

## AKAMAI-KUNDENREFERENZ

# SMU bietet Kunden ein sicheres, schnelles und zuverlässiges digitales Einkaufserlebnis

Die chilenische Supermarktkette SMU wendet sich an Akamai, um ein außergewöhnliches Online-Shopperlebnis zu bieten

In unter  
60 s

Aktivierung einer neuen Domain



Support in der jeweiligen Landessprache

0

Websiteausfälle

SMU ist eines der wichtigsten Unternehmen in der chilenischen Supermarktlandschaft. Das Unternehmen besteht aus den Tochtergesellschaften Unimarc, Mayorista 10, Alvi und Super10, die die Bedürfnisse von Endkunden und Händlern erfüllen. Das Unternehmen verfügt über etwa 400 Filialen und 24.000 Mitarbeiter im Land. Es erreicht die flächendeckende Verfügbarkeit in allen Regionen Chiles mit einer Multi-Format-Strategie, durch die die unterschiedlichen Kaufanforderungen seiner Kunden erfüllt werden können.

Darüber hinaus betreibt das Unternehmen in Peru über 22 Filialen der MaxiAhorro-Kette (Soft Discounter) und 6 Mayorsa-Filialen (Cash and Carry) in den Regionen Piura, Lima und Ica. 2021 führte SMU die E-Commerce-Kanäle Unimac.cl und die Unimarc-App ein, über die Kunden ihre Einkäufe digital tätigen und die für eine landesweite Abdeckung sorgen.

Im Jahr 2022 hat das Unternehmen die E-Commerce-Plattform „Club Alvi Compras“ ins Leben gerufen. Diese kommt den Handelspartnern von Alvi zugute und ermöglicht es ihnen, ihre Geschäfte beliefern zu lassen, ohne diese dafür verlassen zu müssen.

SMU unterhält außerdem Partnerschaften mit Mercado Libre und Last-Mile-Anwendungen wie Cornershop, Rappi und PedidosYa.

# SMU

### Branche

Santiago, Chile  
[www.smu.cl](http://www.smu.cl)

### Lösungen

E-Commerce

### Lösungen

- Web Application Protector
- Dynamic Site Accelerator
- Edge DNS



## Der Einzelhandel: Eine Herausforderung für E-Commerce

Der Einzelhandel hat in den letzten Jahren weltweit große Herausforderungen gemeistert, insbesondere im Zuge der Corona-Pandemie, die physische Einkäufe sowohl für Verbraucher als auch für Supermärkte enorm erschwerte. SMU war dahingehend keine Ausnahme. Im Verbund mit dem „sozialen Ausbruch“ in Chile zwischen 2019 und 2020, einer Reihe politischer Proteste auf den Straßen, wurde die Tätigkeit vieler Einzelhandelsunternehmen im Land noch schwieriger.

„Das veränderte die Art und Weise, wie Supermärkte sich den Menschen präsentierten. Viele Filialen schirmten sich selbst ab, verdeckten ihre Fenster oder installierten Sicherheitstüren als Vorsichtsmaßnahmen, falls es noch einmal passiert. Viele mussten aus Gründen der Sorgfalts- und Sicherheitspflicht vollständig schließen. Nach dem sozialen Ausbruch begann die Pandemie, und wir hatten keinen einzigen digitalen Kanal“, erklärt Javier Vera Duran, Assistant Manager of IT Architecture and Infrastructure von SMU. „Für uns bedeutete die Schließung der Supermärkte, dass wir den Verkauf einstellen müssen. Daher war es unerlässlich, diese neuen digitalen Vertriebskanäle zu schaffen und zu ermöglichen.“

Da E-Commerce eine starke Option zur Bewältigung dieser Herausforderungen darstellt, begann SMU mit der Implementierung eines neuen Online-Einzelhandelskanals und einer neuen Strategie. Der Online-Verkauf von Supermarktprodukten begann mit Unimarc als Hauptwebsite des Unternehmens. Das Unternehmen konnte jedoch aufgrund externer Faktoren wie des in Lateinamerika nur wenig ausgebauten E-Commerce und des Zögerns der Käufer, Supermarktprodukte online zu kaufen, nicht die gewünschten Ergebnisse erzielen.

Als SMU sich für den E-Commerce entschied, stellte die Performance und Funktionalität von Websites eine weitere Herausforderung dar. „Anfangs kam es mit den vorherigen Anbietern Unterbrechungen und oft wussten wir nicht, warum sie geschahen. Und wir hatten kein Service Center, das ein SLA gemäß unseren Anforderungen sicherstellen konnte“, so Vera Duran.

Trotz der Tatsache, dass der lokale E-Commerce zu diesem Zeitpunkt noch nicht weit fortgeschritten war, gingen die Lieferservice-Apps auch in Lateinamerika an den Start. Dies brachte einen erbitterten Wettbewerb um die schnellsten Produktlieferzeiten mit sich. Diese Apps blieben jedoch lediglich Zwischenstellen. SMU hatte bereits die Vorräte angelegt, die für diese Käufe erforderlich waren. Eine Verkürzung der Lieferzeiten und der Onlinebestellungen würde den Unterschied ausmachen, damit die Kunden sich primär für Onlineeinkäufe entscheiden.

Vor diesem Hintergrund und trotz der technischen Schwierigkeiten setzte SMU weiter auf E-Commerce, um Kunden neue Optionen anzubieten und ihr Einkaufserlebnis über Onlinekanäle zu verbessern.



Mithilfe von Akamai konnten wir innerhalb des Online- und Sicherheitsbereichs unseres Unternehmens große Fortschritte verzeichnen. Und das garantiert, dass wir Produkte für unsere Kunden haben, die ihnen ein Gefühl von Vertrauen vermitteln, und dass dieses Vertrauen auf Qualität und Zuverlässigkeit basiert.

**Javier Vera Duran**

Assistant Manager of IT Architecture and Infrastructure bei SMU

## Personalisierung als digitale Treustrategie

Wenn irgendetwas sinnbildlich für SMU auf dem chilenischen Markt steht, dann ist es die Entwicklung unterschiedlicher Strategien für jedes Kundenprofil – von der Marktsegmentierung über verschiedene, auf die einzelnen Verbrauchertypen zugeschnittene Geschäfte bis hin zur Personalisierung von Angeboten und Werbeaktionen für ihre Online-Kunden.

Durch Marken wie Alvi, die sich an Großhändler richten (Business-to-Business), oder Unimarc und Super10 (Business-to-Consumer), hat SMU versucht, jeden Markt auf der Grundlage seiner spezifischen Bedürfnisse zu belohnen. Vertriebskanäle sind nicht das einzige, was SMU beim Anpassen berücksichtigt.

Durch Treueprogramme wie Club Ahorro lobt das Unternehmen für seine Kunden individuelle Vorteile aus. „Wir konzentrieren uns auf die Personalisierung. Diese personalisierten Angebote basieren auf dem Kaufverhalten. Darüber hinaus bieten wir Coupons an, mit denen Kunden bei ihren Einkäufen Geld sparen können“, erklärt Vera Duran. „Bei SMU ermutigen wir Kunden, diese personalisierten Angebote zu nutzen, die auf ihre individuellen Einkaufsmuster zugeschnitten sind. Wenn ein Kunde beispielsweise in der Regel bestimmte Artikel regelmäßig kauft, wird er im nächsten Monat wahrscheinlich Coupons für diese Artikel erhalten, wodurch seine Einsparungen maximiert werden.“

## Der Mehrwert im E-Commerce-Einzelhandel

Mit einem kontinuierlichen Verbesserungsansatz versucht SMU, sich von der Konkurrenz durch zwei KPIs abzuheben: Der erste ist die Vollständigkeit und Effektivität einer Bestellung. Der zweite ist die Liefersgeschwindigkeit. Diese beiden Faktoren haben es SMU in Kombination mit einem personalisierten Erlebnis für jeden Kunden ermöglicht, erfolgreich in die Onlineeinkaufskanäle einzusteigen.

Akamai war bei diesem Vorhaben ein strategischer Partner für SMU. Aufgrund der Qualität und der bisherigen Erfahrungen entschied sich Vera Duran für die Nutzung der Lösungen und Tools von Akamai, um SMU dabei zu unterstützen, sein volles Potenzial auszuschöpfen. Einer der unmittelbaren Vorteile, die SMU erkannte, war die Geschwindigkeit der Akamai-Lösungen. Laut Vera Duran ist es im Einzelhandel von entscheidender Bedeutung, dass digitale Einkaufskanäle aktiviert sind, da dies das Nutzererlebnis wesentlich schneller und sicherer macht.

Dank der Lösungen von Akamai war auch die ständige Innovation in digitalen Einzelhandelskanälen ein entscheidender Faktor für die Performance von SMU. Vorproduktionsumgebungen, die eine schnellere Implementierung von Änderungen und Verbesserungen ermöglichen, ohne das Kundenerlebnis zu beeinträchtigen, waren für die Kontinuität eines guten Kundenservice von entscheidender Bedeutung.

Akamai hat mit SMU an Projekten zum Kompetenztransfer sowie an Tests in Einzelfällen gearbeitet. Heutzutage verfügt jede Entwicklung innerhalb von SMU über eine Vorproduktionsumgebung. „In anderen Unternehmen sind diese Prozesse viel langsamer, und manchmal dauert es Tage, bis sie funktionieren“, sagt Vera Duran.

Schließlich waren die Sicherheit und der spanischsprachige Akamai-Support sowie die Fähigkeit, Kunden einzubringen, für das Unternehmen von großer Bedeutung. „Wir mussten uns um Sicherheitsprobleme kümmern. Mein Team entwickelt gerne aktiv und beteiligt sich am Prozess. Alles, was auf Englisch ist oder ein höheres Service-Level Agreement hat, erschwert es daher für mich. Aus diesem Grund ist Akamai im Vergleich zu anderen Wettbewerbern in den spanischsprachigen Ländern sehr stark aufgestellt.“





## Akamai bietet SMU maßgeschneiderte Lösungen

**Edge DNS** war eine der führenden Lösungen für E-Commerce-Services von SMU: Dank Akamai konnte das Unternehmen eine neue Domain anstelle von 48 Stunden nun in weniger als 60 Sekunden aktivieren.

„Heute arbeiten wir mit einem automatischen DNS-Datensatz: Der DNS-Datensatz wird sofort veröffentlicht, sobald ein neuer Punkt erstellt wird. Das passiert innerhalb von ein paar Sekunden. Dieses Tool bietet dem Unternehmen einen großen Mehrwert“, so Vera Duran.

**Das Zertifikatbereitstellungssystem** (Certificate Provisioning System – CPS) sorgte dafür, dass SMU Domainzertifikate vereinfachen und schützen konnte. Vor Akamai wurden SMU-Zertifikate zentralisiert und automatisch erneuert. „Zertifikate liefen dann ab, aber niemand wusste, wann sie abgelaufen waren. Sie mussten ständig erneuert werden und wir konnten nicht ein einziges Zertifikat für alle Bereiche erstellen. Letztendlich konnten wir dank der Einfachheit und Sicherheit von Akamai deutliche Verbesserungen erzielen.“

Ebenso sorgte der Schutz der Kunden vor möglichen DoS-Angriffen (Denial-of-Service), Kryptohacking oder Elementen zwischen dem Browser des Kunden und dem Supermarkt zu einem Wettbewerbsvorteil für das Unternehmen und einer Verbesserung des Kundenerlebnisses.

Mit dem **Global Traffic Management** von Akamai und intelligenten Regeln war SMU schließlich in der Lage, seine Infrastruktur in verschiedenen Umgebungen gleichzeitig zu halten. Bei einem Ausfall in einer der Umgebungen wird der Nutzer automatisch zur nächstgelegenen Umgebung umgeleitet, um das Timeout zu optimieren. Seit der Implementierung kam es bei SMU zu keinerlei Websiteausfällen. Selbst wenn Zwischenstellen ausfallen, erfolgt die erfolgreiche Umleitung automatisch.

„Eine stets verfügbare E-Commerce-Website ist wie ein lokales Geschäft, das rund um die Uhr geöffnet hat. Die Verbraucher können zu jeder Tages- und Nachtzeit einkaufen. Das ist für das Unternehmen von entscheidender Bedeutung, da wir so keine Verkaufsunterbrechungen mehr haben“, betont Vera Duran.

## Zukunftspläne

Um das Kundenerlebnis kontinuierlich zu verbessern und die Effizienz zu steigern, versucht SMU, die Anzahl der Domains mithilfe von Akamai zu verdoppeln. Die Geschwindigkeit der Domainerstellung beeinflusst diese Entscheidung maßgeblich: „Es ist heutzutage schwer zu glauben, dass es mitunter zwei Tage dauert, bis etwas verfügbar ist. Das macht es so gut wie wertlos, denn Akamai bewerkstelligt das Ganze in weniger als 60 Sekunden“, so Vera Duran.

Mit den implementierten Lösungen von Akamai hat sich SMU aus der Krise der Einzelhandelsbranche, verschiedenen Finanzkrisen sowie ständigen Veränderungen innerhalb und außerhalb des Unternehmens heraus zu einer der sichersten, schnellsten und zuverlässigsten E-Commerce-Optionen auf seinem Gebiet entwickelt.



Eine stets verfügbare E-Commerce-Website ist wie ein lokales Geschäft, das rund um die Uhr geöffnet hat. Die Verbraucher können zu jeder Tages- und Nachtzeit einkaufen. Das ist für das Unternehmen von entscheidender Bedeutung, da wir so keine Verkaufsunterbrechungen mehr haben.

**Javier Vera Duran**

Assistant Manager of IT Architecture and Infrastructure bei SMU



SMU ging aus der Übernahme von mehr als 60 Unternehmen seit 2007 hervor. Es ist heute das chilenische Unternehmen mit der größten geografischen Abdeckung des Landes und zudem die größte Supermarktkette im Land. Dank seiner Multi-Format-Strategie kann das Unternehmen verschiedene Kaufgewohnheiten bedienen, indem es die besten Lösungen und Produkte bereitstellt und seinen Kunden den besten Service bietet. Heute ist SMU das drittgrößte Einzelhandelsunternehmen in Chile. Dies wurde durch die Arbeit und Hingabe der rund 24.000 Mitarbeiter erreicht, die gerne Tag für Tag mit Begeisterung und Engagement arbeiten, um das Leben der Kunden von Arica bis nach Punta Arenas zu erleichtern. [www.smu.cl](http://www.smu.cl)