



Fünf Wege, wie CIAM den Einzelhandel im digitalen Zeitalter verändert

Der Online-Handel ist ein riesiger Markt. Und er wächst immer weiter

Aktuelle Schätzungen zum Gesamtvolumen des weltweiten E-Commerce-Handels¹

6,9 Billionen USD

22 % im Jahr 2024

Nach aktuellen Schätzungen werden 2024 22 % aller Verkäufe weltweit online erfolgen.²

... aber der Wettbewerb ist groß.

Jeder Online-Händler steht mit allen globalen Anbietern im Wettbewerb



Angesichts hoher Inflationsraten und Zinsniveaus steht das verfügbare Einkommen vieler Haushalte unter Druck

Trotz des Aufschwungs bleiben die Inflationsraten für die Verbraucher hoch
- Deloitte

Customer Identity and Access Management (CIAM) kann für große und kleine Handelsunternehmen ein echter Game-Changer sein.

Eine moderne CIAM-Lösung hat drei wichtige Aufgaben:

1. Die **Authentisierung**, also sicherzustellen, dass Kunden auch wirklich die sind, für die sie sich ausgeben
2. Die **Autorisierung**, also die Steuerung der Zugriffsrechte auf Daten und der Berechtigungen
3. Das **Identity Management**, mit dem die Händler – und die Kunden – ihre digitalen Identitäten verwalten können

Umständliche Experiences sind der natürliche Feind des Wachstums.

60 %

der Verbraucher sind eher bereit, Geld auszugeben, wenn Services einen einfachen, sicheren und reibungslosen Anmeldevorgang unterstützen.³

50 %

der Verbraucher haben bereits Käufe abgebrochen, weil der Anmeldeprozess zu umständlich war.⁴



Kunden wollen personalisierte Angebote UND Datenschutz



73 %

der Verbraucher erwarten, dass Unternehmen ihre individuellen Anforderungen und Erwartungen verstehen.⁵

77 %

der Verbraucher im Einzelhandel finden es zumindest einigermaßen wichtig, die Kontrolle über ihre Daten zu haben.⁶

Fehlende Konsistenz bremst das Wachstum

64 %

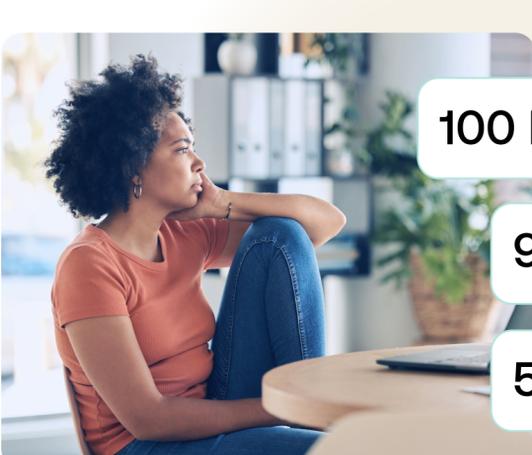
der Einzelhändler halten „eine klar definierte Cross- oder Multichannel-Strategie“ für die wichtigste Innovation, um das digitale Wachstum voranzutreiben.⁷

78 %

der Einzelhändler geben zu, dass es über ihre Vertriebskanäle hinweg kein konsistentes Markenerlebnis gibt.⁸



Identity-basierter Betrug ist im Einzelhandel eine alltägliche Bedrohung



100 Mrd. USD

gehen dem Einzelhandel jedes Jahr durch Betrug verloren.⁹

9,3 %

der Anmelde-/Registrierungsversuche im Handel wurden als betrügerisch markiert.¹⁰

51,3 %

der Login-Versuche im Handel wurden als betrügerisch markiert.¹¹

Wird Identity intern entwickelt, dauert die Markteinführung länger

#3

Die Authentisierung der Customer Identities intern zu entwickeln und zu pflegen, ist – am Zeitaufwand gemessen – die drittaufwändigste Aufgabe.¹²

88 %

der Unternehmen, die eine SaaS-Plattform eines Drittanbieters für die Authentifizierung nutzen, geben an, dass sie ihre Time-to-Market im vergangenen Jahr verkürzt haben¹³



Erfahren Sie mehr über die Rolle von CIAM im Einzelhandel

Mehr dazu in unseren fünf kompakten Guides auf der unten verlinkten Landing Page.

[1] [2] Forbes: 38 E-Commerce Statistics Of 2023
 [3] Okta: Customer Identity Trends Report
 [4] FIDO Alliance: New research reveals consumer frustrations with online retail
 [5] Salesforce: State of the Connected Customer (Fifth Edition)
 [6] Okta: Customer Identity Trends Report
 [7] [8] McKinsey: Omnichannel Compendum for Retailers
 [9] Riskified: Policy Abuse and Its Impact on Merchants: Global Benchmarks 2023
 [10][11] Okta: State of Secure Identity Report 2023
 [12][13] Okta: Wie Development-Teams ihre SaaS-Dienste beziehen