



Erste Schritte mit Adobe Commerce.

Wie ihr durch einen nahtlosen Umstieg auf Adobe Commerce Wachstum beschleunigen, die Time-to-Market verkürzen und B2B- und B2C-Umsätze steigern könnt.



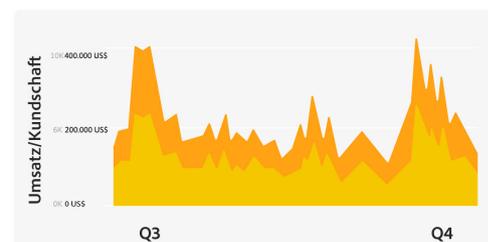
Isaac Tores
B2C-Käufer



Nadia Chau
B2B-Käuferin

Report zu Unternehmens-Trends

● Neue Kundschaft ● Umsatz



Einleitung.

Das E-Commerce-Erlebnis umfasst heute mehr Geräte, Plattformen und Kanäle als je zuvor. Marken stehen unter wachsendem Druck, überall präsent zu sein, wo ihre Kundschaft ist, und während der gesamten Customer Journey für zusammenhängende und personalisierte Erlebnisse zu sorgen. Unterdessen arbeiten viele Unternehmen mit separaten Systemen, fragmentierten Daten und isolierten Teams. Das Ergebnis sind unpersönliche Customer Experiences, die bei der Zielgruppe keinen Anklang finden. Wenn Unternehmen die genannten Herausforderungen direkt angehen, können sie ihre Wachstumschancen sowie die Kundenloyalität spürbar verbessern.

Gängige Herausforderungen im E-Commerce.

- **Fragmentierte Ökosysteme:** Eine Verwaltung verschiedener E-Commerce-Plattformen ist mit ineffizienten Abläufen sowie höheren Kosten verbunden.
- **Probleme mit der Skalierbarkeit:** Viele Lösungen sind ungeeignet, wenn es darum geht, die Anforderungen wachsender Unternehmen bzw. die Komplexität von B2B- und B2C-Aktivitäten zu bewältigen.
- **Personalisierungslücken:** Der Mangel an einheitlichen Daten hindert Unternehmen daran, für die maßgeschneiderten Erlebnisse zu sorgen, die Verbraucherinnen und Verbraucher heute erwarten.
- **Leistungsanforderungen:** Hohe Site-Geschwindigkeiten sind essenziell: [70 % der Besucherinnen und Besucher](#) geben an, dass Ladezeiten Einfluss auf ihre Kaufentscheidungen haben.

Was ihr nach der Implementierung von Adobe Commerce erwarten könnt.

Adobe Commerce unterstützt E-Commerce-Unternehmen mithilfe einer zentralen Plattform bei der Gestaltung personalisierter und skalierbarer Online-Shopping-Erlebnisse. Mit Adobe Commerce können Unternehmen für blitzschnelle, personalisierte und einheitliche Commerce-Erlebnisse sorgen.

Adobe Commerce unterstützt E-Commerce-Marken bei folgenden Aufgaben:

- ✓ Erhöhung von Reichweite, Traffic und Conversion Rates
- ✓ Verbesserung von Personalisierungsmaßnahmen
- ✓ Beschleunigte Erschließung neuer Märkte
- ✓ Unterstützung komplexer B2B-Customer-Journeys

In diesem Leitfaden sehen wir uns an, wie die ersten Schritte mit Adobe Commerce ablaufen können, um die genannten Herausforderungen für Verbraucherinnen und Verbraucher sowie B2B-Käuferinnen und -Käufer weltweit zu lösen. Egal ob ihr einen neuen E-Commerce-Weg beschreiten oder von einer anderen Plattform umsteigen wollt: Dieser Leitfaden liefert euch alle Informationen, die ihr für eine erfolgreiche Implementierung von Adobe Commerce benötigt.

Mehr Wachstum und Interaktion.

61 %

der Kundinnen und Kunden sind bereit, bei Unternehmen mehr auszugeben, die ihre Services personalisieren.
Quelle: [Medallia](#)

2 x

Unternehmen mit branchenführenden Erlebnissen weisen ein 2-mal größeres Geschäftswachstum und um 20 bis 30 % höhere Interaktionsraten auf, weil sie personalisierte E-Commerce-Erlebnisse bereitstellen.
Quelle: [McKinsey & Company](#)

Fragen, die ihr euch zu Beginn stellen solltet.

Bevor ihr auf Adobe Commerce umsteigt, solltet ihr eure Bereitschaft evaluieren und einen effektiven Plan erarbeiten. Damit euer Team und das Unternehmen insgesamt aufeinander abgestimmt sind, solltet ihr euch folgende Fragen stellen, bevor ihr in den vier unten aufgeführten Phasen Maßnahmen ergreift.

- 1. Wer sind die Stakeholder?** Entscheidet, wer an dem Prozess beteiligt sein soll. Ermittelt die wichtigsten Entscheidungstragenden und Mitwirkenden in eurem Unternehmen.
- 2. Wie sehen die geschäftlichen Ziele aus?** Legt eure Prioritäten fest – egal ob es um eine Steigerung der Umsätze, die Erschließung neuer Märkte oder die Verbesserung der Kundenzufriedenheit geht.
- 3. Wie groß ist das Budget?** Sorgt dafür, dass ihr die erforderlichen Investitionen sowie den potenziellen ROI versteht.
- 4. Wie sieht der Zeitplan aus?** Legt klare, für euer Unternehmen spezifische Meilensteine fest und definiert grundlegende Ziele, um eine reibungslose Implementierung zu ermöglichen.

Die vier Phasen einer erfolgreichen Implementierung von Adobe Commerce.



Wie sieht der Zeitplan für die ersten Schritte mit Adobe Commerce aus?

Die Implementierungsdauer kann variieren. Zudem können sich Phasen im Prozess überlappen. Insgesamt aber kann die Implementierung bis zu 40 Wochen in Anspruch nehmen. [Adobe Professional Services](#) dient als Partner, der euch bei der geschäftlichen Transformation unterstützt – durch strategische Beratung, Hilfe bei der Bereitstellung und Onboarding der Kundschaft.

1. Planung.

Die Planungsphase beginnt mit der Ideenfindung und gibt Stakeholdern, Teams und der Projektleitung eine klare Richtung vor, sodass sich alle Phasen der Implementierung effektiv verwalten lassen. In dieser Phase werdet ihr Ziele klären, Grundlagen zur Einhaltung von Terminen schaffen und den wichtigsten Aufgaben Priorität einräumen, die euch zum Ziel bringen.

Die Planungsphase sollte folgende Schritte umfassen:

- **Detaillierte Roadmap entwickeln:** Legt den Umfang, das Budget und den Zeitplan fest, damit ihr hinsichtlich eurer geschäftlichen Anforderungen auf Kurs bleibt. Überlegt euch genau, was ihr von eurer E-Commerce-Plattform erwartet und was praktische Zusatzfunktionen wären, damit ihr entsprechende Prioritäten festlegen könnt. Macht euch Gedanken darüber, wie viel ihr ausgeben wollt und wann die Lösung einsatzbereit sein soll.
- **Erfolg definieren:** Klärt eure anfänglichen Geschäftsziele, legt interne Governance-Frameworks fest und definiert Erfolgsmetriken, die für euch besonders wichtig sind.
- **Eure Daten verstehen:** Ermittelt oder erarbeitet eine Datenstrategie, die euch dabei unterstützt, Daten jetzt und in der Zukunft zu verwalten und zu nutzen. Ein Bestandteil davon ist die Sicherstellung und Wahrung von [PCI-Compliance](#).
- **Iterieren:** Seid bereit, beim Erarbeiten, Entwickeln und Testen von Strategien zu iterieren und die Richtung zu ändern, während ihr die einzelnen Phasen durchläuft und abschließt.

2. Entwicklung.

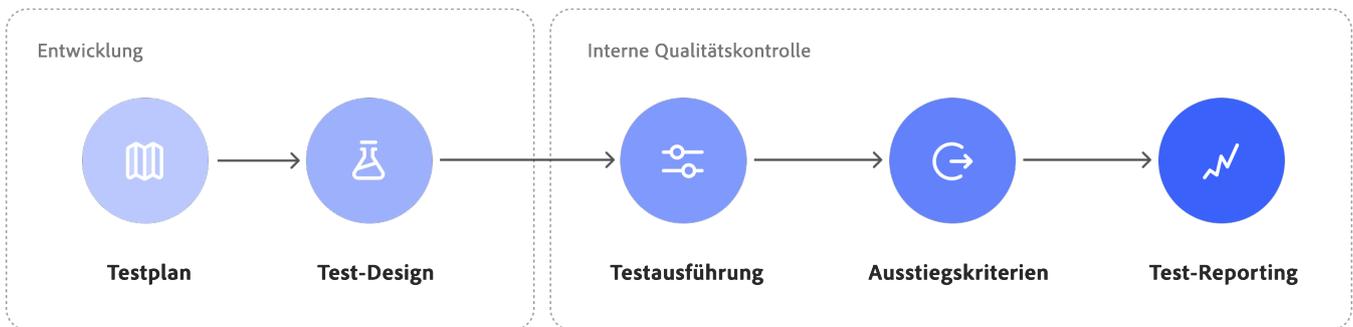
Sobald ihr über einen soliden Plan verfügt, könnt ihr mit der Entwicklungsphase beginnen. In dieser Phase entwerft ihr die neue Plattform, ermittelt Lösungen für alle Aspekte eurer E-Commerce-Site und plant eure Arbeits-Sprints. Dabei arbeitet ihr an der Integration zentraler Systeme, die euch beim Management eurer E-Commerce-Plattform unterstützen (einschließlich Work-Management-Systemen, Tools für Zusammenarbeit und Code-Repositories).

Die Entwicklungsphase sollte folgende Schritte umfassen:

- **Infrastruktur zur Vereinfachung der Entwicklung einrichten:** Erstellt und konfiguriert die Infrastruktur, die ihr zur Unterstützung von Entwicklungs-, Test- und Produktions-Workflows benötigt. Mit der richtigen Infrastruktur könnt ihr nahtlos neue Märkte erschließen und euch gleichzeitig auf die Lösung geschäftlicher Probleme konzentrieren.
- **Umgebungen einrichten:** Richtet eure Entwicklungs-, Bereitstellungs- und Produktionsumgebung für Adobe Commerce ein. Das Starter-Kit für die Integration bietet verschiedene Vorlagen, Skripts für Onboarding sowie Best Practices für die Architektur, die euch die Entwicklung von ereignisgesteuerten Integrationen mit ERP-, CRM-, Produktinformations- und anderen Systemen erleichtern. Setzt für optimale Ergebnisse auf Continuous Integration und Continuous Delivery (CI/CD), um Code-Änderungen und die Bereitstellung zu optimieren.
- **Adobe Commerce anpassen:** Arbeitet mit funktionsübergreifenden Teams, um Adobe Commerce so einzurichten und anzupassen, dass euer Unternehmen seine zuvor festgelegten Ziele erreichen kann. Wenn beispielsweise die Verbesserung von Kundeninteraktion und -loyalität Priorität für euch hat, solltet ihr dafür sorgen, dass die richtigen Teams an der Einrichtung und Nutzung der Funktionen von Adobe Commerce beteiligt sind. So entstehen am Ende herausragende Storefront-Erlebnisse. Neben der Entwicklung einer Storefront, die zu eurer Architektur und eurem Betriebsmodell passt, umfasst dies die Einrichtung eines Fundaments für die Implementierung von E-Commerce-Bausteinen zur schnellen Erstellung und Verwaltung von Web-Seiten sowie den Einsatz von KI-Tools in Adobe Commerce, mit denen ihr das Produkt-Merchandising personalisieren könnt.

Aktivitäten zur Qualitätskontrolle im Projektzyklus.

Qualitätskontrolle ist in jeder Phase eurer Adobe Commerce-Implementierung wichtig. Sie sorgt für eine reibungslose Umstellung sowie für euren langfristigen Erfolg. Die Grafik veranschaulicht Aktivitäten zur Qualitätskontrolle im Projektzyklus. Sie unterstützen euch dabei, Risiken zu minimieren, die Performance zu optimieren und eine nahtlose Customer Experience zu gewährleisten.



3. Launch.

Nach der Entwicklungsphase erfolgt die Einführung von Adobe Commerce. In der Launch-Phase müsst ihr eure Systeme rigoros testen, um sicherzustellen, dass alles ordnungsgemäß funktioniert. Außerdem müsst ihr dafür sorgen, dass die richtigen Team-Mitglieder Zugriff haben, und prüfen, ob eure Kundschaft die Systeme ohne Probleme nutzen kann.

Die Launch-Phase sollte folgende Schritte umfassen:

- **Bereitschaft für den Go-Live sicherstellen:** Bereitet euch auf den Go-Live vor, indem ihr umfangreiche Tests durchführt und die [Checkliste für den Launch](#) abarbeitet. Für eine reibungslose Einführung solltet ihr darauf achten, dass ihr einen Plan für die Go-Live-Bereitschaft habt, den ihr zuvor mit eurem IT-Team und Integrationspartnern erarbeitet habt. Vor der Einführung müsst ihr prüfen, ob Code-Bereitstellungen und Tests sowohl in der Staging- als auch der Produktionsumgebung funktionieren.
- **Unterstützung von Adobe Commerce-Fachleuten einholen:** Arbeitet mit Adobe Professional Services zusammen, um Fragen zu klären und Fehler zu beheben. Wenn ihr bei der Einführung auf Probleme stoßt, findet ihr Hilfe am schnellsten in der [Adobe Commerce Support-Wissensdatenbank](#).
- **Performance und Feedback überwachen:** Überwacht die Performance und das Feedback von Kundschaft, um nach der Einführung Optimierungen vorzunehmen. [Statusmeldungen](#) und [Observation for Adobe Commerce](#) unterstützen euch beim Nachverfolgen der Performance eurer Adobe Commerce-Site sowie bei der schnellen Diagnose von Problemen.

4. Wartung.

Sobald ihr eure neue E-Commerce-Site mit Adobe Commerce freigeschaltet habt, müsst ihr routinemäßigen Support für kontinuierliche Wartung einplanen. Der Support stellt sicher, dass die Site optimal funktioniert, und ermöglicht es euch, Updates vorzunehmen, wenn sich Anforderungen von Verbraucherinnen und Verbrauchern ändern oder neue Funktionen verfügbar werden. Es ist zwar wahrscheinlich, dass euer Entwicklungsbedarf nach der Einführungsphase abnimmt, doch solltet ihr unbedingt ein Team haben, das die kontinuierliche Wartung unterstützen kann.

Die Wartungsphase sollte folgende Schritte umfassen:

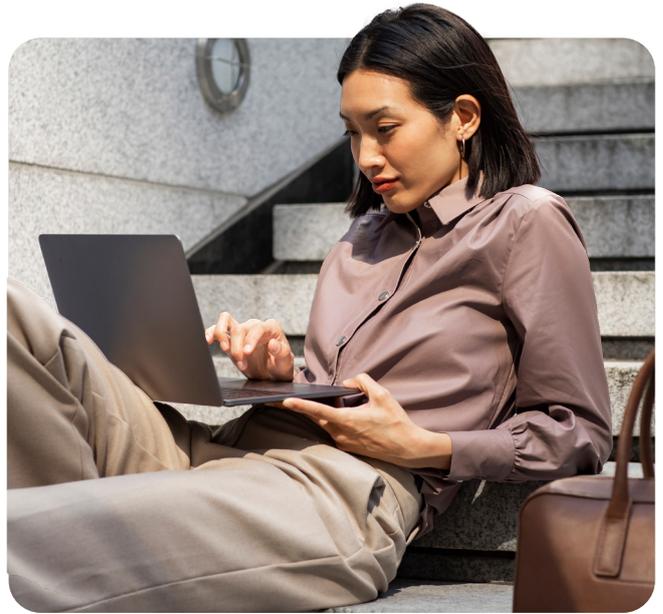
- **Adobe Commerce für Wachstum optimieren:** Richtet Produktions-Support ein, der Updates, Optimierungen und die Fehlerbehebung übernimmt. Wenn euer Unternehmen wächst, könnt ihr eure Site mit Commerce so anpassen, dass sie den Anforderungen eures Unternehmens und eurer Kundschaft perfekt entspricht.
- **Performance mithilfe von Feedback verbessern:** Verwendet Feedback von Benutzenden sowie Analysen, um die Performance eurer Site kontinuierlich zu verbessern. Nehmt außerdem Sicherheits-, Performance-, Qualitäts- und Fehlerkorrekturen in euren regulären Wartungsplan auf.
- **Mit proaktiven Updates auf dem neuesten Stand bleiben:** Achtet darauf, eure Marke mit proaktivem E-Commerce-Support ganz nach vorne zu bringen. Es mag unlogisch erscheinen, doch sind regelmäßige Plattform-Updates mit weniger Arbeit verbunden als unregelmäßige Updates. Das hängt mit der Menge an angehäufter technischer Schuld zusammen, die durch Verzögerungen entsteht.

Erste Schritte mit Adobe Commerce.

Adobe Commerce unterstützt Unternehmen dabei, ihre E-Commerce-Strategien mit außergewöhnlichen Storefront-Erlebnissen für B2B- und B2C-Kundschaft zu optimieren. Egal ob ihr gerade loslegt oder Wachstum Priorität einräumen und auf Adobe Commerce umsteigen wollt: Dieser Leitfaden führt euch zum Erfolg.

[Erfahrt, wie Coca-Cola Adobe Commerce genutzt hat, um für stärker personalisierte E-Commerce-Erlebnisse zu sorgen und die Kundeninteraktion zu verbessern.](#)

Weitere Informationen



Adobe

Adobe, the Adobe logo, and Adobe Commerce are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries.

© 2025 Adobe. All rights reserved.