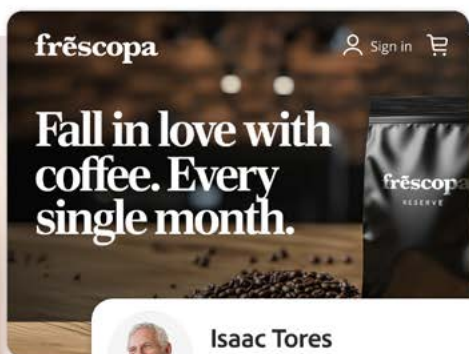




Initiez-vous à Adobe Commerce.

Découvrez comment booster votre croissance, réduire vos délais de lancement et développer vos ventes B2B et B2C avec Adobe Commerce.



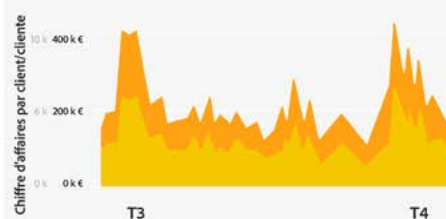
Isaac Tores
Client B2C



Nadia Chau
Responsable des achats

Rapport sur les tendances commerciales

● Nouvelle clientèle ● Chiffre d'affaires



Introduction

Face à la multiplication des devices, des plateformes et des canaux, les marques de e-commerce se doivent d'être là où se trouve leur clientèle pour offrir des expériences personnalisées et unifiées à chaque étape du parcours d'achat. Il leur faut toutefois composer avec des systèmes décousus, des données fragmentées et des équipes cloisonnées, ce qui débouche le plus souvent sur des expériences client impersonnelles qui ne génèrent aucun engagement. Pour accélérer la croissance et fidéliser la clientèle, il est devenu indispensable de relever ces défis.

Principaux défis du e-commerce

- **Fragmentation des écosystèmes** : la multiplication des plateformes de commerce réduit l'efficacité et augmente les coûts de gestion.
- **Problèmes de montée en capacité** : la plupart des solutions ne sont pas conçues pour s'adapter au développement des entreprises ni à la complexité des opérations B2B et B2C.
- **Retards de personnalisation** : faute de données unifiées, les entreprises n'offrent pas les expériences personnalisées attendues par la clientèle.
- **Performances du site** : cet aspect est décisif, au point que [70 % des internautes](#) indiquent que le temps de chargement influence leur décision d'achat.

Découvrez tout le potentiel d'Adobe Commerce.

Avec Adobe Commerce, créez des expériences d'achat personnalisées et évolutives sur une plateforme unique. Gagnez ainsi en rapidité et en cohérence.

Grâce à Adobe Commerce, vous pouvez :

- ✓ augmenter votre portée, votre trafic et vos taux de conversion ;
- ✓ améliorer la personnalisation ;
- ✓ accélérer votre implantation sur de nouveaux marchés ;
- ✓ déployer des parcours d'achat B2B complexes.

Initiez-vous à Adobe Commerce et relevez ces défis pour fidéliser votre clientèle B2B et B2C dans le monde entier. Que vous fassiez vos premiers pas dans le e-commerce ou que vous souhaitiez changer de plateforme, ce guide vous aidera à implémenter facilement et rapidement cette solution.

Boostez la croissance et l'engagement.

61 %

La majorité de la clientèle est prête à dépenser davantage auprès d'entreprises lui proposant un service personnalisé.

Source : [Medallia](#)

2 x

Les leaders de l'expérience client enregistrent deux fois plus de croissance et un taux d'engagement 20 à 30 % supérieur en proposant des expériences personnalisées.

Source : [McKinsey & Company](#)

Challengez votre projet avant de vous lancer.

Avant de déployer Adobe Commerce, assurez-vous que votre plan d'action est clair et que votre organisation est prête. Utilisez les questions suivantes pour structurer votre réflexion et avancer étape par étape avec vos équipes.

- 1. Qui sont les parties prenantes ?** Choisissez les personnes qui participeront au processus. Identifiez les décideurs ainsi que les contributeurs et les contributrices clés de l'entreprise.
- 2. Quels sont les objectifs commerciaux ?** Définissez vos priorités, qu'il s'agisse d'augmenter le chiffre d'affaires, de conquérir de nouveaux marchés ou d'améliorer la satisfaction de la clientèle.
- 3. Quel est le budget ?** Calculez l'investissement nécessaire et le ROI potentiel.
- 4. Quel est le calendrier ?** Définissez des étapes clés claires, adaptées à votre organisation et à vos objectifs, afin de faciliter l'implémentation de la solution.

Respectez les quatre phases d'un déploiement réussi.



Fixez le calendrier de mise en œuvre.

Les délais d'implémentation d'Adobe Commerce sont variables et certaines phases du projet peuvent se chevaucher, mais vous pouvez tabler sur 40 semaines environ. Grâce à [Adobe Professional Services](#), vous bénéficiez tout au long du processus de conseils stratégiques, d'une aide au déploiement et d'un service d'onboarding de la clientèle.

1. Planification

Commencez par une phase d'idéation afin de définir une orientation claire pour les parties prenantes, les équipes en interne et les gestionnaires du projet. Vous gagnerez ainsi en efficacité pour la suite. Au cours de cette étape, clarifiez les différents objectifs, réfléchissez aux délais à respecter et hiérarchisez les tâches essentielles.

Phase de planification

- **Établissez une roadmap détaillée** : formalisez la portée, le budget et le calendrier du projet de manière à respecter les différentes contraintes. Exposez clairement vos besoins et vos attentes concernant la plateforme de e-commerce afin d'établir les priorités en conséquence. Déterminez également le budget disponible et les délais à respecter.
- **Définissez les critères de réussite** : précisez les objectifs de l'entreprise, établissez des frameworks de gouvernance internes et déterminez les indicateurs de réussite sur lesquelles vous concentrer.
- **Maîtrisez vos données** : élaborer une stratégie de gestion et d'utilisation des données à court et à long terme, l'un des objectifs étant d'assurer la [conformité PCI](#).
- **Itérez** : préparez-vous à répéter et à affiner la stratégie, le développement et les tests à chaque phase.

2. Développement

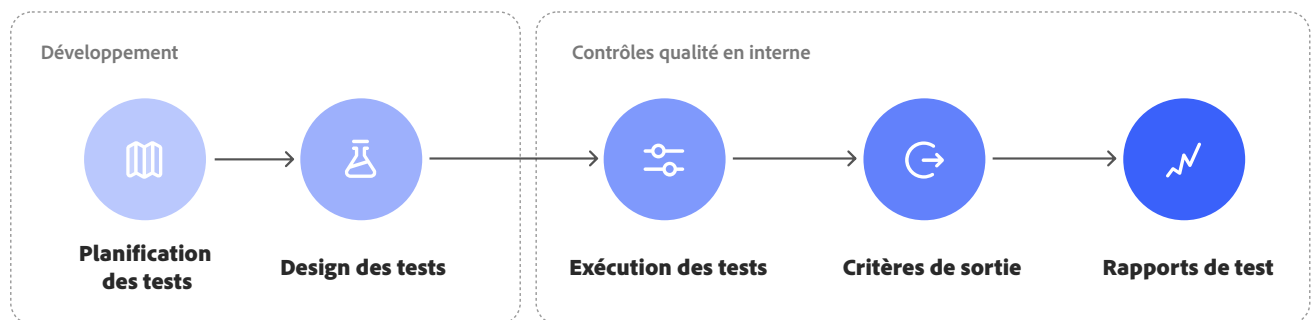
Une fois votre plan bien établi, passez à la phase de développement. Vous allez créer votre nouvelle plateforme, identifier les solutions nécessaires pour chaque aspect de votre site de e-commerce et planifier vos sprints de travail. Préparez l'intégration des systèmes centraux qui faciliteront la gestion de votre plateforme, à savoir ceux relatifs à la gestion du travail, les outils de collaboration et les référentiels de code.

Phase de développement

- **Développez une infrastructure simplifiant le développement** : idéalement adaptée aux workflows de développement, de test et de production, elle doit vous permettre de vous imposer sur de nouveaux marchés et de vous focaliser sur la résolution des problématiques métier.
- **Configurez les environnements** : définissez les cadres de développement, d'évaluation et de production d'Adobe Commerce. Le kit de déploiement inclut un ensemble de templates, de scripts d'onboarding et de bonnes pratiques qui facilitent les connexions orientées événements avec vos différents systèmes (ERP, CRM, PIM, etc.). Par ailleurs, l'intégration et la diffusion continues (CI/CD) vous aideront à modifier et à déployer le code.
- **Personnalisez Adobe Commerce** : développez et personnalisez votre plateforme Adobe Commerce en collaboration avec des équipes transversales de façon à atteindre les objectifs définis en amont, par exemple créer des expériences inédites pour booster les interactions et fidéliser la clientèle. Développez un point de vente digital conforme à l'architecture et au modèle opérationnel prédéfinis, préparez la mise en œuvre d'intégrations et d'un code boilerplate e-commerce pour faciliter la création et la gestion des pages web, et tirez parti de l'IA d'Adobe Commerce pour personnaliser votre merchandising produit.

Intégrez des mesures de contrôle qualité au cycle de vie du projet.

Le contrôle qualité est essentiel à chaque étape de l'implémentation pour assurer une transition fluide et une réussite durable. Les différentes activités présentées ci-dessous réduisent les risques, optimisent les performances et garantissent une expérience utilisateur de qualité.



3. Lancement

Après la phase de développement vient celle du lancement. Testez soigneusement vos différents systèmes pour vous assurer que tout fonctionne de façon optimale, que votre équipe a accès aux ressources nécessaires et que la clientèle ne rencontre aucun problème.

Phase de lancement

- **Préparez la mise en service** : procédez aux tests et complétez la [liste de contrôle de pré-lancement](#). Planifiez cette étape en amont avec votre service IT et vos partenaires d'intégration. Vérifiez également que les déploiements de code et les tests fonctionnent dans les environnements d'évaluation et de production.
- **Sollicitez nos spécialistes Adobe Commerce** : l'équipe d'Adobe Professional Services est là pour répondre à vos questions et résoudre d'éventuels problèmes. Au moindre incident pendant la phase de lancement, consultez la [base de connaissances du support Adobe Commerce](#).
- **Suivez les performances et recueillez les commentaires de la clientèle** : ces deux indicateurs permettent d'améliorer le fonctionnement du site après son lancement. Les [notifications d'intégrité](#) et l'outil [Observation for Adobe Commerce](#) vous aident à suivre les performances de votre site et diagnostiquent rapidement les problèmes.

4. Maintenance

Une fois votre nouveau site de e-commerce lancé, planifiez les tâches de maintenance récurrentes. Outre l'assurance d'un fonctionnement optimal, ces opérations vous permettront de procéder aux mises à jour nécessaires pour suivre l'évolution des besoins de la clientèle ou déployer rapidement de nouvelles fonctionnalités. Même si les demandes en matière de développement diminuent après la phase de lancement, une maintenance régulière nécessite une équipe dédiée.

Phase de maintenance

- **Optimisez votre site Adobe Commerce** : dotez-vous d'un support à la production pour gérer les mises à jour, les optimisations et le dépannage. Personnalisez votre site Commerce pour l'adapter aux besoins de votre activité et de votre clientèle, à mesure que votre entreprise se développe.
- **Optimisez les performances** : tenez compte de l'analytics et des commentaires de votre clientèle pour améliorer les performances du site. Intégrez également d'autres éléments à votre plan de maintenance régulière, comme la sécurité, les performances, la qualité et les correctifs.
- **Appliquez des mises à jour de manière proactive** : faites évoluer votre marque grâce à un support proactif de la plateforme. Aussi paradoxal que cela puisse paraître, vous perdrez moins de temps en procédant à des mises à jour régulières, car plus vous attendrez, plus la dette technique s'alourdira.

Initiez-vous à Adobe Commerce.

Avec Adobe Commerce, réinventez vos stratégies de e-commerce et offrez à votre clientèle B2B et B2C des expériences inédites sur vos points de vente digitaux. Que vous débutiez ou que vous fassiez le choix de passer à Adobe Commerce pour accélérer votre croissance, ce guide mettra votre entreprise sur la voie du succès.

[Découvrez comment Coca-Cola a tiré pleinement parti d'Adobe Commerce pour déployer des expériences de e-commerce hautement personnalisées et renforcer l'engagement client.](#)

En savoir plus



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.