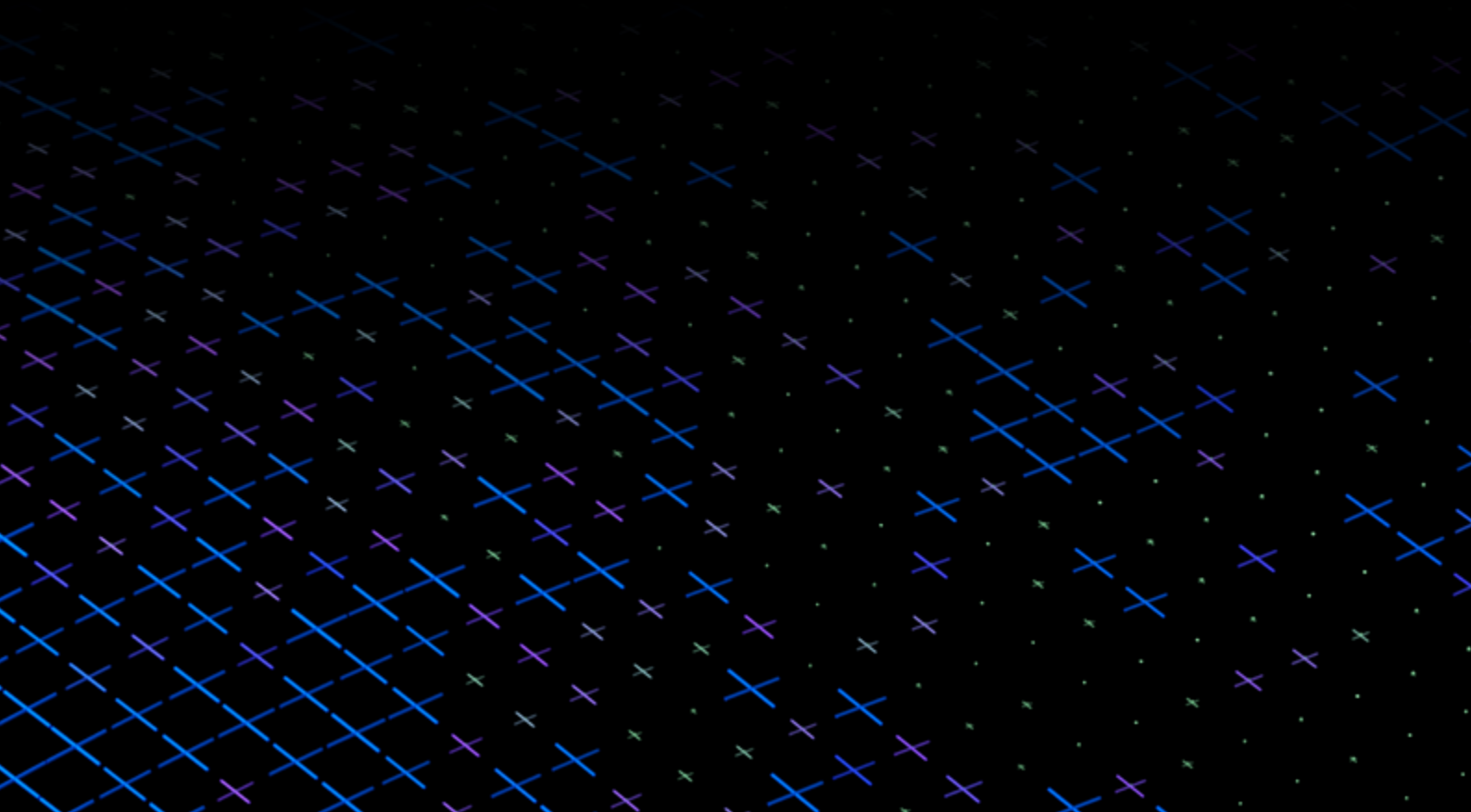


IBM Consumer Identity and Access Management (CIAM)

Ajude a desenvolver melhores experiências
do cliente e crie confiança com o gerenciamento
de identidade simplificado



Índice

01

Os melhores relacionamentos são construídos com base na confiança
Página 3

02

A importância de desenvolver uma ótima primeira impressão
Página 3

03

Se você deseja criar confiança, respeite a privacidade e o consentimento do consumidor
Página 4

04

Ofereça ótimas experiências de maneira consistente com identidade sem atrito
Página 4

05

Infunda suas aplicações com o gerenciamento integrado de identidade
Página 5

06

Não coloque os bons clientes na mesma cesta que as maçãs podres
Página 5

07

Contemple o IAM com um olhar no futuro
Página 6

08

Para IAM, pense na IBM
Página 7

01

Os melhores relacionamentos são construídos com base na confiança

Nós vivemos em um mundo em que as conexões digitais substituíram as comunicações presenciais. Porém, por trás de todo dispositivo digital, de todo nome de usuário e de todo login, há uma necessidade muito humana de conexão e entendimento. Como consumidores, nós esperamos que as empresas protejam nossa privacidade e entendam nossa identidade, mesmo que as regras de engajamento tenham mudado. Este é um pedido considerável, mas, em contrapartida, nós damos às empresas algo muito valioso: nossa confiança.

A pedra angular da confiança em um mundo digital é construída em torno da gestão de identidade e acesso do consumidor (CIAM). Enquanto o IAM corporativo começa com uma rede fechada e uma medida de confiança, o IAM do consumidor não, ele é aberto ao mundo e, como tal, deve estabelecer e restabelecer a confiança ao longo de um ciclo de vida de interações com o cliente. Isso representa um desafio único para as empresas à medida que elas se esforçam para oferecer experiências omnichannel perfeitas aos seus clientes, suporte ao engajamento móvel cada vez maior e lançar novas aplicações voltadas para serviços cada vez mais personalizadas. Em suma, as empresas devem proteger a privacidade em um número cada vez maior de pontos de contato digitais, sem nunca deixar de observar quem são seus clientes ou onde eles estiveram.

02

A importância de desenvolver uma ótima primeira impressão

Os consumidores entendem que para estabelecer a identidade é necessária a identificação. Em muitos casos, essa é a primeira etapa no relacionamento entre um consumidor e uma marca. Mas esses relacionamentos podem fracassar rapidamente quando a identificação leva à frustração devido a processos complexos de registro ou de criação de conta.

Essa simplicidade, obviamente, não pode ser à custa da segurança e as empresas não devem ver o gerenciamento de identidade exclusivamente como um problema de tecnologia. Cada segmento de mercado, na verdade, cada aplicação, tem seus próprios requisitos exclusivos de registro. O processo de login para um serviço on-line de assinatura de música, por exemplo, seria muito diferente daquele de um app bancário para dispositivo móvel. As empresas devem combinar as melhores práticas de segurança e tecnologia de ponta dentro do contexto do aplicativo e da personalidade inconfundível de sua marca.

Uma solução de CIAM é mais do que uma verificação de segurança, ela dá o tom ao relacionamento com o cliente. À medida que o relacionamento continua, a solução de CIAM deve criar confiança com garantia de identidade contínua, consistente e silenciosa em diversos dispositivos, canais, locais e aplicações. Desde o primeiro encontro, a abordagem correta do CIAM será semelhante a um caloroso aperto de mãos, não um interrogatório para obter informações.

03

Se você deseja criar confiança, respeite a privacidade e o consentimento do consumidor

Os consumidores estão exigindo proteções mais rígidas de segurança e privacidade on-line. Não estão pedindo, estão exigindo. Mas, esses mesmos consumidores ainda desejam compartilhar seus dados pessoais: informações de contato, contas de redes sociais, localização etc. em troca de uma experiência mais personalizada, desde que tenham a garantia de privacidade e anonimato quando desejarem. Para as empresas, a privacidade é a ponte para um melhor entendimento de seus clientes e a chave para ótimas experiências de cliente. No entanto, no meio dessa ponte existe um obstáculo: muitas empresas não têm processos para obter e controlar efetivamente o consentimento do consumidor.

As soluções de CIAM devem encontrar o equilíbrio entre a personalização e a privacidade, exigindo que o consentimento e a conformidade do cliente sejam aplicado de maneira consistente em todos os canais e interações. Isso começa com o processo de registro/autenticação e se estende a todo o ciclo de vida do cliente, com oportunidades claras para retificar a privacidade e o consentimento por meio de controles de autorregulação. A transparência é crítica para o processo. A privacidade e o consentimento não devem ser ignorados, mas sim reforçados na defesa aos direitos dos clientes.



A transparência é crítica para o processo. A privacidade e o consentimento não devem ser ignorados, mas sim reforçados na defesa aos direitos dos clientes.

04

Ofereça ótimas experiências de maneira consistente com identidade sem atrito

Todos nós já passamos por isto: ligamos para uma central de atendimento, percorremos vários “pontos” de identificação com um agente ou sistema automatizado, em seguida, fomos transferidos para um departamento diferente no qual repetimos todo o processo. Isso não é apenas ineficiente, é irritante. O objetivo de cada canal do cliente deve ser conhecer seus clientes, não irritá-los.

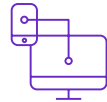
As soluções de CIAM que suportam excelentes experiências de cliente apresentam conexão única para autenticação “de uma única vez”. Elas fornecem aos clientes a opção de usar sua identidade social para efetuar o login em vez de criar outra combinação de nome de usuário e senha. Elas alavancam a nuvem para acesso móvel seguro e contínuo a diversas aplicações, sem exigir que os usuários se lembrem de vários conjuntos de credenciais. E elas abrem portas para usuários conhecidos ao facilitar o acesso a mais serviços, em vez de retorná-los à primeira etapa cada vez que eles entram por meio de um canal diferente ou iniciem uma nova sessão.

05

Infunda suas aplicações com o gerenciamento integrado de identidade

A segurança nunca deve ser deixada para depois. Empresas inteligentes estão pensando em como suas aplicações e serviços suportarão a segurança, a privacidade e a identidade não apenas a partir do primeiro dia, mas durante todo o ciclo de vida de desenvolvimento. Além disso, as plataformas de CIAM hospedadas na nuvem oferecem a escala e a velocidade para manipular a alta demanda de registros e autenticações de consumidores, de qualquer local, em qualquer dispositivo. A integração do cliente em escala é uma consideração importante para qualquer estratégia de CIAM, pois atrasos no acesso durante períodos de grande tráfego podem desanimar, e até mesmo espantar, os clientes.

A solução ideal de CIAM suporta as equipes de desenvolvimento de aplicações com SDKs robustos e APIs fáceis de usar, que facilitam a integração do IAM e dos controles de privacidade em aplicações e serviços. Além disso, plataformas de CIAM hospedadas na nuvem oferecem a escala e a velocidade para manipular a alta demanda de registros e autenticações para consumidores, de qualquer local, em qualquer dispositivo.



As soluções de CIAM fornecem aos clientes a opção de usar sua identidade social para efetuar o login em vez de criar outra combinação de nome de usuário e senha.

06

Não coloque os bons clientes na mesma cesta que as maçãs podres

As empresas precisam de mecanismos fortes de autenticação para conter criminosos cibernéticos, mas uma abordagem de segurança com zero confiança não faz sentido quando apenas 0,05% dos usuários são suspeitos de serem maçãs podres. As empresas precisam encontrar um equilíbrio, eliminar silenciosamente os maus agentes enquanto acolhe os bons clientes com uma experiência rápida e simples. Nós chamamos essa abordagem de segurança silenciosa: um processo que permanece invisível para o usuário, aplicando tecnologia avançada nos bastidores para investigar e autenticar usuários em tempo real.

As soluções de CIAM que suportam uma experiência silenciosa e sem atrito podem contar com controles de acesso adaptáveis para avaliar comportamentos de risco. Esses controles se adaptam a fatores variáveis no local, no dispositivo ou até mesmo no comportamento do usuário (por exemplo, como eles estão segurando o dispositivo? Eles estão apertando as teclas com mais força do que o comum?). Controles de acesso adaptáveis fazem parte de uma nova geração de soluções de CIAM que podem proteger usuários enquanto preservam uma excelente experiência de cliente.



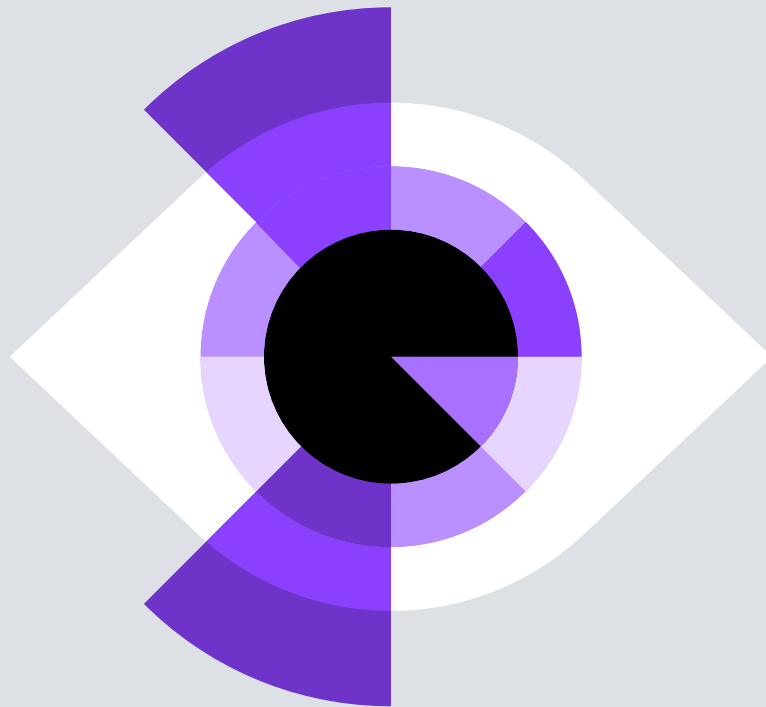
As soluções de CIAM se adaptam a fatores variáveis no local, no dispositivo e no comportamento do usuário (por exemplo, como eles estão segurando seu telefone) para avaliar comportamentos de risco.

07

Contemple o IAM com um olhar no futuro

Enquanto você lê isto, a tecnologia de segurança está evoluindo. Em um futuro não muito distante, a identidade digital poderá se tornar descentralizada, passando do núcleo de rede para as bordas de rede à medida que os consumidores buscam maneiras de controlar sua própria identidade.

As empresas precisam reconhecer que elas estão em uma jornada, assim como seus clientes. E preservar a confiança em um mundo digital em transformação faz parte desse processo. Hoje, ela pode ser semelhante a uma autenticação silenciosa, e amanhã ela pode ser uma plataforma de verificação de identidade compartilhada que aceita um ID digital universal.





Para IAM, pense na IBM

Considerada Líder em Produto e Inovação em Autenticação do Consumidor pela KuppingerCole, é óbvio que ninguém conhece o IAM como a IBM.¹ Nós podemos ajudar seu negócio a inspirar confiança no consumidor, a proteger a privacidade e a entregar excelentes experiências do cliente com soluções de CIAM que:

- Causam uma ótima primeira impressão com modelos criados previamente para login/registro do consumidor e SDKs de fácil customização;
- Protegem a privacidade, ajudando as empresas a obter e controlar o consentimento de privacidade, adaptar-se rapidamente a novos requisitos de conformidade e permitir que os consumidores gerenciem suas preferências de privacidade;
- Oferecem ótimas experiências, que vão desde a conexão única entre diversas aplicações até interações omnichannel inigualáveis;
- Dão passe livre aos seus bons clientes por meio de controles de acesso adaptáveis que “denunciam” silenciosamente os usuários suspeitos enquanto liberam o acesso aos seus clientes reais;
- Prepare-se para o futuro com pesquisa avançada em áreas como tecnologias blockchain e modelos de segurança baseados em nuvem.

A solução ideal de CIAM pode dar o tom para um ciclo de vida de ótimas experiências do cliente. Ela vê a identidade não como uma questão infindável, mas como uma resposta sem limites que reafirma a conexão exclusiva, segura e pessoal que cada cliente deseja, independentemente do ponto em que está na jornada com a sua marca. Permita que o IBM Security mostre a você como é possível trazer a gestão de identidade e acesso simplificado para essa jornada, com soluções integradas e serviços profissionais para obter sucesso no IAM do consumidor.

Os serviços e soluções IBM para gestão de identidade e acesso do consumidor incluem:



IBM Security Verify

Ofereça uma jornada do cliente integrada com um conjunto completo de recursos para conexão única (SSO), autenticação de diversos fatores adaptável e registro do usuário, fornecidos na nuvem.



IBM Identity and Access Management Services

Uma equipe global com mais de 4.000 profissionais para ajudar você a planejar, projetar, implementar e executar seu programa IAM usando uma abordagem consultiva e colaborativa exclusiva que mantém as necessidades do cliente no cerne de sua transformação.

© 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.

Fontes

[1. Relatório KuppingerCole. Leadership Compass por John Tolbert. 26 de setembro de 2019](#)