



Aproveite melhor sua plataforma de e-commerce.

Os recursos essenciais para uma experiência
irresistível de e-commerce.



O progresso da Helly Hansen foi contínuo: desde a produção de jaquetas, calças e lonas oleadas impermeáveis em 1877, passando pelo crescimento lento até se tornar uma marca global pioneira nos 140 anos seguintes. Com uma longa história de pioneirismo no mercado com seus produtos inovadores, a marca continuou dessa forma ao adotar a plataforma Adobe Commerce, em 2016.

Por que ela fez isso? Ela precisava de uma plataforma de e-commerce com flexibilidade e recursos que a permitissem entrar em novos mercados com muito mais facilidade. Hoje, impulsionada pela flexibilidade e escalabilidade da Adobe Commerce, a Helly Hansen tem 55 unidades, com sete opções de idioma, métodos de pagamento e regras de envio. A mudança ajudou a preparar a empresa para prosperar em novas águas internacionais.

“ Estar na nuvem e ter a capacidade de ser estável e ter um bom tempo de atividade durante grandes picos de tráfego é ótimo. Agora, temos mais de 50 lojas na instalação na nuvem, em sete idiomas, com 35.000 produtos por loja.

Cada uma das lojas tem diferentes opções, formas de pagamento, regras de envio, conteúdo localizado, disponibilidade de produtos e e-commerce. Tivemos um crescimento incrível.

Chris Norton

Chief Digital Officer da Helly Hansen

[Leia a história da Helly Hansen](#)



O tráfego geral aumentou 24%, o tráfego móvel, 48% e sua receita geral, mais de 45%. A simples mudança para a Adobe Commerce, uma plataforma com recursos e flexibilidade que refletem seus desenvolvimentos e desafios contínuos em vários canais e países, fez com que a Helly Hansen tivesse um grande crescimento e sucesso.

Experiências avançadas em e-commerce são agradáveis.

As experiências cativantes de e-commerce devem ser divertidas, seguras e úteis em nível individual.

Elas devem fazer seus clientes quererem voltar várias vezes.

Você quer uma experiência irresistível para seus clientes, com eficiência e economia para eles e para você também.

Para criar uma experiência irresistível para o cliente, você precisa de uma plataforma de e-commerce flexível que ofereça os recursos certos para cada estágio do ciclo de vida do cliente, acompanhando as mudanças no ritmo dos seus negócios e indústria.

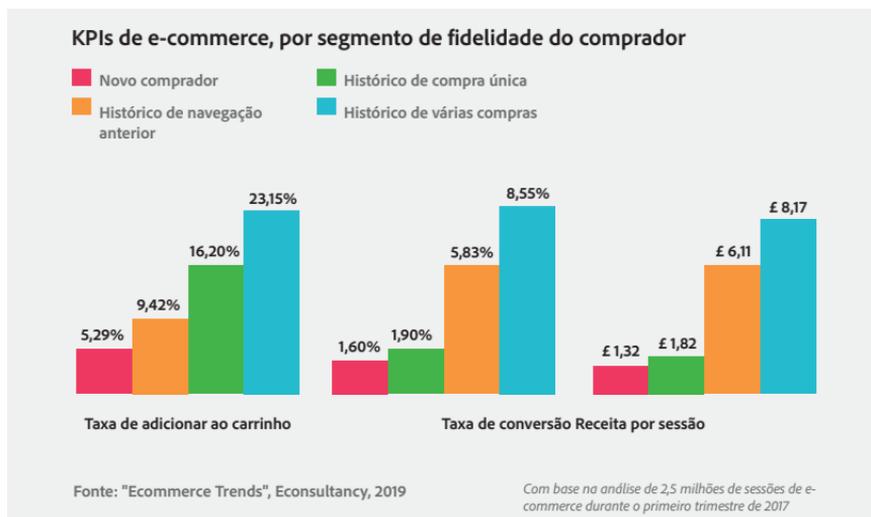
Você precisará criar conteúdo e experiências de compra para diferentes tipos de clientes, analisar constantemente o comportamento do cliente e aprimorar sua experiência do cliente até que ela esteja certa, tudo isso por meio de uma plataforma de e-commerce que consiga:



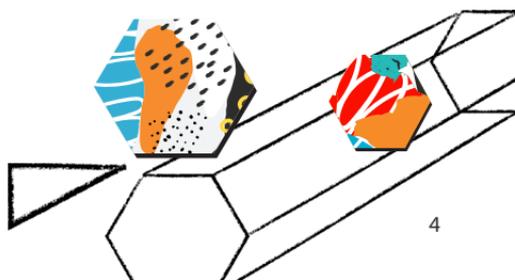
Fazer seus clientes voltarem

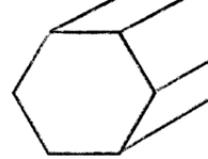
A base do e-commerce é comprar e vender coisas. Quer você seja uma marca de B2B ou B2C, os clientes o procuram porque você tem algo que eles querem ou precisam. Mas você não é a única opção deles.

Portanto, seu objetivo é ser aquele que eles decidem acessar, fazer uma compra e retornar vez após vez. Os clientes que têm mais história e familiaridade com você são os mais propensos a fazer uma compra e gerar mais receita.



Então, não está na hora de você aproveitar melhor sua plataforma de e-commerce?





Bases do e-commerce

Há muitos fatores envolvidos na criação de uma experiência de e-commerce bem-sucedida. Uma plataforma que ofereça velocidade, flexibilidade, experiências imersivas, recursos que priorizam dispositivos móveis, conteúdo omnichannel e analytics detalhado ajudará você a criar jornadas do consumidor atraentes.

Reunimos os fatores mais importantes a serem considerados ao decidir sobre sua plataforma:

Criada para ser rápida

Hoje, os clientes esperam que as experiências digitais funcionem, e funcionem rapidamente. Se a experiência que você proporciona sofrer interrupções ou estiver lenta, eles irão imediatamente em busca de uma que funcione melhor para eles.

De acordo com o Think with Google, mais da metade (53%) dos visitantes abandonam um site se ele demorar mais de três segundos para carregar.

O desempenho também tem um impacto na sua classificação de SEO. Sites com carregamento ruim que não utilizam novos frameworks são penalizados. As classificações de SEO são fundamentais para marcas que procuram evitar altos custos de Marketing em mecanismo de busca para permanecer na primeira página dos resultados de pesquisa.

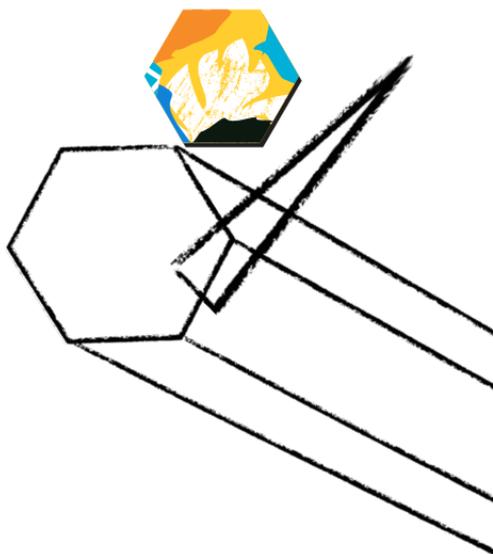


Do que você precisa:

- Uma plataforma de e-commerce baseada na nuvem maximizará a velocidade e a flexibilidade, que crescerão com os seus negócios.
- Uma plataforma que permita lançar facilmente uma loja virtual quando surgir uma oportunidade.

O que considerar:

- O uso de plataformas de e-commerce sem recursos de nuvem geralmente será mais lento, afetando as classificações de SEO.
- Um atraso de um segundo no tempo de carregamento resulta em 7% menos conversões.



Flexibilidade extrema

Uma plataforma flexível ajuda as organizações a reutilizar processos e recursos comuns em todas as lojas, ao mesmo tempo em que permite a personalização rápida em um nível específico de loja.

As empresas geralmente têm requisitos específicos de marca ou região que podem surgir da estrutura organizacional, conformidade ou necessidades de localização. Lojas ou marcas individuais precisam ser implantadas facilmente ao implementar suas necessidades exclusivas.

Tudo isso precisa ser visível para a empresa e gerenciado, ao mesmo tempo em que são mantidas a estabilidade e a capacidade de atualização da plataforma.

Do que você precisa:

- Encontrar uma plataforma que possa ser gerenciada em nível regional.
- Criar uma comunidade qualificada de desenvolvedores para apoiar o crescimento do seu site.
- Uma plataforma com recursos headless para fornecer, avaliar e implantar experiências de compra e oferecer aos clientes tempos de resposta mais rápidos.

O que considerar:

- Evite plataformas que usam templates rígidos que você não pode alterar.
- Selecione um fornecedor de plataforma que trabalhe com você para gerenciar atualizações e continuidade de negócios de uma maneira que se adapte aos seus clientes.
- Use apenas uma plataforma de e-commerce que possa ser ampliada e personalizada facilmente.





Proporcionar experiências imersivas

O conteúdo é uma grande parte de uma experiência irresistível do cliente. Salify afirma que 87% dos consumidores avaliam muito bem o conteúdo do produto ao decidir comprar. Uma plataforma deve ter um legado comprovado na criação de experiências personalizadas surpreendentes e com flexibilidade robusta.

A CMO.com afirma que 67% dos consumidores ser importante que as marcas personalizem o conteúdo com base em seu contexto atual. A Adobe Commerce permite personalizar perfeitamente o conteúdo e a jornada de cada consumidor para orientá-lo em cada etapa do processo de compra de acordo com suas necessidades individuais.

Do que você precisa:

- Sua plataforma deve ter recursos modernos de IA e machine learning.
- Uma plataforma que possa gerenciar conteúdo, além de criar experiências atraentes.
- Uma plataforma deve permitir que você acesse conteúdo de sistemas externos de gerenciamento de conteúdo e ativos.

O que considerar:

- Plataformas com recursos de conteúdo limitados não poderão crescer com sua marca.
- Sua plataforma suporta sistemas de conteúdo internos e externos?

Priorizar a experiência móvel

Até 2021, estima-se que o e-commerce móvel global possa representar cerca de **£ 2,7 trilhões** e representar **73% das vendas de e-commerce**. A Adobe Commerce está posicionada idealmente para impulsionar essa tendência para seus negócios com aplicativos da web progressivos (PWA), temas responsivos para experiências consistentes em todos os dispositivos e processos de checkout compatíveis com dispositivos móveis.

Crie sua experiência de e-commerce em uma plataforma que priorize dispositivos móveis para que você possa oferecer uma jornada rápida, intuitiva e eficaz para seus consumidores.

Do que você precisa:

- Usar uma plataforma que ofereça suporte a aplicativos da web progressivos (PWA).
- Tentar usar uma plataforma voltada para usuários móveis.
- Encontrar uma plataforma de e-commerce que ofereça desempenho móvel rápido.

O que considerar:

- Não use plataformas que obriguem seus designers e desenvolvedores a uma abordagem de design que prioriza a área de trabalho.
- Cuidado com plataformas que tiram o controle de usuários não técnicos e exigem desenvolvimento para a maioria das mudanças.



Criar e-commerce multicanal

Uma experiência irresistível do cliente é aquela que é ultraconveniente. Os clientes querem o melhor para eles, como ter a opção de comprar e receber o produto em casa ou comprar online e retirar na loja (BOPIS).

Os clientes querem uma experiência personalizada em um site, loja, filial ou em uma interação de IoT na qual fique evidente que a marca sabe quem eles são.

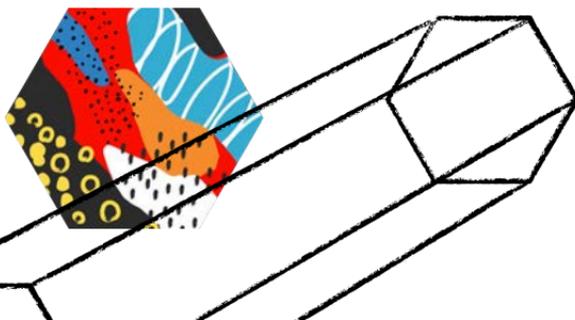
Do que você precisa:

Encontrar uma plataforma que suporte vários canais e modelos de parceria.

Encontrar uma plataforma que tenha flexibilidade para atender às necessidades do cliente em toda a jornada do consumidor, desde a conscientização até o pós-compra.

O que considerar:

- Confirme se sua plataforma de e-commerce é multicanal.
- Tenha cuidado com plataformas que oferecem apenas integrações multicanais fracas e não possuem habilidades nativas fortes para dar apoio às necessidades multicanais.



Analytics

Dados ajudam a dar significado ao comportamento do e-commerce em pontos de contato omnichannel. Quando apenas dados de CRM ou de e-commerce estão disponíveis, eles não contam com o contexto do cliente necessário para entendê-los ou otimizar adequadamente.

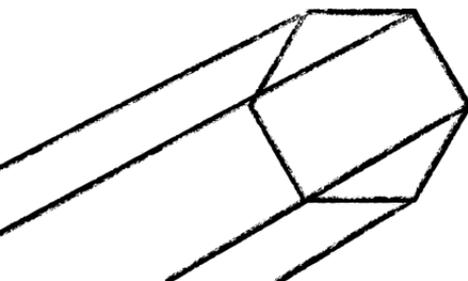
Os sistemas de e-commerce devem ter uma presença forte nos dados do cliente, em especial nos dados comportamentais que medem e ajudam a otimizar e personalizar.

Do que você precisa:

- Encontrar uma plataforma de analytics com dados multicanal.
- Procurar um sistema com habilidades versáteis de IA e machine learning.
- Usar uma plataforma de analytics que consiga gerenciar grandes quantidades de dados e oferecer sugestões de ação ou otimizações.

O que considerar:

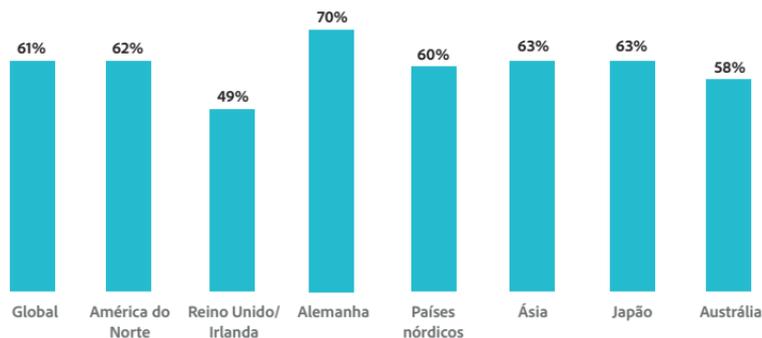
- Evite plataformas nas quais você não tenha a propriedade exclusiva dos seus dados.
- Cuidado com plataformas que se concentram apenas em dados baseados na web.



Segundo o relatório Reinventing Commerce, da Econsultancy, quase 65% dos entrevistados globais relatam que não têm dados de clientes suficientes para entender completamente a jornada do consumidor, variando de 55% na Alemanha (um valor baixo) até mais de 75% no Japão.

Modelos de e-commerce sob pressão (por região)

O modelo de negócios atual está sob pressão "significativa" ou "extrema" para se adaptar às mudanças nas condições de mercado/comportamento do cliente.

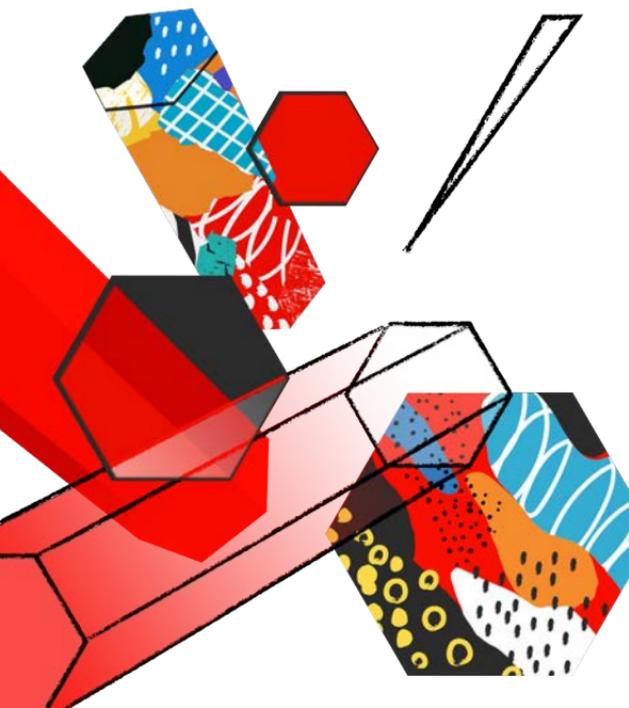


Fonte: Econsultancy, Reinventing Commerce: How Retailer, CPGs and Manufacturers Can Compete with Content and Experience

A plataforma de e-commerce para superar as expectativas dos compradores.

A Adobe Commerce tem todos os recursos para permitir que você se concentre em cada detalhe, cada interação e cada experiência de compra. Seja por meio do criador de relatórios fácil de usar, de funções avançadas de exportação ou de painéis de relatórios compartilháveis, a Adobe Commerce tem recursos flexíveis o suficiente para contar a história dos seus dados para sua empresa, da maneira que funcionar melhor para você.

Reúna tudo isso e você formará uma estratégia de e-commerce imbatível que encantará, converterá e reterá clientes.



Recursos essenciais

Flexibilidade extrema

Criada para ser rápida

Updates rápidos de conteúdo

Opções da Adobe Commerce

Adobe Commerce: capacidade de vender em vários modelos de e-commerce, como B2C, B2B, assinaturas ou B2E.

Arquitetura de referência global: utilize uma programação flexível baseada para permitir escala e segurança em toda a empresa.

Adobe Commerce: oferece desempenho rápido e contínuo, mesmo durante picos de tráfego e de transações em feriados.

Criador de páginas: mantenha os clientes envolvidos criando facilmente novas páginas e mantendo o conteúdo atualizado.

Direcione o conteúdo para públicos específicos com segmentação de clientes.

Adobe Stock: aproveite mais de 60 milhões de ativos para ajudar a preencher qualquer necessidade criativa com a Adobe Commerce.

Adobe Experience Manager: crie pontos de contato omnichannel ricos ou complexos com base na Adobe Commerce.

Recursos essenciais

Desenvolvimento móvel

E-commerce multicanal

Dados

Opções da Adobe Commerce

PWA Studio: crie páginas da web responsivas que ofereçam uma experiência com qualidade de aplicativo. Adicione checkouts otimizados para celular a fim de melhorar as taxas de conversão.

Adobe Commerce: unifique o e-commerce em um único administrador em todo o canal de vendas, negócio ou modelo de negócios que está sendo utilizado.

Commerce Order Management: integre o gerenciamento de pedidos e inventário em lojas digitais e físicas para fornecer recursos aprimorados, como BOPIS.

Commerce Business Intelligence: analise o comportamento do cliente em todas as suas lojas em um só lugar.

Adobe Analytics: entenda o atrito do comportamento do cliente, segmentos de alto valor e pontos de otimização. Libere a IA para fazer mais com menos.

A Adobe pode ajudar

A Adobe é uma fornecedora líder de inovação comercial para comerciantes e marcas em todas as indústrias por meio da Adobe Commerce. No [Gartner® Magic Quadrant™ para E-commerce](#) de 2021, a Adobe foi nomeada Líder entre 17 fornecedores. A Gartner® avalia os fornecedores de e-commerce em sua abrangência de visão e capacidade de execução.

A Adobe é a fornecedora Nº 1 para os Top 1000 varejistas de Internet, B2B 300 e Top 500 Guias para Europa e América Latina.

A Adobe Commerce recebe suporte de uma vasta rede global de parceiros de solução e tecnologia, uma comunidade de desenvolvedores global muito ativa e o maior mercado de e-commerce para extensões, todos disponíveis para download no Magento Marketplace.

Saiba mais



Copyright © 2021 Adobe. Todos os direitos reservados.

Adobe e o logotipo da Adobe são marcas registradas ou comerciais da Adobe nos Estados Unidos e/ou em outros países.