Adobe

Todo lo que querías saber sobre el TCO para Adobe Commerce.

Consejos para estimar y reducir el coste total de propiedad de Adobe Commerce, independientemente del punto en el que te encuentres en tu camino hacia el E-Commerce.

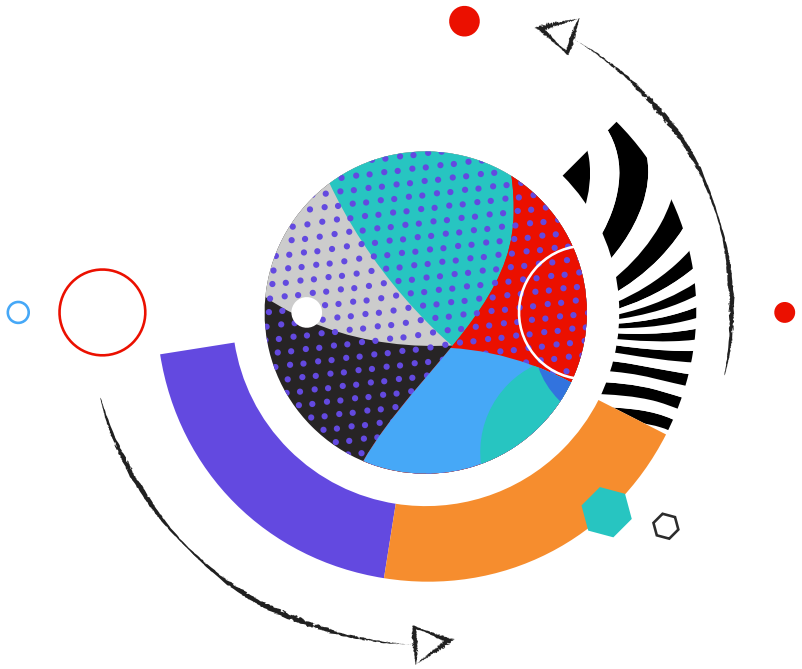
Contenido

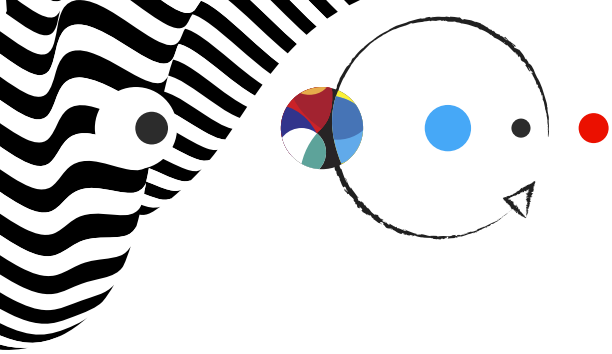
Los equipos de TI se preocupan por el TCO, al igual que Adobe 3

Cómo calcular el coste total de propiedad de la implementación de una plataforma de E-Commerce 4

Los pioneros toman la delantera 7

4 razones por las que mantener Adobe Commerce actualizado reduce el TCO 11





Los equipos de TI se preocupan por el TCO, al igual que Adobe.

La tecnología de la información (TI) en la mayoría de las empresas medianas y grandes tiene muchas partes móviles. Hacer un seguimiento de los costes puede ser difícil, ya que puede implicar facturas y complejos contratos de licencia y uso con múltiples proveedores. Según una investigación de Gartner, el 62 por ciento de los CIOs no creen que haya una transparencia adecuada de los costes, contribuciones y rendimiento de las TI.

Cuando se trata de comprender el costo total de propiedad (TCO) de su plataforma de commerce, hay muchos tipos diferentes de costos a considerar: licencias de software, desarrollo, integración, hosting y más. Puede ser un proceso que lleve mucho tiempo, especialmente si operas tu plataforma en las instalaciones o en una infraestructura de nube DIY.

Pero estimar el TCO vale la pena el esfuerzo. Una vez que lo entiendas, y de dónde proceden tus costes, podrás tomar medidas activas para reducirlos aún más. Nuestros clientes han descubierto que sustituir las extensiones y las personalizaciones por funcionalidades nativas en el core de la plataforma, mantenerse al día con las actualizaciones del sistema y pasar de on-premise o servidores locales a un servidor en la nube son grandes estrategias para gestionar los costes a lo largo del tiempo.

Dado que el coste total de la propiedad es lo más importante para nuestros clientes de commerce, Adobe se compromete a garantizar que nuestra plataforma de comercio electrónico permita el desarrollo, la implementación y el funcionamiento de manera fluida y rentable. También trabajamos con socios de soluciones Adobe para refinar las mejores prácticas en cuanto al TCO y escuchamos siempre los comentarios de los clientes.

Desarrollamos este eBook en colaboración con tres de nuestros socios de soluciones para compartir nuestras ideas más recientes sobre cómo estimar y administrar el TCO de Adobe Commerce, Powered by Magento. Su objetivo es proporcionar información útil, tanto si eres nuevo en el E-Commerce y en Adobe, como si estás pensando en implementar Adobe Commerce, o si llevas años utilizando Adobe Commerce.

Cómo calcular el TCO para la implementación de una plataforma de E-Commerce.

Por Emily Wilhoit, Vicepresidenta de Crecimiento Comercial, Blue Acorn iCi

Al tomar la decisión fundamental de elegir una solución de comercio electrónico, debes asegurarte de que no haya sorpresas ni costes ocultos durante o después de la implementación. Desde las aplicaciones de terceros y el mantenimiento continuo hasta las soluciones de los socios, la optimización, etc., el coste va mucho más allá de la cuota de la licencia.

En este capítulo, te guiaremos por algunos de los aspectos de tu solución de comercio electrónico y te proporcionaremos información para conseguir un mejor TCO.

Qué es TCO y qué incluye.

TCO es la suma de todos los costos y gastos asociados con la compra, implementación y administración de su solución de E-Commerce. Desde el punto de vista técnico y de las tarifas, esto incluye los costes de las licencias, el hosting, las extensiones, las aplicaciones de terceros, el desarrollo de funciones, el diseño y el mantenimiento continuo. No es raro que las tarifas de licencia de la plataforma cambien a medida que crece la empresa. Pregunte a cada plataforma potencial sobre su estructura de precios y cómo evoluciona a medida que aumentan los ingresos en línea.

Desde el punto de vista de los recursos, considera qué combinación de habilidades necesitas para lanzar y mantener con éxito la plataforma. Calcular el coste total de propiedad de cada posible plataforma de E-Commerce te ayudará a mantenerte dentro del presupuesto y a minimizar las sorpresas en el proceso.

El costo de oportunidad también juega un papel clave en el análisis del TCO. El coste de oportunidad es la medida de la pérdida potencial al elegir una plataforma frente a otras alternativas. Por ejemplo, una plataforma puede ser más barata, pero tiene un historial de caídas, lo que supone una pérdida de ingresos. O puede que encuentres una plataforma que funcione para tu empresa ahora, pero que no sea capaz de escalar cuando tu negocio crezca.

Haz clic aquí para descargar una plantilla de TCO.

Un mensaje de Adobe

Comprende en qué te estás metiendo y lo que vas a pagar.

En Adobe, creemos que la transparencia es la piedra angular de toda relación con el cliente. Queremos que nuestros clientes sepan exactamente lo que costará personalizar, implantar y mantener Adobe Commerce mucho antes de que se comprometan. Por eso les animamos a que el análisis del TCO forme parte de su proceso de selección de la plataforma.

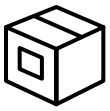
Este capítulo de Blue Acorn iCi, una empresa de Infosys, ofrece un plan para comprender todos los costes de una implementación o migración de Adobe Commerce cuando todavía estás en la fase de descubrimiento. Si ya está comprando una nueva plataforma de E-Commerce, o simplemente pensando en ello, le sugerimos que comience aquí.

Entendiendo tus opciones.

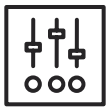
Recomendamos involucrar a las partes interesadas clave, como los miembros del equipo de E-Commerce, marketing, ventas y operaciones, en el proceso de elección de una plataforma desde el principio. Trabajar juntos para trazar la estrategia del proyecto, las funcionalidades imprescindibles y los requisitos de la plataforma te ayudará a evitar cualquier problema imprevisto en el futuro.

Mientras exploras las plataformas, estas preguntas te ayudarán a reducir tus opciones:

¿Cómo se escala la plataforma para el crecimiento futuro?



¿Cuáles son las funciones nativas listas para usar?



¿Puede la plataforma adaptarse a una fuerte personalización para satisfacer nuestros requisitos empresariales?

¿Cuál es la oferta de soporte?

¿Cómo se encarga la plataforma de los picos de nuestra actividad?

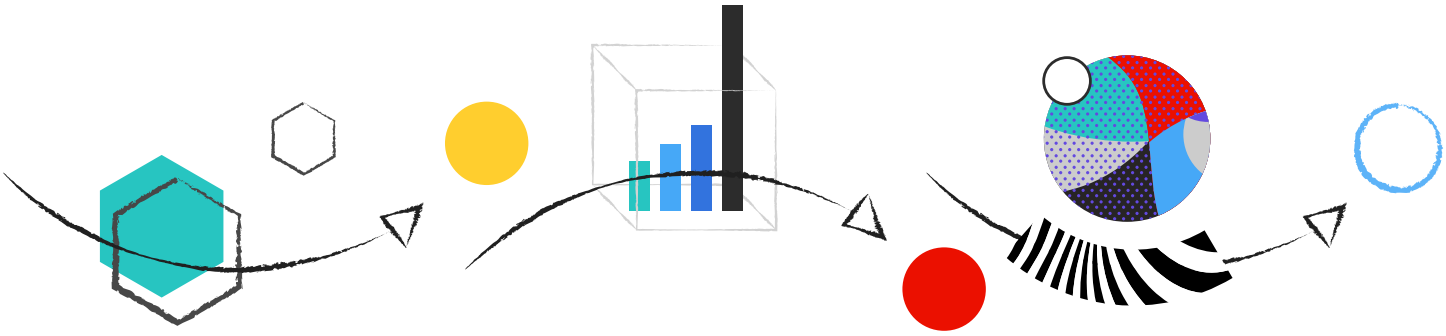
¿Puede la plataforma satisfacer las necesidades comerciales de los mercados B2B y B2C?

Aplicaciones de terceros frente a la funcionalidad lista para usar.

A menudo vemos marcas que intentan reutilizar sus aplicaciones originales de terceros sin saber qué funcionalidad viene preconstruida con una plataforma de E-Commerce. En realidad, puede ser más caro replicar las mismas aplicaciones en tu nueva solución de E-Commerce. Por ejemplo, Adobe Commerce viene con funcionalidades nativas, tales como listas de deseos, Gift Cards, programas de fidelización, y tiene más de 150 extensiones para resolver cualquier necesidad empresarial.

Empieza por evaluar qué aplicaciones de terceros necesitas en función de los ingresos que genera cada una. Esto te ayudará a determinar cuáles debes abandonar, consolidar o sustituir por soluciones mejores. Trabajar con un especialista en soluciones certificadas te ayudará a entender cómo las funciones nativas podrían sustituir las tarifas adicionales que conllevan las aplicaciones de terceros o te ayudará a encontrar una aplicación que funcione con la solución de E-Commerce. Ten en cuenta que la evaluación de tus aplicaciones de terceros es un esfuerzo continuo. Las plataformas de E-Commerce evolucionan, y tienes que asegurarte de que tus aplicaciones no se solapan con la funcionalidad nativa.

Las aplicaciones de terceros tienen varios tipos de estructuras de precios. Algunas aplicaciones son gratuitas al inicio, pero tienen costes mensuales recurrentes, mientras que otras tienen una cuota única. También hay costos adicionales si necesitas personalizar alguno de los módulos.



Elige un Solution Partner certificado por Adobe.

Cambiar la plataforma de tu actual sitio de E-Commerce o lanzar una nueva iniciativa de E-Commerce requiere un conjunto único de habilidades, como gestión de proyectos, desarrollo front-end y back-end, experiencia del usuario (UX), diseño, optimización y análisis comercial. Para calcular tu TCO con precisión, tienes que determinar si vas a aportar estas habilidades internamente o si vas a contratar a un Solution Partner certificado por Adobe.

Trabajar con un Solution Partner tiene sus ventajas. Los socios que se especializan en una plataforma específica, como Adobe Commerce, tienen desarrolladores certificados con amplios conocimientos y experiencia en la plataforma. Ellos tienen procesos establecidos para ayudarte a mantenerte en el tiempo y en el presupuesto. Y suelen tener años de experiencia que sirven de base a la orientación técnica y estratégica que ofrecen

Elegir un Solution Partner basándose únicamente en el precio puede costarte más a largo plazo. Mientras seleccionas a tus socios, haz las preguntas correctas:

- ¿Son socios certificados para la plataforma?
- ¿Pueden cumplir con tus requisitos inmediatos y a largo plazo?
- ¿Han trabajado con compromisos similares a los tuyos?
- ¿Cuál es su línea de tiempo típica?
- ¿Tienen casos de éxito?
- ¿Dónde están ubicados sus recursos?
- ¿Qué tipos de control de calidad y pruebas realizan?

Si prefieres tener un equipo de E-Commerce dentro de la empresa, pero no quieres dedicar mucho tiempo a la formación, puedes recurrir al aumento de personal para cubrir los puestos de desarrollador de front-end y back-end y de gestión de proyectos. El aumento de personal te brinda la posibilidad de contratar personal con experiencia que puede aumentar rápidamente y añadir valor a tu proyecto. Cualquiera de las opciones que elijas (aumento de personal o Solution Partner) afectará tu TCO.

Elaboración de una estrategia a largo plazo.

Por último, tienes que definir tu hoja de ruta para más de cinco años y considerar cómo se alinea la plataforma de E-Commerce con esa visión. Si planeas aumentar las ventas y el tráfico en línea en los próximos cinco años, ¿podrá la plataforma escalar? ¿Es la plataforma lo suficientemente flexible para adaptarse a los comportamientos cambiantes de los clientes? ¿Con qué frecuencia la plataforma lanza nuevas funciones? Si una plataforma no puede alinearse con tu visión a largo plazo, te costará más a largo plazo personalizarla o cambiar la plataforma.

Una vez que hayas elegido tu plataforma y hayas lanzado el nuevo sitio, piensa en los recursos que necesitarás para optimizar la experiencia del cliente. La optimización es un proceso continuo que requiere evaluación, prueba y actualización continuas de la UX y el diseño. Puede que necesites una plataforma de pruebas A/B o un socio que te ayude a realizar pruebas y analizar los resultados.

Determinar el TCO para una solución de E-Commerce no es tan sencillo como comparar las tarifas de licencia. Aclaración de todos los elementos que entran en el cálculo del coste de la implementación y el mantenimiento de una solución de E-Commerce te ayudará a eliminar las incógnitas y tomar decisiones informadas.

Acerca de Blue Acorn iCi

Blue Acorn iCi, una empresa de Infosys en Estados Unidos, es líder en experiencia del cliente digital, análisis y servicios de commerce basados en la experiencia. Permitimos que los clientes naveguen por las transformaciones digitales y dominen la escalabilidad para ofrecer niveles sin precedentes de rendimiento y satisfacción del cliente. Con servicios que incluyen estrategia, análisis, diseño y tecnología, elevamos las marcas globales de todas las industrias, desde medios y entretenimiento, bienes de consumo y comercio minorista hasta servicios financieros, manufactura y tecnología. Para más información, contacta con Blue Acorn iCi al 877.944.2583 o visita www.blueacornici.com.

Por qué los pioneros toman la delantera.

Por Isaiah Bollinger, CEO, Trellis

La adopción temprana de una tecnología es un reto al que toda empresa puede enfrentarse en algún momento de su crecimiento y desarrollo. Sin embargo, la tecnología avanza ahora tan rápido que lo que podía parecer arriesgado antes podría ser en realidad la apuesta más segura hoy, tanto para adelantarse a la curva como para reducir el coste total de propiedad.

De hecho, pasar pronto a una nueva tecnología que ha llegado para quedarse es una de las estrategias más eficaces para minimizar el TCO a largo plazo.

Los beneficios de la adopción temprana de tecnología.

La adopción temprana de tecnología tiene muchos beneficios, algunos de los cuales se pasan por alto fácilmente, como:

- Brindar experiencias del cliente más innovadoras que se destaquen en un mercado saturado
- Ser más eficiente y rentable
- Mantener a los empleados de alto rendimiento comprometidos con tecnologías de vanguardia
- Ampliar el ciclo de vida de la tecnología para un mayor retorno de la inversión
- Garantizar la escalabilidad para el crecimiento futuro

Por ejemplo, una de las próximas grandes tendencias en el E-Commerce es el cambio a las implementaciones headless. Esto significa que el front-end de tu sitio web está desacoplado de su back-end. Esto puede ser ventajoso porque ofrece más flexibilidad para escalar tu sitio web y ayudar a los clientes en múltiples puntos de contacto.

Un mensaje de Adobe

Elegir la tecnología más innovadora puede aumentar la longevidad y reducir el TCO de tu solución de E-Commerce.

Un concepto erróneo común que escuchamos todo el tiempo es que elegir una tecnología bien establecida es siempre la mejor manera de minimizar el TCO. Si bien es cierto que las soluciones maduras tienen ciertas ventajas, como un gran grupo de desarrolladores que ya las conocen, las tecnologías innovadoras a menudo pueden aportar avances que reducen los costos en todos los campos.

Este capítulo de Trellis examina las ventajas de convertirse en un usuario pionero y destaca cómo un cliente de Adobe Commerce logró un gran éxito al optar por crear Progressive Web Apps (PWA) en lugar de un sitio web tradicional.
Si estás evaluando tecnologías nuevas o algo menos maduras para tu próxima implementación de E-Commerce, éste es un buen lugar para empezar.

Uno de los principales impulsores del commerce headless es el auge de las Progressive Web Applications (PWA), que brindan a los usuarios una rica experiencia interactiva sin las barreras habituales de las aplicaciones móviles nativas. Como puedes utilizar el mismo código para alimentar todos los dispositivos móviles y de escritorio, eliminas la necesidad de construir y mantener el código para cada dispositivo y sistema operativo, lo que ayuda a minimizar el TCO.

Cuando las PWA se introdujeron por primera vez en las plataformas de E-Commerce hace cinco o seis años, la tecnología no estaba completamente madura. Sin embargo, incluso entonces, el valor a largo plazo era claro:

Experiencias de usuario más ricas

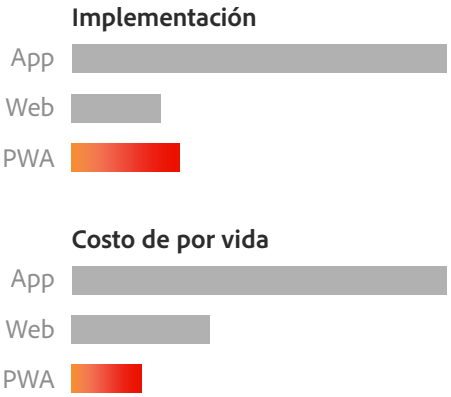
Menores costos de implementación y administración que las aplicaciones nativas

Mayor agilidad y flexibilidad

Ninguna dependencia de las tiendas de aplicaciones

Beta Brand es uno de los pioneros en adoptar PWA en Adobe Commerce. Decidieron usar Angular como framework de desarrollo web y crearon su escaparate como una PWA cuando la mayoría de las empresas de E-Commerce ni siquiera pensaban en las PWA. Como resultado, atrajeron talento de desarrollo de calidad y construyeron una sólida base técnica que los ha posicionado para crecer ahora y en el futuro.

Como descubrió JH, socio de Adobe, el costo de por vida de una PWA es significativamente más bajo que el de la creación de un sitio web tradicional. Además, las empresas que implementan PWA obtienen otros beneficios, como más flexibilidad, una mejor experiencia de usuario y tiempos de carga más rápidos.



Si adoptar la tecnología con antelación tiene tantos beneficios, ¿por qué no debería hacerlo todo el mundo? Pues bien, adoptar muy temprano puede tener sus riesgos.

Señales de que puede ser demasiado temprano:

No puedes conseguir un presupuesto fiable. Si obtienes distintos presupuestos de varios proveedores, puede ser una señal de que aún no saben cómo fijar el precio de la nueva tecnología con precisión, lo que podría dar lugar a costes inesperados.

No está claro si será un éxito a largo plazo. Algunas nuevas tecnologías podrían ser una moda pasajera. En ese caso, podrías quedar estancado una plataforma para la que será difícil encontrar servicio o talento.

No puedes afrontar la curva de aprendizaje. La adopción temprana puede tener algunos costos adicionales, como adquirir talento que es escaso, o incluso capacitación en la nueva tecnología. Puede haber más errores o problemas en las primeras etapas. La tecnología puede carecer de complementos o integraciones de terceros que no estés preparado para construir y mantener tú mismo. Todos estos problemas pueden contribuir a un TCO más alto.

Estos riesgos proyectados pueden, o no, superar el beneficio potencial ahora. En base a esta evaluación de riesgos, "demasiado temprano" será diferente para cada comercio.

Señales de que puede ser demasiado tarde:

Tu competencia está muy por delante de la curva. Esto puede parecer obvio, pero muchas empresas no se dan cuenta de lo lejos que está realmente la competencia. Simplemente mirar su sitio web no es suficiente: sus procesos y tecnologías avanzados pueden estar en el back-end. Puede que tengas que profundizar un poco para saber si te están superando.

Estás perdiendo cuota de mercado. A medida que los consumidores y las empresas tienden a buscar mejores experiencias y empresas más eficientes, puedes perder cuota de mercado por culpa de una tecnología obsoleta.

Tienes dificultades para atraer o mantener el talento técnico. Los desarrolladores y otros talentos quieren trabajar con tecnología de punta, no con plataformas heredadas o lenguajes de codificación que pronto quedarán obsoletos. Si tienes dificultades para retener talento técnico, es posible que estés adoptando nuevas tecnologías con demasiada lentitud.

Tu presencia digital es limitada. Si tienes una huella muy modesta o inexistente de SEO, redes sociales y correo electrónico, tu presencia es claramente limitada. Esto está estrechamente relacionado con la no adopción de tecnologías de marketing digital.

La mayoría de tus procesos son manuales. Si tu organización dedica demasiado tiempo a procesos manuales que podrían automatizarse, como la entrada de datos, la firma de documentos y otros, es posible que no dispongas de las tecnologías que necesitas para mantenerte ágil.

Los costes para ponerse al día son muy elevados. Cuando los costes de modernización de tu pila tecnológica parecen desmesuradamente altos, es probable que no hayas mantenido tu plataforma al día y estés utilizando sistemas o componentes heredados. Si bien omitir las actualizaciones puede reducir los costos a corto plazo, tiene el efecto opuesto en el TCO.

Cómo tomar la iniciativa como un pionero en la adopción.

Utiliza un enfoque iterativo.

Como dice un refrán, no puedes comerte todo el elefante de un solo bocado. Podrías empezar adoptando tecnologías innovadoras como las PWA a pequeña escala, o quizás sólo para una parte de tu negocio o sitio web. Empieza con algo pequeño e itera para crecer a partir de ahí.

Identifica tendencias que podrían requerir nueva tecnología.

Las expectativas de los clientes están en constante evolución y, a menudo, impulsan tendencias innovadoras de tecnología. Al igual que el commerce móvil impulsó el auge de las PWA, las tendencias actuales, como la búsqueda visual, el Internet de las Cosas (IoT) y el commerce inmersivo, están impulsando patrones y tecnologías de diseño innovadores. Entender las expectativas y el comportamiento de tus clientes puede ayudarte a identificar tendencias que podrían darte una ventaja competitiva.

¿Es tu API lo suficientemente flexible como para satisfacer tus necesidades en todos tus puntos de contacto con el cliente? La API GraphQL de Adobe Commerce puede ser de ayuda. ¿Es capaz de mostrar productos relevantes a sus clientes? Las Recomendaciones de Productos con tecnología Adobe Sensei y las recomendaciones visuales ofrecen soluciones de vanguardia para el descubrimiento de productos de e-Commerce.

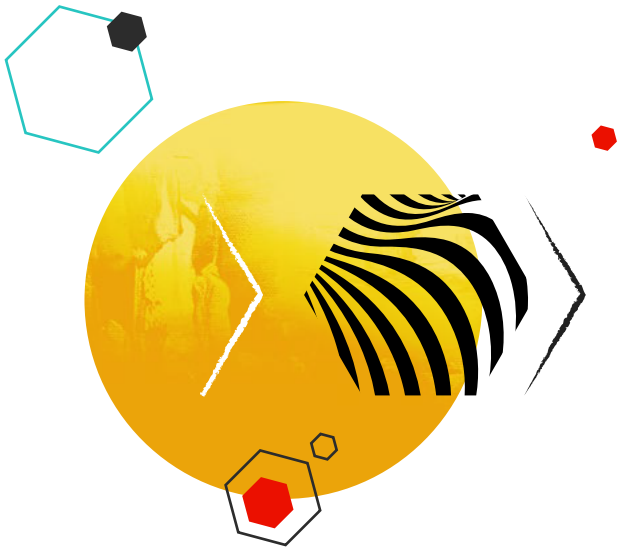
Ser uno de los pioneros en la adopción significa tomar decisiones audaces para desbloquear un potencial increíble. Investiga nuevas tecnologías y tendencias que están allanando el camino, tanto en tu sector como en los adyacentes. La inspiración puede venir de cualquier lugar (Tinder fue uno de los primeros en adoptar PWA, después de todo). Al estar a la vanguardia, puedes poner en marcha tu crecimiento y aumentar la cuota de mercado, al tiempo que mejoras la eficiencia y reduces los costes.

Acerca de Trellis

Trellis es un proveedor de soluciones de E-Commerce de servicio completo que se especializa en implementar sitios web basados en plataformas populares como Magento, Shopify, WordPress y BigCommerce. Nuestras capacidades nos permiten planificar y diseñar una solución que no sólo se ajuste a tus objetivos específicos y a tu presupuesto actual, sino que también se adapte a tu crecimiento. Una vez que se lanza un sitio, nos mantenemos al lado de nuestros clientes para ayudarles a mejorar el sitio y promocionarlo para generar más clientes.

Para conseguir el máximo ROI, es esencial invertir adecuadamente en la expansión continua de tu alcance en línea, al mismo tiempo que supervisas y mejoras constantemente tu sitio web para mantener un alto índice de conversión. Por lo tanto, trabajamos con nuestros clientes de manera continua para mejorar constantemente sus sitios web.

Trabajamos con una variedad de empresas B2B y B2C que van desde las startups hasta las grandes empresas. Somos capaces de navegar por tu sector y modelo de negocio para asegurarnos de que consigues los mejores resultados posibles en el comercio electrónico.



4 razones por las que mantener Adobe Commerce actualizado reduce el TCO.

Por: Randy Kohl, Head de Marketing, Gorilla Group

El caso de retrasar o diferir las actualizaciones de la plataforma a menudo se reduce al costo inmediato. Sin embargo, el costo real de ejecutar una versión desactualizada de cualquier software de misión crítica, sin mencionar la deuda técnica acumulada, puede tener un impacto material duradero en una empresa.

Las apuestas altas requieren un alto rendimiento.

Hoy en día, más dólares de E-Commerce están en juego que nunca. Las organizaciones que brinden las experiencias digitales más atractivas y fluidas ganarán una porción enorme de ese negocio y aumentarán su participación de mercado. Aquellas que utilicen la última versión de la plataforma de E-Commerce tendrán una ventaja en esa carrera. Por ejemplo, Adobe Commerce 2.4 incluye mejoras en el proceso de añadir a la cesta de la compra de Quick Order, que acelera el proceso de añadir a la cesta de la compra entre un 24% y un 30%.

Cada versión de Adobe Commerce incluye mejoras en el rendimiento de la plataforma, y estas pueden tener un impacto acumulativo enorme. Se ha demostrado que cada segundo de latencia reduce la tasa de conversión en un 7 por ciento, y la velocidad de la página es un factor de clasificación de SEO importante, por lo que aprovechar todos y cada uno de las versiones es lo mejor para su negocio.

Como Socio Adobe Platinum, Gorilla Group enfatiza la importancia de la innovación y la iteración continuas para todos nuestros clientes minoristas y de fabricación, incluidos los que ejecutan Adobe Commerce.

Después de que Adobe lanza una nueva versión "menor" como la 2.4, la línea anterior (2.3) recibe sólo correcciones de calidad y de seguridad, y el producto completo y el enfoque de ingeniería se encuentran en la línea más reciente. Mantener Adobe Commerce actualizado a la última versión permite a los comercios obtener un mejor rendimiento y nuevas funciones, reforzar sus defensas de seguridad, simplificar las futuras rutas de actualización y ofrecer experiencias más ricas a los clientes. A largo plazo, la implementación de actualizaciones periódicas puede reducir significativamente el TCO.

r

Un mensaje de Adobe

El mantenimiento regular es el héroe anónimo de la gestión y minimización del TCO.

Cuando buscas una plataforma de comercio electrónico o piensas en sustituir la que ya tienes, los costes iniciales suelen ser el centro de atención. Las tarifas de desarrollo, licencia e infraestructura pueden estar entre las primeras consideraciones. Pero, a largo plazo, el mantenimiento regular puede tener un gran impacto en el TCO y la longevidad de tu plataforma.

Este capítulo de Gorilla Group brinda información sobre cómo la implementación rápida de actualizaciones en Adobe Commerce puede ayudarlo a administrar los costos a lo largo del tiempo. Si eres un usuario actual de Adobe Commerce y te has retrasado con las actualizaciones, considera esto un recordatorio oportuno para ponerte al día.

Simplifica la ruta de actualización.

Puede parecer contradictorio, pero realizar actualizaciones periódicas de la plataforma requiere menos esfuerzo general que las actualizaciones intermitentes y poco frecuentes. Eso significa menores costos a largo plazo, lo que afecta el TCO. Por ejemplo, un cliente minorista que pasó de actualizaciones ad hoc a actualizaciones trimestrales periódicas ha ahorrado casi cuatro semanas de mano de obra acumulada y costos relacionados durante los últimos 12 meses.

Cuando las actualizaciones ocurren regularmente, los cambios son incrementales y el esfuerzo relacionado requerido para implementarlos se minimiza. Pero cuando las actualizaciones de la plataforma se posponen durante un período prolongado, la actualización puede convertirse en un proceso de varios pasos más complicado. Las extensiones de Magento Marketplace de Adobe pueden verse más afectadas, y las integraciones de terceros también pueden verse afectadas. El tiempo necesario para investigar, planificar y realizar la actualización se extiende, lo que agrega costos y esfuerzos innecesarios.

Mejora la seguridad.

A medida que los ingresos se desplazan en línea, el número de personas malintencionadas que buscan nuevas formas de explotar las brechas del sistema crece exponencialmente. Adobe entiende lo importante que es la seguridad para mantener la confianza del cliente. Es por eso que la tecnología de seguridad moderna y probada está integrada en la arquitectura de Adobe Commerce, y se proporcionan parches y actualizaciones periódicas.

Un ejemplo del enfoque preciso de Adobe en materia de seguridad es la autenticación de dos factores para los usuarios administradores en Adobe Commerce. Si las credenciales de un usuario administrador se ven comprometidas, ya sea por phishing o por otro medio, la autenticación de dos factores impedirá que los atacantes se conecten de forma remota para tomar el control del sitio.

Mantenerse actualizado con parches y actualizaciones es tu primera y mejor defensa contra una costosa violación de datos u otro incidente que dañe la marca.

Implementa nuevas características primero.

Incluso la diferenciación temporal es una buena diferenciación. Los que aprovechan las actualizaciones periódicas obtienen una ventaja frente a sus competidores. Son los primeros en implementar nuevas funciones y mejoras de rendimiento, lo que les permite ofrecer mejores experiencias a los clientes. Cada actualización de Adobe proporciona una gama de nuevas funciones y mejoras.

Por ejemplo, Adobe Commerce 2.4 incluye soporte de gestión de inventario para la recogida en la tienda, que se ha vuelto de vital importancia para cualquier marca con puntos de venta. La capacidad añadida de obtener licencias de imágenes de stock de Adobe directamente desde Media Gallery mejora la eficiencia de los equipos administrativos. Y la adición de Elasticsearch como el motor de búsqueda de catálogo predeterminado hace que la búsqueda en el sitio sea un impulsor cada vez más valioso e incluso más poderoso de la conversión del sitio. Con la nueva funcionalidad disponible en cada versión, las actualizaciones periódicas garantizan que los comerciantes brinden las mejores experiencias a sus clientes.

Para entrar en el camino de la mejora continua, haz que las actualizaciones de la plataforma sean un componente central de tu programa de commerce. Incorpora actualizaciones periódicas de la plataforma Adobe Commerce en tu hoja de ruta de E-Commerce. Planifica y presupuesta proactivamente para ellos como lo haces con otras iniciativas digitales. Esto incluye la sincronización de actualizaciones y la coordinación de actividades relacionadas con tu Solution Partners. Luego, mide el rendimiento global con respecto a los equivalentes históricos. Puedes tener una grata sorpresa de cómo la innovación continua puede conducir directamente a un mayor crecimiento, menores costes de explotación y un mejor TCO.

Acerca de Gorilla Group

Gorilla Group, una empresa de Wunderman Thompson, es una agencia galardonada, una consultora y una empresa tecnológica al mismo tiempo. Aquí, la estrategia, la inteligencia comercial, el diseño de experiencias, la habilitación de tecnología y los servicios de soporte y crecimiento se unen para crear experiencias de commerce innovadoras y galardonadas para marcas empresariales B2B y directas al consumidor en todos los sectores. www.gorillagroup.com

Da el siguiente paso.

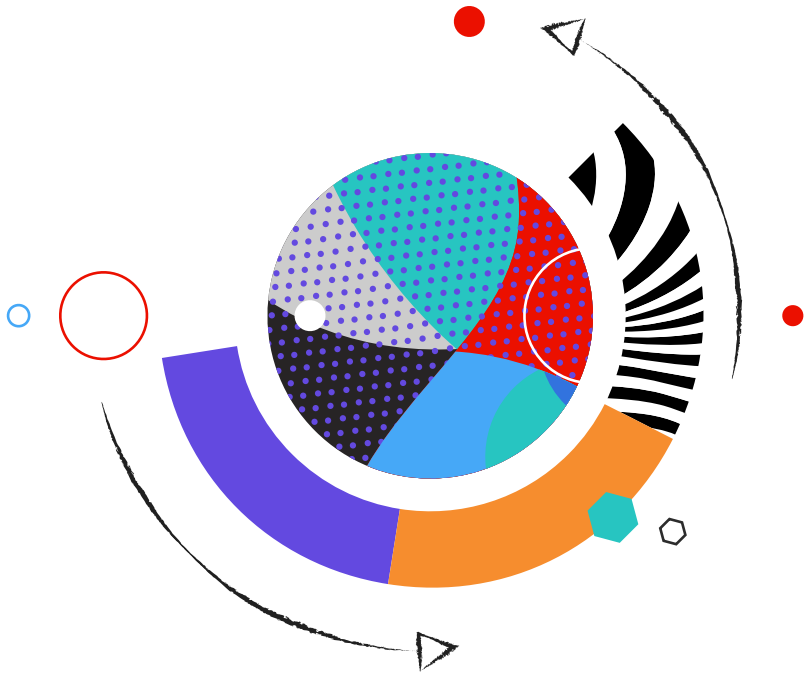
Conoce más sobre el TCO de Adobe Commerce.

A medida que el comercio electrónico es cada vez más importante para los ingresos de la empresa, el TCO de tu plataforma de comercio electrónico se convertirá en una métrica cada vez más importante. Estimar el TCO hoy proporciona una referencia útil que puedes controlar a lo largo del tiempo. Mientras tanto, puedes gestionar tu TCO adoptando tecnologías innovadoras en el momento adecuado y manteniendo tu plataforma actualizada.

Esperamos que este eBook te haya servido para reflexionar y quizás incluso te haya inspirado para examinar más de cerca el TCO de Adobe Commerce. Visita estas páginas para obtener más información:

Selecciona la plataforma de commerce adecuada

Experiencias de compra con Adobe Commerce



Adobe Experience Cloud

Adobe Experience Cloud es el conjunto de herramientas de gestión de experiencia del cliente más completo del mercado. Con soluciones de datos, entrega de contenidos, commerce, personalización y más, esta pila de marketing se ha creado con la primera plataforma del mundo diseñada específicamente para crear experiencias atractivas para los clientes Cada producto tiene inteligencia artificial integrada y funciona a la perfección con otros productos de Adobe. Y se integran con tu tecnología actual y con futuras innovaciones, para que puedas ofrecer siempre la experiencia adecuada.

Adobe Commerce

Adobe Commerce es la solución de commerce digital líder en el mundo para comercios y marcas. Con Adobe Commerce, puedes crear experiencias de compra atractivas para todo tipo de clientes, desde B2B y B2C hasta B2B2C. Está construido para empresas en una plataforma escalable de código abierto con una seguridad inigualable, un rendimiento superior y un bajo coste total de propiedad.
Las empresas de todos los tamaños pueden usarlo para llegar a los clientes dondequiera que estén, en todos los dispositivos y mercados. Es más que un sistema de cesta de la compra flexible. Es la piedra angular para el crecimiento empresarial.

Fuentes

"IT Score for CIOs", Gartner, abril de 2019.

Adobe, el logotipo de Adobe, Adobe Experience Cloud y Adobe Sensei son marcas comerciales o marcas registradas de Adobe en los Estados Unidos y/o en otros países

© 2021 Adobe. Todos los derechos reservados.