



Introducción a Adobe Commerce

Cómo hacer una transición fluida a Adobe Commerce para acelerar el crecimiento y los plazos de comercialización mientras aumentas las ventas B2B y B2C.



 **Isaac Tores**
Cliente B2C

 **Nadia Chau**
Clienta B2B

Informe de tendencias empresariales



Introducción

La experiencia de comercio electrónico abarca ahora más dispositivos, plataformas y canales que nunca. Las marcas están sometidas a una presión cada vez mayor por estar presentes en todos los lugares donde se encuentren sus clientes a fin de ofrecerles experiencias personalizadas y cohesionadas a lo largo de su recorrido. Al mismo tiempo, las empresas suelen enfrentarse a las complejidades de los sistemas inconexos, datos fragmentados y equipos aislados, lo que da lugar a experiencias que, al no estar personalizadas, no atraen a la clientela. Al abordar estos retos con decisión, las empresas pueden aprovechar oportunidades de crecimiento y reforzar la lealtad de sus clientes.

Retos habituales del comercio electrónico

- **Ecosistemas fragmentados:** la gestión de varias plataformas de comercio da lugar a ineficiencias y al aumento de costes.
- **Problemas en la capacidad de ampliación:** muchas soluciones tienen dificultades para gestionar el crecimiento o a la complejidad de las operaciones B2B y B2C.
- **Carencias en la personalización:** la falta de datos unificados impide a las empresas ofrecer las experiencias personalizadas que esperan sus clientes.
- **Exigencias de rendimiento:** la velocidad de carga resulta esencial. De hecho, el [70 % de quienes visitan un sitio](#) hace hincapié en que el tiempo de carga afecta a sus decisiones en torno a las compras.

Qué cabe esperar tras la implementación de Adobe Commerce

Adobe Commerce ayuda a las empresas de comercio electrónico a crear experiencias de compra digitales, ampliables y personalizadas desde una misma plataforma. Gracias a Adobe Commerce, las empresas pueden ofrecer experiencias de comercio unificadas, ultrarrápidas y a medida.

Adobe Commerce ofrece a las marcas de comercio electrónico estas ventajas:

- ✓ Aumentar el alcance, el tráfico y las tasas de conversión
- ✓ Mejorar las iniciativas de personalización
- ✓ Agilizar la expansión a nuevos mercados
- ✓ Respalda recorridos complejos de compra B2B

En esta guía se analiza cómo las organizaciones pueden empezar a usar Adobe Commerce para hacer frente a estos retos para clientes B2B y B2C de todo el mundo. Tanto si vas a emprender un nuevo recorrido de comercio electrónico como si vas a migrar desde otra plataforma, esta guía te preparará para implementar Adobe Commerce con éxito.

Impulso del crecimiento y las interacciones

El 61 %

de la clientela está dispuesto a gastar más en empresas que personalizan sus servicios.

Fuente: [Medallia](#)

2 veces

Las organizaciones líderes de experiencia logran un crecimiento empresarial 2 veces mayor y un aumento de entre el 20 y el 30 % en las tasas de interacción cuando ofrecen experiencias de comercio personalizadas.

Fuente: [McKinsey & Company](#)

Qué preguntas formular al comienzo de la adopción

Antes de migrar a Adobe Commerce, resulta fundamental evaluar tu nivel de preparación y hacer una planificación eficaz. Para garantizar la coordinación del equipo y del resto de la organización, presta atención a las siguientes preguntas clave antes de dar comienzo a las cuatro fases descritas más adelante.

1. **¿Quiénes son las partes interesadas?** Decide quién participará en el proceso. Identifica a las principales personas colaboradoras y responsables de la toma de decisiones de tu organización.
2. **¿Cuáles son los objetivos empresariales?** Define tus prioridades, ya sean el aumento de ingresos, la expansión a nuevos mercados o la mejora de la satisfacción de tus clientes.
3. **¿De qué presupuesto dispones?** Conoce la inversión necesaria y el posible ROI.
4. **¿Cuál es el plazo?** Establece hitos claros y específicos para tu organización, además de objetivos fundamentales para garantizar un proceso de implementación fluido.

Las cuatro fases de una implementación exitosa de Adobe Commerce



¿De qué plazo dispones para empezar a usar Adobe Commerce?

Los calendarios de implementación varían y las fases del proceso pueden solaparse, pero este puede llegar a durar 40 semanas. [Adobe Professional Services](#) actúa como partner para guiarte en la transformación empresarial al ofrecerte asesoría en materia de estrategia, ayuda para el desarrollo y asistencia en la incorporación de clientes.

1. Planificación

La fase de planificación comienza con la conceptualización y ofrece una orientación clara para que las partes interesadas, los equipos y las personas responsables de proyecto puedan abordar de forma eficaz todas las etapas de la implementación. Durante esta fase, aclararás los objetivos, sentarás las bases para cumplir los plazos y darás prioridad a las tareas esenciales que te llevarán al éxito.

La fase de planificación debe incluir los siguientes pasos:

- **Desarrollar una hoja de ruta exhaustiva:** define el alcance, el presupuesto y el plazo para no desviarte de tus requisitos empresariales. Ten una visión clara de lo que es imprescindible en tu plataforma de comercio electrónico y lo que estaría bien tener para poder priorizar en consecuencia. Sé consciente de la cantidad que tu empresa está dispuesta a gastar y cuándo tienen que estar en marcha los procesos.
- **Definir el éxito:** deja claros los objetivos empresariales iniciales, establece marcos de gobernanza internos y define las métricas de éxito en las que quieres centrarte.
- **Conocer tus datos:** identifica o crea una estrategia que te guíe en la gestión y el uso de los datos tanto en la actualidad como en el futuro. Un componente de este paso consiste en garantizar y mantener el [cumplimiento de la normativa PCI](#).
- **Iterar:** prepárate para iterar y hacer cambios a fin de crear estrategias, desarrollar y probar a medida que avances y completes cada fase.

2. Desarrollo

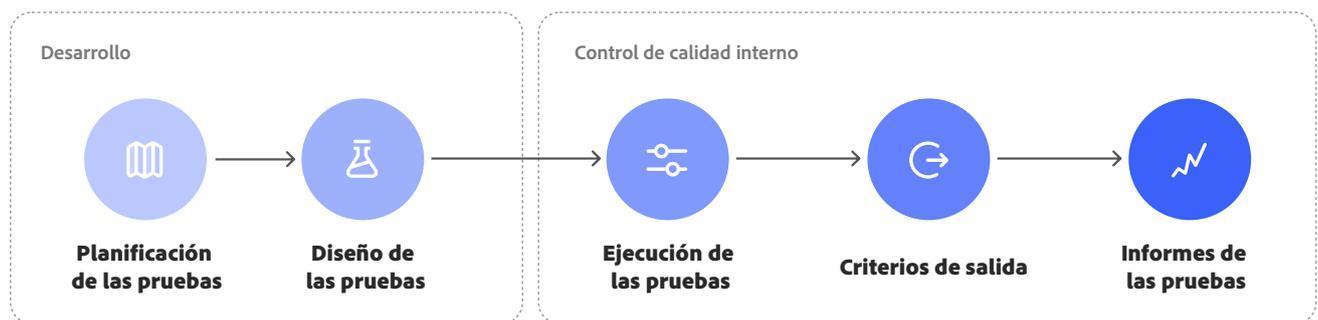
Una vez que cuentes con un plan sólido, pasarás a la fase de desarrollo. En ella, diseñarás la nueva plataforma, identificarás soluciones para cada aspecto de tu sitio de comercio electrónico y planificarás tus sprints de trabajo. A lo largo de esta fase, trabajarás en la integración de los sistemas esenciales que te ayudarán a gestionar tu plataforma de comercio, como sistemas de gestión del trabajo, herramientas de colaboración y repositorios de código.

La fase de desarrollo debe incluir los siguientes pasos:

- **Crear una infraestructura para agilizar el desarrollo:** crea y configura la infraestructura necesaria para respaldar los flujos de trabajo de producción, pruebas y desarrollo. La infraestructura adecuada te permite expandirte fácilmente a nuevos mercados mientras te centras en resolver los problemas empresariales.
- **Configurar entornos:** configura los entornos de desarrollo, preparación y producción de Adobe Commerce. El kit básico de integración proporciona un conjunto de plantillas, guiones de incorporación y prácticas recomendadas sobre arquitectura que simplifican la creación de integraciones basadas en eventos con sistemas de información de productos, gestión de relaciones con clientes y planificación de recursos empresariales, entre otras prestaciones. Para obtener el mejor resultado posible, utiliza la integración y entrega continuas (CI/CD) para agilizar la implementación y los cambios en el código.
- **Personalizar Adobe Commerce:** colabora con equipos interdisciplinarios para implementar y personalizar Adobe Commerce de modo que puedas alcanzar los objetivos predefinidos de tu organización. Por ejemplo, si tu prioridad es impulsar las interacciones y la lealtad de tus clientes, asegúrate de que los equipos adecuados participen en la configuración y el uso de funciones de Adobe Commerce que ayuden a crear experiencias excepcionales en la tienda en línea. Esto conllevaría desarrollar una tienda acorde con tu modelo operativo y estrategia arquitectónica, establecer una base para implementar un modelo de comercio y componentes para crear y gestionar rápidamente páginas web, y aprovechar las herramientas impulsadas por IA de Adobe Commerce para personalizar la oferta de productos.

Actividades de control de calidad en el ciclo de vida del proyecto

El control de calidad resulta esencial en todas las etapas de la implementación de Adobe Commerce para garantizar una transición fluida y el éxito a largo plazo. En este gráfico se definen las principales actividades de control de calidad en el ciclo de vida del proyecto que te ayudarán a minimizar los riesgos, optimizar el rendimiento y ofrecer una experiencia de cliente fluida.



3. Lanzamiento

Concluida la fase de desarrollo, llega el momento de arrancar Adobe Commerce. Durante la fase de lanzamiento, deberás someter tus sistemas a pruebas rigurosas para asegurarte de que todo funcione correctamente, garantizar que los miembros adecuados del equipo tengan acceso y comprobar que tus clientes puedan usar tus sistemas sin que se produzca ningún problema.

La fase de lanzamiento debe incluir los siguientes pasos:

- **Garantizar la adecuación para la puesta en marcha:** prepárate para la puesta en marcha realizando pruebas rigurosas y elaborando una [lista de verificación previa al lanzamiento](#). Para que el lanzamiento sea fluido, prepara un plan de adecuación para la puesta en marcha con tu equipo de TI y partners de integración. Antes del lanzamiento, confirma que las pruebas e implementaciones de código funcionen tanto en los entornos de prueba como en los de producción.
- **Obtener ayuda de especialistas de Adobe Commerce:** colabora con el personal de Adobe Professional Services, que responderá a tus preguntas y solucionará incidencias. Si te topas con algún obstáculo en el proceso de lanzamiento, la forma más rápida de obtener ayuda puntual es usar la [base de conocimientos del servicio de asistencia técnica de Adobe Commerce](#).
- **Supervisar el rendimiento y los comentarios:** haz un seguimiento del rendimiento y los comentarios de tus clientes para optimizar la fase posterior al lanzamiento. [Las notificaciones sobre el estado](#) y [Observation for Adobe Commerce](#) te ayudan a supervisar el rendimiento de tu sitio de Adobe Commerce y diagnosticar incidencias rápidamente.

4. Mantenimiento

Una vez que hayas lanzado tu nuevo sitio de comercio electrónico con Adobe Commerce, deberás planificar la asistencia técnica periódica para el mantenimiento continuo. Dicha asistencia técnica garantiza que el funcionamiento del sitio sea óptimo y te permitirá implementar actualizaciones a medida que cambien las necesidades de tus clientes o se publiquen nuevas funciones. Si bien es probable que tus necesidades de desarrollo disminuyan tras la fase de lanzamiento, es importante contar con un equipo que se encargue de este mantenimiento básico y continuo.

La fase de mantenimiento debe incluir los siguientes pasos:

- **Optimizar Adobe Commerce de cara al crecimiento:** establece asistencia técnica de producción para gestionar las actualizaciones, optimizaciones y resolución de problemas. Commerce ofrece la flexibilidad que necesitas para personalizar tu sitio a medida que la organización crezca, lo que te permitirá satisfacer las necesidades de tu empresa y tus clientes de la mejor forma posible.
- **Mejorar el rendimiento con comentarios:** utiliza los análisis y comentarios de tus clientes para mejorar constantemente el rendimiento del sitio. Además, incluye mejoras de seguridad, rendimiento, calidad y corrección de errores en tu plan de mantenimiento periódico.
- **Ir un paso por delante con actualizaciones proactivas:** céntrate en hacer progresar tu marca con asistencia técnica proactiva para el comercio electrónico. Puede parecer contradictorio, pero implementar actualizaciones periódicas en la plataforma requiere menos esfuerzo que implementar actualizaciones poco frecuentes debido a la cantidad de deuda técnica acumulada que se genera al retrasarlas.

Ponte en marcha con Adobe Commerce

Adobe Commerce ayuda a las empresas a transformar sus estrategias de comercio electrónico al ofrecer a sus clientes B2B y B2C experiencias excepcionales en la tienda en línea. Tanto si aún estás empezando como si tienes previsto priorizar el crecimiento y migrar a Adobe Commerce, esta guía te preparará para el éxito.

[Descubre cómo Coca-Cola utilizó Adobe Commerce para ofrecer experiencias de comercio electrónico más personalizadas y aumentar las interacciones con clientes.](#)

Más información



Adobe

Adobe, el logotipo de Adobe y Adobe Commerce son marcas registradas o marcas comerciales de Adobe en los Estados Unidos y/o en otros países.

© 2025 Adobe. Todos los derechos reservados.