



Mehr geschäftliche Agilität mit Adobe Commerce.

So unterstützt euch die modulare Plattform von Adobe Commerce bei der schnellen Anpassung an neue Marktanforderungen.

IT-Führungskräfte in Unternehmen sind immer stärker für Geschäftsergebnisse verantwortlich. In einer kürzlich durchgeföhrten Studie von Forrester gab ein Drittel (33 %) der IT-Entscheidungstragenden in US-Unternehmen an, dass bei ihnen die Verbesserung der Customer Experience oberste Priorität hat. Deshalb arbeiten sie jetzt mit Marketing und anderen Teams zusammen, um hochgradig personalisierte Erlebnisse zu liefern und die Online-Conversion-Rates zu steigern – und dabei die Kosten für die Infrastruktur effektiv und moderat zu halten.

Doch das ist leichter gesagt als getan. Die heutigen Ökosysteme im E-Commerce sind komplex. Die meisten Unternehmen nutzen zahlreiche Services, die häufig von unterschiedlichen Anbietern stammen und miteinander verbunden werden müssen, um für Geschäfts- und Privatkundschaft eine kohärente Customer Experience bereitzustellen. Die meisten modernen Software-Lösungen verfügen über ein API. Doch aufgrund der unterschiedlichen Schemata, Erweiterungsmodelle und Entwicklungs-Tools müssen komplexe Punkt-zu-Punkt-Integrationen erstellt werden. Im Laufe der Zeit können daraus E-Commerce-Umgebungen entstehen, die fehleranfällig, schwer anpassbar und teuer in der Wartung sind. IT-Teams sind dadurch gezwungen, sich mehr um die Aufrechterhaltung des Betriebs zu kümmern als innovative Ideen zu entwickeln. So hat eine Forrester-Studie offenbart, dass technische Schuld zu den drei größten Herausforderungen von Software-Entscheidungstragenden gehört.

Für Erweiterbarkeit konzipiert.

Mit den zahlreichen Erweiterungspunkten von Adobe Commerce können Entwicklungs-Teams native Funktionen erweitern und mit Drittanbieterlösungen integrieren, um rasch auf neue Marktanforderungen zu reagieren.

Zu den Erweiterungspunkten von Adobe Commerce gehören:

- Umfassende GraphQL- und REST-API-Abdeckung für Storefront- und Backoffice-Use-Cases
- Single Page Applications, die sicher in die Admin-Benutzeroberfläche integriert werden können, um benutzerdefinierte E-Commerce-Funktionen anzubieten
- Einfügen von Logik in native Adobe Commerce-Prozesse in Echtzeit
- Über 700 Ereignisse, einschließlich Produkt-, Auftrags- und Kundenaktualisierungen, für die Erstellung ereignisgesteuerter Integrationen

Adobe Commerce meistert betriebliche Herausforderungen durch robuste APIs, Entwicklungs-Tools, Erweiterungspunkte und Laufzeit-Services und lässt sich nahtlos integrieren. So können neue Funktionen schnell eingeführt, Daten über Systeme hinweg ausgetauscht und die Wartungskosten von Anpassungen und Integrationen niedrig gehalten werden. In diesem Leitfaden erfahrt ihr, wie die Strategie von Adobe Unternehmen dabei unterstützt, ihre Agilität zu steigern, die Customer Experience zu verbessern und mehr Erkenntnisse aus Daten zu gewinnen.

Unsere drei Säulen für agile E-Commerce-Plattformen.

Der Ansatz von Adobe in Bezug auf die Plattformarchitektur basiert auf unserer Erfahrung mit Hunderten E-Commerce-Kundinnen und -Kunden sowie den Anforderungen von Geschäftsanwendenden und Entwickelnden. Dieser Ansatz basiert auf drei Säulen.

Säule Nr. 1: Microservices, die für verbesserte Effizienz und Skalierbarkeit sorgen.

Die Verwaltung von zahlreichen Microservices kann ebenso schwierig und kostspielig sein wie die Wartung einer einzigen umfassenden Plattform. Eine übergroße Zahl an Microservices kann aufgrund zahlreicher API-Aufrufe die Systemleistung mindern. Darüber hinaus machen unzählige benutzerdefinierte Connectoren und APIs ein System unnötig komplex. Adobe vereinfacht dies durch ein optimiertes Set von Microservices, die die Bereitstellung beschleunigen und eine schnelle Skalierung ermöglichen, wobei sie einfach zu verwalten sind. Darin enthalten sind Services für:



Suche und Merchandising



Erlebnis-Management



Katalog und Preise



Erweiterbarkeit und Integration

Unsere Microservices sind so konzipiert, dass neue Funktionen schnell bereitgestellt werden können und sie gleichzeitig die hohen Skalierungsanforderungen unserer Unternehmenskunden erfüllen. Außerdem stellen wir sicher, dass unsere Microservices

- ohne großen Entwicklungsaufwand zusammenarbeiten,
- keine Latenzen verursachen durch isolierte Komponenten, die häufig miteinander kommunizieren müssen,
- ein einheitliches Entwicklungserlebnis bieten.

Säule Nr. 2: Modularität durch Orchestrierung.

Der Zeit- und Ressourcenaufwand für die Integration mehrerer Services führt häufig zu Engpässen, durch die Innovationen gebremst und Kosten erhöht werden. Das [API Mesh](#) von Adobe orchestriert nahtlos die Services, die für die Bereitstellung von Customer Experiences im E-Commerce benötigt werden, wie z. B. Preise aus einem ERP, Produktdetails aus Adobe Commerce oder Bilder aus einem System für Digital Asset Management.

Diese Lösung bietet verbesserte Flexibilität für die Storefront, da sie für den jeweiligen Kanal optimierte Rückmeldungen liefert und APIs wie GraphQL, REST und SOAP in einem einzigen Endpunkt vereint. Die Ergebnisse sind schnellere Integrationen, reibungslose Skalierbarkeit und geringere Wartungskosten.

Mit API Mesh könnt ihr:

- **Standardisieren.** Konfiguriert euer API durch einfache Anpassungen für alle Adobe- und Drittanbieter-Services, einschließlich Legacy-Systemen.
- **Erweitern.** Erweitert und transformiert das API in einer Low-Code-Umgebung.
- **Skalieren.** Verteilt und cacht euer API weltweit.

Services, die gut zusammenpassen.

Durch die Verwendung von API Mesh verzeichnete das Adobe Commerce-Entwicklungs-Team bei der **Integration von Services einen Zeitgewinn von 52 % und bei der Projektentwicklung einen Zeitgewinn von 10 %.**

Säule Nr. 3: Datenaustausch gemäß Standards.

Die Erstellung einheitlicher Kundenprofile kann eine Herausforderung sein, wenn Kundschaft mit mehreren Touchpoints interagiert. Unterschiedliche Systeme können unterschiedliche Methoden zur Erfassung und Darstellung von Kundeneignissen verwenden. Entwicklungs-Teams sind dadurch gezwungen, Programme kanalspezifisch zu schreiben und zu warten – ein zeit- und kostenintensiver Vorgang, der jedoch für die Bereitstellung personalisierter Erlebnisse erforderlich ist.

Adobe Commerce bietet ein standardisiertes Datenschema. Dies ermöglicht die optimierte Erfassung von Ereignisdaten, die Anreicherung von Kundenprofilen und die nahtlose Datenaktivierung auf allen Kanälen. Dadurch können konsistente, personalisierte Erlebnisse während der gesamten Customer Journey bereitgestellt werden, ohne dass viel Zeit in die Programmierung gesteckt werden muss. Zu den wichtigsten Funktionen gehören:

- Eine standardisierte, ereignisgesteuerte Datenschicht, die mit allen Adobe- und Drittanbieter-Storefronts funktioniert.
- Eine XDM-Spezifikation (Experience Data Model) zum Austausch von Erlebnisereignissen zwischen verschiedenen Services.
- Die Stärke von Adobe Experience Platform, um Kundenprofile anzureichern sowie Zielgruppensegmente zu erstellen und kanalübergreifend zu aktivieren.
- Die Möglichkeit, Segmente zentral zu erstellen und zu verwalten und dann während der gesamten Customer Journey auf Adobe- und Drittanbieter-Kanälen zu aktivieren.

Vorteile für die Entwicklung.

Mit Adobe Commerce stehen IT-Teams zahlreiche Erweiterungspunkte, Entwicklungs-Tools und Laufzeit-Services zur Verfügung, mit denen sie spezielle, von Unternehmen benötigte Funktionen erstellen können.

Server-lose Erweiterbarkeit.

Mit einer von Adobe verwalteten server-losen Plattform hat das Entwicklungs-Team mehr Zeit für Innovationen, anstatt Infrastruktur zu provisionieren, zu verwalten und zu skalieren.

**Kostengünstige Integration.
Umfassender Datenzugriff.**

Diese Datenfunktionen senken die Integrationskosten und ermöglichen den produktübergreifenden Datenaustausch über eine einmalig eingerichtete Benutzeroberfläche.

↓ 98 %

Ein einheitliches Entwicklungserlebnis.

Einheitliche Web-Konsolen und CLI-Tools (Command Line Interface) sind sowohl mit Adobe-Produkten als auch Drittanbieterlösungen kompatibel und lassen sich mühelos mit vorhandenen Entwicklungs-Tools und Workflows integrieren.

Einfachere Protokollierung und Überwachung.

Mithilfe einheitlicher Protokollierung und Überwachung können Entwicklungs-Teams verschiedene Services einfach nachverfolgen, was die Fehlerbehebung in ihren Programmen erleichtert.

Schneller Einstieg durch skalierbare, sichere und rechtskonforme E-Commerce-Funktionen.

Adobe bietet eine umfassende Suite von Services, mit denen E-Commerce-Erlebnisse bereitgestellt werden können. Oftmals haben Unternehmen bereits in Lösungen von Drittanbietern investiert, von denen eine Migration entweder schwierig ist oder die ihren Anforderungen besser entsprechen. Mit Adobe könnt ihr genau die Services auswählen, die ihr benötigt, und sie nahtlos mit euren bereits vorhandenen Lösungen integrieren. Die folgende Tabelle veranschaulicht, wie Unternehmen Adobe einsetzen.

Nur die E-Commerce-Hauptfunktionen: skalierbar, sicher, rechtskonform.	<ul style="list-style-type: none">• Nutzt Funktionen wie den Katalog, den Warenkorb, Kundenkonten und mehr in der hoch skalierbaren, sicheren Adobe Commerce Foundation.• Verwendet API Mesh, um Adobe- und Drittanbieter-APIs in einer einheitlichen GraphQL-Umgebung zu orchestrieren.• Erstellt mit App Builder ereignisgesteuerte, Cloud-native Backoffice-Integrationen.
Datengestützter E-Commerce: hyperpersonalisierte Einkaufserlebnisse.	<ul style="list-style-type: none">• Beginnt mit unseren E-Commerce-Hauptfunktionen.• Erweitert sie mit den Adobe-Services für Search- und Merchandising-Funktionen in bestehenden oder Drittanbieter-Storefronts. Sie arbeiten nativ mit unseren E-Commerce-Hauptfunktionen zusammen.• Integriert unsere standardbasierte Datenschicht in eure Storefront, um Besucherdaten zu erfassen und personalisierte Erlebnisse bereitzustellen.
Erlebnisgestützter E-Commerce: blitzschnelle Zusammenstellung und Bereitstellung von Erlebnissen.	<ul style="list-style-type: none">• Fügt Edge Delivery Services in Adobe Experience Manager hinzu und nutzt hochqualitative Tools zur Erstellung und Verwaltung von Assets sowie eine auf einem Mikro-Frontend basierende, leistungsstarke Storefront.• Erstellt Erlebnisse durch die Kombination von E-Commerce-Funktionen mit Inhalten und Assets aus Adobe Experience Manager, um ansprechende Einkaufserlebnisse zu bieten.• Mit Edge Delivery könnt ihr jedes beliebige Frontend-Framework verwenden, da Edge Delivery auf Web-Standards basiert.

Mit Adobe Commerce erreicht ihr eure Unternehmensziele schneller.

Adobe Commerce bietet Unternehmen eine Vielzahl von Funktionen in den Bereichen E-Commerce, Merchandising und Erlebnis-Management. Mithilfe unserer leistungsstarken Erweiterungs- und Entwicklungs-Tools können IT-Teams flexibel die Services von Drittanbietern ihrer Wahl mit Adobe Commerce integrieren, um Geschäftsziele schneller zu erreichen und gleichzeitig die technische Schuld zu reduzieren.

Quelle.

Rachel Kwon, Fiona Mark, „[Strategic Collaborations in Tech: The CEO-CIO Partnership](#)“, Forrester, 1. Dezember 2023.

