Nu investeren voor een toekomstbestendig netwerk

25-11-2021 14:00



De marges in retail zijn vaak klein. Daardoor komen retailers in de verleiding om de investering in moderne netwerktechnologie uit te stellen. Simac en Cisco waarschuwen voor de consequenties daarvan. “Het is onmogelijk geworden om de prestaties van het netwerk handmatig te beheren, monitoren en eventuele problemen op te lossen.”

De samenwerking tussen Simac en Cisco is in ruim dertig jaar tijd flink veranderd. Aanvankelijk was Simac de system integrator die componenten van verschillende merken tot één netwerk smeedde. Cisco was één van de vele merkfabrikanten. “Vandaag de dag zijn die componenten vanwege het beheer vrijwel altijd afkomstig van één platform zoals Cisco Meraki”, vertelt Ad Verboven, manager pre-sales consultancy bij Simac IT NL. “De reden is dat partijen zoals Cisco veel intelligentie in hun platform stoppen, wat beheer eenvoudiger maakt. Dat platform kan nu zelf problemen detecteren en oplossen. We gaan steeds meer richting een zelfsturend en zelfherstellend netwerk.”



David Mensing, teamlead commercial midmarket, Cisco:

"Met traditionele retailers voeren we nog te vaak gesprekken over speeds en feeds."

Microservices
Het beheer wordt misschien eenvoudiger, maar tegelijkertijd zijn de verwachtingen hoger dan ooit. "We moeten meer doen met minder. Kosten besparen en tegelijkertijd innoveren", stelt Pim Roelofsen, countrylead voor Cisco Meraki. Hij krijgt bijval van collega David Mensing, teamlead commercial midmarket bij Cisco. "Er ontstaan nieuwe uitdagingen. De applicaties van retailers die door consumenten en medewerkers worden gebruikt, bestaan vandaag de dag uit een heleboel microservices die overal draaien. Een deel draait misschien in de public clouds van Microsoft of Amazon, een ander deel misschien in de private cloud van Simac. Vroeger werd een dergelijke app alleen in de winkel ingezet, maar nu gebruiken klanten die thuis, op het werk, in de kroeg of op straat. Het netwerk moet dat allemaal faciliteren en beveiligen."

Dat vraagt om transparantie en inzicht in de prestaties van de applicatie. Als een klant een paar schoenen heeft gekozen en wil afrekenen, moet de betalingsmodule van de app het natuurlijk wel doen. Dan helpt het als een platform snel en autonoom verstoringen detecteert, lokaliseert en wellicht oplost. Verboven: "Vlak voor de kerstdagen gaan er miljoenen transacties per seconde over het netwerk. Het is dan onmogelijk om de prestaties van alle componenten handmatig te monitoren en beheren. Voor dit soort zaken hebben wij een intelligent platform nodig."

Bron van innovatie
Voor netwerkbeheer moet Simac kunnen terugvallen op een betrouwbare technologiepartner. "Wij leveren 24/7-diensten aan retailers. Als we tegen een probleem aanlopen waar wij zelf niet uitkomen, weten we dat het wordt opgelost door Cisco. Zij hebben daarvoor eveneens een 24/7-dienstverlening ingericht. Daarnaast maakt Cisco het mogelijk om onze eigen beheertools te ontwikkelen. Wij zijn dus partners op veel fronten waarbij wij het initiatief nemen richting klanten, maar op Cisco kunnen terugvallen als dat nodig is", stelt Verboven.

Roelofsen beaamt dat. "Wij zijn elkaars verlengstuk. Als wij iets nieuws hebben ontwikkeld, delen wij dat met Simac. En Simac deelt de feedback van klanten weer met ons. Ook richting klanten trekken we vaak samen op, zodat we voor elke retailer een passende oplossing kunnen bieden."

Voor Simac is Cisco een belangrijke bron van innovatie, verklaart Verboven. "In landen als de Verenigde Staten, Australië en het Verenigd Koninkrijk vindt veel innovatie plaats die zonder de samenwerking met Cisco voor ons verborgen zou blijven. Cisco voedt ons daarnaast met statistische informatie die ons helpt om de business case van klanten rond te maken. Natuurlijk willen wij ICT-diensten leveren, maar uiteindelijk gaat het erom dat onze klanten minder kosten en meer omzet maken", legt Verboven uit.



Pim Roelofsen, countrylead Cisco Meraki, Cisco:

"Met Cisco Meraki kopen retailers in feite een abonnement op innovatie."

Paar miljoen BitCoins

Naast kostenbesparing en omzetverhoging noemt Roelofsen nog een derde aandachtspunt: het reduceren van risico's. "Dat gaat niet alleen over de technologie van Cisco en de diensten van Simac, maar ook over de dagelijkse praktijk van de retailer. In elk gesprek is security een randvoorwaarde." Verboven vult aan: "Security is voor maximaal 50 procent een IT-vraagstuk. De andere helft gaat over andere zaken zoals menselijk gedrag. Het Cisco-platform helpt om vreemd gedrag te detecteren. Als een gebruiker nu met zijn account vanuit Nederland inlogt en over een half uur vanuit China, klopt er iets niet. Het platform blokkeert dan het account, zodat we een aanval vroegtijdig in de kiem kunnen smoren."

Een belangrijk concept daarbij is microsegmentatie, wat betekent dat het netwerk wordt opgedeeld in kleine segmenten. Een aanval op het netwerk blijft daardoor beperkt tot dat ene segment. En hoe kleiner het segment, hoe kleiner de impact. Veel retailers beschikken echter over een verouderd netwerk zonder enige segmentatie. Als een hacker ergens een ingang weet te vinden, krijgt hij meteen toegang tot alle winkels. Verboven: "Het blijft lastig om retailers ervan te overtuigen dat ze moeten investeren in security. Zie het als een verzekeringspremie. Met een investering in security voorkom je dat je na een aanval met gijzelsoftware een paar miljoen aan bitcoins moet overmaken."



Sofware is bepalend
De retail digitaliseert in een steeds hoger tempo. Dat stelt eisen aan het netwerk in de winkels, maar met de huidige technologie zal dat minder snel verouderd raken. Het is immers niet de hardware, maar de software die bepalend is voor de functionaliteit en veiligheid. “Vanuit de cloud kunnen we op afstand functionaliteit toevoegen en de veiligheid verbeteren. Met Cisco Meraki kopen retailers in feite een abonnement op innovatie”, vertelt Roelofsen. “Natuurlijk weten we niet precies hoe de toekomst eruit zal zien, maar we weten wel dat we met retailers kunnen meebewegen. Zo zorgen we ervoor dat ze niet alleen vandaag, maar ook over vijf of tien jaar een netwerk hebben dat nog steeds up-to-date is.”

Verboven herinnert zich een recent gesprek met de eerste foodretailer die Cisco Meraki heeft geïmplementeerd. “Zij wilden weten welke stappen ze moesten zetten om hun netwerk toekomstbestendig te maken. We hebben dat onderzocht, maar al snel geconcludeerd dat aan de infrastructuur niets aangepast hoeft te worden.”

Tweedeling in retail
Veel retailers kijken naar het netwerk met dezelfde blik als naar het gas, water en licht. Dat moet het gewoon altijd doen. Mensing roept hen op om ook oog te houden voor de kansen die het netwerk biedt met het oog op innovatie. “Denk aan slimme camera’s om meer inzicht in gedrag van klanten te krijgen. Met traditionele retailers voeren we nog te vaak gesprekken over speeds en feeds in plaats van innovatie.”

Roelofsen heeft nog een laatste boodschap. “Kijk wat je wilt bereiken als retailer en onderzoek of je qua technologie daarvoor klaar bent.” Verboven vult aan: “Kijk welk platform jou het beste kan ondersteunen. En durf te investeren om jouw toekomst veilig te stellen.”