



GUÍA DE COMPRA

Guía para la compra de sistemas de gestión de contenidos

Seis funciones imprescindibles para tu próximo CMS

Contenido optimizado



Plantilla de página de inicio



Tiempos de carga rápidos



Experimentación



Herramientas de creación

En la actualidad, todas las empresas operan en el ámbito digital y dependen del contenido para informar a la clientela y conectar con ella. Sin embargo, el contenido debe gestionarse correctamente para seguir el ritmo del negocio digital. Aquí es donde entra en acción un sistema de gestión de contenidos (CMS, por sus siglas en inglés). Con el CMS adecuado, los equipos de creación, diseño y administración pueden generar, crear y publicar contenido en cualquier propiedad digital en un instante, a la vez que se garantizan tiempos de carga rápidos para impulsar la conversión.

En esta guía, veremos seis funciones esenciales de un CMS para ayudar a tus equipos de marketing y TI a tomar decisiones fundamentadas a la hora de evaluar soluciones.

Las seis funciones imprescindibles para tu CMS

1. Impulso de la conversión con un mejor rendimiento del sitio

En lo que se refiere al rendimiento web, incluso los pequeños retrasos en los tiempos de carga de una página pueden afectar de forma negativa a las clasificaciones de SEO, las visitas a la página, la interacción en el sitio y las tasas de conversión. Por ese motivo, es vital contar con un CMS que te ayude con la optimización para disfrutar de unos tiempos de carga y una capacidad de respuesta rápidos.

47 % 

Porcentaje de personas que no espera más de dos segundos a que cargue un sitio web, lo que supone pérdidas anuales en ventas de miles de millones.

Fuente: Forbes

0,1 segundos 

Mejorar el tiempo de carga en 0,1 segundos puede impulsar las tasas de conversión entre un 8 y un 10 %.

Fuente: Deloitte

Elementos necesarios para que tu CMS ofrezca un rendimiento óptimo del sitio

Si quieras experiencias rápidas y adaptativas en todas tus propiedades digitales, el CMS debe crearse de forma perimetral. Una arquitectura perimetral facilita el procesamiento y el uso de datos en los extremos más periféricos de la red, lo más cerca posible del punto en el que se produce la experiencia. Esto contribuye a unas buenas puntuaciones de Core Web Vitals y Google Lighthouse.

Necesidades del equipo	Funciones clave del CMS
Un sitio web rápido para tasas de rebote más bajas y clasificaciones SEO más altas	Renderizado en fases para que las partes más destacadas de cada página se carguen primero
Retrasos mínimos en la carga del contenido incluso con actualizaciones de diseño y código	Caché continua para un acceso más rápido a los elementos de uso frecuente
Información en tiempo real para garantizar que las páginas se carguen adecuadamente	Monitorización de usuarios/as reales (RUM, por sus siglas en inglés) que haga un seguimiento de los tiempos de carga de las páginas e interacciones de las personas, y que alerte de problemas de rendimiento

CLIENTE DESTACADO

Gracias a Edge Delivery Services en [Adobe Experience Manager Sites](#), Volvo Trucks ha mejorado su puntuación de rendimiento en dispositivos móviles de 35 a 100 y ha aumentado su puntuación de visibilidad de un 2,5 a un 43 %.

Merative ha mejorado su puntuación de rendimiento web de 34 a 100 y ha aumentado la velocidad de carga de su página de 10,9 a 1,6 segundos.

[Descubre las funciones de rendimiento del sitio.](#)

2. Creación de contenido rápido y ampliable

Un CMS óptimo capacitará a quienes contribuyan a tu contenido para que lo creen, editen y publiquen con facilidad, lo que proporciona flexibilidad al equipo de marketing para gestionar contenido y páginas en diversas ubicaciones, independientemente de su familiaridad con los CMS.

76 % 

Porcentaje de especialistas en marketing que prefiere utilizar herramientas de creación de contenido intuitivas, como Microsoft Word y Excel, que se puedan importar en su CMS.

Fuente: Adobe

Cómo tu CMS puede convertir a todo el mundo en especialistas en contenido

Con herramientas de creación conocidas y fáciles de usar, los equipos pueden acelerar el proceso de edición y publicación, lo que permite que el contenido se adapte entre equipos, regiones y canales.

Necesidades del equipo	Funciones clave del CMS
La capacidad de crear, editar y publicar páginas web con las herramientas que se prefieran	Creación basada en documentos para diseñar y editar páginas web en herramientas conocidas, como Microsoft Word y Google Docs
Un método para que quienes no cuenten con formación técnica puedan crear y editar contenido sin la ayuda del equipo de desarrollo	Plantillas de arrastrar y soltar y un editor visual para crear y editar páginas web con una vista previa en tiempo real
Una forma integrada de gestionar todas las propiedades digitales, incluidos los sitios regionales y en idiomas específicos	Una plataforma centralizada que controla las propiedades móviles y web específicas de cada región, a la vez que cumple las directrices de la marca y las políticas de control generales
La capacidad de traducir contenido a diferentes idiomas y distribuir versiones regionales del sitio web con tan solo unos clics	Traducción de idiomas automatizada de los metadatos de texto e imágenes integrados en el CMS

CLIENTE DESTACADO

[**Pethealth Inc.**](#) ha usado Experience Manager Sites para combinar los puntos fuertes de sus cinco marcas en un solo ecosistema de contenido unificado, a la vez que publicaba contenido un 82 % más rápido y duplicaba su productividad de marketing.

[Descubre las funciones de creación de contenido.](#)

3. Experimentación y optimización más ágiles

Para obtener información más rápido, es fundamental contar con un CMS que permita a los equipos crear y realizar experimentos de forma eficiente sin la necesidad de depender de sistemas de terceros o una colaboración intensiva entre equipos.



Los sitios de comercio electrónico que realizan pruebas A/B satisfactorias han observado un aumento del 50 % en sus ingresos por cada visitante.

Fuente: VWO

Cómo tu CMS puede optimizar los procesos de experimentación

Las pruebas A/B para un solo elemento o una página entera ayudan a identificar las estrategias y componentes de contenido más eficaces. Gracias a la optimización basada en la información del rendimiento, las organizaciones pueden maximizar el rendimiento de la inversión (ROI, por sus siglas en inglés) de sus esfuerzos de creación de contenido.

Necesidades del equipo	Funciones clave del CMS
Funciones de pruebas y optimización que no requieran equipos especializados	Pruebas A/B integradas que los equipos de marketing pueden configurar en cuestión de minutos
Poder encontrar las experiencias que mejor rinden para maximizar el ROI del contenido	Experimentación en páginas completas para probar su funcionalidad, diseño y contenido frente a segmentos de público concretos según ubicación, tipo de dispositivo y visitas nuevas o recurrentes
Un conocimiento detallado del contenido que destaca y del que no logra rendir lo suficiente	Ánalisis basados en la monitorización de usuarios/as reales que ofrezcan información a nivel de página y de componentes con resultados de fácil acceso para el equipo

[Descubre las funciones de pruebas y optimización.](#)

4. Gestión fluida del contenido en todos los canales

Un CMS debería estar diseñado para funciones omnicanal con el fin de permitir que los equipos creen, gestionen y distribuyan contenido de gran calidad en todos los puntos de contacto digitales. Sin un CMS unificado, no se puede adaptar la distribución del contenido en todos los canales y se requiere una intervención significativa del equipo de TI. Esto se traduce en experiencias incoherentes y genéricas.

89 % 

Las empresas con una estrategia omnicanal sólida conservan el 89 % de sus clientes.

Fuente: Invesp

33 % 

Las empresas con una estrategia omnicanal deficiente conservan solo el 33 % de sus clientes.

Fuente: Invesp

Elementos necesarios para que tu CMS respalde experiencias digitales omnicanal

Si quieres ofrecer experiencias atractivas en distintos canales, tu CMS debe incluir un sistema de diseño coherente, componentes de contenido reutilizables, acceso directo a los activos controlados y herramientas de diseño interactivo. Con estas funciones, puedes capacitar al equipo al completo para crear experiencias conectadas en todas tus propiedades digitales sin repetir las tareas en cada canal.

Necesidades del equipo

Una solución para que quienes no tengan experiencia en desarrollo editen y publiquen contenido en cualquier canal

La capacidad de hacer que el contenido cumpla con los requisitos de la marca y sea coherente en todos los puntos de contacto con la clientela

Funciones clave del CMS

Componentes de arrastrar y soltar editables en una interfaz visual WYSIWYG con vista previa en tiempo real

Componentes preconfigurados, como texto, imágenes y columnas de cuadrículas adaptativas, para crear y gestionar plantillas de página acordes con la marca

<p>Formas rápidas de crear contenido para que el equipo de marketing nunca tenga que empezar desde cero</p>	<p>Una biblioteca completa de activos y plantillas, así como sistemas de diseño coherentes globalmente</p>
<p>Medios para reutilizar y adaptar el contenido de forma eficiente para ahorrar tiempo en las actualizaciones y minimizar los errores</p>	<p>Componentes reutilizables que se puedan aplicar a diversas páginas y se actualicen de forma automática cuando se hagan cambios en el componente principal</p>

[Descubre las funciones para crear experiencias omnicanal.](#)

5. Flexibilidad para distribuciones descentralizadas, tradicionales o híbridas

Los equipos de TI y desarrollo que utilizan soluciones de CMS desfasadas están creando un laberinto de contenido en el que cada canal tiene su propio repositorio aislado. El mismo contenido se deberá crear manualmente para cada canal, lo que supone una gran inversión de tiempo, energía y recursos, además de producir experiencias de cliente incoherentes y fragmentadas.

El CMS adecuado está preconfigurado para resolver estos problemas con una plataforma fácil de usar para publicar contenido en cualquier interfaz que elijas, ya utilices un modelo descentralizado o uno híbrido. Un enfoque híbrido ofrece al equipo de desarrollo un sistema flexible y adaptable, y al de marketing una interfaz intuitiva para planear cómo se presenta el contenido en todos los canales.

59 % 

Porcentaje de los equipos de marketing y desarrollo que sostienen que no disponen de los medios necesarios para reutilizar contenido y eso les ralentiza.

Fuente: Adobe

76 % 

Porcentaje de las personas que consideran avanzada la madurez digital de su organización y usan principalmente un CMS híbrido.

Fuente: Adobe

Cómo diseñar tu CMS para la flexibilidad del conjunto de tecnologías

Un CMS debería poder satisfacer un enfoque de distribución descentralizado, tradicional o híbrido para ofrecerte la capacidad de gestionar contenido de diversos canales desde un punto central, de modo que los equipos puedan publicar contenido en todas las interfaces, incluidas las aplicaciones de página única, las aplicaciones para dispositivos móviles e IoT, entre otros.

Distribución descentralizada	Distribución tradicional	Distribución híbrida
El contenido se almacena y se gestiona por separado de su aplicación orientada a los/ las usuarios/as, por lo que se puede distribuir a diversas plataformas y dispositivos sin vincularse a un solo sistema de interfaz.	El contenido y su presentación están integrados. El enfoque tradicional suele estar diseñado para distribuir contenido en una plataforma determinada.	La distribución del contenido es flexible cuando se combina el enfoque descentralizado con el tradicional. Un modelo híbrido puede conservar la distribución tradicional para casos prácticos específicos.

Las organizaciones también buscan la composición en un CMS, lo que permite que los activos, como imágenes, texto o contenido multimedia, se actualicen, modifiquen u ordenen de forma sencilla para adaptarse a diferentes plataformas. Editar un componente, como el banner de una web o la imagen de un producto, desde una ubicación central mejora la eficiencia operativa. Los cambios se aplican al instante en todas las ubicaciones donde se use el activo.

Necesidades del equipo	Funciones clave del CMS
La capacidad de hacer cambios y obtener una vista previa de ellos en todo el contenido dentro del contexto de la experiencia de diseño y en tiempo real	Edición y vistas previas en tiempo real, independientemente del marco de trabajo de la interfaz o la ubicación de renderizado
Los medios para reutilizar el contenido y distribuirlo a todas las propiedades digitales	Creación de contenido modular e independiente del canal para crearlo una sola vez y publicarlo en cualquier plataforma digital

<p>Una forma de simplificar el acceso al contenido para el equipo de desarrollo, lo que asegura experiencias rápidas en todas las plataformas, como si fueran aplicaciones</p>	<p>Un lenguaje de consulta diseñado para API que distribuya fragmentos de contenido a las aplicaciones de la clientela</p>
<p>Integración con aplicaciones propias y de terceros sin incurrir en gastos de infraestructura</p>	<p>Puntos finales de API con aplicaciones predefinidas que puedan usarse para personalizar extensiones y adaptarse más rápido</p>

[Descubre las funciones del CMS descentralizado.](#)

6. Desarrollo rápido de experiencias web y móviles sin sacrificar el rendimiento

Tu CMS debería facilitar el lanzamiento de nuevas experiencias web y móviles para el equipo de desarrollo con un punto de partida optimizado y compatibilidad con los marcos de trabajo predilectos para maximizar la eficiencia. Los ciclos de desarrollo largos y complejos ralentizan al equipo, y esto entorpece la funcionalidad web y retrasa el lanzamiento de nuevos sitios o páginas.

Elementos necesarios para que tu CMS tenga un desarrollo web y móvil más rápido

El mejor enfoque permite que la creación, el diseño y la codificación ocurran de forma paralela, a diferencia del proceso de desarrollo lineal tradicional, en el que las distintas etapas se suceden de manera secuencial, lo que limita la flexibilidad y la velocidad del proceso de desarrollo.

54 % 

de los equipos de marketing y desarrollo consideran que la falta de habilidades o de especialistas es uno de sus tres problemas principales.

Fuente: Adobe

Necesidades del equipo	Funciones clave del CMS
Puntos de partida personalizables para que el equipo de desarrollo cree más rápido	Código estandarizado y optimizado para acelerar el desarrollo, minimizar el código innecesario y asegurar velocidades de carga de las páginas más rápidas
Ciclos de desarrollo más ágiles con menos dependencias	Un enfoque de desarrollo flexible en el que el contenido, el desarrollo y el diseño trabajen en paralelo sin dependencias entre ellos
La capacidad para que los equipos distribuidos validen cambios en el código con la producción de contenido durante el proceso de desarrollo	Vistas previas del código creadas automáticamente para que el equipo de desarrollo pueda previsualizar entornos para cada rama de código fuente
La función de editar y gestionar las aplicaciones de página única (SPA, por sus siglas en inglés) de forma fácil sin código	Un editor de diseño de arrastrar y soltar, y funciones de vista previa en tiempo real para que el equipo de marketing pueda hacer cambios por su cuenta



A través de Edge Delivery Services, ahora el equipo de ingeniería de Adobe puede implementar funciones en Adobe.com 2,5 veces más rápido.

[Mira el vídeo para conocer nuestra historia.](#)

[Descubre las funciones de desarrollo acelerado.](#)

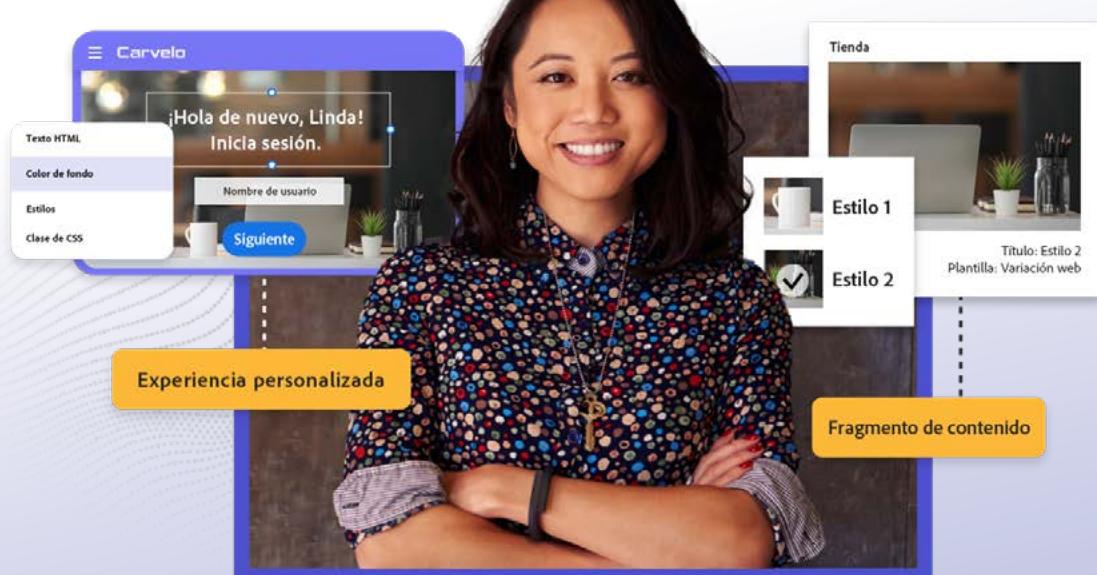
Adobe Experience Manager Sites cumple todos los requisitos

El mejor CMS para tu organización es el que capacita a los equipos de marketing y desarrollo para crear contenido de alto rendimiento en todas las propiedades digitales, ya sea para web, dispositivos móviles o aplicaciones.

Experience Manager Sites es un CMS líder en el sector que mejora drásticamente la velocidad a la que puedes diseñar, crear, publicar y cargar páginas en todos los dispositivos y canales para seguir el ritmo del negocio digital.

Asegúrate de que tu organización se mantenga a la cabeza con las mejores funciones de CMS y un liderazgo demostrado en el sector.

[Obtén más información sobre cómo Adobe Experience Manager Sites puede ayudarte a maximizar tu rendimiento web.](#)



Fuentes

"[Sitios web más rápidos y atractivos](#)", vídeo de Adobe, Experience Manager Sites, 10 de octubre de 2023.

Katherine Haan, "[Top Website Statistics for 2024](#)", Forbes, 2 de abril de 2024.

Khalid Saleh, "[The State of Omnichannel Shopping — Statistics and Trends](#)", Invesp, 18 de abril de 2023.

"[Milliseconds Make Millions](#)", Deloitte, 2020.

"[Providing Lifelong Value for Pet Owners](#)", Adobe, 17 de octubre de 2023.

"[El panorama de la experiencia digital](#)", Adobe, 3 de agosto de 2023.

Smriti Chawla, "[CRO Industry Insights from Our In-App Survey Results](#)", VWO, 22 de diciembre de 2023.



Adobe y el logotipo de Adobe son marcas registradas o marcas comerciales de Adobe en los Estados Unidos y/o en otros países.

© 2024 Adobe. Todos los derechos reservados.