

Como selecionar a plataforma comercial correta.



Se você está tentando acompanhar as mudanças constantes nas expectativas de compras dos clientes ou diferenciar suas lojas on-line e físicas com experiência superior de compra do cliente, a plataforma comercial correta é um negócio indispensável. Cada organização está em um momento diferente de sua capacidade de oferecer as experiências de compras tranquilas que os clientes exigem. Da mesma forma, cada organização tem um nível diferente de familiaridade com requisitos e recursos relevantes a se buscar em uma plataforma comercial.

Qualquer que seja a etapa em que sua jornada comercial estiver, investir em uma nova solução de plataforma é uma decisão fundamental que terá impactos significativos a curto e longo prazo sobre o sucesso de seus negócios. Definir a melhor decisão para a sua organização levará tempo e esforço consideráveis, que provavelmente exigirão o seu envolvimento profundo em pesquisa e avaliação. Para ajudar nesse processo, este guia cobre algumas das perguntas mais importantes que você deve fazer e os problemas que você deve investigar cuidadosamente. Ele também fornece dicas para navegar pelas informações e pelo marketing direcionado que você encontrará ao longo do caminho que ajudam a fazer avaliações informadas e objetivas dos produtos e soluções que você avalia.

1. Flexível, ágil e escalável.

Se você tiver uma pequena empresa em expansão ou uma empresa estabelecida que busca formas de se diferenciar, suas necessidades de negócio evoluirão e mudarão com o tempo. Da mesma forma, as expectativas de mercado e dos clientes mudam rapidamente. Ao investigar uma plataforma comercial, não basta apenas certificar-se de que ela aborda as necessidades atuais de negócios. Ela também deve oferecer a flexibilidade para personalizar experiências de compra conforme as necessidades de negócio mudam.

Por exemplo, algumas soluções comerciais oferecem modelos que facilitam que um comerciante abra rapidamente uma loja. Infelizmente, essas soluções obrigam, com frequência, que o comerciante fique limitado aos recursos aparentes e inovadores do modelo. Isso não só significa que a loja se parecerá exatamente como a de qualquer outro comerciante que tenha usado o mesmo modelo, mas que eles terão um problema caso queiram adicionar recursos diferenciadores que vão além do que o modelo oferece. Embora os modelos possam facilitar a configuração e a implementação da loja, certifique-se de que qualquer solução considerada permita recursos de personalização que vão além do que o modelo define. A solução também deve permitir que você renuncie a todos os modelos se você preferir começar do zero.

Busque uma solução flexível que não imponha nenhuma limitação sobre o que você pode alterar ou personalizar. Mesmo algumas soluções que permitem ir além da estrutura do modelo podem limitar a sua capacidade de modificar determinados aspectos da loja, como a experiência de pagamento ou a organização e apresentação dos catálogos. Soluções que restringem sua capacidade de personalização também restringem sua capacidade de diferenciar as experiências dos seus clientes e de, por fim, expandir o seu negócio.

Uma solução flexível é aquela que o encoraja a implementar novas ideias inovadoras e melhora constantemente as experiências de compras dos seus clientes. Seguindo a mesma linha de raciocínio da flexibilidade, a plataforma comercial ideal oferece a agilidade de responder rapidamente às alterações das condições do mercado e de potencializar o seu crescimento comercial. Investir em uma solução comercial que não impõe limites permite o seu crescimento, reduz os custos gerais e permite o controle a experiência completa do cliente durante e após a venda.

Perguntas a serem feitas:

Em qual grau a experiência de compras pode ser personalizada? Que limites a solução impõe em um âmbito tecnológico e de apresentação?

2. Uma única plataforma para todos os casos de uso comercial.

Ao considerar uma plataforma comercial, os comerciantes precisam pensar em todos os casos de uso diferentes que precisam que a plataforma suporte atualmente e no futuro. Por exemplo, algumas plataformas comerciais se concentram apenas em B2B ou B2C, mas um número crescente de comerciantes está em busca de uma plataforma que atenda ambos os casos. Se você tem várias marcas agora ou planeja ter no futuro, com que facilidade a plataforma comercial permite que você organize as lojas para cada uma dessas marcas? E quanto a vender em vários países com sites localizados ou usando várias moedas? O quão bem a plataforma permite esses tipos de casos de uso, e quanto de trabalho manual isso exigirá de você?

A solução comercial permite que você gerencie centralmente todas as suas atividades comerciais? Ela deve facilitar a apresentação do maior número de variações de vitrine diferentes que você precisa, ao mesmo tempo que reúne todas elas de forma simples e eficiente no back end. O quão bem a plataforma permite esses tipos de casos de uso, e quanto de trabalho manual isso exigirá?

É importante entender que vários suportes de caso de uso não devem se referir apenas às suas lojas. É necessário cobrir todos os aspectos associados a uma compra comercial, incluindo pagamento, atendimento e gerenciamento de inventário. Investigue o quão bem a plataforma comercial facilitará os seus processos atuais ou desejados em cada uma dessas áreas. Ela te dará flexibilidade de oferta e realização por meio de vários canais diferentes? Ela permite opções como compra on-line e retirada na loja, ou compra na loja e envio ao domicílio ou escritório do cliente? Ela facilita a busca do seu produto de forma inteligente, como o envio de produtos do centro de distribuição ou da loja física mais próxima de onde o cliente mora? Todos esses recursos são necessários para oferecer uma jornada comercial simplificada para os seus clientes – e eficiência para o seu orçamento e equipe.

Uma solução comercial abrangente permite que os comerciantes empresariais atinjam esses objetivos:

- Chegar ao mercado mais rápido.
- Inovar continuamente.
- Evoluir para hiper crescimento e expansão global.
- Envolver compradores com experiências de omnichannel.



Como comerciante, é provável que você trabalhe com uma rede de parceiros de serviços para lidar com elementos essenciais da jornada comercial, como atendimento e envio. Algumas soluções comerciais têm capacidade limitada de se integrar naturalmente a esses parceiros e seus sistemas. Isso significa que a responsabilidade de integrar as coisas cai diretamente sobre você e sua equipe. Uma plataforma

comercial que tem ligação ou se conecta facilmente ao seu ecossistema de prestadores de serviços facilita a consolidação e o gerenciamento eficaz de todos os aspectos das suas transações e oferece uma experiência comercial mais dinâmica, completa e holística.

POSSÍVEL ENTENDIMENTO:

Antes de aceitar a solicitação de um fornecedor com relação a vários suportes de caso de uso, peça para que eles demonstrem a implementação e o gerenciamento dos sites que suportam diferentes casos de uso. Com frequência, eles simplesmente organizam várias lojas como casos em silo separados que não estão conectados, dificultando a implementação de novas ofertas, a sincronização de conteúdo e o relatório sobre os resultados gerais.

Perguntas a serem feitas:

De uma perspectiva técnica, como você conecta vitrines que abordam diferentes casos de uso? Elas estão armazenadas em silos ou todas as vitrines podem ser gerenciadas centralmente?

3. Alavancando os dados do cliente para estratégias comerciais.

Você aprende sobre os seus clientes toda vez que fazem uma compra ou visitam as suas lojas on-line. No mínimo, a sua plataforma comercial deve ter painéis e ferramentas de relatório para ajudá-lo a consumir e entender esses dados, mas você precisa de muito mais para aproveitar totalmente os insights orientados pelo comércio. Para transformar os dados

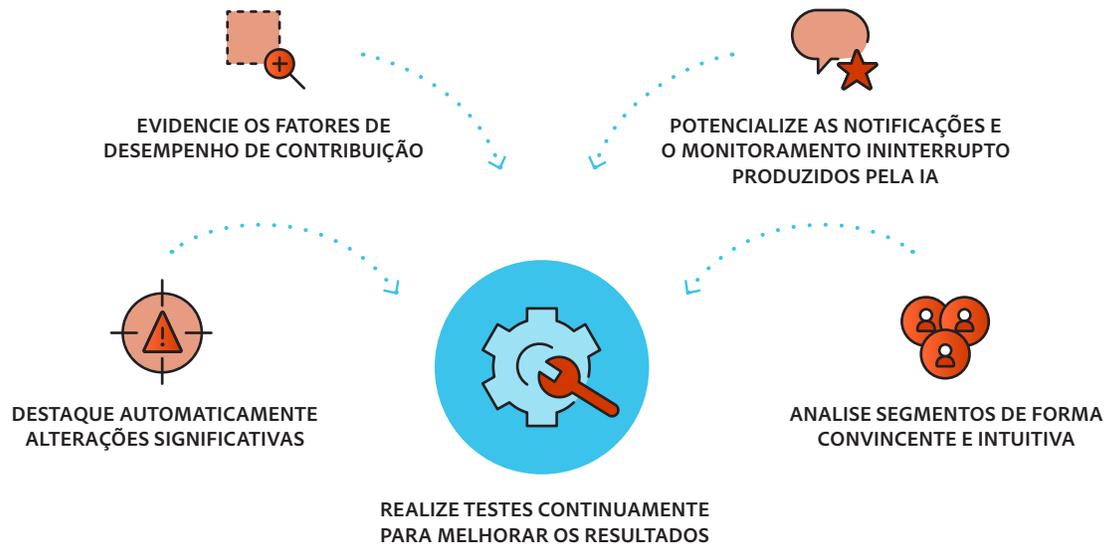
dos clientes em uma inteligência de negócios que impulse as estratégias comerciais, uma plataforma comercial deve ter uma análise avançada e uma inteligência artificial (IA) integrada que ofereçam insights úteis e permitam uma melhor tomada de decisão. Por exemplo, ela ajuda a identificar clientes que geralmente estão dispostos a pagar o preço integral para obter o que precisam quando precisam? Ela pode ajudar a expor oportunidades entre clientes no seu programa de fidelidade? E o mais importante: os recursos de IA da solução vão além da visualização básica de dados e ajudam você a agir sobre os insights quando a oportunidade é adequada?

Dito isso, é importante estar ciente de que nem toda a IA é criada da mesma forma. É sempre uma boa prática solicitar uma demonstração de como a IA da plataforma comercial funciona e que tipo de inteligência de negócios pode vir à tona. Ela se limita a oferecer recomendações superficiais? Ela exhibe somente gráficos atrativos que oferecem pouco ou nenhum insight intuitivo? Ou ela permite reconhecer anomalias que representam novas oportunidades ou indicam uma necessidade de mudar o foco? Ela pode oferecer insights do motivo pelo qual picos de tráfego ocorrem em determinadas horas do dia? Ela pode ajudar a identificar determinados comportamentos de clientes fiéis para que você possa premiá-los com promoções exclusivas ou vendas privadas? Ela pode ajudar a entender o que uma tendência específica pode significar e como você pode tirar proveito dela? Ela oferece a inteligência de negócios que você precisa para gerenciar seu negócio de forma mais eficiente e executar estratégias mais inteligentes?

POSSÍVEL ENTENDIMENTO:

Algumas plataformas comerciais oferecem pesquisa e recomendações de produtos inteligente, mas falham em oferecer inteligência real de negócios. Outras plataformas podem oferecer recursos de IA, mas elas não integram a inteligência de uma parte de seu portfólio com outra. Isso limita de fato a capacidade de ajudar você a gerar insights durante a jornada do cliente.

A inteligência artificial revela insights exclusivos e úteis.



4. Ecossistema de suporte.

Ao avaliar uma plataforma comercial, certifique-se de descobrir a extensão e as áreas de especialidade do ecossistema de suporte do fornecedor e se elas atenderão suas necessidades. Há vários aspectos do ecossistema de suporte que devem ser explorados. Um dos mais importantes está na área de implementação. Qual é a profundidade e amplitude do ecossistema do parceiro de solução do fornecedor? Eles têm parceiros de solução familiarizados com a preparação de experiências de e-commerce para o seu tipo específico de negócios? Você está satisfeito com o nível de experiência deles? Eles têm parceiros de serviços completos que vão além da implementação para oferecer codificação, consultoria, treinamento, suporte e outros serviços? Qual é a cobertura geográfica deles? Eles têm escritórios locais próximos a você? Eles têm alcance internacional e parceiros que falam o seu idioma e entendem a sua cultura?

Outro aspecto do ecossistema de suporte do fornecedor a se considerar são os parceiros de tecnologia que permitem integrações e expandem os recursos da solução com complementos e extensões que atendem às necessidades específicas do negócio, como segurança de pagamento, contabilidade, envio e atendimento, marketing, suporte ao cliente, otimização do site e mais. Você também deve descobrir o quão ativa é a comunidade de desenvolvedores do fornecedor. Uma comunidade dinâmica de desenvolvedores é um bom indicador de que a plataforma comercial e seus

parceiros poderão inovar e continuar a atender às suas necessidades conforme os mercados evoluem e seus negócios se transformam.

Perguntas a serem feitas:

Quantos membros da sua comunidade de desenvolvedores realmente se concentram no comércio? Alguns fornecedores se vangloriam de uma grande comunidade de desenvolvedores, mas somente uma pequena porcentagem de sua comunidade se concentra no comércio.

5. Ambiente aberto.

O quão aberta é a plataforma comercial que você está avaliando? Ela pode se integrar facilmente com os seus sistemas existentes ou outros sistemas que você pode precisar posteriormente? Por exemplo, ela pode se conectar ao seu

sistema de gerenciamento de inventário ou planejamento de recursos da empresa (ERP)? Algumas plataformas comerciais não permitem que os dados passem entre seus repositórios e outros sistemas. Ou elas podem permitir exportações de dados para outros sistemas, mas não permitem importações de dados, o que deixa você com problemas de sincronização e dados armazenados em silos.

De forma semelhante, conforme você busca adicionar novos recursos à sua pilha de tecnologia, o que é preciso para a plataforma comercial se conectar a essas novas tecnologias? Ela é neutra quanto à tecnologia ou o fornecedor força você a usar a própria tecnologia proprietária dele, limitando, assim, a sua flexibilidade? Sem um ambiente aberto que fomente a integração e a comunicação com outras tecnologias essenciais, fica muito difícil, se não impossível, criar experiências comerciais holísticas.

Quanto mais aberta e extensível for a sua plataforma comercial, melhor será sua capacidade de se conectar e avançar outras tecnologias para aprimorar a sua experiência comercial. Ao avaliar soluções comerciais, avalie cada catálogo de extensões do terceiros. Ela engloba as necessidades do seu setor em particular e casos de uso? E ela é baseada em padrões abertos que facilitam que terceiros criem conectores posteriormente? Soluções abertas e baseadas em padrões têm uma vantagem distinta aqui, já que oferecem o maior número de opções para integração, expansão e personalização. Essas soluções também se beneficiam de inovações acrescentadas e aprimoramentos gerados por suas respectivas comunidades de desenvolvedores.

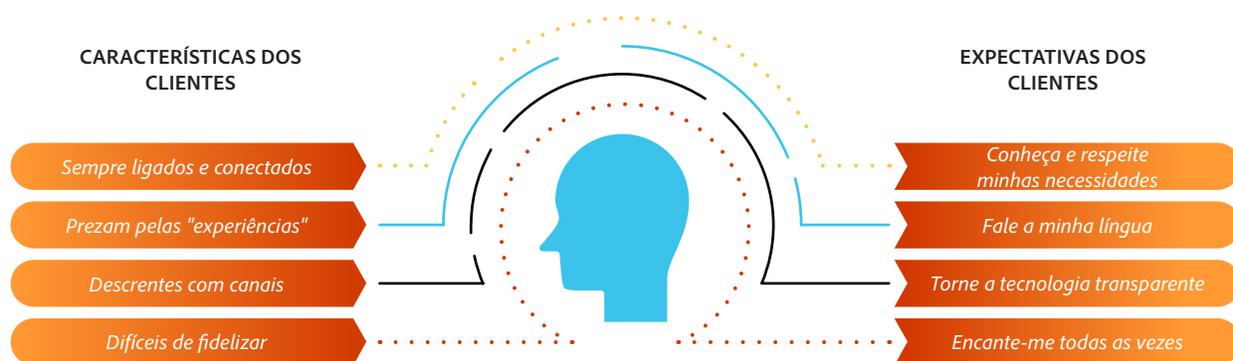
Perguntas a serem feitas:

O que é necessário para integrar a plataforma com o meu ERP, CRM e sistemas de gerenciamento de inventário e outros aspectos da minha pilha de tecnologias?

POSSÍVEL ENTENDIMENTO:

Esteja ciente de que algumas soluções comerciais inibem integrações com tecnologias de terceiros. Algumas delas podem limitar a quantidade de dados que você pode expor para as principais partes da sua pilha de tecnologias para preservar a estabilidade da base de códigos ou para forçar você a adquirir a tecnologia complementar proprietária deles.

As soluções de comércio digital precisam evoluir com os comportamentos em constante mudança dos clientes.



6. Concentre-se no valor.

É fácil encontrar soluções comerciais de baixo custo, mas é verdade o que dizem: "o barato sai caro". Não cometa o erro de priorizar apenas o preço inicial de um produto. Somente quando você olha objetivamente para o valor real que uma solução comercial oferece você pode prever o possível custo total de propriedade e o retorno de investimento. A solução oferece um modelo flexível de licenciamento? Quando custará para integrá-la à sua pilha de tecnologia? A solução oferece os recursos de que seu negócio precisa atualmente? Ou daqui a um ano? Três anos? Ela fomenta o crescimento e a escala de negócios, ou dificulta a sua evolução em novas frentes?

Se você exceder as limitações do seu investimento inicial de baixo custo, quais serão seus gastos para investir, implementar e aprender uma nova plataforma comercial dentro de um ou dois anos? Quanto esforço e gastos você terá para migrar seus dados para uma nova plataforma? E quais serão os requisitos de recursos de TI? Observe todos os fatores que integram os custos do seu investimento. Uma solução de menor custo não necessariamente se traduz em menores custos gerais. Se os custos parecerem altos ou baixos, certifique-se de compreender o valor real que a solução comercial na qual você está investindo pode proporcionar ao seu negócio.

Soluções que, além de ajudar você a vender mercadorias, permitem que você crie ótimas experiências de clientes, proporcionando fidelidade e expansão comercial, são muito mais valiosas. Para isso, você precisa mais do que apenas um carrinho de compras. Você precisa de uma plataforma comercial abrangente que ofereça os recursos e a liberdade de transformar as experiências de compras dos seus clientes de todas as formas inovadoras e vantajosas que você pode imaginar.

Isso exige uma solução que pode se integrar com suas outras soluções de tecnologia de marketing e tem uma ampla variedade de recursos e atributos necessários para oferecer uma jornada comercial completa do início ao fim, com o

envolvimento e experiências consistentes que os clientes esperam durante todo o processo.

POSSÍVEL ENTENDIMENTO:

Às vezes, os comerciantes adquirem soluções comerciais com base no preço inicial e no conjunto de recursos de que precisam hoje, para então investirem em uma nova plataforma dentro de um ano ou dois após excederem as limitações das soluções antigas.

Líder reconhecido de plataforma comercial.

Como líder na Gartner Magic Quadrant™ para comércio digital, líder na The Forrester Wave™ para Commerce Suites B2B para empresas de médio porte e com desempenho de destaque no The Forrester Wave™ para Commerce Suites B2C, o Adobe Commerce Cloud apresenta uma condição ímpar de tratar todos os elementos essenciais abordados neste guia do comprador. O Adobe Commerce Cloud oferece a solução comercial mais flexível do mercado e o maior ecossistema comercial do mundo, permitindo que comerciantes se movam e inovem mais rapidamente. Ele permite que os comerciantes mantenham uma grande variedade de modelos e canais de negócios, atendendo às necessidades de casos de uso B2C a B2B e facilitando o gerenciamento de várias marcas em escala global.

Para saber mais sobre o que o Adobe Commerce Cloud pode fazer pelos seus negócios, acesse <https://www.adobe.com/commerce/magento.html>.