

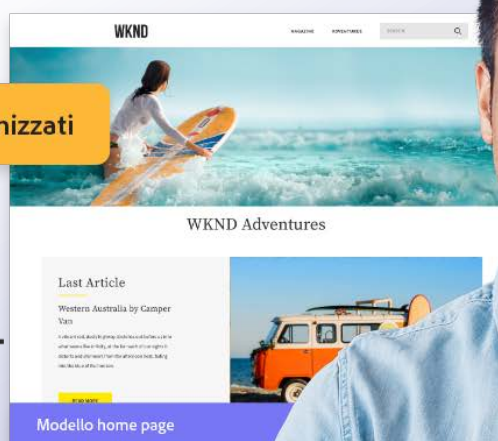


GUIDA ALL'ACQUISTO

Guida all'acquisto del sistema di gestione dei contenuti.

Sei must have per il tuo prossimo CMS.

Contenuti ottimizzati



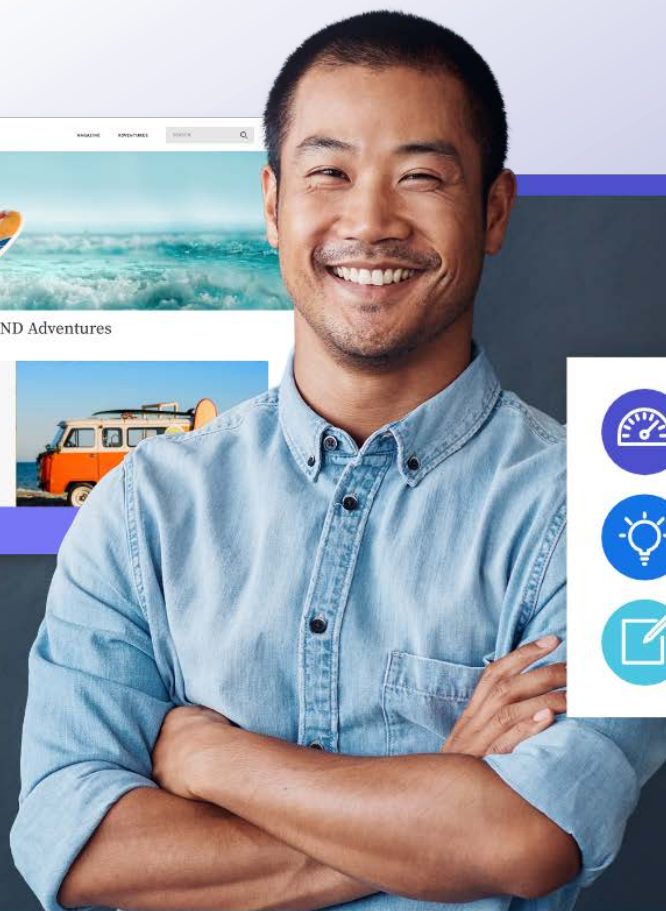
Caricamento rapido



Sperimentazione



Strumenti di authoring



Oggi tutte le aziende lavorano in digitale, affidandosi ai contenuti per gestire le interazioni e la formazione della clientela. Ma i contenuti devono essere gestiti in modo ottimale per tenere il ritmo del business digitale. È qui che entra in gioco un sistema di gestione dei contenuti (CMS). Il CMS giusto consente a creator, designer e admin di sviluppare, creare e pubblicare rapidamente contenuti su qualsiasi proprietà digitale, garantendo tempi di caricamento rapidi per favorire la conversione.

Questa guida esamina sei funzionalità fondamentali da cercare in un CMS per aiutare i team IT e di marketing a scegliere consapevolmente tra diverse soluzioni.

Le sei funzionalità indispensabili per il tuo CMS.

1. Aumenta la conversione migliorando le prestazioni del sito.

Sul fronte delle prestazioni web, anche piccoli ritardi nei tempi di caricamento delle pagine possono influenzare negativamente i ranking SEO, le visualizzazioni di pagina, l'engagement sul sito e i tassi di conversione. Ecco perché è fondamentale scegliere un CMS che ti aiuti a ottimizzare il sito per garantire tempi di caricamento rapidi e un'elevata reattività.

47% 

Il 47% delle persone non aspetta più di due secondi per il caricamento di un sito web, il che si traduce in miliardi di mancate vendite ogni anno per i marchi.

Fonte: Forbes

0,1 secondi 

Migliorare i tempi di caricamento di 0,1 secondi può aumentare i tassi di conversione dell'8-10%.

Fonte: Deloitte

Cosa serve al tuo CMS per migliorare le prestazioni del sito.

Per offrire esperienze rapide e reattive su tutte le tue proprietà digitali, il CMS deve essere progettato per l'edge. Un'architettura edge facilita l'elaborazione e l'utilizzo dei dati ai margini più esterni della rete, più vicini al luogo di consumo dell'esperienza. Ciò contribuisce a farti raggiungere buone metriche di Core Web Vitals ed elevati punteggi di Google Lighthouse.

Il team ha bisogno di

Funzionalità CMS chiave

Un sito web veloce per ridurre il tasso di abbandono e aumentare i ranking SEO

Rendering graduale: le parti più importanti di ogni pagina vengono caricate per prime

Ritardi minimi nel caricamento dei contenuti, anche per aggiornamenti di progetto o del codice

Caching persistente: offre accesso più rapido agli elementi usati più spesso

Informazioni in tempo reale per accertare il corretto caricamento delle pagine

Monitoraggio dell'utenza reale (RUM): controlla i tempi di caricamento delle pagine e le interazioni, con avvisi in caso di problemi di prestazioni

CLIENTI IN PRIMO PIANO

Con Edge Delivery Services in [Adobe Experience Manager Sites](#), Volvo Trucks ha migliorato le performance su mobile passando da 35 a 100 punti e ha aumentato l'indice di visibilità dal 2,5% a 43%.

Merative ha migliorato le prestazioni web passando da 34 a 100 punti e ha ridotto i tempi di caricamento delle pagine da 10,9 a 1,6 secondi.

[Esplora le funzionalità relative alle prestazioni del sito.](#)

2. Rendi veloce e scalabile la creazione di contenuti.

Un CMS ottimale consentirà ad autori e autrici di creare, modificare e pubblicare facilmente i contenuti, garantendo allo stesso tempo un adeguato livello di flessibilità ai team di marketing per gestire i contenuti e le pagine in più posizioni, indipendentemente dal loro livello di competenza in fatto di CMS.

76% 

Il 76% dei profili marketing preferisce usare strumenti intuitivi per l'authoring di contenuti, come Microsoft Word ed Excel, che possono essere importati nel proprio CMS.

Fonte: Adobe

Come il tuo CMS può aiutare chiunque a diventare specialista dei contenuti.

Grazie a strumenti di authoring familiari e facili da usare, i team possono accelerare il processo di modifica e pubblicazione, rendendo i contenuti scalabili tra team, aree geografiche e canali diversi.

Il team ha bisogno di	Funzionalità CMS chiave
Creare, modificare e pubblicare pagine web con i propri strumenti preferiti	Authoring basato sui documenti per creare e modificare pagine web in strumenti familiari come Microsoft Word e Google Docs
Un metodo che consenta a chi non possiede competenze tecniche di sviluppare e modificare contenuti senza l'aiuto del team di sviluppo	Modelli drag-and-drop e un editor visivo per sviluppare e modificare le pagine web con un'anteprima dal vivo
Un sistema integrato per gestire tutte le tue proprietà digitali, compresi siti specifici per lingua e area geografica	Piattaforma centralizzata che controlla le proprietà web e mobile specifiche per area geografica, rispettando allo stesso tempo le linee guida del marchio e le politiche generali di governance
Tradurre i contenuti in diverse lingue e diffondere versioni locali del tuo sito web con pochi clic	Traduzione automatizzata dei metadati di testi e immagini integrata nel CMS

CLIENTI IN PRIMO PIANO

Pethealth Inc. ha usato Experience Manager Sites per unire i punti di forza dei suoi cinque marchi in un ecosistema di contenuti compatto, accelerando allo stesso tempo la velocità di pubblicazione dei contenuti dell'82% e raddoppiando la produttività del marketing.

[Esplora le funzionalità di creazione dei contenuti.](#)

3. Accelera la sperimentazione e l'ottimizzazione.

Per estrarre più velocemente informazioni strategiche, è fondamentale scegliere un CMS che consenta ai team di creare ed eseguire esperimenti in modo efficiente, senza dipendere da sistemi di terze parti o richiedere un'ampia collaborazione tra i team.



I siti di e-commerce che eseguono test A/B efficaci hanno registrato un aumento dei ricavi del 50% per visita univoca.

Fonte: VWO

Come il tuo CMS può ottimizzare i processi di sperimentazione.

I test A/B su singoli elementi o intere pagine aiutano a identificare le strategie e i componenti di contenuto più efficaci. Usando le informazioni strategiche sulle prestazioni per finalità di ottimizzazione, le aziende possono massimizzare il ritorno sull'investimento (ROI) delle proprie iniziative di creazione dei contenuti.

Il team ha bisogno di	Funzionalità CMS chiave
Funzionalità di test e ottimizzazione che non richiedano team specializzati	Test A/B integrati che i team di marketing possono impostare in pochi minuti
Individuare le esperienze più performanti per massimizzare il ROI dei contenuti	Sperimentazione a pagina intera per testare funzionalità, progettazione e contenuti della pagina rispetto a segmenti di pubblico specifici, in base a posizione e tipo di dispositivo, distinguendo tra visite nuove e abituali
Una profonda comprensione dei contenuti più efficaci e di quelli che non funzionano	Analisi basate sul monitoraggio dell'utenza reale che offrono approfondimenti sia a livello di pagina che di componente, con risultati facili da consultare per il team

[Esplora le funzionalità di test e ottimizzazione.](#)

4. Gestisci facilmente i contenuti su tutti i canali.

Un CMS dovrebbe essere progettato con funzionalità omnicanale che consentano ai team di creare, gestire e diffondere contenuti avanzati su tutti i punti di contatto digitali. Senza un CMS unificato, la distribuzione di contenuti su più canali non è scalabile e richiede un forte supporto da parte dell'IT. Di conseguenza, le esperienze diventano incoerenti e generiche.

89% 

Le aziende con una forte strategia omnicanale fidelizzano l'89% della clientela.

Fonte: Invesp

33% 

Le aziende con una strategia omnicanale debole fidelizzano solo il 33% della clientela.

Fonte: Invesp

Cosa serve al tuo CMS per supportare esperienze digitali su tutti i canali.

Per offrire esperienze cross-channel coinvolgenti, il tuo CMS deve includere un sistema di progettazione coerente, componenti di contenuto riutilizzabili, accesso diretto alle risorse governate e strumenti di responsive design. Con queste funzionalità, tutto il tuo team sarà in grado di creare esperienze connesse tra le tue proprietà digitali senza ripetere le attività su ogni singolo canale.

Il team ha bisogno di

Una soluzione che consenta a chi non si occupa di sviluppo di modificare e pubblicare contenuti su qualsiasi canale

Mantenere i contenuti conformi al marchio e coerenti su tutti i punti di contatto con la clientela

Funzionalità CMS chiave

Componenti drag-and-drop modificabili in un'interfaccia WYSIWYG, con anteprime dal vivo

Componenti preconfigurati, come testo, immagini e griglie con colonne responsive, per creare e gestire modelli di pagine in linea con il brand

Modi rapidi per creare i contenuti, così i team di marketing non devono mai iniziare da zero

Libreria completa di risorse e modelli, oltre a sistemi di progettazione coerenti a livello globale

Strumenti per riutilizzare e adattare i contenuti in modo efficiente, risparmiando tempo sugli aggiornamenti e riducendo al minimo gli errori

Componenti riutilizzabili che possono essere applicati a più pagine e che si aggiornano automaticamente quando vengono apportate modifiche alla pagina principale

[Esplora le funzionalità relative alle esperienze omnicanale.](#)

5. Punta sulla flessibilità per una distribuzione headless, tradizionale o ibrida.

I team IT e di sviluppo che utilizzano soluzioni CMS obsolete stanno creando un labirinto di contenuti in cui ogni canale ha il proprio repository isolato. Lo stesso contenuto dovrà essere creato manualmente per ciascun canale, il che comporta un notevole dispendio di tempo, energia e risorse, producendo esperienze cliente incoerenti e frammentate.

Il CMS giusto risolve immediatamente questi problemi con una piattaforma facile da usare per pubblicare i contenuti su qualsiasi front-end, sia con un modello headless o ibrido. Un approccio ibrido offre ai team di sviluppo un sistema flessibile e adattabile, mentre i team di marketing avranno accesso a un'interfaccia intuitiva per gestire la presentazione dei contenuti sui vari canali.

59% 

Il 59% dei profili in ambito marketing e sviluppo sostiene di non avere gli strumenti per riutilizzare i contenuti, e ciò causa un rallentamento del lavoro.

Fonte: Adobe

76% 

Il 76% delle persone che valutano come "avanzata" la maturità digitale della propria organizzazione usa principalmente un CMS ibrido.

Fonte: Adobe

Come progettare il tuo CMS per garantire la flessibilità dello stack tecnologico.

Un CMS dovrebbe essere in grado di supportare un approccio di distribuzione headless, tradizionale o ibrido, con la possibilità di gestire contenuti cross-channel in un hub centrale. In questo modo, i team potranno pubblicare contenuti su tutti i front-end, tra cui app a pagina singola, app mobile, IoT e non solo.

Distribuzione headless	Distribuzione tradizionale	Distribuzione ibrida
I contenuti vengono archiviati e gestiti separatamente dall'applicazione rivolta all'utente, quindi possono essere distribuiti su più piattaforme e dispositivi senza essere vincolati a un unico sistema front-end.	I contenuti e i loro canali di presentazione sono integrati. In genere, l'approccio tradizionale è pensato per la distribuzione su una piattaforma specifica.	Combinando gli approcci headless e tradizionali, la distribuzione dei contenuti diventa flessibile. L'approccio ibrido consente di mantenere la distribuzione tradizionale per casi d'uso specifici.

Le organizzazioni cercano anche un'altra caratteristica in un CMS: la componibilità. Questa consente di aggiornare, modificare e assemblare risorse come immagini, testi o contenuti multimediali in modo che si adattino senza problemi alle diverse piattaforme. La possibilità di modificare un componente come un banner web o l'immagine di un prodotto in una posizione centrale migliora l'efficienza operativa. Le modifiche vengono applicate istantaneamente in tutte le posizioni in cui è utilizzata la risorsa.

Il team ha bisogno di	Funzionalità CMS chiave
Apportare e visualizzare in anteprima le modifiche a tutti i contenuti nel contesto dell'esperienza di progettazione e in tempo reale	Anteprima e modifica in tempo reale, indipendentemente dal framework front-end o dalla posizione di rendering
Strumenti per riutilizzare e distribuire i contenuti su tutte le tue proprietà digitali	Sviluppo di contenuti modulari e indipendenti dal canale che possono essere creati una sola volta e pubblicati su qualsiasi superficie digitale

Sistema che semplifica l'accesso ai contenuti per i team di sviluppo, garantendo esperienze veloci in stile app su tutte le piattaforme

Linguaggio di query progettato per distribuire frammenti di contenuto alle applicazioni client tramite API

Integrazione con applicazioni interne e di terze parti senza costi infrastrutturali

Endpoint API predefiniti per le applicazioni, che possono essere utilizzati per personalizzare le estensioni e crescere più velocemente

[Esplora le funzionalità del CMS headless.](#)

6. Sviluppa rapidamente esperienze web e app senza sacrificare le prestazioni.

Il tuo CMS dovrebbe consentire ai team di sviluppo di lanciare facilmente nuove esperienze web e app, con un punto di partenza ottimizzato e compatibilità con i framework preferiti per massimizzare l'efficienza. Cicli di sviluppo lunghi e complicati non fanno altro che rallentare i team, ostacolando la funzionalità web e ritardando il lancio di nuovi siti o pagine.

54% 

Il 54% dei profili in ambito marketing e sviluppo considera il deficit di competenze o la mancanza di personale specializzato come uno dei tre problemi principali.

Fonte: Adobe

Cosa serve al tuo CMS per accelerare lo sviluppo di siti web e app.

L'approccio migliore consente di svolgere in parallelo le attività di creazione, progettazione e codifica, a differenza del tradizionale processo di sviluppo lineare in cui le varie fasi avvengono in sequenza, limitando la flessibilità e la velocità del processo di sviluppo.

Il team ha bisogno di

Funzionalità CMS chiave

Punti di partenza personalizzabili per consentire ai team di sviluppo di lavorare più velocemente

Codice boilerplate ottimizzato per accelerare lo sviluppo, ridurre al minimo il codice non necessario e garantire tempi di caricamento delle pagine più rapidi

Cicli di sviluppo più veloci con meno dipendenze

Approccio flessibile allo sviluppo, in cui i team che gestiscono i contenuti, lo sviluppo e la progettazione lavorano in parallelo, anziché dipendere l'uno dall'altro

Funzionalità che consentano ai team distribuiti di convalidare le modifiche al codice con i contenuti in produzione durante il processo di sviluppo

Anteprima del codice creata automaticamente per consentire ai team di sviluppo di visualizzare in anteprima gli ambienti per ogni ramo del codice sorgente

Modificare e gestire facilmente applicazioni a pagina singola (SPA) senza operazioni di codifica

Editor di layout drag-and-drop e funzionalità di anteprima dal vivo per consentire ai team di marketing di apportare modifiche in autonomia



Tramite Edge Delivery Services, il team tecnico di Adobe ora è in grado di rilasciare funzionalità su Adobe.com 2,5 volte più velocemente.

[Guarda il video per conoscere la nostra storia.](#)

[Esplora le funzionalità per uno sviluppo più rapido.](#)

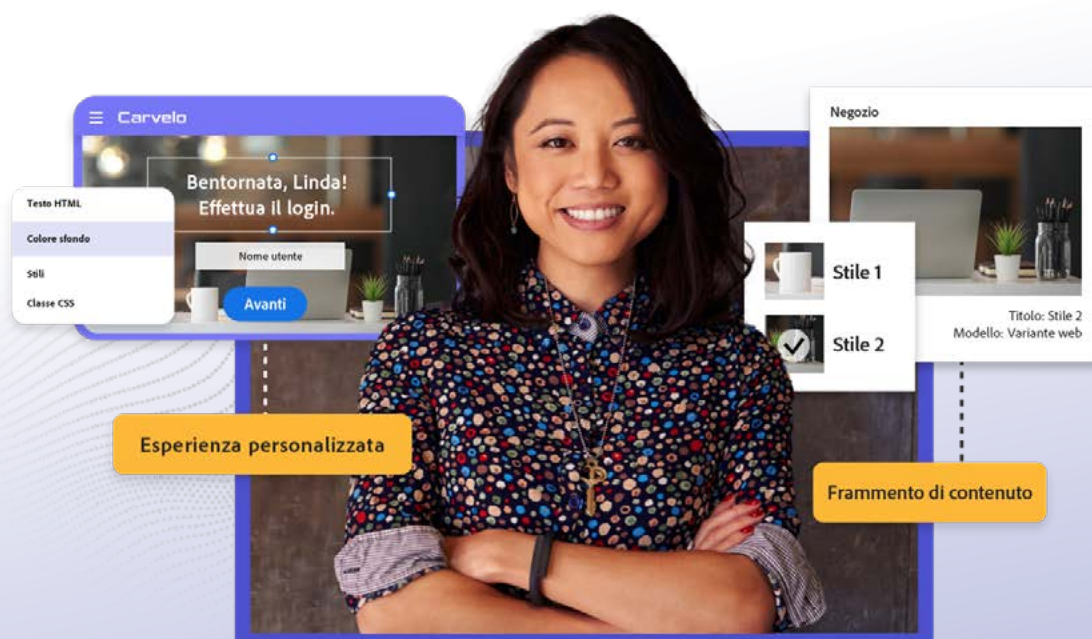
Adobe Experience Manager Sites ha tutte le carte in regola.

Il CMS ideale deve consentire ai team di marketing e sviluppo della tua organizzazione di creare contenuti ad alte prestazioni su qualsiasi proprietà digitale, dal web ai dispositivi mobili fino alle app.

Experience Manager Sites è un CMS leader del settore che migliora sensibilmente la velocità di sviluppo, produzione, pubblicazione e caricamento delle pagine su dispositivi e canali diversi per tenere il ritmo del business digitale.

Affidati alle funzionalità del nostro CMS all'avanguardia e alla nostra leadership riconosciuta nel settore per mantenere la tua organizzazione sempre un passo avanti.

[Scopri di più su come Adobe Experience Manager Sites può aiutarti a massimizzare le prestazioni dei tuoi siti web.](#)



Fonti

"[Faster, More Engaging Websites](#)" (Siti web più veloci e coinvolgenti), video di Adobe, Experience Manager Sites, 10 ottobre 2023.

Katherine Haan, "[Top Website Statistics for 2024](#)" (Principali statistiche relative ai siti web per il 2024), Forbes, 2 aprile 2024.

Khalid Saleh, "[The State of Omnichannel Shopping — Statistics and Trends](#)" (Lo stato dello shopping omnicanale: statistiche e tendenze), Invesp, 18 aprile 2023.

"[Milliseconds Make Millions](#)" (I millisecondi fruttano milioni), Deloitte, 2020.

"[Providing Lifelong Value for Pet Owners](#)" (Offrire valore a vita a chi possiede animali domestici), Adobe, 17 ottobre 2023.

"[Orientarsi nel panorama dell'esperienza digitale](#)," Adobe, 3 agosto 2023.

Smriti Chawla, "[CRO Industry Insights from Our In-App Survey Results](#)", (Approfondimenti di settore sull'ottimizzazione del tasso di conversione dai risultati del nostro sondaggio in-app), VWO, 22 dicembre 2023.

Adobe

Adobe e il logo Adobe sono marchi o marchi registrati di Adobe negli Stati Uniti e/o in altri paesi.

© 2024 Adobe. All rights reserved.