



Guida introduttiva di Adobe Commerce

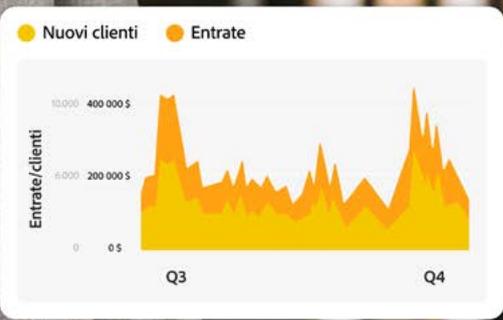
Come passare in tutta semplicità ad Adobe Commerce per accelerare la crescita, velocizzare il time-to-market e incrementare le vendite B2B e B2C



 **Isaac Tores**
Cliente B2C

 **Nadia Chau**
Cliente B2B

Report sui trend aziendali



Introduzione

Oggi l'esperienza di e-commerce coinvolge un numero più che mai elevato di dispositivi, piattaforme e canali. Sui brand pesa sempre più una pressione che li vuole presenti ovunque sia la loro clientela, con esperienze personalizzate e uniformi lungo tutto il percorso di acquisto. Allo stesso tempo, le aziende devono fare i conti con sistemi scollegati, dati frammentati e team isolati e finiscono per offrire customer experience impersonali che non coinvolgono la clientela. Ma affrontando queste problematiche direttamente è possibile cogliere opportunità di crescita e rafforzare la fidelizzazione.

Problematiche comuni nell'e-commerce

- **Ecosistemi frammentati:** gestire diverse piattaforme commerciali comporta inefficienze e costi maggiori.
- **Problemi di scalabilità:** molte soluzioni faticano a soddisfare i bisogni delle aziende in pieno sviluppo o la complessità delle operazioni B2B e B2C.
- **Lacune nella personalizzazione:** la mancanza di dati unificati non permette alle aziende di offrire le esperienze su misura che la clientela si aspetta.
- **Richiesta di prestazioni:** è fondamentale che i siti siano ultrarapidi, se si considera che il [70% dei visitatori](#) sottolinea l'importanza dell'impatto dei tempi di caricamento sulle sue decisioni di acquisto.

Cosa puoi aspettarti da Adobe Commerce

Adobe Commerce aiuta le aziende di e-commerce a creare su una sola piattaforma esperienze di acquisto online personalizzate, scalabili, velocissime e unificate.

Ecco come Adobe Commerce aiuta i brand di e-commerce

- ✓ Aumenta la copertura, il traffico e i tassi di conversione
- ✓ Migliora la personalizzazione
- ✓ Velocizza l'espansione in nuovi mercati
- ✓ Supporta percorsi di acquisto B2B complessi

In questa guida esploriamo come iniziare a utilizzare Adobe Commerce e affrontare queste problematiche per la clientela B2C e B2B di tutto il mondo. La lettura ti fornirà gli strumenti per implementare con successo la nostra soluzione, sia che tu sia all'inizio di questo percorso nell'e-commerce, sia che tu stia solo cambiando piattaforma.

Aumento di crescita ed engagement

61%

Clienti disposti ad acquistare di più da aziende che offrono servizi personalizzati

Fonte: [Medallia](#)

x2

I responsabili dell'esperienza raddoppiano la crescita aziendale e aumentano del 20-30% i tassi di engagement personalizzando le esperienze di e-commerce

Fonte: [McKinsey & Company](#)

Domande da porsi per iniziare

Prima di passare ad Adobe Commerce, è fondamentale valutare la propria preparazione e pianificare in modo efficace. Per garantire l'allineamento dei team e più in generale dell'azienda, rifletti sulle seguenti domande prima di avviare le quattro fasi indicate sotto.

- 1. Chi sono gli stakeholder?** Decidi chi coinvolgere nel processo. Individua le persone chiave responsabili delle decisioni e altre figure in tutta l'azienda.
- 2. Quali sono gli obiettivi aziendali?** Definisci le priorità, che possono ad esempio essere l'aumento delle entrate, l'espansione in nuovi mercati o il miglioramento della soddisfazione della clientela.
- 3. Qual è il budget?** Comprendi l'investimento richiesto e il ROI potenziale.
- 4. Quali sono le tempistiche?** Stabilisci tappe chiare e specifiche per la tua azienda, oltre agli obiettivi fondamentali per garantire un processo di implementazione senza intoppi.

Le quattro fasi di un'implementazione riuscita di Adobe Commerce



Quanto tempo serve per implementare Adobe Commerce?

Le tempistiche di implementazione sono variabili e a volte le fasi possono accavallarsi, ma il processo può durare fino a 40 settimane. Durante questa trasformazione aziendale puoi contare sull'aiuto di [Adobe Professional Services](#), che ti guida con consulenze strategiche, assistenza per l'implementazione e onboarding della clientela.

1. Pianificazione

La fase di pianificazione inizia con l'ideazione e deve fornire a stakeholder, team e project manager indicazioni chiare per gestire in modo efficace ogni parte dell'implementazione. Durante questa fase, chiarisci gli obiettivi, prepara il terreno per garantire il rispetto delle tempistiche previste e dai la priorità alle attività essenziali per riuscirci.

La fase di pianificazione deve includere i seguenti passaggi:

- **Sviluppo di una roadmap dettagliata:** definisci la portata, il budget e le tempistiche per rispettare le esigenze aziendali. Determina in modo chiaro i requisiti che deve avere la piattaforma di e-commerce e gli aspetti auspicabili ma non essenziali, così da definire le giuste priorità. Fissa il budget disponibile e la data entro cui la piattaforma deve essere operativa.
- **Definizione dei parametri di successo:** chiarisci gli obiettivi aziendali iniziali, stabilisci framework di governance interni e definisci le metriche di successo prioritarie.
- **Comprensione dei dati:** individua o crea una data strategy, che determinerà le modalità attuali e future di gestione e utilizzo dei dati e comprenderà l'applicazione e il mantenimento della [conformità PCI](#).
- **Iterazione:** preparati a iterare e adattarti per la strategia, lo sviluppo e i test man mano che porti a termine ogni fase.

2. Sviluppo

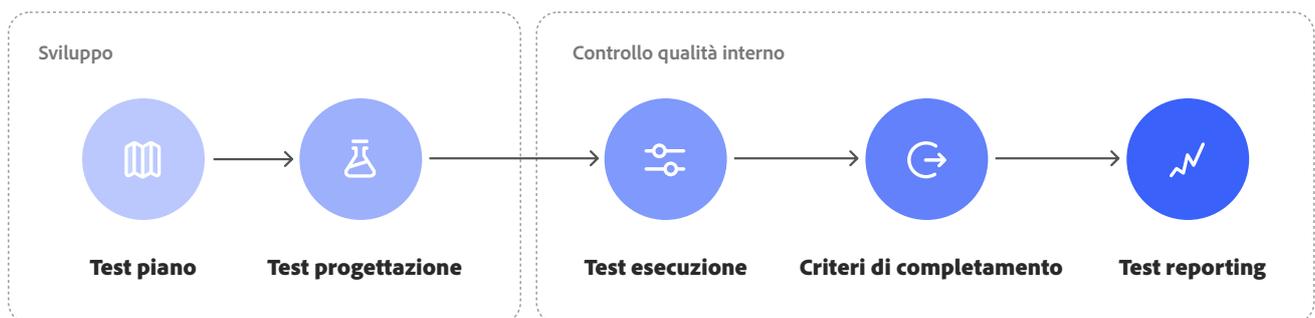
Una volta definito un piano robusto, inizia la fase di sviluppo, che consiste nel progettare la nuova piattaforma, individuare le soluzioni adatte per ogni aspetto del sito di e-commerce e pianificare gli sprint. Durante questa fase devi integrare i sistemi fondamentali che ti aiuteranno a gestire la piattaforma, ad esempio i sistemi di gestione del lavoro, gli strumenti di collaborazione e gli archivi del codice.

La fase di sviluppo deve includere i seguenti passaggi:

- **Creazione dell'infrastruttura giusta per semplificare lo sviluppo:** crea e configura l'infrastruttura necessaria per i flussi di lavoro di sviluppo, test e produzione. L'infrastruttura adatta ti permette di immetterti facilmente in nuovi mercati e al tempo stesso di risolvere i problemi di business.
- **Configurazione degli ambienti:** configura gli ambienti di sviluppo, staging e produzione di Adobe Commerce. Il kit di base per l'integrazione offre una serie di modelli, script di onboarding e best practice sull'architettura che semplificano lo sviluppo di integrazioni basate su eventi con sistemi ERP, CRM, PIM e non solo. Per ottenere i risultati migliori, usa l'integrazione continua e la distribuzione continua (CI/CD) per ottimizzare le modifiche del codice e l'implementazione.
- **Personalizzazione di Adobe Commerce:** collabora con team multidisciplinari per sviluppare e adattare Adobe Commerce agli obiettivi predefiniti dalla tua azienda. Ad esempio, se una priorità è aumentare l'engagement e la fidelizzazione della clientela, assicurati di coinvolgere i team giusti nella configurazione e nell'utilizzo delle funzioni di Adobe Commerce che aiutano a creare esperienze eccezionali sulle vetrine digitali. Fanno parte di questo processo lo sviluppo di una vetrina digitale adatta al tuo modello operativo e alla tua strategia in termini di architettura, la preparazione del necessario per implementare codice boilerplate e componenti drop-in per e-commerce che velocizzano la creazione e la gestione delle pagine web e infine l'uso di strumenti di IA in Adobe Commerce per personalizzare il merchandising dei prodotti.

Controllo qualità nel ciclo di vita dei progetti

In ogni fase dell'implementazione di Adobe Commerce, il controllo qualità è essenziale per garantire una transizione agevole e un successo a lungo termine. Questo schema illustra alcune attività di controllo qualità essenziali nel ciclo di vita dei progetti, che ti aiutano a ridurre al minimo i rischi, ottimizzare le prestazioni e offrire una customer experience impeccabile.



3. Lancio

Una volta conclusa la fase di sviluppo, arriva il momento del lancio di Adobe Commerce. In questa fase devi testare in modo rigoroso i sistemi per verificare che tutto funzioni correttamente, che i giusti membri dei team vi abbiano accesso e che la clientela possa utilizzarli senza problemi.

La fase di lancio deve includere i seguenti passaggi:

- **Verifica della preparazione:** preparati al lancio eseguendo test rigorosi e rispettando [checklist preliminari](#). Per garantire un lancio agevole, assicurati di aver definito un piano insieme al team IT e agli eventuali partner per l'integrazione. Prima del lancio, verifica il corretto funzionamento delle implementazioni del codice e dei test sia negli ambienti di staging sia in quelli di produzione.
- **Accompagnamento da parte di esperti Adobe Commerce:** affidati al team di Adobe Professional Services, che risponderà alle tue domande e risolverà eventuali problemi. Se durante il lancio incontri qualche ostacolo e hai bisogno di un'assistenza rapida, la risorsa migliore è la [knowledge base di Adobe Commerce](#).
- **Monitoraggio delle prestazioni e del feedback:** monitora le prestazioni e il feedback della clientela per ottimizzare la fase post-lancio. Le [notifiche sullo stato](#) e [Observation per Adobe Commerce](#) ti aiutano a monitorare le prestazioni del sito e a diagnosticare rapidamente i problemi.

4. Manutenzione

Dopo il lancio del nuovo sito con Adobe Commerce dovrai pianificare il supporto di routine per la manutenzione continua, che garantisce il funzionamento ottimale del sito e permette di attuare gli aggiornamenti in funzione dell'evoluzione delle esigenze della clientela o della disponibilità di nuove funzionalità. Probabilmente i bisogni di sviluppo diminuiranno dopo la fase di lancio, ma è importante poter comunque contare su un team incaricato delle attività di manutenzione continua di lieve entità.

La fase di manutenzione deve includere i seguenti passaggi:

- **Ottimizzazione di Adobe Commerce per la crescita:** organizza il supporto alla produzione per gestire aggiornamenti, ottimizzazioni e risoluzione dei problemi. Man mano che l'azienda cresce, Commerce offre la flessibilità necessaria per adattare il sito alle esigenze del tuo business e della clientela.
- **Miglioramento delle prestazioni in base al feedback:** usa il feedback della clientela e le analisi per migliorare continuamente le prestazioni del sito e includi sicurezza, performance, qualità e correzione di bug nel piano di manutenzione periodica.
- **Aggiornamenti proattivi per tenersi sempre un passo avanti:** fai dei progressi del brand la tua priorità assicurando al tuo e-commerce un supporto proattivo. Potrà sembrare controintuitivo, ma è meno impegnativo eseguire aggiornamenti della piattaforma regolari, anziché saltuari, a causa del considerevole debito tecnico che si accumula se si rinvia la manutenzione.

Inizia a usare Adobe Commerce

Adobe Commerce aiuta le aziende a ridefinire le proprie strategie di e-commerce con l'obiettivo di offrire esperienze eccezionali sulle vetrine digitali per la clientela sia B2B che B2C. Che tu stia muovendo i primi passi o voglia passare ad Adobe Commerce per favorire innanzitutto la crescita, questa guida ti porta verso il successo.

[Scopri come Coca-Cola ha utilizzato Adobe Commerce per personalizzare di più le esperienze di e-commerce e aumentare l'engagement della clientela.](#)

Scopri di più



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.