

PUMA steigert durch verbessertes E-Commerce-Erlebnis seinen Umsatz um \$ 10.000 pro Stunde

Zentrale Herausforderungen

PUMA hatte zu wenig Einblick in die Kundenbestellungen auf seinen E-Commerce-Websites, was zu einem schlechten Kundenerlebnis und verpassten Verkaufschancen führte.

Wichtige Ergebnisse

Mithilfe der Splunk Cloud Plattform überwacht PUMA jetzt Events, sobald sie eintreten, führt schnelle Untersuchungen durch und behebt Probleme, bevor sie Kunden daran hindern, online einzukaufen.



Branche: Einzelhandel

Lösungen: DevOps

Im E-Commerce zählt jede Bestellung

Da die bisherigen Systeme des globalen Sportartikel- und Bekleidungsherstellers PUMA nicht in der Lage waren, Probleme bei Kundenbestellungen auf den 45 E-Commerce-Websites des Unternehmens zu erkennen, entgingen PUMA pro Stunde Zehntausende von US-Dollar an Umsätzen. Und immer, wenn der Einkauf eines Kunden fehlschlug, schädigte dies zusätzlich den Ruf der Marke und das Kundenvertrauen – zwei Werte, die sich PUMA seit seiner Gründung im Jahr 1948 hart erarbeitet hat.

Um eine Lösung hierfür zu finden, wandte sich PUMA an Splunk. Mit der Splunk Cloud Plattform und der AIOps-Monitoring-Lösung des Splunk-Partners AIOPSGROUP reduzierte das Unternehmen die durchschnittliche Problemerkennungsdauer von Stunden auf Minuten und erhält nun die nötigen Erkenntnisse, um Probleme zu beheben und ein reibungsloses Einkaufserlebnis für seine Online-Kunden sicherzustellen.

Mehr Umsatz durch schnellere Incident-Untersuchungen

Vor dem Einsatz von Splunk zeigten die einfachen Monitoring-Möglichkeiten von PUMA nur, ob die E-Commerce-Websites on- oder offline waren. Die DevOps- und Business-Teams konnten also keine kritischen Probleme erkennen, die Bestellvorgänge scheitern ließen, wie z. B. nicht reagierende Bestandssysteme oder abgelehnte Kreditkarten. Dies führte in Konsequenz zu einer immensen Anzahl verpasster Verkaufschancen.

Michael Gaskin, Senior DevOps Manager für den globalen E-Commerce bei PUMA, hatte bei einem früheren Arbeitgeber bereits mit Splunk gearbeitet und wusste, dass Splunk hier helfen könnte. „Ich wusste, wenn wir Bestellinformationen aus der Salesforce Commerce Cloud, die auf unserem Webserver lief, in Splunk übertragen könnten, dann könnten wir automatische Warnmeldungen zu Bedingungen einrichten, die sich negativ auf Kundenbestellungen und den Umsatz auswirken“, berichtet er.

Gemeinsam mit dem Splunk-Partner und E-Commerce-Beratungsunternehmen AIOPSGROUP fand Gaskin eine Lösung. Die AIOps-Monitoring-Lösung des Partners erfasst Daten aus der Salesforce Commerce Cloud und speist sie in die Splunk Cloud Plattform ein. Dort werden die Daten dann analysiert, in Dashboards dargestellt und für Warnmeldungen verwendet.

PUMA-Teams haben jetzt Zugriff auf Metriken zu fehlgeschlagenen Sitzungen und Bestellungen. Sie wissen, ob es sich um ein isoliertes Problem handelt, das nur einen Kunden betrifft, oder ob es sich um ein größeres Problem handelt, das sich erheblich auf den Umsatz auswirken wird. „Mit AIOPSGROUP und Splunk konnten wir die durchschnittliche Dauer bis zur Problemerkennung auf 15 Minuten reduzieren – davor brauchten wir mehrere Stunden“, sagt Gaskin. „Und da wir auch genau wissen, wo das Problem liegt, können wir es schnell und effektiv eskalieren und beheben.“

Datengestützte Ergebnisse

45

PUMA.com-Websites weltweit mit verbessertem Monitoring

> \$ 10.000

pro Stunde an zusätzlichem Umsatz

15 min

für die Erkennung von Bestellproblemen (was zuvor mehrere Stunden benötigte).

Mit Splunk spart PUMA \$ 108.000 an Umsatzverlust bei einem einzigen Incident

Mit Splunk spart PUMA Zeit und generiert Umsatz. Und da das Unternehmen mit den E-Commerce-Websites in seinen geschäftigsten Regionen Zehntausende von Dollar pro Stunde umsetzt, summieren sich Verzögerungen bei der Fehlererkennung und -behebung bei Kundenbestellungen rasant.

Ein nicht reagierendes Bestandssystem kostete PUMA beispielsweise 108.000 US-Dollar an entgangenem Umsatz, da es Kundenbestellungen verhinderte. Das System wird bei jeder Bestellung abgefragt, um verfügbaren Lagerbestand sicherzustellen. Als es ausfiel, kostete es PUMA Einnahmen und beschädigte zudem sein hart erarbeitetes gutes Image bei seinen Kunden.

„Dank Splunk können wir jetzt immer sofort sehen, was die Ursache für Bestandsprobleme ist, und können diese beheben, während die Kunden weiter einkaufen“, sagt Gaskin. „Vor dem Einsatz von Splunk hatten wir keinen solch detaillierten Einblick in unsere E-Commerce-Aktivitäten. Wir mussten warten, bis ein Kunde oder jemand aus unserem Content-Team ein Problem bemerkte und sich darüber beschwerte. Zu diesem Zeitpunkt hatten wir dann bereits Geld verloren und Kunden verärgert.“

Durch ein schlechtes Einkaufserlebnis auf PUMA.com sinkt die Motivation der Kunden, erneut dort einzukaufen. Mit Splunk kann PUMA sicherstellen, dass die Kunden ein nahtloses Online-Kaufenerlebnis haben. Und das bedeutet auch, dass PUMA langfristig die Kundenzufriedenheit verbessert und die Markentreue erhöht.



Wir arbeiten auch mit einer großen Community aus externen Entwicklern zusammen. Dank Splunk stehen ihnen und unseren Business-Nutzern die richtigen Tools zur Verfügung, um effizient zu arbeiten.“

Michael Gaskin, Senior DevOps
Manager für den globalen
E-Commerce, PUMA

Sofortige – und anhaltende – Vorteile für PUMA im gesamten Unternehmen

Bei PUMA profitieren Teams unternehmensweit von der Verwendung der Splunk Cloud Plattform und der Zusammenarbeit mit AIOPSGROUP. Dank der benutzerfreundlichen Oberfläche und Dashboards von Splunk können Business-User in den 20 regionalen E-Commerce-Teams von PUMA sofort sehen, ob ihre Websites Probleme haben, ohne die IT kontaktieren zu müssen. Und je mehr Leute die Website-Performance im Blick haben, desto schneller können Probleme behoben werden.

„Wir arbeiten auch mit einer ganzen Reihe externer Entwickler zusammen. Dank Splunk stehen ihnen und unseren Usern aus dem Business nun die richtigen Tools zur Verfügung, um effizient arbeiten zu können“, erklärt Gaskin. Das Business-Team von PUMA in Indien bemerkte beispielsweise einmal einen Einbruch beim Bestellwert. Nähere Untersuchungen zeigten, dass ein Problem durch fehlgeschlagene Transaktionen mit einer bestimmten Zahlungsmethode vorlag. Da das Team das Problem dank Splunk feststellte, konnte es diese Bestellungen entsprechend korrigieren, bevor sich Auswirkungen für die Kunden ergaben.

PUMA arbeitet jetzt daran, Daten über Kundenaktionen in Echtzeit in Splunk zu übertragen. Derzeit werden Website-Aktivitäten noch mit einer Verzögerung von 10 Minuten angezeigt. Gaskin glaubt, dass dies weiter verbessert werden kann, um Kundenprobleme noch schneller zu erkennen.

„Beim Entdecken und Beheben von Problemen bei Kundenbestellungen hat uns Splunk einen riesigen Schritt vorangebracht“, erklärt Gaskin. „Bestellungen sind das A und O eines E-Commerce-Unternehmens, und einen kontinuierlichen Bestellfluss zu gewährleisten hat höchste Priorität für uns.“



Mit AIOPSGROUP und Splunk konnten wir die durchschnittliche Dauer bis zur Problemerkennung auf 15 Minuten reduzieren – davor brauchten wir mehrere Stunden. Und da wir auch genau wissen, wo das Problem liegt, können wir es schnell und effektiv eskalieren und beheben.“

Michael Gaskin, Senior DevOps
Manager für den globalen
E-Commerce, PUMA

Laden Sie Splunk kostenlos herunter oder starten Sie mit der [kostenlosen Cloud-Testversion](#). Ob für Cloud-basierte oder lokale Umgebungen, große oder kleine Teams – Splunk hat auf jeden Fall die passende Bereitstellung für Sie.



[Kontaktieren Sie uns hier](#) und erhalten Sie mehr Informationen

www.splunk.de