. As práticas recomendadas de segurança envolvem garantir que a plataforma tenha controles bem ajustados, definir limites de tráfego, determinar como consumir alertas e ter um plano para agir quando surgirem problemas.

[Confira estas seis práticas recomendadas.](#)

Dica 10: Revise seu runbook

Seu runbook deve detalhar todas as informações pertinentes sobre pessoas, processos e pré-requisitos em sua estratégia de segurança. Para as pessoas, liste os cronogramas no turno, a base de conhecimento e as lacunas e o treinamento necessários. Para os processos, crie um protocolo ou fluxograma para que todos saibam o que fazer e com quem entrar em contato para cada eventualidade. Para os pré-requisitos, descreva as dependências e os requisitos de comunicação para os escalonamentos de segurança. O runbook também deve listar protocolos de emergência destinados a proteger a origem tanto quanto possível.

Dica 11: Evite as surpresas de um ataque de DDoS

Para atenuar ataques DDoS, certifique-se de que sua plataforma tenha controles de taxa bem ajustados. Negue o tráfego acima de determinados limites e envie feedback HTML saudável para enganar o tráfego de bots. O armazenamento em cache é uma arma de trabalho contra ataques DDoS, portanto, armazene em cache o máximo possível. Realize um exercício teórico para encontrar pontos cegos ou ineficiências em seus processos de resposta a incidentes. Para obter os controles de mitigação mais eficazes, trabalhe com um fornecedor de segurança que esteja próximo ao local e entenda o seu ambiente e a natureza dos seus apps voltados para a Web.

Dica 12: Não se esqueça do cliente

Com o [aumento dos ataques de skimming na Web, cadeia de suprimentos e Magecart](#), é essencial (e exigido pelo PCI DSS 4.0) que você gerencie e monitore todo o comportamento de execução de JavaScript em seus apps da Web para se defender contra [ataques do lado do cliente](#) durante o evento de pico, e *muito mais*. O período de festas de fim de ano em particular também é um momento privilegiado para os fraudadores "sequestrarem" sua marca, [criarem websites falsos e contas de mídia social](#) projetadas para roubar credenciais e informações de cartão de crédito, ou venderem mercadorias ou reservas falsas. Como parte de sua estratégia, certifique-se de ter uma ferramenta de monitoramento implementada, além de um plano para responder quando um website falso ou abuso for detectado, para proteger a fidelidade e a confiança do cliente.

INSIGHT: Os ataques DDoS estão quebrando recordes

[Os ataques DDoS têm crescido substancialmente](#) em tamanho e sofisticação. De fato, 8 dos 10 maiores ataques DDoS atenuados pela Akamai ocorreram entre meados de 2022 e o final de 2023. Em fevereiro de 2023, a Akamai protegeu um cliente de um grande ataque DDoS que atingiu um pico de 900,1 gigabits por segundo (Gbps) e 158,2 milhões de pacotes por segundo (Mpps).



Dica 13: Entenda a superfície de ataque a APIs

A dispersão de APIs é um desafio para qualquer organização, e especialmente para as do comércio. Configure um processo de detecção de inventário para APIs e execute a auditoria. Sua equipe de segurança pode não estar familiarizada com as APIs mais recentes que sua equipe de aplicativos está executando por meio da plataforma, portanto, é importante registrar essas novas APIs na plataforma e garantir que o inventário seja preciso. Se a sua equipe de segurança não reconhecer uma API, ela pode bloqueá-la, mas, se as APIs forem registradas, a equipe poderá protegê-las. Outra prática recomendada é garantir que o firewall de aplicativos da Web esteja atualizado e no modo automático.

Dica 14: Ajuste os alertas para reduzir o ruído

É importante monitorar tudo, mas há perigo em criar muito ruído. Muitos alertas significam essencialmente que não há alertas, pois sua equipe pode não conseguir focar no que é importante. Ajustar seus alertas ajuda a reduzir o ruído e a se tornar mais ágil. Realize essa etapa bem antes de um evento de pico, não no último minuto. E é importante desenvolver um plano de roteamento para os alertas que transmitem as informações principais para que as pessoas certas possam responder.

Dica 15: Aumente sua defesa contra bots perigosos

Certos tipos de bots podem ser considerados benignos, mas outros podem ser usados para iniciar ataques DDoS, capturar conteúdo ou inventário, abrir contas falsas, executar ataques de preenchimento de credenciais e coisas ainda piores. Até mesmo os bots benignos podem reduzir a velocidade do seu website para velocidades inaceitáveis durante seu evento de pico crucial. Certifique-se de que sua estratégia de bots permita que você seja tão agressivo quanto necessário para desativar bots perigosos, concentrando-se em protocolos de emergência sobre o que fazer, como fazer e com quem trabalhar para neutralizá-los. As ferramentas podem permitir que você rastreie os bots separadamente e contabilize com precisão o impacto de um ataque que pode levar ao comprometimento de contas, interrupções e até mesmo violações de dados.

Capítulo 4:

Registrar as lições aprendidas

O processo de preparação e realização de eventos de pico fornece muitas informações técnicas e orientadas para os negócios, o que torna essencial capturar as lições aprendidas para ajudar sua equipe a melhorar. No entanto, encontrar o tempo e a energia para realizar uma avaliação formal pode ser difícil, especialmente no período pós-festas no final do ano. Para as empresas que passam por eventos de pico regulares ou frequentes, pode ser difícil encaixar as revisões entre eles. No entanto, achamos que é uma prática recomendada essencial colocar sua avaliação pós-evento no calendário para que seja mais provável que ela ocorra.

Para ajudar você a fazer exatamente isso, estamos dando uma dica bônus.

Dica 16 - bônus: Realize uma avaliação formal

Conduza sua avaliação pós-evento enquanto o evento ainda está fresco na mente de todos em sua organização. Com a lembrança clara do evento, sua equipe pode trazer insights acionáveis para interpretar os valiosos dados coletados no evento e priorizar as atividades para a próxima vez.



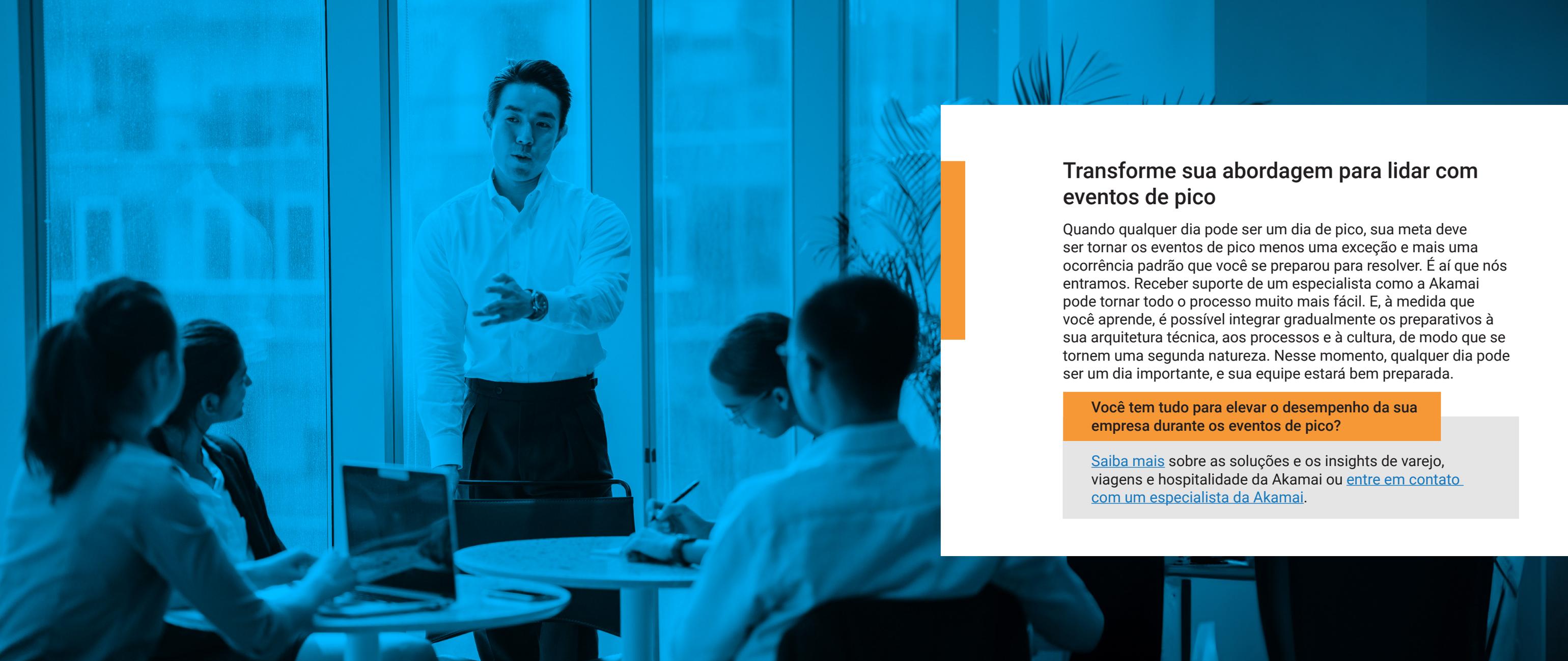
Você mediu as coisas certas?



Houve alguma lacuna em suas métricas ou processos que você queira preencher antes do próximo evento?

Preparar-se com bastante antecedência para uma análise formal pós-evento do seu desempenho técnico e comercial permite que você aproveite ao máximo o que aprendeu e os dados que coletou.





Transforme sua abordagem para lidar com eventos de pico

Quando qualquer dia pode ser um dia de pico, sua meta deve ser tornar os eventos de pico menos uma exceção e mais uma ocorrência padrão que você se preparou para resolver. É aí que nós entramos. Receber suporte de um especialista como a Akamai pode tornar todo o processo muito mais fácil. E, à medida que você aprende, é possível integrar gradualmente os preparativos à sua arquitetura técnica, aos processos e à cultura, de modo que se tornem uma segunda natureza. Nesse momento, qualquer dia pode ser um dia importante, e sua equipe estará bem preparada.

Você tem tudo para elevar o desempenho da sua empresa durante os eventos de pico?

[Saiba mais](#) sobre as soluções e os insights de varejo, viagens e hospitalidade da Akamai ou [entre em contato com um especialista da Akamai](#).

A Akamai protege sua experiência do cliente, sua força de trabalho, seus sistemas e seus dados ajudando a incorporar a segurança em tudo o que você criar, em qualquer lugar que você criar e entregar. A visibilidade da nossa plataforma em relação às ameaças globais nos ajuda a adaptar e desenvolver sua postura de segurança para permitir Zero Trust, interromper ransomware, proteger aplicativos e APIs ou combater ataques DDoS, dando a você a confiança para inovar, expandir e transformar continuamente o que é possível. Saiba mais sobre as soluções de computação em nuvem, segurança e entrega de conteúdo da Akamai em akamai.com e akamai.com/blog, ou siga a Akamai Technologies no [X](#), antigo Twitter, e [LinkedIn](#).

