

STORIE DI CLIENTI AKAMAI

SMU offre acquisti di generi alimentari online sicuri, rapidi e affidabili

SMU, gigante dei supermercati in Cile, si affida ad Akamai per garantire un'eccezionale online experience di acquisto

< 60 sec.

per attivare un nuovo dominio



Supporto per la lingua locale

0

downtime dei siti web

SMU è una delle aziende principali nel settore dei supermercati al dettaglio in Cile. L'azienda è composta dalle società sussidiarie Unimarc, Mayorista 10, Alvi e Super10, che arrivano a soddisfare le esigenze di clienti finali e commercianti. Possiede all'incirca 100 negozi e 24.000 dipendenti nella nazione, con una copertura che abbraccia tutte le regioni del Cile grazie a una strategia multi-formato, che consente di soddisfare le varie esigenze di acquisto dei propri clienti.

L'azienda opera anche in Perù tramite i 22 punti vendita della catena MaxiAhorro (discount) e i 6 punti vendita di Mayorsa (cash-and-carry) tra le regioni di Piura, Lima e Ica. Nel 2021, SMU ha lanciato i canali di e-commerce Unimac.cl e l'app Unimarc, con cui i clienti possono effettuare acquisti in digitale, realizzando, così, una copertura completa in tutte le regioni della nazione.

Nel 2022, l'azienda ha lanciato la piattaforma di e-commerce Club Alvi Compras, a vantaggio dei partner commerciali di Alvi: permette loro di rifornire i negozi senza doversi allontanare dalla propria sede.

SMU mantiene anche un rapporto di affiliazione con Mercado Libre e applicazioni dell'ultimo miglio, come Cornershop, Rappi e PedidosYa.

SMU

SMU

Santiago, Cile
www.smu.cl

Settore

eCommerce

Soluzioni

- Web Application Protector
- Dynamic Site Accelerator
- Edge DNS



Il settore del retail: una sfida per l'e-commerce

Negli ultimi anni, il settore del retail è quello che ha subito difficoltà importanti in tutto il mondo, specialmente a seguito della pandemia da COVID-19, durante la quale fare gli acquisti di persona è diventata un'impresa ardua sia per i consumatori che per i supermercati. SMU non ha fatto eccezione. In concomitanza con i "disordini sociali" degli anni 2019-2020 in Cile, ossia una serie di manifestazioni politiche sulle strade, le attività di molte aziende di retail nella nazione si sono complicate ancora di più.

"Tutto questo ha cambiato il modo in cui i supermercati scelgono di presentarsi alla gente. Molti stabilimenti hanno iniziato a proteggersi, coprendo le finestre e utilizzando porte di sicurezza in caso di nuovi disordini. Molti, invece, hanno dovuto proprio chiudere, per badare e tenere al sicuro i propri dipendenti. Dopo i disordini sociali, è iniziata la pandemia e non avevamo canali digitali", spiega Javier Vera Duran, Assistant Manager della divisione IT Architecture and Infrastructure di SMU. "Per noi, chiudere i supermercati significava fermare le vendite e, perciò, era d'obbligo creare e utilizzare questi nuovi canali di vendita digitali".

Mentre l'e-commerce emergeva come valida opzione per gestire queste sfide, SMU ha deciso di iniziare a implementare un nuovo canale di retail online e una nuova strategia. L'implementazione delle vendite online di prodotti presenti nei supermercati ha avuto inizio con Unimarc, in qualità di sito principale dell'azienda. Tuttavia, l'azienda non ha ottenuto i risultati sperati a causa di fattori esterni, come lo sviluppo limitato del commercio elettronico in America Latina e la riluttanza degli acquirenti all'acquisto online di prodotti provenienti da supermercati.

Un'altra sfida affrontata da SMU quando ha deciso di avviare il suo percorso di e-commerce è stata rappresentata dalle performance e dalle funzionalità dei siti web.

"All'inizio, con i fornitori precedenti, subivamo interruzioni e, spesso, non sapevamo perché accadesse. Inoltre, non avevamo un centro di assistenza in grado di garantire uno SLA (accordo sul livello di servizio) adatto alle nostre esigenze", afferma Vera Duran.

Nonostante l'e-commerce locale non fosse altamente sviluppato all'epoca, in America Latina sono spuntate le prime app di servizi di consegna e la concorrenza ai tempi di consegna più rapidi per i prodotti era spietata. Queste app, tuttavia, sono rimaste dei semplici intermediari. SMU disponeva già delle scorte necessarie a coprire questi acquisti. Un miglioramento nei tempi di consegna e negli ordini web farebbe la differenza e permetterebbe all'azienda di diventare la prima scelta dei clienti che scelgono di fare acquisti online.

In quest'ottica e nonostante le difficoltà tecniche, SMU ha deciso di proseguire sulla strada dell'e-commerce per offrire ai clienti nuove opzioni e migliorare le loro esperienze di acquisto sui canali online.



Grazie ad Akamai, la nostra azienda è cresciuta molto dal punto di vista del mondo online e della sicurezza. Ciò ci garantisce di poter offrire ai clienti prodotti che infondono in loro un senso di fiducia basato su elevate caratteristiche di qualità e affidabilità.

Javier Vera Duran

Assistant Manager della divisione IT Architecture and Infrastructure di SMU

La personalizzazione come strategia di fidelizzazione digitale

Un aspetto che contraddistingue SMU nel mercato cileno è rappresentato dallo sviluppo di diverse strategie per ogni singolo cliente: dalla segmentazione del mercato ai vari punti vendita dedicati ad ogni tipo di consumatore fino alla personalizzazione di offerte e promozioni per i clienti online.

Grazie a brand come Alvi, dedicata ai grossisti (business-to-business) o Unimarc e Super10 (business-to-consumer), SMU ha cercato di soddisfare le specifiche esigenze di ogni mercato. I canali di vendita non sono l'unica cosa di cui SMU tiene conto quando personalizza le experience.

Attraverso programmi fedeltà come Club Ahorro, l'azienda ricompensa i propri clienti con vantaggi personalizzati. "Ci concentriamo sulla personalizzazione. Queste offerte su misura si basano sui comportamenti di acquisto e offriamo coupon che consentono di risparmiare sugli acquisti", spiega Vera Duran. "Noi di SMU invitiamo i clienti ad approfittare di queste offerte personalizzate sulla base dei loro modelli di shopping. Ad esempio, se un cliente, di solito, acquista determinati articoli con una certa frequenza, il mese successivo è probabile che riceverà dei coupon sull'acquisto di quegli stessi articoli, massimizzando, così, le sue occasioni di risparmio".

Il valore aggiunto dell'e-commerce al dettaglio

Con un approccio di miglioramento continuo, SMU cerca di distinguersi dalla concorrenza attraverso due KPI: il primo aspetto è rappresentato dalla completezza e dall'efficacia nella delivery degli ordini. Il secondo aspetto consiste nella rapidità di delivery. Questi due fattori, oltre all'experience personalizzata di ogni cliente, hanno consentito a SMU di farsi strada con successo nel mondo dello shopping online.

Akamai è stato un partner strategico per SMU in questa impresa. Incoraggiata dalla qualità e dalle experience precedenti, Vera Duran ha deciso di utilizzare le soluzioni e gli strumenti offerti da Akamai per aiutare SMU a raggiungere il suo pieno potenziale. Uno dei vantaggi immediati che SMU ha notato è stata la velocità delle soluzioni Akamai. Secondo Vera Duran, nel settore del retail avere canali di acquisto digitali funzionanti è cruciale e rende le user experience molto più veloci e sicure.

La continua innovazione dei canali di retail digitali è diventata elemento fondamentale anche nelle performance di SMU, grazie alle soluzioni Akamai. Gli ambienti di pre-produzione, che consentono una più rapida implementazione delle modifiche e dei miglioramenti senza influire sulle customer experience, sono stati fondamentali per la continuità di una buona assistenza clienti.

Akamai ha lavorato con SMU su progetti di trasferimento delle competenze, nonché test caso per caso. Oggigiorno, un qualsiasi sviluppo all'interno di SMU ha un ambiente di pre-produzione. "In altre aziende, questi processi sono molto più lenti e, a volte, la loro riuscita richiede dei giorni", dice Vera Duran.

Infine, la sicurezza e il supporto offerti da Akamai in spagnolo, nonché la capacità di coinvolgere il cliente sono stati elementi importanti per l'azienda. "Dovevamo occuparci dei problemi legati alla sicurezza e al mio team piace sviluppare attivamente i processi, facendone parte. Perciò, tutto ciò che è in inglese o ha uno SLA maggiore mi complica le cose. Ecco perché Akamai è molto forte rispetto agli altri concorrenti per la sua posizione nelle nazioni di lingua spagnola".



Akamai offre a SMU soluzioni personalizzate

Edge DNS è stata una delle migliori soluzioni utilizzate per il potenziamento dei servizi di e-commerce di SMU: grazie ad Akamai, per l'attivazione di un nuovo dominio, l'azienda ha dovuto aspettare meno di 60 secondi rispetto al tempo prima necessario, in genere 48 ore.

"Oggi eseguiamo un record DNS automatico: pubblichiamo il record DNS subito dopo la creazione di un nuovo punto, il tutto in pochi secondi. Questo strumento sta apportando all'azienda un enorme valore", afferma Vera Duran.

CPS (Certificate Provisioning System) ha aiutato SMU a semplificare e proteggere i certificati dei domini. Prima di Akamai, i certificati di SMU erano centralizzati e si rinnovavano in automatico. "I certificati scadevano, ma nessuno sapeva quando. Dovevano essere rinnovati continuo e non potevamo emettere un unico certificato per tutti i domini. Alla fine, la semplicità e la sicurezza di Akamai ci hanno aiutati a notare miglioramenti significativi.

Allo stesso modo, l'impegno nella protezione dei clienti da possibili attacchi DoS (Denial-of-Service), dal cryptohacking o da eventuali intermediari tra il browser del cliente e i supermercati è diventato un vantaggio competitivo per l'azienda, nonché un modo per migliorare le customer experience.

Infine, con la soluzione **Global Traffic Management** di Akamai, SMU è riuscita a contenere la propria infrastruttura in diversi ambienti simultaneamente, rinforzandola con regole intelligenti. In caso di errori in uno degli ambienti, la soluzione reindirizza automaticamente l'utente verso l'ambiente più vicino, ottimizzando il timeout. Sin dalla sua implementazione, SMU non ha più riscontrato downtime dei siti web. Anche quando gli intermediari riscontrano errori, il reindirizzamento avviene automaticamente.

"Avere sempre a disposizione un sito di e-commerce è come avere un negozio fisico sempre aperto. I consumatori possono fare acquisti 24 ore su 24, il che è fondamentale, poiché non ci sono più interruzioni tra una vendita e l'altra", sottolinea Vera Duran.

Progetti per il futuro

Nel tentativo di migliorare costantemente le customer experience e aumentare la propria efficienza, SMU mira a raddoppiare il numero di domini gestiti da Akamai. La velocità di creazione dei domini ha molto peso in questa decisione: "Oggi, è difficile credere che occorrono due giorni per avere qualcosa. Ma tanto Akamai li batte tutti: può farcela in meno di 60 secondi", afferma Vera Duran.

Oggi, grazie all'implementazione delle soluzioni Akamai, SMU è passata dal dover affrontare una crisi nel settore del retail, crisi finanziarie e continui cambiamenti sia dentro che fuori l'organizzazione, a diventare una delle soluzioni di e-commerce più sicure, rapide e affidabili del settore.



Avere sempre a disposizione un sito di e-commerce è come avere un negozio fisico sempre aperto. I consumatori possono fare acquisti 24 ore su 24, il che è fondamentale, poiché non ci sono più interruzioni tra una vendita e l'altra.

Javier Vera Duran

Assistant Manager della divisione IT
Architecture and Infrastructure di SMU

SMU

SMU è nata dall'acquisizione di più di 60 aziende dal 2007. Oggi è l'azienda cilena con la più ampia copertura geografica nella nazione, nonché la catena di supermercati più grande di tutto lo stato. La sua strategia multi-formato consente all'azienda di soddisfare diverse abitudini di acquisto, offrendo le soluzioni e i prodotti migliori e garantendo il miglior servizio possibile ai propri clienti. Oggi, SMU è il terzo maggior retailer in Cile. Ha raggiunto questo traguardo grazie al lavoro e alla dedizione di circa 24.000 dipendenti, lieti di svolgere il loro compito ogni giorno con entusiasmo e collaborazione allo scopo di semplificare la vita dei clienti ovunque, da Arica a Punta Arenas. www.smu.cl