



**Adobe**

# Sviluppa un business più agile con Adobe Commerce

Come usare la piattaforma Adobe Commerce per adattarti rapidamente alle esigenze in evoluzione.

Chi controlla la tecnologia ha un'influenza crescente sui risultati aziendali. Secondo uno studio recente di Forrester, un terzo (33%) di chi prende decisioni in ambito tecnologico nelle imprese degli Stati Uniti ritiene [che il miglioramento della customer experience sia una priorità massima](#). Ecco perché queste figure hanno iniziato a collaborare con i team di marketing per fornire esperienze personalizzate e aumentare il tasso di conversione online, pur mantenendo un'infrastruttura efficace e gestibile.

L'operazione è più complessa di quanto sembri. Gli ecosistemi di e-commerce di oggi sono complessi e gran parte delle aziende usa diversi servizi, spesso di fornitori differenti, che devono essere in qualche modo uniti per offrire un'esperienza coesa per utenti ed acquirenti. La maggior parte dei software moderni include un'API, ma gli schemi, i modelli di estensibilità e gli strumenti di sviluppo differenti richiedono complesse integrazioni punto a punto. Nel tempo, questo può rendere gli ambienti di e-commerce fragili, difficili da modificare e costosi da mantenere. I team IT sono quindi obbligati a spostare l'attenzione dall'innovazione alla gestione quotidiana degli strumenti. La ricerca di Forrester indica che il debito tecnico è una delle tre problematiche principali per chi prende decisioni in ambito software.

## Estensibile per natura

Grazie ai punti di estensione completi, con Adobe Commerce chi sviluppa può estendere le funzionalità native e integrarle con soluzioni di terze parti, per rispondere velocemente alle esigenze aziendali.

I punti di estensione di Adobe Commerce includono:

- Una copertura completa di GraphQL e REST API per le vetrine e il back-office
- App a pagina singola iniettabili in sicurezza nella UI dell'amministratore per fornire strumenti personalizzati agli esercenti
- Iniezione in tempo reale di logica nei processi nativi di Adobe Commerce
- Oltre 700 eventi, tra cui aggiornamenti su prodotti, ordini e clienti, per sviluppare integrazioni basate sugli eventi

Adobe Commerce nasce per gestire le complessità commerciali e include API robuste, strumenti di sviluppo, punti di estensione e servizi di runtime per un'integrazione perfetta. Potrai così lanciare rapidamente nuove funzionalità, condividere i dati tra i sistemi e ridurre i costi di manutenzione legati alla personalizzazione e alle integrazioni. In questa guida potrai scoprire come l'approccio di Adobe aiuta le imprese a diventare più agili, a migliorare la customer experience e a ottenere più insight dai dati.

## I nostri tre pilastri delle piattaforme di e-commerce agile

L'approccio di Adobe all'architettura delle piattaforme si fonda sulla sua esperienza con centinaia di clienti in ambito e-commerce e nella gestione delle esigenze sia degli utenti aziendali che di chi sviluppa. Ecco i tre pilastri del nostro approccio.

### Pilastro n° 1: microservizi che aumentano l'efficienza e la scalabilità

Gestire un gran numero di microservizi può essere tanto difficile e costoso quanto mantenere una piattaforma singola e completa. Centinaia di microservizi possono ridurre le prestazioni a causa delle numerose chiamate API, e generare complessità per il gran numero di API e connettori personalizzati. Adobe agevola il lavoro grazie a una serie di microservizi ottimizzata, che permette una distribuzione più veloce e uno sviluppo su scala più rapido, oltre a una gestione semplificata. La soluzione Adobe comprende servizi per:



Ricerca e merchandising



Gestione dell'esperienza



Catalogo e prezzi



Estensibilità e integrazione

I nostri microservizi permettono di distribuire nuove funzionalità rapidamente e avere la scalabilità di cui hai bisogno. Inoltre, garantiamo che i microservizi:

- funzionano in sinergia senza richiedere uno sviluppo complesso;
- non introducono latenza, isolando i componenti che devono comunicare con frequenza;
- offrono un'esperienza di sviluppo unificata.

## Pilastro n° 2: componibilità attraverso l'orchestrazione

Il tempo e le risorse necessari per integrare servizi diversi crea spesso colli di bottiglia, che possono rallentare l'innovazione e aumentare i costi. La [API Mesh](#) di Adobe orchestra in modo ottimale i servizi necessari, come la definizione dei prezzi tramite ERP, il recupero dei dettagli dei prodotti da Adobe Commerce o delle immagini dai sistemi di gestione delle risorse digitali.

Questa soluzione dona una nuova flessibilità alla vetrina, fornendo risposte ottimizzate per ogni canale e unificando API come GraphQL, REST e SOAP in un solo endpoint. Il risultato è un'integrazione più rapida, una migliore scalabilità e costi di manutenzione inferiori.

Con API Mesh puoi:

- **Standardizzare:** configura la tua API sui servizi Adobe e terzi, anche quelli legacy, attraverso una configurazione semplice
- **Estendere:** amplia e trasforma la tua API in un ambiente low-code
- **Scalare:** distribuisci la tua API e memorizzala nella cache a livello globale

### Servizi interconnessi

Grazie ad API Mesh, chi sviluppa usando Adobe Commerce osserva una **riduzione del 52% nel tempo di integrazione dei servizi** e una **riduzione del 10% nel tempo di sviluppo dei progetti**.

## Pilastro n° 3: scambio di dati attraverso gli standard

Creare profili utente unificati può essere difficile se la clientela interagisce con diversi punti di contatto. Inoltre, i vari sistemi possono usare metodi diversi per acquisire e rappresentare gli eventi cliente, obbligando chi sviluppa a scrivere e mantenere codice specifico per ogni canale: un processo lungo e costoso per fornire un'esperienza personalizzata.

Grazie al suo schema di dati standardizzato, Adobe Commerce ottimizza l'acquisizione di dati sugli eventi, arricchisce i profili cliente e permette l'attivazione ottimale dei dati sui vari canali. In questo modo puoi creare esperienze coerenti e personalizzate in tutto il customer journey, dedicando meno tempo alla programmazione. Ecco alcune delle funzionalità principali:

- un livello di dati standardizzato e basato sugli eventi, adatto a tutti gli strumenti Adobe e alle vetrine di terza parte;
- uno specifico Experience Data Model (XDM) per scambiare eventi delle esperienze tra i vari servizi;
- la potenza della Adobe Experience Platform per arricchire i profili cliente, costruire segmenti di audience e attivarli nei diversi canali;
- la possibilità di creare e gestire i segmenti a livello centrale, per poi attivarli nel customer journey attraverso i canali Adobe e terzi.

## I vantaggi per chi sviluppa

Con Adobe Commerce, i team IT hanno a disposizione punti di estensione completi, strumenti di sviluppo e servizi di runtime per sviluppare le funzionalità differenziate richieste dalla clientela.

### Estensibilità serverless

Grazie alla piattaforma serverless gestita da Adobe, chi si occupa di sviluppo può dedicarsi all'innovazione riducendo il tempo di provisioning, gestione e ampliamento dell'infrastruttura.

### Un'esperienza di sviluppo unificata

Le console web e gli strumenti CLI unificati sono adatti a tutti i prodotti Adobe e alle soluzioni terze, e si integrano con gli strumenti di sviluppo e i flussi di lavoro esistenti.

**Risparmia sull'integrazione.  
Visualizza i dati in più luoghi.**

Le funzionalità dei dati permettono di ridurre i costi di integrazione e richiedono una configurazione una tantum solo per la UI per la condivisione dei dati tra i prodotti.  **98%**

## Log e monitoraggio più semplici

Chi sviluppa può monitorare facilmente i vari servizi grazie agli strumenti di log e osservabilità unificati, per identificare i problemi delle app in tutta semplicità.

## Lancia i tuoi servizi rapidamente grazie a funzionalità di e-commerce scalabili, sicure e in linea con le normative

Adobe offre una gamma completa di servizi per aiutare la clientela a sviluppare esperienze di e-commerce digitali. Molte aziende hanno già investito in soluzioni di terze parti da cui è difficile migrare o che sono più adatte alle loro esigenze. Con Adobe puoi scegliere i servizi di cui hai bisogno e integrarli in modo ottimale con le tue soluzioni preesistenti. La tabella qui sotto mostra come le aziende usano Adobe.

**Solo e-commerce di base:**  
scalabilità, sicurezza e  
rispetto delle normative.

- Gestisci funzionalità come cataloghi, carrello, account utente e molto altro in Adobe Commerce Foundation, uno strumento altamente scalabile e sicuro.
- Sfrutta API Mesh per orchestrare Adobe e le API di terze parti in un ambiente GraphQL unificato per rafforzare la tua vetrina esistente.
- Sviluppa integrazioni di back-office cloud-native e basate sugli eventi grazie a App Builder.

**E-commerce  
basato sui dati:**  
esperienze di acquisto  
ultra personalizzate.

- Inizia dalle nostre funzionalità di e-commerce di base.
- Inserisci i servizi di merchandising di Adobe per la ricerca e il merchandising nelle vetrine esistenti o di terze parti: si integreranno in modo nativo con le nostre funzionalità di e-commerce di base.
- Distribuisci il nostro livello di dati basato su standard nella tua vetrina, per acquisire i dati di visitatori e visitatrici e creare esperienze personalizzate.

**E-commerce basato  
sull'esperienza:**  
composizione e  
applicazione ultra  
rapide delle esperienze.

- Aggiungi Edge Delivery Services in Adobe Experience Manager per avere potenti strumenti di authoring e gestione delle risorse, oltre a una vetrina ad alte prestazioni basata sul micro-front-end.
- Componi le esperienze unendo le capacità di Commerce con i contenuti e le risorse di Adobe Experience Manager, per realizzare esperienze di acquisto sfaccettate.
- Adotta il tuo framework front-end preferito con Edge Delivery, basato su standard web.

## Crea valore rapidamente con Adobe Commerce

Adobe Commerce offre alle aziende un'ampia gamma di funzionalità per l'e-commerce, il merchandising e la gestione delle esperienze. Grazie alla grande estensibilità e agli strumenti di sviluppo, i team IT hanno la flessibilità di integrare i servizi di terza parte con Adobe Commerce, per raggiungere più velocemente gli obiettivi commerciali riducendo il debito tecnico.

## Fonte

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

