



**Adobe**

# Adobe Commerce से बिज़नेस फ़ुर्ती के लिए बनाना.

Adobe Commerce का कम्पोज़ेबल प्लेटफ़ॉर्म आपको बिज़नेस की बदलती हुई ज़रूरतों के साथ तेज़ी से ढलने में कैसे मदद करता है.

टेक्नोलॉजी लीडर्स बिज़नेस परिणामों के लिए ज़्यादा से ज़्यादा ज़िम्मेदार हैं. Forrester द्वारा हाल ही में की गई एक स्टडी में US के एक-तिहाई (33%) एंटरप्राइज़ टेक्नोलॉजी से संबंधित फैसले करने वालों ने कहा कि [कस्टमर एक्सपीरिएंस में सुधार करना उनकी मुख्य प्राइऑरिटी है](#). वे अब इनफ़्रास्ट्रक्चर खर्च को असरदार और मैनेजेबल रखते हुए — बेहद पर्सनलाइज़्ड एक्सपीरिएंसेज़ डिलीवर करने और ऑनलाइन कन्वर्शन रेट्स को बढ़ाने के लिए मार्केटिंग और दूसरी टीम के साथ पार्टनरशिप कर रहे हैं.

यह कहना जितना आसान है, करना उतना आसान नहीं है. आज के कॉमर्स ईकोसिस्टम्स पेचीदा हैं. ज़्यादातर बिज़नेसेज़ अक्सर मल्टीपल वेंडर्स से बेशुमार सर्विसेज़ पर निर्भर करते हैं, और कोहेसिव बिज़नेस यूज़र और शॉप पर एक्सपीरिएंस डिलीवर करने के लिए इन्हें साथ लाने की ज़रूरत होती है. ज़्यादातर मॉडर्न सॉफ़्टवेयर API के साथ डिलीवर किया जाता है — लेकिन अलग-अलग तरह की स्कीमाज़, एक्सटेंसिबिलिटी मॉडल्स, और डेवलपर टूल्स के लिए पेचीदा प्वाइंट-टू-प्वाइंट इंटीग्रेशंस बनाने की ज़रूरत होती है. समय बीतने के साथ-साथ इनसे ऐसा कॉमर्स वातावरण बन सकता है जो कमज़ोर, बदलने में मुश्किल होता है, और जिसे बरकरार रखना महंगा होता है. IT टीम को अपना फ़ोकस इनोवेशन से "चीजों को रनिंग बनाए रखने" पर शिफ़्ट करने के लिए मज़बूर किया जाता है. दरअसल Forrester की रिसर्च दिखाती है कि टेक्निकल कर्ज़ सॉफ़्टवेयर संबंधी फैसले लेने वालों के मुख्य तीन चैलेंजेज़ में से है.

# एक्सटेंसिबिलिटी के लिए बना.

विशाल एक्सटेंशन प्वाइंट्स से, Adobe Commerce डेवलपर्स नेटिव क्षमताओं को बढ़ा पाते हैं और बिज़नेस की ज़रूरतों को तेज़ी से पूरा करने के लिए थर्ड-पार्टी सॉल्यूशंस के साथ इंटीग्रेट कर पाते हैं.

**Adobe Commerce एक्सटेंशन प्वाइंट्स में निम्न शामिल हैं:**

- स्टोरफ्रंट और बैक-ऑफिस यूज़ केसेज़ के लिए विशाल GraphQL और REST API कवरेज
- ऐसे सिंगल-पेज ऐप्स जिन्हें आप कस्टम मर्चेंट क्षमताओं देने के लिए सिम्प्लेक्स डैशबोर्ड से Admin UI में इंजेक्ट कर सकते हैं
- नेटिव Adobe Commerce प्रोसेसिंग में लॉजिक का रियल-टाइम इंजेक्शन
- ईवेंट-ड्रिवन इंटीग्रेशंस बनाने के लिए प्रोडक्ट, ऑर्डर, और कस्टमर अपडेट्स समेत 700 से ज़्यादा ईवेंट्स

Adobe Commerce को सीमलेस इंटीग्रेशन के लिए मज़बूत APIs, डेवलपर टूल्स, एक्सटेंशन प्वाइंट्स, और रनटाइम सर्विसेज़ के साथ बिज़नेस चैलेंजेज़ से निपटने के लिए डिज़ाइन किया गया है. इससे आप जल्दी से नए फ़ीचर्स लॉन्च कर पाते हैं, सभी सिस्टम्स के बीच डेटा शेयर कर पाते हैं, और कस्टमाइज़ेशंस और इंटीग्रेशंस के रखरखाव के खर्च को कम कर पाते हैं. इस गाइड में आप जानेंगे कि Adobe अप्रोच बिज़नेस को ज्यादा चुस्त बनाने, कस्टमर एक्सपीरिएंस में सुधार करने, और डेटा से अधिक इनसाइट्स पाने में कैसे मदद कर रही है.

## चुस्त कॉमर्स प्लेटफ़ॉर्म के हमारे तीन पिलर्स.

Adobe में प्लेटफ़ॉर्म आर्किटेक्चर के लिए हमारी अप्रोच सैकड़ों कॉमर्स कस्टमर्स के साथ हमारे एक्सपीरिएंस और बिज़नेस यूज़र्स और डेवलपर्स, दोनों की ज़रूरतों पर आधारित है. इसके तीन पिलर्स हैं.

### पिलर #1: माइक्रोसर्विसेज़ जो एफ़िशिएंसी और स्केलेबिलिटी बढ़ाती हैं.

बड़ी संख्या में माइक्रोसर्विसेज़ को मैनेज करना किसी सिंगल ऑल-एनकम्पासिंग प्लेटफ़ॉर्म को मैनेज करने जितना मुश्किल और खर्चीला हो सकता है. सैकड़ों माइक्रोसर्विसेज़ बेशुमार API कॉल्स के कारण परफ़ॉर्मेंस को खतरे में डाल सकती हैं और बहुत-से कस्टमर कनेक्ट्स और APIs के साथ पेचीदगी पैदा कर सकती हैं. Adobe इस्तेमाल में तेज़ी लाने और तेज़ रफ़्तार से स्केलिंग करने के लिए डिज़ाइन की गई मैनेज करने में आसान माइक्रोसर्विसेज़ का स्ट्रीमलाइन किया गया सेट ऑफ़र करके इसे आसान बनाता है. इसमें इसके लिए सर्विसेज़ शामिल हैं:



सर्च और मर्चेंडाइज़िंग



एक्सपीरिएंस मैनेजमेंट



कैटलॉग और प्राइसिंग



एक्सटेंसिबिलिटी और इंटीग्रेशन

हमारी माइक्रोसर्विसेज़ हमारे एंटरप्राइज़ कस्टमर्स की हाई स्केलेबिलिटी ज़रूरतों को सपोर्ट करते हुए नए फ़ीचर्स को तेज़ी से रिलीज़ करने के मकसद से बनाई जाती हैं। इसके साथ ही, हम अपनी माइक्रोसर्विसेज़ एनश्रोर करते हैं:

- पेचीदा डेवलपमेंट की ज़रूरत के बिना साथ मिलकर काम करें
- जिन कम्पोनेंट्स को बार-बार कम्यूनिकेट करने की ज़रूरत हो, उन्हें अलग-अलग करके धीमापन न लाएँ
- यूनिफ़ाइड डेवलपर एक्सपीरिएंस प्रदान करें.

## पिलर #2: ऑर्केस्ट्रेशन के ज़रिए कम्पोज़ेबिलिटी.

बहुत-सी सर्विसेज़ को इंटीग्रेट करने में लगने वाला समय और रिसोर्सेज़ अक्सर रुकावटें पैदा करते हैं जो इनोवेशन को धीमा कर सकते हैं और खर्च बढ़ा सकते हैं। Adobe का [API Mesh](#) ERP से प्राइसिंग, Adobe Commerce से प्रोडक्ट डिटेल्स, या डिजिटल एसेट मैनेजमेंट सिस्टम से इमेजेज़ जैसे कॉमर्स एक्सपीरिएंसेज़ के लिए ज़रूरी सर्विसेज़ को सीमलेस रूप से ऑर्केस्ट्रेट करता है।

यह सॉल्यूशन चैनल-ऑप्टिमाइज़्ड रिस्पॉन्सेज़ डिलीवर करते हुए और GraphQL, REST, और SOAP जैसे APIs को सिंगल एंडपवाइंट में यूनिफ़ाई करते हुए स्टोरफ्रंट में लचीलापन वापस लाता है। इसका नतीजा होता है तेज़ इंटीग्रेशंस, बेहतर स्केलेबिलिटी, और रखरखाव का कम खर्च।

### API Mesh से आप ये कर पाते हैं:

- **स्टैंडर्डाइज़ करें.** Adobe और थर्ड-पार्टी सर्विसेज़, यहाँ तक कि लेगसी सिस्टम्स में आसान कॉन्फ़िगरेशंस के ज़रिए अपने API को कॉन्फ़िगर करें.
- **बढ़ाएँ.** अपने API को लो-कोड एनवायरनमेंट में विस्तृत बनाएँ और ट्रांसफ़ॉर्म करें.
- **स्केल करें.** अपने API को पूरी दुनिया में डिस्ट्रीब्यूट और कैश करें.

**ऐसी सर्विसेज़ जो एक-दूसरे के साथ अच्छी तरह से घुल-मिल जाती हैं.**

Adobe Commerce डेवलपर्स ने API Mesh का इस्तेमाल करते हुए सर्विस इंटीग्रेशन समय में **52% की कमी** और **प्रोजेक्ट डेवलपमेंट टाइम में 10% की गिरावट** देखी.

## पिलर #3: स्टैंडर्ड्स के ज़रिए डेटा एक्सचेंज.

जब कस्टमर्स बहुत-से टचप्वाइंट्स से इंटरैक्ट करते हैं तब यूनिफ़ाइड कस्टमर प्रोफ़ाइल्स बनाना चैलेंजिंग हो सकता है। हर सिस्टम कस्टमर ईवेंट्स को कैप्चर करने और रिप्रेजेंट करने के लिए अलग तरीकों का इस्तेमाल कर सकता है जिसके कारण डेवलपर्स को चैनल-स्पेसिफ़िक कोड लिखना और मेंटेन करना पड़ता है, इस तरह पर्सनलाइज़्ड एक्सपीरिएंसेज़ डिलीवर करने के लिए समय लेने वाले और खर्चीले प्रोसेस की ज़रूरत है।

Adobe Commerce ईवेंट डेटा को कैप्चर करने को स्ट्रीमलाइन करते हुए, कस्टमर प्रोफ़ाइल्स को बेहतर बनाते हुए, और सभी चैनल्स में सीमलेस डेटा एक्टिवेशन की संभव बनाते हुए स्टैंडर्डाइज़्ड डेटा स्कीमा देता है। इससे कोडिंग में कम समय खर्च करते हुए पूरी कस्टमर जर्नी में कंसिस्टेंट, पर्सनलाइज़्ड एक्सपीरिएंसेज़ एनशोर हो पाते हैं। मुख्य फ़ीचर्स में ये शामिल हैं:

- ऐसी स्टैंडर्डाइज़्ड, ईवेंट-ड्रिवन डेटा लेयर जो Adobe और थर्ड-पार्टी स्टोरफ़्रंट्स में काम करती है।
- सभी सर्विसेज़ में एक्सपीरिएंस ईवेंट्स को एक्सचेंज करने के लिए Experience Data Model (XDM) स्पेसिफ़िकेशन।
- कस्टमर प्रोफ़ाइल्स को बेहतर बनाने, ऑडिऐंस सेगमेंट्स बनाने, और सभी चैनल्स में उन्हें एक्टिवेट करने के लिए Adobe Experience Platform की ताकत।
- सेंट्रल ढंग से सेगमेंट्स को बनाने और मैनेज करने, और उसके बाद Adobe और थर्ड-पार्टी चैनल्स के ज़रिए कस्टमर जर्नी में उन्हें एक्टिवेट करने की काबिलियत।

## डेवलपर्स को कैसे लाभ होता है.

Adobe Commerce से, IT टीम को बिज़नेसेज़ की ज़रूरत के मुताबिक अलग-अलग क्षमताएँ बनाने के लिए विशाल एक्सटेंशन प्वाइंट्स, डेवलपर टूल्स, और रनटाइम सर्विसेज़ मिलती हैं।

## सर्वरलेस एक्सटेंसिबिलिटी.

Adobe-मैनेज्ड सर्वरलेस प्लेटफ़ॉर्म से डेवलपर्स इनफ़्रास्ट्रक्चर को प्रोविज़न, मैनेज, और स्केल करने के बजाय इनोवेट करने में ज़्यादा समय बिता पाते हैं।

## यूनिफ़ाइड डेवलपर एक्सपीरिएंस.

यूनिफ़ाइड वेब कंसोल्स और CLI टूल्स मौजूदा डेवलपर टूल्स और वर्कफ़्लोज़ के साथ इंटीग्रेट करते हुए Adobe प्रोडक्ट्स और थर्ड-पार्टी सॉल्यूशंस में काम करते हैं।

**कम में इंटीग्रेट करें. अधिक स्थानों में डेटा देखें.**

इन डेटा फ़ीचर्स से इंटीग्रेसन के खर्च में **↓98%** कमी आती है और साथ ही यह क्रॉस-प्रोडक्ट डेटा शेयरिंग के लिए वन-टाइम UI-ओनली सेटअप है.

## ज़्यादा आसान लॉगिंग और मॉनिटरिंग.

डेवलपर्स यूनिफ़ाइड लॉगिंग और ऑब्ज़र्वेबिलिटी से आसानी से बहुत-सी सर्विसेज़ को मॉनिटर कर सकते हैं जिससे उनके ऐप्स को ट्रबलशूट करना ज़्यादा आसान हो जाता है.

## स्केलेबल, सिक्योर और कंप्लायंट कॉमर्स क्षमताओं के साथ तेज़ी से लॉन्च करें.

Adobe डिजिटल कॉमर्स एक्सपीरिएंसज़ बनाने के लिए सर्विसेज़ का विशाल स्वीट देता है. अक्सर हो सकता है कि बिज़नेसेज़ पहले ही थर्ड-पार्टी सॉल्यूशंस में इनवेस्ट कर चुके हों जिनसे या तो माइग्रेट करना मुश्किल होता है या जो उनकी ज़रूरतों के ज़्यादा मुताबिक होते हैं. Adobe से आप ठीक वही सर्विसेज़ चुन सकते हैं जिनकी आपको ज़रूरत है और उन्हें अपने मौजूदा सॉल्यूशंस के साथ सीमलेस रूप से इंटीग्रेट कर सकते हैं. नीचे दिए गए टेबल में वर्णन किया गया है कि बिज़नेसेज़ Adobe का कैसे इस्तेमाल करते हैं.

### सिर्फ़ कोर कॉमर्स:

स्केलेबल, सिक्योर, कंप्लायंट.

- कैटलॉग, कार्ट, कस्टमर अकाउंट्स आदि जैसी क्षमताओं को बेहद स्केलेबल, सिक्योर Adobe Commerce Foundation में मैनेज करें.
- Adobe और थर्ड-पार्टी APIs को यूनिफ़ाइड GraphQL एनवायरमेंट में ऑर्किस्ट्रेट करने के लिए API Mesh का लाभ उठाएँ.
- App Builder का इस्तेमाल करते हुए ईवेंट-ड्रिवन, क्लाउड-नेटिव, बैक-ऑफिस इंटीग्रेशंस बनाएँ.

### डेटा-ड्रिवन कॉमर्स:

हाइपर-पर्सनलाइज़्ड शॉपिंग एक्सपीरिएंसज़.

- हमारी अहम कॉमर्स क्षमताओं से शुरू करें.
- खोजने और मौजूदा या थर्ड-पार्टी स्टोरफ्रंट्स में मर्चेन्डाइज़िंग के लिए Adobe की मर्चेन्डाइज़िंग सर्विसेज़ ऐड करें — वे हमारे कोर कॉमर्स के साथ नेटिव रूप से काम करती हैं.
- विज़ुअल डेटा को कैप्चर करने और पर्सनलाइज़्ड एक्सपीरिएंसज़ को बढ़ावा देने के लिए अपने स्टोरफ्रंट में स्टैंडर्ड्स-बेस्ड डेटा लेयर का इस्तेमाल करें.

### एक्सपीरिएंस-ड्रिवन कॉमर्स:

बिजली-सा तेज़ एक्सपीरिएंस कंपोज़ीशन और डिलीवरी.

- माइक्रो-फ्रंट-एंड-बेस्ड, हाई-परफॉर्मेंस स्टोरफ्रंट के साथ ताकतवर ऑथरिंग और एसेट मैनेजिंग टूल्स पाने के लिए Adobe Experience Manager में Edge Delivery Services ऐड करें.
- बेहतर शॉपिंग एक्सपीरिएंसज़ डिलीवर करने के लिए Adobe Experience Manager कॉन्टेंट और एसेट्स के साथ Commerce क्षमताओं को मिलाकर एक्सपीरिएंसज़ बनाएँ.
- Edge Delivery के साथ अपनी पसंद का कोई भी फ्रंट-एंड फ्रेमवर्क अपनाएँ क्योंकि यह वेब स्टैंडर्ड्स पर निर्भर करता है.

## Adobe Commerce से बिज़नेस वैल्यू अधिक तेज़ी से डिलीवर करें.

Adobe Commerce बिज़नेसेज़ को डिजिटल कॉमर्स, मर्चेन्डाइज़िंग, और एक्सपीरिएंस मैनेजमेंट को सपोर्ट करने के लिए फ़्रीचर्स का रिच सेट ऑफ़र करता है. हमारे ताकतवर एक्सटेंसिबिलिटी और डेवलपर टूल्स के ज़रिए IT टीम के पास टेक्निकल कर्ज़ को कम करते हुए बिज़नेस गोल्स को तेज़ी से डिलीवर करने के लिए अपनी पसंद की थर्ड-पार्टी सर्विसेज़ को Adobe Commerce के साथ इंटीग्रेट करने का लचीलापन होता है.

सोर्स

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

# Adobe

© 2025 Adobe. All rights reserved.

Adobe, the Adobe logo, and Adobe Commerce, are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries. All other trademarks are the property of their respective owners.