

IBM Consumer Identity and Access Management (CIAM)

Ayude a crear mejores experiencias para sus
clientes y construir una relación de confianza
con una perfecta gestión de las identidades

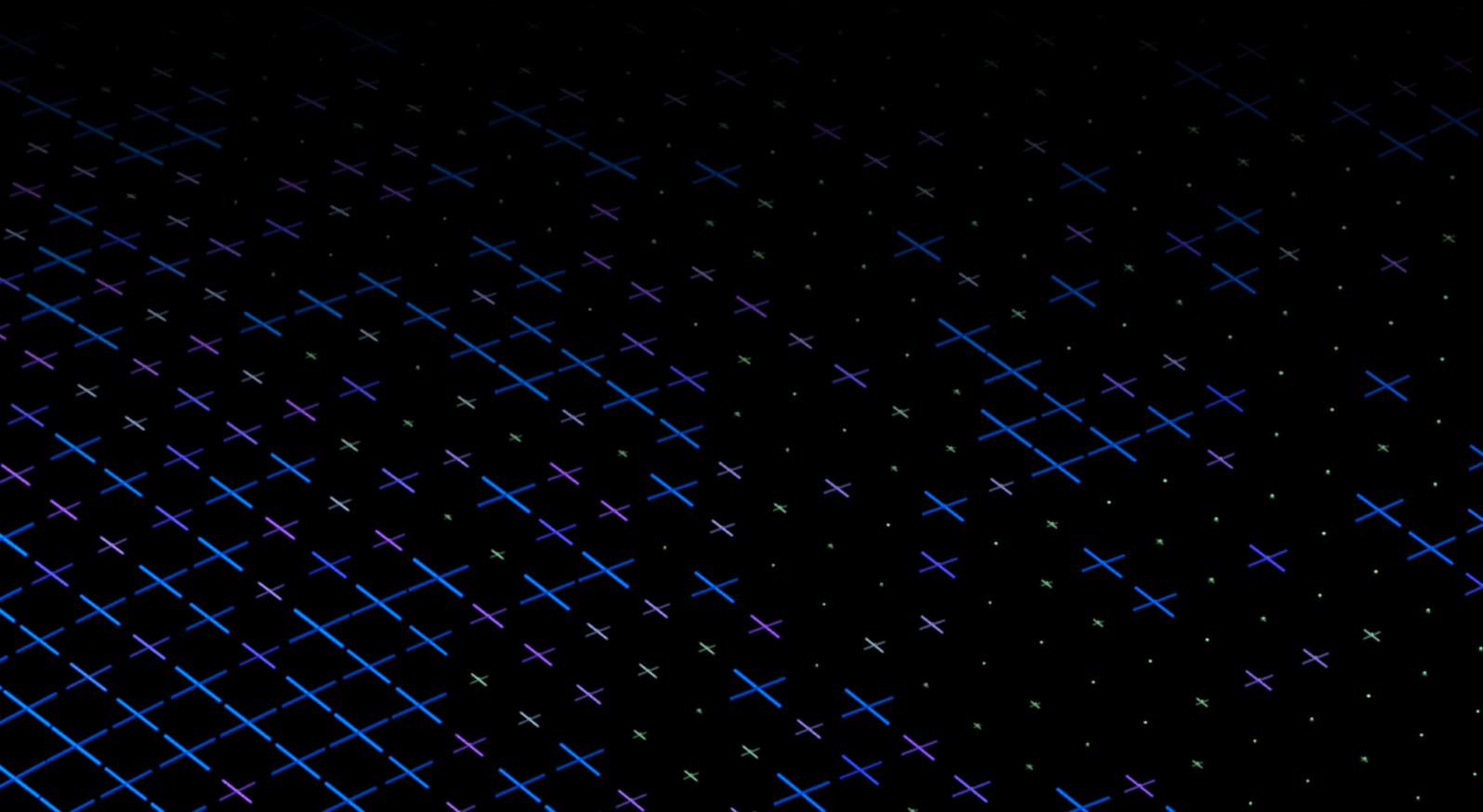


Tabla de contenidos

01

Las mejores relaciones están basadas en la confianza.

Página 3

02

La importancia de causar una buena primera impresión.

Página 3

03

Si usted quiere generar confianza, respete la privacidad y el consentimiento del consumidor.

Página 4

04

Entregue consistentemente mejores experiencias que no provoquen problemas con la identidad.

Página 4

05

Incorpore funciones integradas de gestión de identidad a sus aplicaciones.

Página 5

06

No se deshaga de buenos clientes por una sola mala experiencia.

Página 5

07

Considere IAM con un ojo puesto en el futuro.

Página 6

08

Para IAM, piense en IBM.

Página 7

01

Las mejores relaciones están basadas en la confianza.

Vivimos en un mundo donde las conexiones digitales han reemplazado las comunicaciones cara a cara. Pero detrás de cada dispositivo digital, usuario y sesión hay una necesidad humana de conexión y entendimiento. Como consumidores, esperamos que las empresas protejan nuestra privacidad y entiendan nuestra identidad, incluso si las reglas del juego han cambiado. Es mucho pedir, pero a cambio, le proporcionamos a las empresas algo de gran valor: nuestra confianza.

La piedra angular de la confianza en un mundo digital está construida alrededor de la identidad del consumidor y la gestión de acceso (CIAM). La IAM empresarial comienza con una red cerrada y una medida de la confianza, pero la IAM del consumidor no; está abierta al mundo y por lo tanto, debe establecer y restablecer la confianza a lo largo de una vida de interacciones con el cliente. Esto presenta un desafío único para las empresas que se esfuerzan para entregar experiencias omnicanal perfectas a sus clientes, apoyar el compromiso cada vez más móvil e implementar nuevas aplicaciones, centradas cada vez más en servicios personalizados. En resumen, las empresas deben proteger la privacidad a través de un número creciente de puntos de contacto digital sin perder jamás de vista quiénes son sus clientes o dónde han estado.

02

La importancia de causar una buena primera impresión.

Los consumidores comprenden que la creación de identidad requiere de la identificación. En muchos casos, es el primer paso en la relación entre un consumidor y una marca. Pero esas relaciones pueden descomponerse rápidamente cuando la identificación se convierte en frustración debido a la complejidad de los procesos de creación de cuenta o registro.

Esta simplicidad, por supuesto, no puede venir a costa de la seguridad, ni las empresas deben ver a la gestión de identidad exclusivamente como un problema tecnológico. Cada industria, o mejor dicho, cada aplicación tiene sus propios requisitos de registro. El proceso de registro para un servicio de suscripción de música en línea, por ejemplo, tendría un aspecto muy diferente al de una aplicación de banca móvil. Las empresas deben combinar las mejores prácticas de seguridad y la mejor tecnología en el contexto de la aplicación y la personalidad distintiva de su marca.

Una solución CIAM es más que una comprobación de seguridad: ella establece el tono de la relación con el cliente. En la medida en que esa relación continúa, la solución CIAM debe generar confianza con una garantía de identidad perfecta, consistente y silenciosa a través de múltiples dispositivos, canales, lugares y aplicaciones. Desde el primer encuentro, el abordaje CIAM correcto se sentirá como un amistoso apretón de manos, no una intimidación para obtener información.

03

Si usted quiere generar confianza, respete la privacidad y el consentimiento del consumidor.

Los consumidores están exigiendo protecciones más robustas de seguridad y privacidad en línea. No piden, exigen. Pero esos mismos consumidores todavía están dispuestos a compartir sus datos personales: información de contacto, cuentas de redes sociales, ubicación, etc. a cambio de una experiencia más personalizada, siempre que cuenten con garantías de intimidad y anonimato cuando lo deseen. Para las empresas, la privacidad es el puente hacia una mejor comprensión de sus clientes y la clave de una magnífica experiencia del cliente. Sin embargo, interponiéndose en el camino hacia ese puente, está el hecho de que muchas empresas carecen de los procesos para obtener y rastrear eficazmente el consentimiento del consumidor.

Las soluciones CIAM deben equilibrar entre privacidad y personalización al exigir que el consentimiento de los clientes y la conformidad se hagan cumplir consistentemente a lo largo de canales e interacciones. Esto comienza con el proceso de autenticación y registro y se extiende a lo largo del ciclo de vida del cliente, con claras oportunidades para enmendar la privacidad y el consentimiento mediante controles de autocuidado. La transparencia es fundamental para el proceso. No es momento de letras pequeñas para la privacidad y el consentimiento, pero es muy importante mantenerse firme en la defensa de los derechos de los clientes.



La transparencia es fundamental para el proceso. No es momento de letras pequeñas para la privacidad y el consentimiento, pero es muy importante mantenerse firme en la defensa de los derechos de los clientes.

04

Entregue consistentemente mejores experiencias que no provoquen problemas con la identidad.

A todos nos ha pasado: llamar a un call center, pasar por varios pasos de identificación con un agente o un sistema automatizado, luego somos transferidos a otro departamento donde repetimos todo de nuevo. No es solo ineficiente, es indignante. El objetivo de cada canal de clientes debe ser “conocer a sus clientes”, no causarles molestias.

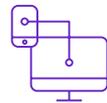
Las soluciones CIAM que dan soporte a magníficas experiencias del cliente destacan un inicio de sesión único para una única autenticación. Proporcionan a los clientes la opción de utilizar su identidad social para iniciar sesión en vez de crear otra combinación de nombre de usuario y contraseña. Aprovechan la nube para obtener acceso móvil, seguro y continuo a múltiples aplicaciones sin necesidad de que los usuarios recuerden varios conjuntos de credenciales. Y abren las puertas para que los usuarios conocidos accedan más fácilmente a más servicios, en lugar de comenzar desde cero cada vez que entran a un canal diferente o inician una nueva sesión.

05

Incorpore funciones integradas de gestión de identidad a sus aplicaciones.

La seguridad nunca debe ser una consideración secundaria. Las empresas inteligentes están pensando en cómo sus aplicaciones y servicios darán soporte a la seguridad, la privacidad y la identidad no solo desde el día uno, sino también durante el ciclo de vida del desarrollo. Además, estas empresas están planeando para el éxito al elegir soluciones de CIAM que se puedan escalar rápidamente a medida que adquieren y sirven a más clientes. La incorporación de clientes a escala es una consideración fundamental para cualquier estrategia CIAM, ya que los retrasos durante períodos de alto tráfico pueden demorar e incluso alejar a los clientes.

La solución óptima de CIAM apoya a los desarrolladores de aplicaciones con SDK robustas y API fáciles de usar que facilitan la incorporación e integración de IAM y controles de privacidad en aplicaciones y servicios. Además, las plataformas CIAM hospedadas en la nube proporcionan la escala y la velocidad para manejar registro y autenticación de gran demanda para los consumidores, desde cualquier lugar y en cualquier dispositivo.



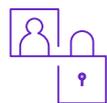
Las soluciones CIAM proporcionan a los clientes la opción de utilizar su identidad social para iniciar sesión en vez de crear otra combinación de nombre de usuario y contraseña.

06

No se deshaga de buenos clientes por una sola mala experiencia.

Las empresas necesitan mecanismos de autenticación robustos para detener a los ciberdelincuentes, pero un enfoque de seguridad sin confianza no tiene sentido cuando solamente el 0,05 % de los usuarios son sospechosos de ser malos clientes. Las empresas necesitan encontrar un equilibrio sutil, eliminando silenciosamente a los malos actores mientras acogen cálidamente a los buenos clientes con una experiencia rápida y continua. Nos referimos a este enfoque como “seguridad silenciosa”: un proceso que permanece invisible para el usuario mediante la aplicación de avanzada tecnología tras bambalinas para investigar y autenticar a los usuarios en tiempo real.

Las soluciones CIAM que admiten una experiencia silenciosa y sin problemas, pueden apoyarse en controles de acceso adaptables para detectar comportamientos riesgosos. Estos controles se adaptan a factores cambiantes en la ubicación del usuario, dispositivo o incluso su comportamiento (por ejemplo, la manera en que sujetan el dispositivo, si oprimen las teclas con más fuerza de lo habitual). Los controles de acceso adaptable son parte de una nueva generación de soluciones de CIAM que pueden proteger a los usuarios preservando al mismo tiempo una excelente experiencia del cliente.



Las soluciones CIAM se adaptan a la evolución de los factores en la ubicación del usuario, el dispositivo y el comportamiento (por ejemplo, cómo sujetan su teléfono) para detectar un comportamiento riesgoso.

07

Considere IAM con un ojo puesto en el futuro.

La tecnología de seguridad está evolucionando incluso mientras usted lee esto. En un futuro no muy lejano, la identidad digital puede ser descentralizada al moverse desde el núcleo hasta los bordes de la red, en la medida en que los consumidores buscan maneras de controlar su propia identidad.

Las empresas deben reconocer que están en una jornada, al igual que sus clientes. Y preservar la confianza en un mundo digital cambiante es una parte integral de esa jornada. Hoy en día, puede parecer autenticación silenciosa; mañana, podría ser una plataforma de verificación de identidad compartida que acepte un identificador digital universal.





Para IAM, piense en IBM.

Es considerada líder en la innovación de productos y en la autenticación del consumidor por KuppingerCole, es evidente que nadie conoce IAM como IBM¹. Podemos ayudar a su empresa a generar la confianza del consumidor, la protección de la intimidad y ofrecer excelentes experiencias para el cliente con soluciones CIAM que:

- Causan una magnífica primera impresión con modelos preconfigurados para inicio de sesión/registro del consumidor y SDK para facilitar la personalización.
- Protegen la privacidad al ayudar a las empresas a obtener y rastrear el consentimiento de privacidad, adaptarse rápidamente a los nuevos requisitos de conformidad y permitir que los consumidores puedan gestionar sus preferencias de privacidad.
- Proporcionan magníficas experiencias, desde el inicio de sesión único en varias aplicaciones hasta interacciones omnicanal perfectas.
- Dan luz verde a sus clientes bien intencionados mediante controles de acceso adaptables que silenciosamente “marcan con rojo” a los usuarios sospechosos, mientras despliegan la alfombra roja a sus clientes reales.
- Preparan su negocio para el futuro con la investigación avanzada en áreas tales como tecnologías de blockchain y modelos de seguridad basados en la nube.

La solución CIAM adecuada puede establecer el ritmo para toda una vida de magníficas experiencias para el cliente, ya que considera que la identidad no es una cuestión interminable, sino una respuesta desbordante que reafirma la conexión única, segura y personal que cada consumidor desea, sin importar dónde está en su jornada. Deje que IBM Security le muestre cómo usted puede llevar la administración de identidades y acceso continuo a lo largo de ese camino, con soluciones integradas y servicios profesionales para el éxito del consumidor IAM.

Las soluciones y los servicios de IBM para la gestión de acceso e identidad de los consumidores incluyen:



IBM Security Verify

Proporcione una jornada del cliente integrada con un conjunto completo de capacidades para inicio de sesión único (SSO), autenticación multifactor adaptable y registro de usuarios, entregados desde la nube.



IBM Identity and Access Management Services

Un equipo global de más de 4.000 profesionales para ayudarle a planificar, diseñar, implementar y ejecutar su programa de IAM con un único enfoque de consulta y colaboración que mantiene las necesidades del cliente en el centro de su transformación.

© Copyright IBM Corporation 2020

IBM Global Services
Route 100
Somers, NY 10589
U.S.A.

Produced in the United States of America
June 2020
All Rights Reserved

IBM, the IBM logo and ibm.com are trademarks or registered trademarks of International Business Machines Corporation in the United States, other countries, or both. If these and other IBM trademarked terms are marked on their first occurrence in this information with a trademark symbol (® or ™), these symbols indicate U.S. registered or common law trademarks owned by IBM at the time this information was published. Such trademarks may also be registered or common law trademarks in other countries. A current list of IBM trademarks is available on the Web at “Copyright and trademark information” at ibm.com/legal/copytrade.shtml Other company, product and service names may be trademarks or service marks of others.

References in this publication to IBM products and services do not imply that IBM intends to make them available in all countries in which IBM operates.

Fuentes

[1. KuppingerCole Report. Leadership Compass by John Tolbert. 26 de septiembre de 2019](#)