

La Genuine Parts Company sceglie Forcepoint per proteggere il traffico web di 6.000 punti vendita

Web Security Cloud di Forcepoint offre una soluzione di sicurezza del traffico web centralizzata e flessibile ai rivenditori che si affidano a GPC per fornire pezzi di ricambio di qualità e un servizio eccellente.

Con l'80% dei suoi punti vendita negli Stati Uniti gestiti in autonomia da rivenditori indipendenti, la Genuine Parts Company, fornitore di pezzi di ricambio per il settore automotive, aveva bisogno di perfezionare la gestione e la protezione del traffico internet dei punti vendita, senza tuttavia avere il controllo completo sulle loro policy e la loro navigazione web. Durante un Proof of Concept reale, l'azienda ha realizzato che Forcepoint si impegnava per comprendere i meccanismi della sua attività, sostenendola in ogni fase del percorso e offrendo una soluzione flessibile e basata su cloud che rispondeva a tutte le sue esigenze.

PROFILO CLIENTE

Distributore di ricambi automotive, incluso il marchio NAPA. Più di 2.600 operazioni in tutto il mondo con circa 48.000 dipendenti.

SETTORE

Grande distribuzione

SEDE CENTRALE

Stati Uniti

PRODOTTO

Forcepoint Web Security Cloud

In un'epoca in cui lo shopping online sembra prendere il sopravvento, alcune aziende restano ancorate all'approccio personale. Fondata nel 1925, la Genuine Parts Company (GPC) rifornisce da quasi 100 anni la sua rete di rivenditori con ricambi per il settore automotive. In Nord America, la rete è composta da 6.000 punti vendita sparsi su tutto il territorio degli Stati Uniti. Il 20% appartiene alla Genuine Parts, ma per circa l'80% si tratta di punti vendita di partner, rivenditori indipendenti di Genuine Parts che espongono il marchio aziendale per la vendita al dettaglio: Ricambi auto NAPA. Oltre alla reputazione di cui godono i prodotti per la loro ottima qualità, è fondamentale l'eccellenza del servizio offerto ai clienti nei punti vendita locali.

"Per noi, i clienti finali sono officine meccaniche o gestori di flotte che acquistano i pezzi di ricambio presso i nostri punti vendita. Ad esempio, l'autofficina di Bob potrebbe chiamare un negozio e dire: "Ho bisogno di questo pezzo di ricambio. Puoi procurarmelo entro oggi?" E il negozio carica il pezzo su un camion e lo fa recapitare nel giro di un paio d'ore", ha spiegato Damian Apone, Global Retail Director of Cybersecurity e Global Security Program Director, GPC. "Quando i clienti hanno necessità immediata di un pezzo di ricambio, i nostri rivenditori fanno la differenza".

Diversamente dai franchising, questi rivenditori sono davvero indipendenti e legati a Genuine Parts da un rapporto di reciproca lealtà e fiducia. In altre parole, il servizio che GPC fornisce ai punti vendita è fondamentale tanto quanto il servizio che i punti vendita offrono ai loro clienti. Questi rivenditori partner si affidano a Genuine Parts per tutto, dai pezzi di ricambio di altissima qualità, ai sistemi point of sale che semplificano gli ordini, per arrivare, in alcuni casi, alla protezione della sicurezza informatica che difende la loro rete e i loro sistemi.

"Apprezzano sicuramente il fatto che ci prendiamo cura di loro, perché siamo gli unici a farlo. Potrebbero acquistare da qualsiasi fornitore, ma noi siamo gli unici che si assumono parte di questo onere per loro", ha affermato Apone.

Alla ricerca di un partner che comprenda l'attività di GPC e di una soluzione che soddisfi i requisiti specifici di GPC

Questo onere comporta la responsabilità di garantire che GPC fornisca tali servizi nel modo più efficiente, efficace e sicuro possibile. Ogni punto

vendita dispone di una connessione diretta alla rete aziendale GPC per effettuare gli ordini. Anche il traffico Internet generale dei punti vendita viene instradato tramite la rete aziendale. Con il passare degli anni, GPC si è resa conto che questo approccio ha posto tre sfide significative:

- 1. Larghezza di banda.** Nella maggior parte dei casi, i rivenditori utilizzano una connettività Internet di livello consumer o PMI offerta da ISP locali. Senza una connessione dedicata ad alta velocità dai punti vendita al data center, anche la normale navigazione web moltiplicata per migliaia di rivenditori causerebbe ingorghi.
- 2. Mancanza di controllo.** Per l'80% dei punti vendita che sono gestiti in autonomia da rivenditori indipendenti, GPC non ha l'autorità di controllare l'utilizzo di Internet. Combinando il traffico Internet di migliaia di rivenditori e la presenza dell'azienda su Internet, la GPC ha dovuto affrontare responsabilità e conseguenze come il blocco degli IP e l'inserimento dei siti web aziendali nelle liste nere.
- 3. Elevato rischio per la sicurezza informatica.** Anche se l'azienda aveva già la possibilità di bloccare i siti web in base alla reputazione e alle categorie, ciò non impediva agli utenti di scaricare file da siti dannosi sconosciuti, non decrittografava il traffico, non lo ispezionava per individuare eventuali minacce e non proteggeva la rete aziendale da queste attività a rischio da parte dei rivenditori.

Per affrontare questi problemi, l'azienda ha identificato i requisiti chiave per i team di sicurezza e l'infrastruttura. In primo luogo, la soluzione doveva ispezionare in modo sicuro il traffico, preservando la larghezza di banda e la velocità di trasmissione. In secondo luogo, doveva essere priva di agente perché l'azienda non sarebbe stata in grado di collocarla negli endpoint dei rivenditori indipendenti. In terzo luogo, doveva essere facile da gestire a livello centrale da parte del team aziendale di GPC e, infine, doveva supportare l'attività così come era.

"Era davvero essenziale che la soluzione rispondesse alle nostre esigenze attuali. Un fornitore alternativo aveva affermato che: "La nostra soluzione sarebbe perfetta se vi atteneste alle migliori pratiche". Ma, di fatto, cambiare il nostro modo di fare business non era un'opzione ragionevole. Dovevamo, quindi, assicurarci di scegliere la soluzione che rispondeva alle correnti esigenze dell'azienda", ha spiegato Apone.



Sfide

Proteggere il traffico Internet nei punti vendita, compresi i rivenditori indipendenti, per garantire la sicurezza e la reputazione della rete aziendale.

Flessibilità per gestire 50 punti vendita che entrano ed escono dalla rete su base mensile.

Gestire meglio il traffico per eliminare eventuali problemi di larghezza di banda.



Soluzione

Implementare Forcepoint Web Security Cloud per 6.000 punti vendita negli Stati Uniti

"Era davvero fondamentale che la soluzione rispondesse alle nostre esigenze attuali".

DAMIAN APONE, GLOBAL RETAIL DIRECTOR OF CYBERSECURITY E GLOBAL SECURITY PROGRAM DIRECTOR, GPC

I test Proof of Concept reali richiedono molto tempo e una collaborazione autentica

Dopo una richiesta di offerta, la GPC ha identificato alcuni potenziali candidati, tra cui Forcepoint Web Security basato su cloud. Ha quindi deciso di sottoporli tutti a un test proof-of-concept (POC) reale.

“Il primo fornitore, sebbene sostenesse di essere teoricamente in grado di fornire una soluzione, ha dimostrato immediatamente di non aver compreso la nostra attività e la sua proposta non avrebbe funzionato”, ha affermato Apone. “Forcepoint si è presa del tempo per approfondire la conoscenza dell'azienda e comprendere la nostra attività. Ed è stata onesta, esponendo ciò che poteva e non poteva fare”.

La GPC ha proceduto all'installazione di Forcepoint Web Security e di un prodotto di un altro fornitore in 20 punti vendita su tutto il territorio degli Stati Uniti, eseguendo il POC per sei mesi. Ha valutato diversi criteri, tra cui facilità di configurazione, creazione e implementazione delle policy, distribuzione locale, conversione dei punti vendita, visibilità del traffico, creazione di report e rapporto costo-efficacia. La facilità di conversione dei punti vendita è stata particolarmente critica, in quanto 50 punti vendita GPC entrano e escono dalla rete ogni mese. L'azienda non poteva rimanere bloccata in una soluzione rigida.

“Forcepoint si è rivelata il partner ideale”.

DAMIAN APONE, GLOBAL RETAIL DIRECTOR OF CYBERSECURITY E GLOBAL SECURITY PROGRAM DIRECTOR, GPC

“Abbiamo riscontrato che Forcepoint soddisfaceva tutti i requisiti,” ha ribadito Apone. Oltre a soddisfare i requisiti aziendali, durante il POC Forcepoint ha mostrato chiaramente la serietà con cui assiste i clienti.

“Mentre stavamo eseguendo la conversione dei punti vendita nel bel mezzo della notte, il team di Forcepoint era lì con noi per assicurarsi che tutto andasse per il verso giusto”, ha affermato Apone. “Sono stati molto reattivi”.

“Non ripeterò mai abbastanza quanto sia stato fondamentale il supporto del fornitore per il nostro processo decisionale”, ha continuato. “E non parlo solo del team di assistenza clienti. Tutta la struttura aziendale era coinvolta, dal direttore delle vendite al tecnico commerciale, al tecnico prevendite per la partnership con ICM Cyber, il VAR (Value Added Reseller) che ha supportato l'implementazione. Per tutta la durata del processo, si sono presi il tempo necessario per comprendere la nostra attività e sono rimasti al nostro fianco per sostenerci anche dopo anche avevamo preso la nostra decisione di acquisto. Forcepoint e ICM hanno fatto i salti mortali per soddisfare le nostre esigenze”.

Migliorare di pari passo prestazioni aziendali e sicurezza dell'attività

La GPC è molto soddisfatta dei risultati ottenuti dopo l'implementazione. “Prima dell'implementazione di Forcepoint Web Security, ricevevamo numerose chiamate che segnalavano delle infezioni sugli endpoint, ma ora questo non succede più. Probabilmente abbiamo colmato le lacune importanti che avevamo in precedenza, per cui il numero di infezioni causate dal download di contenuti dannosi è calato. Questi contenuti vengono bloccati in modo più efficace”, ha ribadito Apone.

Durante il POC, la GPC ha anche ricevuto un feedback favorevole dai suoi rivenditori delle aree più rurali, con connessioni internet più lente. Dopo l'implementazione, l'azienda è stata in grado di liberare larghezza di banda per fornire tempi di risposta migliori.

Forcepoint Web Security ha inoltre consentito alla GPC di distribuire altre applicazioni “ingombranti” senza dover aumentare la larghezza di banda. “Ciò costituisce un risparmio perché, se non avessimo trovato un modo per gestire meglio il traffico esistente grazie a Forcepoint, avremmo sicuramente dovuto acquistare pipe più grandi. Ma non è stato necessario”, ha affermato Apone.

“Con Forcepoint, siamo riusciti a migliorare le prestazioni aziendali, ottimizzando al contempo la sicurezza generale della nostra attività. Ho a che fare con i fornitori tutti i giorni. Non ho bisogno di altri fornitori. Ho bisogno di partner. Ho bisogno di partner che ci aiutino a risolvere i problemi strategici e le sfide. E Forcepoint si è rivelata un partner ideale”.



Risultati

- › **Riduzione delle chiamate** per far fronte alle infezioni degli endpoint presso i punti vendita.
- › **Possibilità di aggiungere nuove applicazioni ad alto traffico** senza dover aumentare la larghezza di banda.
- › **Miglioramento delle prestazioni aziendali**, ottimizzando al contempo la sicurezza generale dell'azienda.
- › **Fiducia e partnership a lungo termine** tra Forcepoint e Genuine Parts.

