

Tecnologia de marketing de terceiros em ambientes SAP:

Uma avaliação de arquitetura e riscos



Índice

- 4** **Resumo da avaliação de riscos**
As três categorias de risco e o que este documento aborda
- 5** **O problema da dívida de integração**
Middleware personalizado em ambientes SAP: o que pode dar errado, quem é o responsável e qual o custo
- 7** **Exposição de PII e governança de dados**
Dados do cliente fora do perímetro
SAP: residência, superfície de violação e exposição à auditoria
- 9** **Custos indiretos de conformidade: o custo recorrente que ninguém inclui no orçamento**
Ciclos de revisão de fornecedores, gestão de DPA e a lacuna de governança
- 10** **O que uma plataforma de engajamento do cliente realmente faz**
Uma definição técnica para líderes de TI que ainda não estão familiarizados com essa categoria de produtos
- 12** **Avaliação da arquitetura: SAP Engagement Cloud vs. Alternativas de terceiros**
Sua posição na pilha e como se conecta
- 14** **Estrutura de avaliação da consolidação de fornecedores**
As perguntas podem ser aplicadas a qualquer plataforma, existente ou nova
- 16** **Conclusões e próximas etapas recomendadas**
O que fazer com essa avaliação internamente

Sobre este documento:

Esta é uma avaliação técnica e de riscos estruturada, não um folheto informativo do produto. Este documento foi escrito para CTOs, CIOs, diretores de TI e proprietários da plataforma SAP em organizações empresariais que já usam produtos SAP Customer Experience. O objetivo é fornecer a você o contexto necessário para avaliar sua arquitetura atual de forma honesta e para entender como uma alternativa nativa da SAP altera o perfil de risco.

01 Resumo da avaliação de riscos

Três categorias de risco. Provavelmente, todas elas estão em operação no seu ambiente neste momento. A maioria delas não está no radar de ninguém.

Se sua organização usa produtos SAP Customer Experience e uma plataforma de marketing de terceiros (como Salesforce Marketing Cloud, Braze, Klaviyo, Adobe Journey Optimizer ou qualquer ferramenta independente similar), seu ambiente apresenta três categorias de risco de TI que são abordadas raramente em discussões orçamentárias ou revisões de arquitetura.

A primeira é a dívida de integração. Cada conector personalizado entre uma plataforma de marketing de terceiros e seu ambiente SAP representa um risco. Ele deixa de funcionar com atualizações de API, atualizações SAP e alterações no esquema. Os engenheiros que o construíram seguem em frente. A documentação fica desatualizada. E o modo de falha é um fluxo de trabalho de produção interrompido que alguém descobre no pior momento possível.

A segunda é a exposição à governança de PII. Dados comportamentais de clientes, registros de contato, histórico de compras e preferências de consentimento fluem continuamente do seu ambiente SAP para a infraestrutura de um fornecedor que você não controla. Isso representa uma questão de residência de dados, uma ampliação da superfície de exposição a violações e uma exposição a auditorias com GDPR ou CCPA, todos os dias em que a integração é executada.

A terceira é o custo indireto de conformidade. Cada plataforma de marketing de terceiros exige sua própria revisão de segurança anual, sua própria avaliação de risco do fornecedor e DPA. Esses ciclos ocorrem fora da sua cadência de governança SAP estabelecida, exigem recursos jurídicos e de segurança reais e se acumulam ano após ano à medida que sua estrutura de marketing cresce.

Esta avaliação aborda cada categoria de risco em detalhes, apresenta o panorama da arquitetura da alternativa nativa e conclui com uma estrutura de consolidação de fornecedores que você pode usar para realizar essa avaliação internamente, em comparação com sua plataforma atual ou com qualquer outra futura.

As principais conclusões

Essas três categorias de risco são consequências estruturais da execução de uma funcionalidade de engajamento com o cliente fora do ecossistema SAP. Não se trata de problemas de configuração nem de falhas de processo: são problemas de arquitetura.

A resposta estrutural é executar a funcionalidade de engajamento dentro da mesma infraestrutura, modelo de identidade e estrutura de conformidade que já regem o restante do seu ambiente SAP, que é o que o SAP Engagement Cloud faz. Se esse é o caminho certo para sua organização depende do seu ambiente atual, do status do contrato e do cronograma de consolidação. A Seção 07 oferece a estrutura para fazer essa avaliação com honestidade.

02 O problema da dívida de integração

Middleware personalizado em ambientes SAP: o que pode dar errado, quem é o responsável e qual o custo real.

O conector que ninguém possui

Quando uma plataforma de marketing de terceiros é integrada a um ambiente SAP, a integração é normalmente construída como um resultado do projeto. Alguém da equipe de TI (ou um integrador de sistemas) cria um conector. Ele é testado, aprovado e entregue à equipe de operações. Então, o projeto é encerrado e todos seguem em frente.

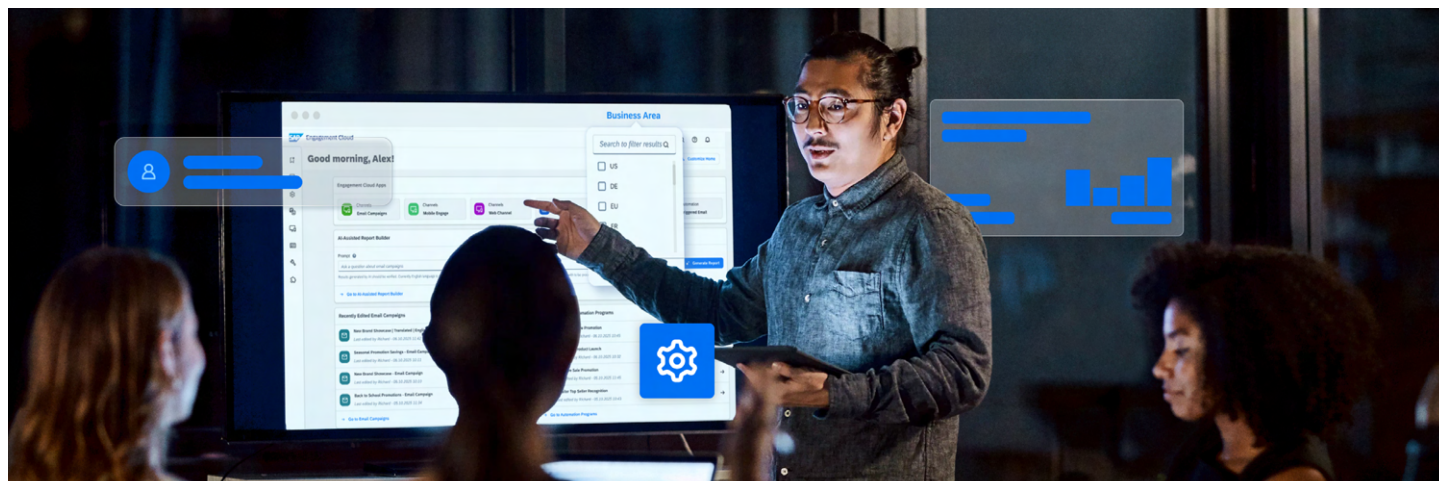
O que não avança é a integração. Ela permanece em produção, conectando um sistema gerenciado pela sua equipe de TI à infraestrutura de um fornecedor que não é gerenciada por ela. E sempre que algo muda em qualquer um dos lados (uma atualização da API de um fornecedor, uma atualização do CRM da SAP, um novo modelo de dados no S/4HANA, uma mudança nos requisitos de autenticação da plataforma de marketing), alguém da sua equipe precisa responder.

Muitas vezes, não fica claro quem é essa pessoa. A integração foi desenvolvida por um consultor cujo contrato já não está mais em vigor. O engenheiro interno que entendia disso saiu há dezoito meses. A documentação é um PDF de seis páginas do projeto original. Este não é um caso extremo. Essa é a condição operacional padrão para integrações de marketing de terceiros em ambientes SAP corporativos.

39%

do tempo da equipe de TI é dedicado a projetar, desenvolver e testar integrações personalizadas entre sistemas.

Deloitte Digital,
Connectivity Benchmark Report



Como são os modos de falha

O ciclo de manutenção da integração segue um padrão previsível. O conector funciona bem até que ocorra um evento de alteração a montante ou a jusante. Gatilhos comuns:



Atualizações da API do fornecedor

O fornecedor da plataforma de marketing lança uma nova versão da API. Seu conector foi construído com base na antiga.

O fornecedor descontinuou o endpoint antigo. O fluxo de dados é interrompido. Você descobre quando uma campanha de marketing dispara campos de personalização vazios ou quando ela nem chega a ser disparada.



Ciclos de atualização SAP

A SAP realiza atualizações de versão trimestrais. As definições do serviço OData foram alteradas. O mapeamento de campos do conector é interrompido. Você descobre, por meio de um registro de erros de sincronização de dados, que ninguém estava monitorando.



Alterações de esquema

O departamento de marketing adiciona um novo campo necessário à plataforma. Ele não existe no mapeamento de integração. Ou o campo não é transferido, ou alguém cria uma solução alternativa pontual que se torna a próxima dependência não documentada.



Alterações na autenticação

O fornecedor altera as credenciais ou modifica sua implementação do OAuth. O conector falha silenciosamente até que alguém perceba que os registros de contato não são atualizados há três dias.



O custo real de uma integração de marketing personalizada:

Implantação inicial (3 a 6 meses em ambientes SAP complexos); manutenção contínua (equivalente a 0,5 a 1,0 ETC por ano); resposta a incidentes, em média, de 2 a 4 vezes por ano; e acúmulo de dívida técnica à medida que cada sistema evolui de forma independente. Nada disso consta na comparação de licenças da plataforma que justificou a compra original.

Quando um conector falha na produção, o ciclo de recuperação geralmente leva de 2 a 5 dias úteis, do início ao fim: triagem, identificação da causa raiz, desenvolvimento da correção, testes em diversos ambientes e reimplantação. Durante esse período, a plataforma de marketing funciona com dados desatualizados ou não funciona de forma alguma.

Por que esse risco é sistematicamente subnotificado

Os custos de manutenção da integração quase nunca aparecem no orçamento da plataforma. A taxa de licenciamento está incluída no orçamento de marketing. O tempo de engenharia dedicado à manutenção do conector está incluído no quadro de funcionários da TI. O custo de resposta a incidentes é absorvido como sobrecarga operacional. Ninguém faz um cálculo do custo total que os combine.

O resultado é que, quando o departamento de marketing procura a TI para avaliar uma nova plataforma ou renovar um contrato existente, o custo real de manutenção da arquitetura atual não faz parte da discussão. O departamento de TI aprova ou sinaliza a renovação da licença. O marketing se renova. A dívida de integração continua se acumulando de forma imperceptível.

03 Exposição de PII e governança de dados

Dados do cliente fora do perímetro SAP: residência, superfície de violação e o que os auditores perguntarão.

Comece com a pergunta de auditoria que sua equipe deve conseguir responder

Se um órgão regulador, um cliente corporativo ou um auditor interno perguntar: “Para onde fluem as PIIs dos clientes fora do ambiente SAP, e quais controles de governança existem para esses fluxos?”, sua equipe conseguiria responder a essa pergunta de forma completa e precisa neste momento? Se a resposta exigir que você entre em contato com o fornecedor da plataforma de marketing para perguntar, essa é a lacuna descrita nesta seção.

Todas as plataformas de marketing de terceiros conectadas ao seu ambiente SAP exigem um fluxo contínuo de informações de identificação pessoal. Registros de contato. Sinais comportamentais de interações na web e em aplicativos. Histórico de compras.

Dados de consentimento e preferências. Métricas de engajamento por e-mail vinculadas a identidades individuais de clientes.

Esses dados saem do seu ambiente SAP, onde você tem controles de governança, políticas de residência de dados e trilhas de auditoria, e entram na infraestrutura de um fornecedor. Em muitos casos, as equipes de TI não mapearam completamente esse fluxo. Elas sabem que a integração existe. Nem sempre sabem exatamente quais dados estão sendo transferidos, com que frequência, onde estão sendo armazenados ou como o fornecedor os processa posteriormente.

Essa diferença é importante. Muito.



Três exposições específicas

Residência de dados: onde os PII dos seus clientes estão efetivamente armazenados? A maioria das plataformas de marketing de terceiros oferece opções de residência de dados, mas o padrão geralmente é um centro de dados localizado nos EUA, e a maioria dos processos de aquisição corporativa não verifica isso na assinatura do contrato. Se a sua organização possui dados de clientes da UE sujeitos ao GDPR ou assumiu compromissos de residência de dados com reguladores ou clientes corporativos, a discrepância entre a política declarada e a infraestrutura real do fornecedor representa um risco de conformidade em tempo real.

Expansão da superfície de ataque: cada sistema externo que armazena cópias das PII de seus clientes representa um vetor de ataque adicional. Ao adicionar uma plataforma de marketing de terceiros ao seu ambiente, você amplia a superfície de ataque efetiva para incluir toda a infraestrutura desse fornecedor e todos os seus subprocessadores. Se o fornecedor sofrer uma violação de segurança, os dados dos seus clientes estarão em risco. Suas obrigações de notificação se aplicam. Sua exposição regulatória se aplica. Você pode ou não ter uma visão clara do que aconteceu.

Atendimento às solicitações do titular dos dados: de acordo com o GDPR, CCPA e estruturas semelhantes, quando um cliente solicita a exclusão de seus dados pessoais, você deve atender a essa solicitação em todos os sistemas onde eles existem. Se a sua equipe de TI não puder garantir que uma solicitação de exclusão seja propagada corretamente da SAP para a sua plataforma de marketing de terceiros e todos os seus sistemas subsequentes, isso representa uma lacuna de conformidade. Não é algo teórico: é algo concreto que os órgãos reguladores e os auditores vão investigar.



Ponto de verificação: Antes de continuar

Se sua equipe conseguir responder à pergunta inicial com clareza, sabendo exatamente quais PII estão sendo transmitidas, para qual fornecedor, hospedadas em qual região e sob qual DPA, as três exposições abaixo já estarão gerenciadas. Caso alguma parte dessa resposta não esteja clara, as seções abaixo descrevem as categorias de risco específicas e o que elas significam para sua postura de auditoria.

O que o modelo nativo da SAP muda

Com o SAP Engagement Cloud, os dados do cliente não saem do perímetro da SAP. O processamento é realizado na infraestrutura em nuvem gerenciada pela SAP, está abrangido pelas opções de residência de dados da SAP e é regido pela mesma estrutura de processamento de dados que o restante do seu ambiente SAP. A residência de dados está disponível nas regiões da UE, dos EUA e da APAC, configurada na implantação e documentada no SAP Trust Center. Sua DPA atual com a SAP já cobre isso. Os seus compromissos de residência de dados existentes aplicam-se a ele. Os pedidos de exclusão de dados do titular são processados por meio de um sistema que sua equipe gerencia de ponta a ponta.

A questão de auditoria acima tem uma resposta clara: todas as PII do cliente permanecem na infraestrutura SAP regida pela sua DPA existente, sujeitas à sua configuração de residência de dados atual. Sem fornecedor externo. Sem superfície de ruptura adicional. Sem fluxo de trabalho de exclusão separado para manter.

04 Custos indiretos de conformidade: O custo recorrente que ninguém inclui no orçamento

Ciclos de revisão de fornecedores, gestão de DPA e a lacuna de governança que se agrava a cada ano.

O ciclo de revisão que ocorre em paralelo com todo o resto

A governança de conformidade empresarial para uma plataforma de marketing de terceiros não termina com a assinatura do contrato. É um ciclo anual. Revisão da postura de segurança. Avaliação de risco do fornecedor. Renovação da DPA: e se o fornecedor tiver alterado suas práticas de processamento de dados, infraestrutura ou lista de subcontratados desde o ano passado, essa renovação é uma renegociação, não uma mera formalidade.

Esse ciclo requer recursos reais. O departamento jurídico analisa a versão atualizada da DPA. A equipe de segurança analisa a certificação SOC 2 ou ISO mais recente do fornecedor. O departamento de compras gerencia o cronograma de renovação. O responsável pela área de negócios em questão valida o caso de uso. Em uma função de conformidade empresarial madura, esse processo normalmente leva de 6 a 8 semanas por fornecedor, por ano, com base nas práticas padrão de conformidade empresarial. O ciclo real da sua organização pode variar dependendo da maturidade da governança interna e da qualidade da documentação do fornecedor.

E ele funciona completamente fora do seu ciclo de governança SAP. Ele não pode ser incorporado à sua revisão de segurança SAP existente. Não é possível adicioná-lo ao seu calendário de conformidade SAP. Trata-se de um processo independente, com responsáveis distintos, para um sistema selecionado pelo departamento de marketing e mantido pela equipe de TI.

Como isso se apresenta em uma pilha de marketing

A maioria das organizações de marketing empresarial não usa apenas uma única ferramenta. Elas executam uma pilha. Uma plataforma de automação de marketing de referência. Uma CDP ou camada de ativação de dados. Uma ferramenta de análise ou atribuição. Possivelmente uma plataforma de fidelização. Um mecanismo de personalização para a camada da web. Cada um é um fornecedor separado. Cada um possui PII. Cada um requer seu próprio ciclo anual de conformidade. Faça as contas para o seu ambiente: quantas plataformas de marketing ou de CX de terceiros têm, atualmente, acesso às PIIs dos clientes provenientes dos seus sistemas SAP? Multiplique isso por 6 a 8 semanas de recursos de conformidade multifuncional por ano. Essa é a despesa geral que sua organização está arcando (em tempo gasto com assuntos jurídicos, segurança e compras) que ninguém atribui ao orçamento de marketing.



O caso da consolidação da governança

A postura de conformidade do SAP Engagement Cloud está documentada no SAP Trust Center e coberta pela sua DPA da SAP já existente. Suas equipes de segurança e jurídica já sabem como analisar isso. A carga administrativa anual relacionada à conformidade do SAP Engagement Cloud não é adicional: ela é incorporada ao ciclo de revisão que você já realiza para o restante do seu ambiente SAP.

05 O que uma plataforma de engajamento do cliente realmente faz

Uma definição técnica para líderes de TI que ainda não avaliaram essa categoria de produtos. Se você já sabe o que são eventos OData, sincronização de contatos e gatilhos comportamentais em um mecanismo de automação de marketing, pule para a Seção 06.

A definição operacional

Uma plataforma de engajamento do cliente automatiza e personaliza a forma como uma organização se comunica com seus clientes em grande escala. Ela se situa na interseção entre dados do cliente e canais de comunicação externa: e-mail, SMS, notificações push, mensagens no aplicativo e experiências da web personalizadas. Além disso, gerencia continuamente e de forma automatizada um conjunto de decisões operacionais: quais clientes recebem uma comunicação, o que essa comunicação contém, por qual canal ela é enviada e quando é recebida.

Essas decisões são tomadas milhões de vezes por dia em uma grande empresa. Elas não podem ser feitas manualmente. Elas exigem conexões em tempo real com dados comportamentais do cliente, histórico de compras, registros de CRM, preferências de consentimento e definições de segmento. O sistema responsável por tomar essas decisões, seja ele qual for, é a plataforma de engajamento do cliente.

Ela está sendo executada no seu ambiente agora, independentemente de a equipe de TI ter participado ou não das discussões a respeito dela.



Funcionalidade	O que faz	Dependência de dados
Automação omnicanal	Aciona comunicações por e-mail, SMS, notificações push e web com base em eventos do cliente e estágio do ciclo de vida	Eventos comportamentais, registros de contato, histórico de compras
Personalização por IA	Prevê o melhor conteúdo, horário de envio e canal para cada cliente individual	Dados históricos de engajamento, padrões de compra, afiliação a segmentos
Orquestração da jornada do ciclo de vida	Automatiza fluxos de engajamento de várias etapas sem código personalizado	Dados de CRM, gatilhos de eventos, registros de consentimento
Segmentação em tempo real	Cria e atualiza segmentos de público dinâmicos a partir de sinais comportamentais em tempo real	Dados de CRM, fluxo comportamental em tempo real
Atribuição de receita	Conecta a atividade de engajamento aos resultados de receita no nível de campanha e canal	Dados de transações, desempenho de campanhas, IDs de clientes

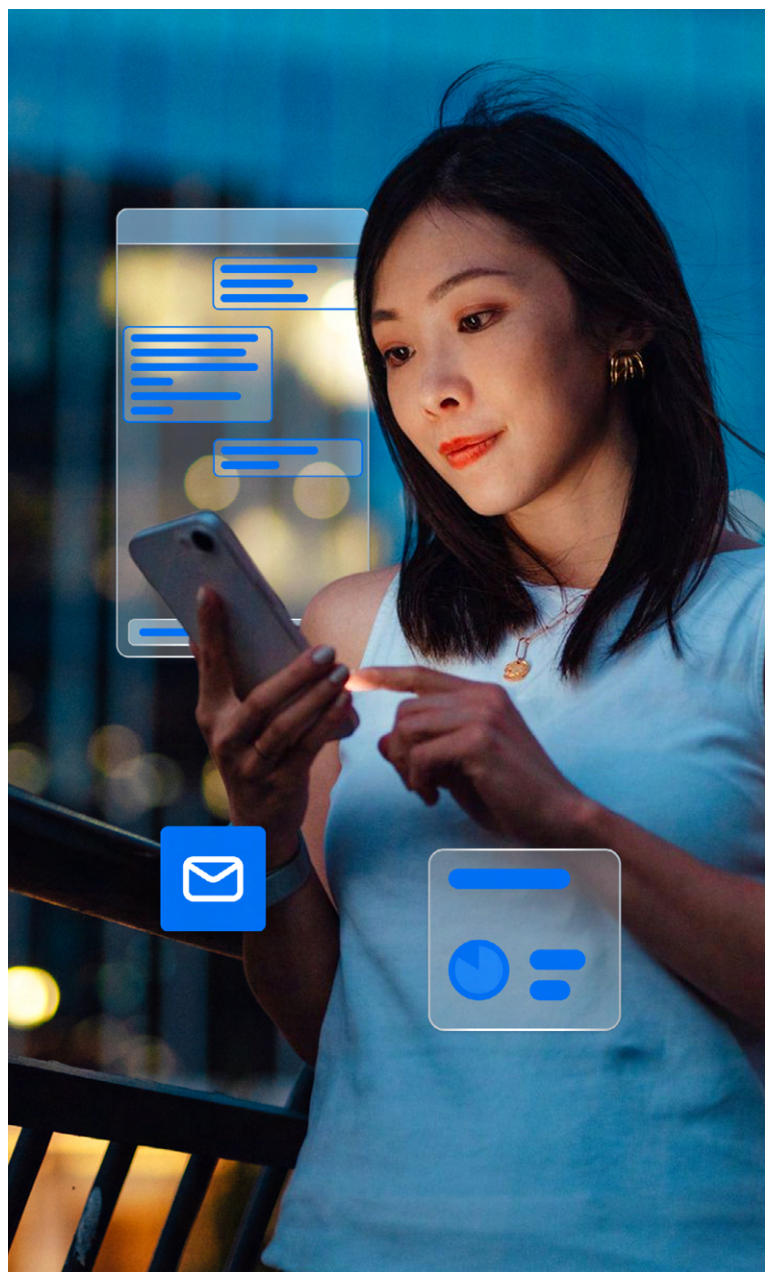
Por que essa é, por natureza, uma questão de arquitetura de TI

Cada dependência de dados nessa tabela requer uma conexão ativa com os sistemas gerenciados pela TI. Registros de CRM. Dados de transações provenientes de comércio ou ERP.

Sinais comportamentais provenientes da infraestrutura da web e aplicativos. Dados de consentimento provenientes de sistemas de identidade e governança.

Não existe uma versão de implementação de plataforma de engajamento do cliente que não envolva decisões significativas de arquitetura de TI. A questão não é se a TI está envolvida. A questão é saber se a equipe de TI está presente nas decisões quando a arquitetura de integração está sendo projetada ou se é chamada depois que a plataforma entra em operação para lidar com o que foi desenvolvido sem a participação dela.

Ela está sendo executada no seu ambiente agora, independentemente de a equipe de TI ter participado ou não das discussões a respeito dela.

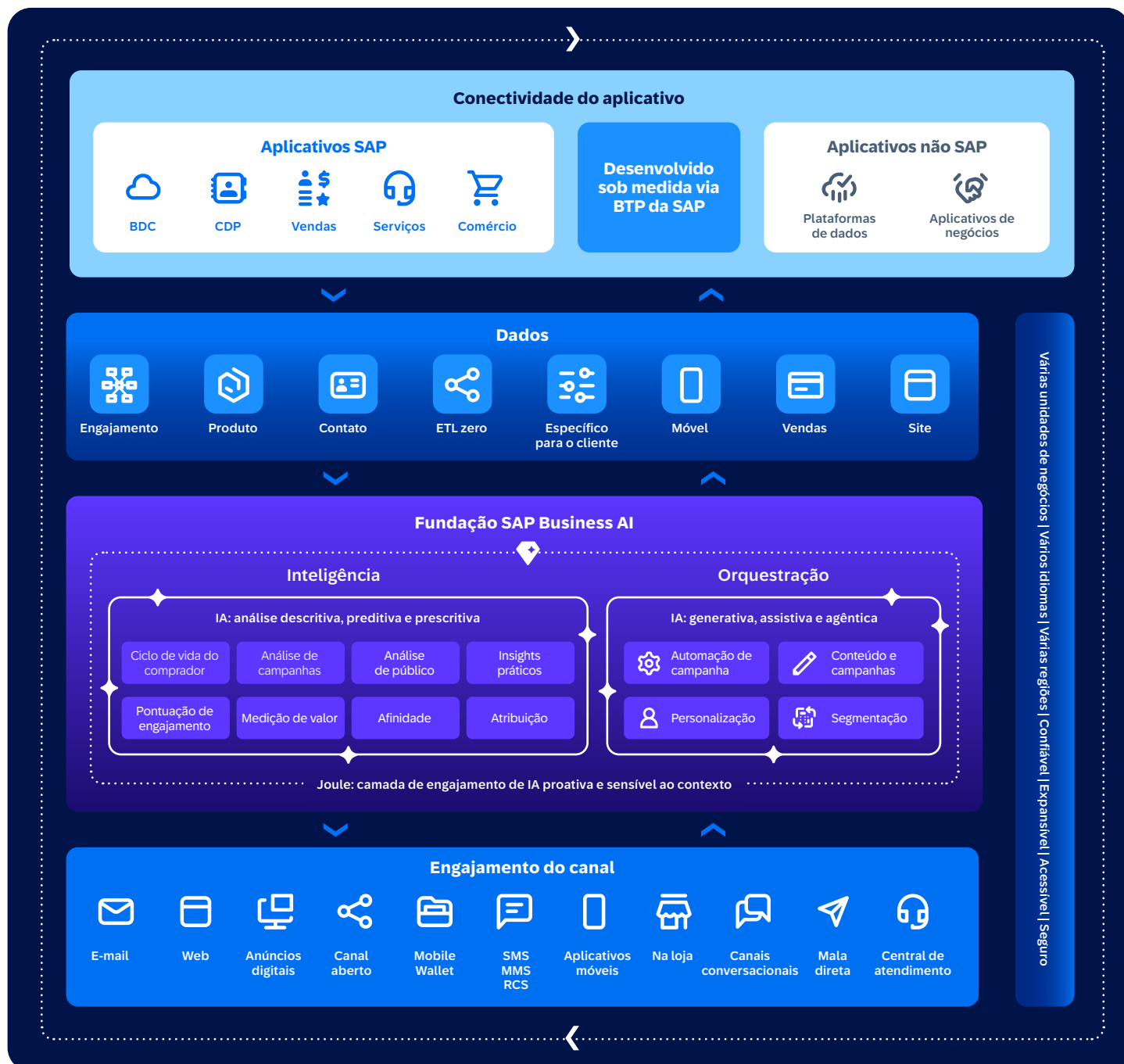


06 Avaliação da arquitetura: SAP Engagement Cloud vs. Alternativas de terceiros

Onde se encaixa na pilha de tecnologias, como se conecta e o que diferencia o modelo de integração nativa.

Posição da pilha

O SAP Engagement Cloud faz parte do pacote SAP Customer Experience. Não se trata de uma aplicação externa que por acaso possui um conector para SAP. É uma aplicação SAP que se integra à arquitetura de integração gerenciada da SAP, posicionando-se como a camada de engajamento omnicanal entre sua infraestrutura de dados e seus canais de atendimento ao cliente.



Camada de integração:

SAP Integration Suite no BTP

A integração entre o SAP Engagement Cloud e o restante do seu ambiente SAP é feita através do SAP Integration Suite no BTP, a camada de integração gerenciada da SAP. A sincronização de contatos com o SAP Sales Cloud usa conexões de serviço OData por meio do SAP Integration Suite iFlows. O SAP Account Engagement oferece sincronização bidirecional pronta para uso para dados padrão de contatos e contas. Cenários de extensão (campos personalizados, objetos não padronizados) são tratados por meio de iFlows configuráveis com script Groovy dentro do Integration Suite. Essas configurações são feitas pela sua equipe de integração ou pelos Serviços profissionais da SAP, usando as mesmas ferramentas e habilidades que sua equipe já aplica a outras integrações SAP. Não é necessário nenhum conhecimento especializado em middleware.

Camada de identidade:

SAP Cloud Identity Services

A autenticação é feita através do SAP Cloud Identity Services, a mesma camada central de IAM que governa todo o seu ambiente SAP.

OpenID Connect e OAuth 2.0. Provisionamento baseado em SCIM para gerenciamento do ciclo de vida do usuário. SSO em todo o pacote CX da SAP. Sem provedor de identidade separado. Sem armazenamento de usuários paralelo. Seu modelo de governança IAM existente se estende para abranger o SAP Engagement Cloud da mesma forma que abrange seus outros aplicativos SAP.

Governança e conformidade de dados

Os dados do cliente no SAP Engagement Cloud são hospedados na infraestrutura de nuvem gerenciada pela SAP, sujeitos às opções de residência de dados da SAP e cobertos pela postura de conformidade do SAP Trust Center. Certificado ISO/IEC 27001. ISO/IEC 27035 para gestão de incidentes. Conformidade com GDPR e CCPA integrada. Se a sua organização estiver coberta pela DPA empresarial da SAP, essa cobertura se estende ao SAP Engagement Cloud. Sem negociação incremental de DPA. Sem novo ciclo de revisão jurídica para fornecedores.

Categoria de risco	Plataforma de terceiros	SAP Engagement Cloud
Dívida de integração	Conector personalizado; 3 a 6 meses para desenvolvimento; 0,5 a 1,0 ETI/ano para manutenção	SAP Integration Suite iFlows; gerenciado pela SAP; sem propriedade separada
Governança de PII	Os dados dos clientes saem do perímetro da SAP; são necessários controles separados de residência de dados	Permanece na infraestrutura SAP; aplicam-se os requisitos existentes de DPA e residência
Superfície de ruptura	A infraestrutura de fornecedores terceirizados aumenta a exposição externa	Sem expansão da superfície de violação além da área de cobertura SAP existente
Custos indiretos de conformidade	Revisão anual independente de segurança e renovação da DPA por fornecedor	Integrado ao ciclo de conformidade SAP existente; SAP Trust Center
Gestão de identidade	É necessária a implementação de um IdP separado ou de um SSO personalizado	SAP Cloud Identity Services; sem infraestrutura nova
Relacionamento com o fornecedor	Novo contrato, novo SLA, novo caminho de escalonamento	O relacionamento com um único fornecedor SAP abrange toda a pilha de produtos
Compatibilidade com atualizações	Sua equipe é responsável pelos testes de compatibilidade em todas as atualizações da SAP	A SAP detém a compatibilidade entre seus próprios produtos

07 Estrutura de avaliação da consolidação de fornecedores

Aplique isso a qualquer plataforma de engajamento de clientes: a que você usa atualmente ou qualquer outra opção futura.

Essa estrutura foi projetada para ser aplicada à sua plataforma de marketing existente, e não apenas ao SAP Engagement Cloud. Uma plataforma que não consegue responder a essas perguntas de forma clara representa um risco oculto para o seu ambiente. Use esses critérios para estruturar sua avaliação interna.

Arquitetura de integração

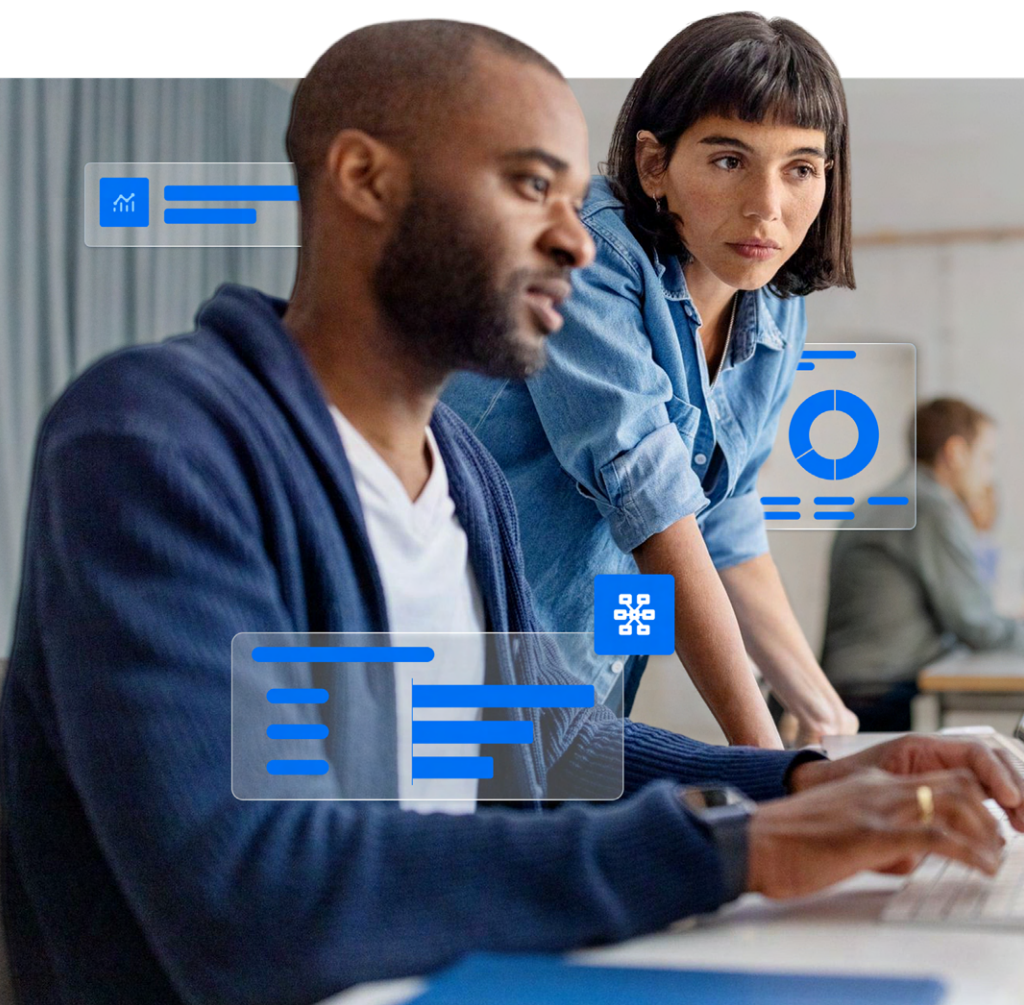
Camada de integração	A integração é executada por meio de infraestrutura gerenciada pela SAP (SAP Integration Suite no BTP) ou é um conector personalizado que sua equipe possui e mantém fora do gerenciamento de mudanças normal da SAP?
Alteração de propriedade da API	Quando o fornecedor atualiza sua API, quem é o responsável pelo trabalho de compatibilidade de integração? Qual é o SLA e quem arca com o custo do retrabalho?
Latência de dados	A conexão de dados é em tempo real ou em lote? Qual é o atraso real entre um evento do cliente no SAP Sales and Service Cloud e sua disponibilidade na plataforma de marketing?
Impacto da atualização	Ao atualizar o SAP Sales Cloud ou o S/4HANA, o que acontece com essa integração? Quem realiza os testes e como é feita a remediação?

Governança de PII e residência de dados

Camada de integração	As PIIs do cliente permanecem no perímetro de governança da SAP ou saem do ambiente controlado pela sua equipe?
Comprovante de residência	Onde os dados dos clientes estão fisicamente armazenados? Você verificou se isso está de acordo com os compromissos de residência de dados e as obrigações regulatórias da sua organização?
Cobertura DPA	O seu contrato DPA da SAP atual abrange esta plataforma ou é necessário um contrato separado? Quem negocia e administra isso?
Conclusão da exclusão	Quando um cliente exerce o direito de exclusão previsto no GDPR ou CCPA, você pode garantir a exclusão completa em toda a SAP e nesta plataforma de ponta a ponta?

Conformidade e risco do fornecedor

Base de certificação	As certificações de conformidade são auditadas de forma independente ou são autodeclaradas? Quando foram renovadas pela última vez?
Sobrecarga de revisão	Qual é o custo anual, em termos de tempo dedicado às áreas jurídica, de segurança e de compras, para revisar e renovar essa relação com o fornecedor?
SLA de correção	Qual é o SLA do fornecedor para a implantação de correções de segurança críticos? Ele está em conformidade com os padrões de gestão de vulnerabilidades da sua organização?
Rescisão do contrato	Se você encerrar o relacionamento, o que acontece com os dados do seu cliente? Quais são as garantias de portabilidade e o caminho de migração?
Divulgação do subprocessador	Com quais terceiros esse fornecedor compartilha seus dados de cliente? A lista de subcontratados foi divulgada e está atualizada? Existe alguma exigência contratual de notificação quando a lista de subcontratados é alterada? Essa questão surge em todas as organizações que levam a sério o GDPR e raramente é abordada na assinatura do contrato.



Faça auditoria na sua própria pilha primeiro

Aplique essa estrutura primeiro à sua plataforma atual. As lacunas que ela revela são o tema que devemos discutir, não uma conversa de vendas sobre o SAP Engagement Cloud, mas uma conversa sobre os riscos da sua arquitetura atual. Essa estrutura é mais durável internamente e não exige que ninguém reavalie uma decisão de compra.

08 Conclusões e próximas etapas recomendadas

O que fazer com essa avaliação internamente.

O que esta avaliação normalmente constata

Para a maioria dos ambientes corporativos SAP que usam uma plataforma de marketing de terceiros, essa avaliação revela o mesmo padrão: uma integração que foi planejada e desenvolvida como um projeto, mas que agora é gerenciada como parte das operações correntes; fluxos de PII que não foram totalmente mapeados no momento da aquisição; e um ciclo de revisão de conformidade que ocorre paralelamente à governança SAP, sem que ninguém tenha calculado seu custo anual acumulado.

Nenhuma dessas constatações configura um cenário de crise. Mas são riscos arquitetônicos genuínos: o tipo de risco que não cria problemas visíveis até que algo mude, e então cria problemas significativos.

Como usar este documento internamente

A maneira mais eficaz de abordar essas conclusões internamente é por meio da estrutura de consolidação de fornecedores descrita na Seção 07, aplicada à sua plataforma atual. Isso posiciona a conversa como uma avaliação de risco, o que de fato é, em vez de uma apresentação de plataforma. Algo concreto é oferecido para apresentar ao departamento de compras, ao departamento jurídico e ao seu CISO, sem exigir que ninguém defenda uma decisão de compra anterior.

Se as respostas às perguntas da estrutura revelarem lacunas que você desconhecia, essas lacunas são a prioridade. A justificativa para a consolidação do SAP Engagement Cloud surge das lacunas existentes, e não o contrário.



A questão da arquitetura

A abordagem interna correta não é “deveríamos migrar para o SAP Engagement Cloud?”. E sim, “como é, na prática, nossa arquitetura atual de engajamento com o cliente, quem assume o risco e essa distribuição de responsabilidades é intencional?”. A maioria dos líderes de TI descobre que fazer essa pergunta revela decisões que foram tomadas por padrão, em vez de por planejamento, e essa é a conversa que vale a pena ter.

O que o SAP Engagement Cloud muda especificamente

Para organizações que já usam produtos CX da SAP: integração nativa com o pacote CX da SAP; sincronização bidirecional de contatos e contas com o SAP Sales Cloud por meio do SAP Integration Suite no BTP; autenticação por meio do SAP Cloud Identity Services sem necessidade de infraestrutura de identidade adicional; dados de clientes hospedados na infraestrutura gerenciada pela SAP, de acordo com o DPA existente; conformidade com as normas ISO/IEC 27001, GDPR e CCPA incorporada ao ciclo de governança existente da SAP; uma API REST com OAuth 2.0 e arquitetura webhook para cenários personalizados, quando necessário; e um SLA contratual de 99,7%.

Próximas etapas: do seu jeito

Existem três maneiras de aprofundar o assunto, em ordem crescente de dificuldade:

1 Execute a calculadora de TCO

Quantifique o custo da sua arquitetura atual para a TI: horas de manutenção de integração, custos de engenharia, ciclos de revisão de fornecedores. Insira seus números e receba um valor específico que você poderá usar em uma análise de risco interna ou em uma discussão sobre orçamento, antes de envolver qualquer pessoa da SAP. Não é necessário preencher nenhum formulário para ver seus resultados. (sap.com/engagement-cloud/tco-calculator)

2 Baixe o Resumo de arquitetura

Um guia técnico mais conciso que aborda arquitetura de integração, residência de dados, identidade e postura de

conformidade, formatado para ser compartilhado com seu arquiteto de integração ou CISO sem a necessidade de leitura da avaliação completa.

(sap.com/engagement-cloud/architecture-brief)

3 Solicite uma conversa técnica

Se você deseja ter uma visão precisa do que uma consolidação ou uma nova implantação envolve em seu ambiente SAP específico (escopo da integração, configuração de identidade, migração de dados, transição de conformidade), sua equipe de atendimento SAP pode colocá-lo em contato com um arquiteto de soluções. Esta é uma conversa para definir o escopo, não uma apresentação de vendas.

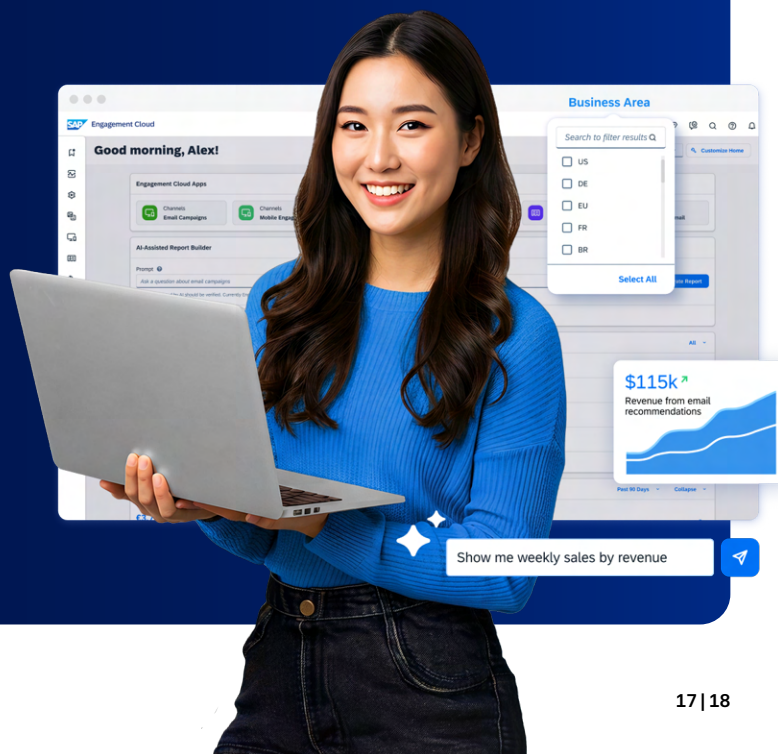
Sobre o SAP Engagement Cloud

O SAP Engagement Cloud (anteriormente SAP Emarsys) capacita equipes e agentes de IA a impulsionar um engajamento exclusivo, conectando insights de clientes em tempo real com os sinais operacionais que impulsionam os negócios. Integrado ao portfólio de Customer Experience (CX) da SAP, o Engagement Cloud viabiliza interações personalizadas e orientadas por IA em todos os canais, transformando pedidos, atendimentos, jornadas de compra e momentos-chave de fidelidade em experiências relevantes, no tempo certo. O resultado são relacionamentos mais próximos, maior confiança, aumento da retenção e crescimento sustentável.

Ele atende organizações empresariais nos setores de varejo, produtos de consumo, serviços financeiros e B2B em mais de 70 países. Com base em 25 anos de experiência em engajamento, permite que as equipes de marketing aproveitem os dados dos clientes e criem uma infraestrutura já gerenciada pelas equipes de TI.

→ Documentação para desenvolvedores:
dev.emarsys.com

→ SAP Trust Center:
sap.com/trust-center





O SAP Engagement Cloud ajuda as empresas a elevar o nível do engajamento com seus clientes ao conectar, em tempo real, insights comportamentais com sinais operacionais que realmente impulsionam o negócio. Integrado ao portfólio de Customer Experience (CX) da SAP, o Engagement Cloud viabiliza interações personalizadas e orientadas por IA em todos os canais, transformando pedidos, atendimentos, jornadas de compra e momentos-chave de fidelidade em experiências relevantes, no tempo certo. O resultado são relacionamentos mais próximos, maior confiança, aumento da retenção e crescimento sustentável. Para obter mais informações, acesse www.emarsys.com/br