

Communisys, azienda britannica esperta in servizi di comunicazione, ha scelto Forcepoint per proteggere i dati dei suoi clienti finali operanti nel settore finanziario, assicurativo, della pubblica amministrazione e dei pubblici servizi

Questa agenzia di marketing e comunicazione ha affidato a Forcepoint la protezione della sua trasformazione digitale, nonché il compito di realizzare una strategia di sicurezza flessibile che garantisca la produttività del suo team di creativi e consentisse comunicazioni sicure tra gli utenti finali serviti dai suoi clienti.

Communisys offre servizi di comunicazione e stampa ad alcune delle principali agenzie governative, società di servizi finanziari e compagnie assicurative britanniche, oltre a servizi di marketing per punti vendita e contenuti creativi per brand internazionali. Questi impegni richiedono le soluzioni di sicurezza informatica migliori della categoria per i dati, il Web, l'e-mail e il cloud. Da anni, Communisys si affida a Forcepoint Web Security, Email Security e DLP per proteggere le sue persone e i suoi dati. Di recente la società ha deciso di potenziare il suo assetto di sicurezza con Forcepoint Dynamic Data Protection per la difesa dei dati adattiva al rischio e con CASB per la visibilità sull'uso del cloud, nell'intento di allineare la sua strategia di sicurezza all'evoluzione della sua trasformazione digitale.

PROFILO CLIENTE

Comunicazioni transazionali di marketing e aziendali, agenzia creativa e allestimento POS.

SETTORE

Comunicazioni di marketing

SEDE CENTRALE

Regno Unito

PRODOTTI

- › Forcepoint Web Security
- › Forcepoint Email Security
- › Forcepoint DLP
- › Forcepoint DDP
- › Forcepoint CASB

Conti bancari, documenti assicurativi, estratti conto di carte di credito e dichiarazioni dei redditi sono entrati nella nostra quotidianità e divenuti essenziali per le comunicazioni tra società di servizi finanziari ed enti pubblici e i loro utenti. In passato questi documenti erano inviati per posta in formato cartaceo, ma oggi anche le aziende più tradizionaliste comunicano con i loro clienti utilizzando il canale che meglio risponde alle loro necessità, che può essere il vecchio sistema postale o la trasmissione in formato digitale tramite e-mail o un portale online. Nel Regno Unito, ad aiutare banche, compagnie assicurative e aziende di pubblici servizi come la British Gas a recapitare con efficacia e in sicurezza queste comunicazioni a ogni singolo cliente c'è l'agenzia di servizi di comunicazione e marketing Communis.

Parte del Gruppo OSG statunitense e con sede a Londra, Communis conta circa 1.500 dipendenti che servono clienti in tutta Europa. Un settore dell'azienda cura il design, la creazione e la consegna di comunicazioni ai clienti mediante molteplici canali. Un altro crea e distribuisce le comunicazioni di brand globali secondo il modello one-to-many applicato a tutti i settori, tutti i canali e tutte le aree geografiche. In entrambi i settori è essenziale una sicurezza informatica al top per garantire la protezione sia delle PII sia dei materiali dei clienti finali ma, poiché le due attività sono sensibilmente diverse, la soluzione di sicurezza deve essere necessariamente flessibile e basata sui rischi.

"I servizi che offriamo ai nostri clienti prevedono il passaggio di una notevole mole di dati personali attraverso la nostra rete. Dobbiamo assicurarci che queste informazioni, ad esempio un contenuto di marketing proprietario che sta per essere rilasciato da un brand importante, siano protette e al sicuro", ha dichiarato Michelle Griffey, Chief Risk Officer, Communis. "Nel corso dell'ultimo decennio Communis ha consolidato le proprie competenze e la fiducia dei clienti, certi che i loro dati siano in buone mani. Sono elementi cruciali per la nostra attività".

Il passaggio al cloud richiede equilibrio, ma offre vantaggi sia ai clienti dell'azienda che ai loro clienti finali

Di recente, Communis ha avviato la sua trasformazione digitale trasferendo parte delle sue attività e dei suoi dati nel cloud, dove le condizioni di sicurezza lo consentono.

"È un equilibrio sottile: dobbiamo rispettare i vincoli contrattuali con un cliente che può a sua volta passare al cloud, ma essere riluttante all'idea di un fornitore che vuole fare lo stesso, considerato l'elemento di rischio in termini di controllo", ha affermato Griffey. "Questo significa che dobbiamo andarci cauti e procedere con gli occhi bene aperti sia riguardo ai requisiti dei nostri clienti sia riguardo alle nostre esigenze e alla sicurezza".

Anche i nostri clienti e i loro clienti finali contribuiscono a questo cambiamento. "È vero che, storicamente, gli estratti conto bancari o delle carte di credito venivano spediti su carta ma, per molte di queste aziende, l'ideale sarebbe che i loro utenti consultassero questi documenti online, e questo per tutta una serie di ragioni", ha spiegato Griffey.

"Avere un partner in grado di trasmettere le comunicazioni mediante qualsiasi canale il cliente finale desidera è, di fatto, di importanza cruciale per i nostri clienti. Se qualcuno chiama la propria compagnia assicurativa per una variazione di una polizza, può richiedere una conferma attraverso qualsiasi canale preferisce: stampa, e-mail ecc. Noi curiamo la trasmissione e, se l'e-mail ritorna indietro per qualsiasi motivo, ne saremo informati e procederemo a stampare e inviare la comunicazione per posta tradizionale. In questo modo i nostri clienti possono rispettare i requisiti normativi".

Il COVID-19 ha velocizzato questo passaggio all'offerta di servizi più innovativi per Communis. Poiché i clienti possono non essere in grado di produrre materiali in più sedi visto che sempre più dipendenti lavorano da casa per via dei lockdown, di recente la compagnia ha cominciato a proporre un servizio di "posta ibrida", Hybrid Mail. Il servizio può riunire in un lotto tutti i documenti di più dipendenti di un medesimo brand e inviarli ai centri per la stampa oppure via e-mail, evitando la necessità che un dipendente li recuperi da una stampante in ufficio.

CASB e Dynamic Data Protection offrono maggiore visibilità e flessibilità per supportare entrambi i settori di attività

L'agenzia si affida da diversi anni a Forcepoint Web, Email e DLP per garantire la sicurezza del traffico Web e delle comunicazioni e-mail e il controllo e la visibilità dei dati, ma il passaggio a servizi più orientati al cloud ha delineato una nuova direzione per la strategia di sicurezza



Sfide

Offrire una sicurezza informatica flessibile a entrambi i settori dell'azienda.

Garantire la sicurezza dei dati personali e sensibili dei clienti finali per preservare la fiducia dei clienti.

Supportare la trasformazione digitale e il passaggio al cloud.



Soluzione

Aggiungere Forcepoint DDP e CASB all'infrastruttura di sicurezza esistente.



Risultati

Abilitare la produttività creativa in un settore di attività e tutelare i dati personali sensibili nell'altro.

Realizzare una solida partnership per superare le sfide della sicurezza informatica.

di Communis. La società ha deciso di espandere la sua relazione con Forcepoint aggiungendo Forcepoint Cloud Access Security Broker (CASB) e Dynamic Data Protection (DDP).

“Abbiamo bisogno di CASB per cominciare a sviluppare una strategia volta a proteggere il mondo del futuro orientato al cloud, che è esattamente dove ci stiamo dirigendo”, ha proseguito Griffey. E Forcepoint DDP offre la possibilità di conseguire un assetto di sicurezza più flessibile, utilissimo quando i due settori dell’attività richiedono due approcci diversi alla sicurezza dei dati.

Secondo Griffey: “È quasi come se le esigenze della sicurezza fossero una scala mobile”. “Il contenuto creativo per una nuova pubblicità o una nuova iniziativa di marketing per un cliente vale tanto quanto le centinaia di migliaia di dati personali archiviati da una banca. Ma quegli archivi richiedono un livello di protezione diverso, perché i dettagli che potrebbero trovarsi su un estratto di conto corrente – che arrivano a mostrare persino lo stipendio, la rata del mutuo, le abitudini di spesa, ogni minimo dettaglio del conto, nonché il domicilio di un correntista – possono porre rischi molto seri se finiscono nelle mani sbagliate. È quindi evidente che la protezione di questi dati deve occupare una posizione ben più in alto su quella scala mobile”.

“Trovo DDP incredibilmente interessante soprattutto perché ci permette di focalizzare la nostra strategia di sicurezza con estrema precisione”.

MICHELLE GRIFFEY, CHIEF RISK OFFICER, COMMUNIS

“Trovo DDP incredibilmente interessante soprattutto perché ci permette di focalizzare la nostra strategia di sicurezza con estrema precisione, invece di adottare il solito approccio categorico del tipo ‘È tutto vietato’”, ha detto Griffey. “Possiamo differenziare il settore

delle comunicazioni one-to-one, che richiede un livello di sicurezza maggiore, da quello del marketing one-to-many, in cui si lavora su contenuti creativi e serve quindi maggiore libertà di collaborazione. E penso proprio che permetterà ai nostri team di lavorare meglio nell’ambito del loro ruolo e della loro attività”.

Uniti contro il nemico comune nel cybermondo, dove le persone sono il rischio più grande e la più grande opportunità

Forcepoint e Communis hanno collaborato fianco a fianco per superare ogni ostacolo e sfida, tanto che, quando Communis stava considerando l’idea di aggiungere un CASB ed esplorando le possibilità della DDP, la collaborazione stretta con Forcepoint ha dato all’azienda la fiducia necessaria ad adottare queste soluzioni e, allo stesso tempo, aggiornare il pacchetto di supporto.

“Nel corso degli ultimi mesi abbiamo avuto l’opportunità reale di lavorare direttamente con Forcepoint per risolvere i problemi nel nostro ambiente e discutere di come promuovere un miglioramento costante”, ha dichiarato David Perkins, Communis, Information Assurance. “Dal team per la sicurezza delle informazioni al team IT, sentiamo di avere la soluzione ottimale per noi”.

“Io la considero una partnership”, ha affermato Griffey. “Penso che quando ci troviamo di fronte a una sfida di implementazione possiamo lavorare insieme per trovare una soluzione. E poi possiamo trasmettere le informazioni acquisite a Forcepoint, che potrà condividerla con gli altri clienti. Scommetto che, se noi abbiamo un problema, probabilmente lo hanno anche molti altri clienti. In ultima analisi è una strategia vantaggiosa per noi e per gli altri clienti di Forcepoint”.

“Ecco perché è importante lavorare in partnership con aziende specializzate in sicurezza come Forcepoint. In realtà nel mondo dell’informatica combattiamo tutti la stessa battaglia”, ha proseguito Griffey. “E l’approccio human-centric di Forcepoint alla sicurezza informatica è cruciale perché, alla fine dei conti, le persone rappresentano il rischio più grande, ma anche la nostra più grande opportunità di proteggerci”.



“Le persone rappresentano il rischio più grande, ma anche la nostra più grande opportunità di proteggerci”.

MICHELLE GRIFFEY

CHIEF RISK OFFICER, COMMUNIS