



GUÍA DEL COMPRADOR

Guía del comprador para sistemas de gestión de contenidos.

Seis elementos imprescindibles para tu próximo CMS.

Streamlined content



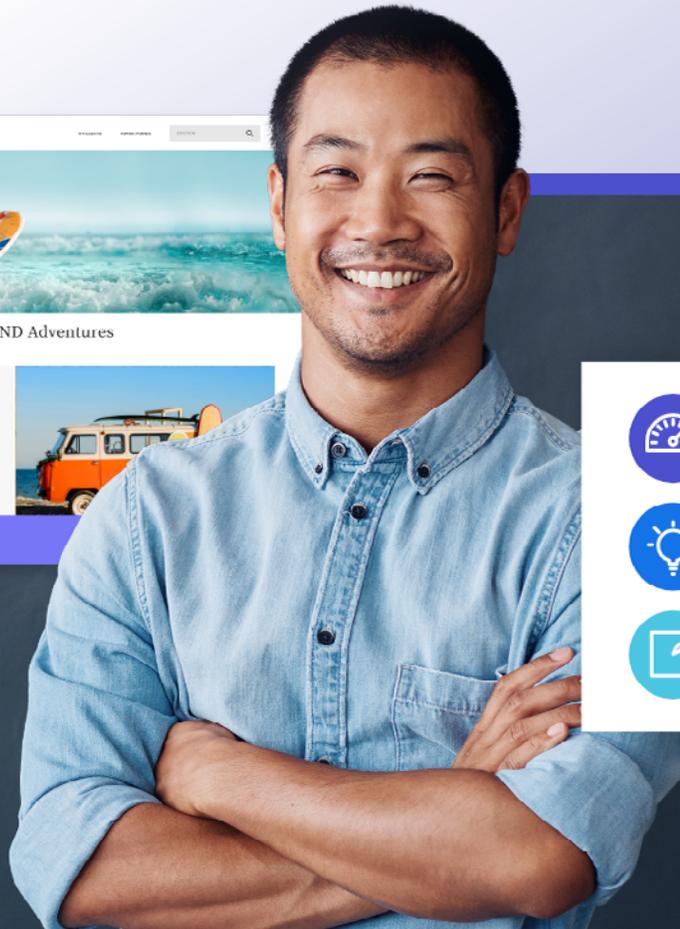
Fast load times



Experimentation



Authoring tools



Hoy en día, todas las empresas operan digitalmente y dependen de los contenidos para conectar con los clientes y educarlos. Pero los contenidos deben gestionarse bien para seguir el ritmo de los negocios digitales. Aquí entra en juego el sistema de gestión de contenidos (CMS). El CMS adecuado permite a los creadores, diseñadores y administradores crear, editar y publicar contenidos rápidamente en cualquier propiedad digital, a la vez que brinda tiempos de carga rápidos para impulsar la conversión.

En esta guía, repasaremos seis funciones fundamentales de un CMS para ayudar a tu equipo de marketing y TI a tomar una decisión informada al evaluar soluciones..

Las 6 funciones imprescindibles para tu CMS.

1. Aumenta la conversión con un mejor rendimiento del sitio web.

Cuando se trata de rendimiento web, incluso pequeños retrasos en los tiempos de carga de las páginas pueden afectar negativamente a la clasificación SEO, las visitas a las páginas, la participación en el sitio y las tasas de conversión. Por eso es esencial contar con un CMS que te ayude a optimizar los tiempos de carga rápida y la capacidad de respuesta.

47% 

de los usuarios no esperan más de dos segundos a que se cargue un sitio web, lo que cuesta a las marcas miles de millones en ventas perdidas al año.

Fuente: Forbes

0.1 segundos 

Mejorar tu tiempo de carga en 0.1 segundos puede aumentar las tasas de conversión entre un 8 y un 10%.

Fuente: Deloitte

Lo que tu CMS necesita para ofrecer un rendimiento superior del sitio.

Para obtener experiencias rápidas y con capacidad de respuesta en tus propiedades digitales, tu CMS debe estar desarrollado para la vanguardia. Una arquitectura Edge facilita el procesamiento y uso de los datos en los bordes exteriores de la red, más cerca de donde se consume la experiencia. Esto contribuye a unas buenas puntuaciones en Core Web Vitals y Google Lighthouse.

Necesidades del equipo

Capacidades clave del CMS

Un sitio web rápido para reducir las tasas de rebote y mejorar el posicionamiento SEO

Renderizado por fases para que las partes más destacadas de cada página se carguen primero

Retrasos mínimos en la carga de contenidos, incluso con actualizaciones de diseño o código

Caché persistente para un acceso más rápido a los elementos más utilizados

Información en tiempo real para garantizar que tus páginas se cargan correctamente

Supervisión de usuarios reales (RUM) que controla los tiempos de carga de las páginas y las interacciones de los usuarios, y alerta de problemas de rendimiento

CLIENTES DESTACADOS

Con Edge Delivery Services en [Adobe Experience Manager Sites](#), Volvo Trucks aumentó su puntuación de rendimiento móvil de 35 a 100 e incrementó su puntuación de visibilidad del 2.5 al 43%.

Merative mejoró su puntuación de rendimiento web de 34 a 100 y redujo la velocidad de carga de sus páginas de 10.9 a 1.6 segundos.

[Explora las funciones de rendimiento del sitio.](#)

2. Facilita y agiliza la creación de contenidos.

Un CMS ideal permitirá a tus colaboradores crear, editar y publicar contenidos con facilidad, proporcionando flexibilidad a los profesionales del marketing con o sin experiencia en CMS para gestionar contenidos y páginas en múltiples ubicaciones.

76% 

de los profesionales del marketing prefieren utilizar herramientas intuitivas de creación de contenidos, como Microsoft Word y Excel, que puedan importarse a su CMS.

Fuente: Adobe

Cómo tu CMS puede convertir a todos en expertos en contenidos.

Con herramientas de creación familiares y fáciles de usar, los equipos pueden acelerar el proceso de edición y publicación, lo que permite escalar los contenidos entre equipos, regiones y canales.

Necesidades del equipo	Capacidades clave del CMS
Capacidad para crear, editar y publicar páginas web con las herramientas preferidas	Creación basada en documentos para crear y editar páginas web con herramientas conocidas como Microsoft Word y Google Docs
Un método para que los usuarios sin conocimientos técnicos creen y editen contenidos sin ayuda de desarrolladores	Plantillas de arrastrar y soltar y un editor visual para crear y editar páginas web con vista previa en directo
Una forma integrada de gestionar todas tus propiedades digitales, incluidos los sitios regionales y específicos de cada idioma	Una plataforma centralizada que controla las propiedades móviles y web específicas de cada región respetando las directrices de la marca y las políticas generales de gobernanza
La posibilidad de traducir contenidos a diferentes idiomas y ofrecer versiones regionales de tu sitio web con solo unos clics	Traducción automática de metadatos de texto e imágenes integrada en el CMS

CLIENTES DESTACADOS

Pethealth Inc. utilizó Experience Manager Sites para combinar los puntos fuertes de sus cinco marcas en un único ecosistema de contenido cohesivo, al tiempo que publicaba contenido un 82% más rápido y duplicaba su productividad de marketing.

[Explora las funciones de creación de contenidos.](#)

3. Acelera la experimentación y la optimización.

Un CMS que permita a los equipos crear y ejecutar experimentos de manera eficiente, sin depender de sistemas de terceros o de una amplia colaboración entre equipos, es esencial para extraer información más rápidamente.



Los sitios de e-commerce que realizan pruebas A/B con éxito han visto un aumento del 50% en los ingresos por visitante único.

Fuente: VWO

Cómo tu CMS puede optimizar los procesos de experimentación.

Las pruebas A/B de un solo elemento o de una página entera ayudan a identificar las estrategias y los componentes de contenido más eficaces. Mediante la optimización basada en la información sobre el rendimiento, las organizaciones pueden maximizar el retorno de la inversión (ROI) de sus esfuerzos de creación de contenidos.

Necesidades del equipo	Capacidades clave del CMS
Funciones de prueba y optimización que no dependen de equipos especializados	Pruebas A/B integradas que los profesionales del marketing pueden configurar en cuestión de minutos
La capacidad de encontrar las experiencias de mejor rendimiento para maximizar el ROI de los contenidos	Experimentación de página completa para probar la funcionalidad, el diseño y el contenido de la página con segmentos de audiencia específicos: ubicación, tipo de dispositivo y visitantes nuevos o recurrentes
Un conocimiento profundo de los contenidos que sobresalen y de los que rinden menos	Análisis basados en el seguimiento de usuarios reales que brindan insights sobre la edad y los componentes con resultados fácilmente accesibles para el equipo

[Explora las funciones de prueba y optimización.](#)

4. Gestiona a la perfección los contenidos en todos los canales.

Un CMS debe estar diseñado para capacidades omnicanal, permitiendo a los equipos crear, gestionar y entregar contenido avanzado en todos los puntos de contacto digitales. Sin un CMS unificado, la difusión de contenidos a través de los canales no es escalable y requiere un gran apoyo por parte del departamento de TI. Como resultado, las experiencias se vuelven incoherentes y genéricas.

89% 

Las empresas con una sólida estrategia omnicanal retienen al 89% de sus clientes.

Fuente: Invesp

33% 

Las empresas con una estrategia omnicanal débil retienen solo al 33% de sus clientes.

Fuente: Invesp

Lo que tu CMS necesita para respaldar experiencias digitales omnicanal.

Para ofrecer experiencias multicanal atractivas, tu CMS debe incluir un sistema de diseño coherente, componentes de contenido reutilizables, acceso directo a activos gobernados y herramientas de diseño con capacidad de respuesta. Con estas funciones, puedes capacitar a todo tu equipo para crear experiencias conectadas en todas tus propiedades digitales sin repetir tareas en cada canal.

Necesidades del equipo

Una solución para que los no desarrolladores editen y publiquen contenidos en cualquier canal

La capacidad de mantener el contenido conforme a la marca y coherente en todos los puntos de contacto con el cliente

Capacidades clave del CMS

Componentes editables mediante arrastrar y soltar en una interfaz WYSIWYG, con previsualización en directo

Componentes preconfigurados como columnas de texto, imagen y cuadrícula adaptable para crear y gestionar plantillas de página acordes con la marca

Formas rápidas de crear contenidos para que los vendedores nunca tengan que empezar desde cero

Una completa biblioteca de activos y plantillas, así como sistemas de diseño globalmente coherentes

Medios para reutilizar y adaptar eficazmente los contenidos, ahorrar tiempo en las actualizaciones y minimizar los errores

Componentes reutilizables que pueden aplicarse a varias páginas y se actualizan automáticamente cuando se realizan cambios en la página maestra

[Explora las características de las experiencias omnicanal.](#)

5. Mantente flexible para la entrega headless, tradicional o híbrida.

Los equipos de TI y desarrollo que utilizan soluciones CMS obsoletas están creando un laberinto de contenidos en el que cada canal tiene su propio repositorio aislado. Habrá que crear manualmente el mismo contenido para cada canal, lo que consume mucho tiempo, energía y recursos, además de producir experiencias de cliente interrumpidas e incoherentes.

El CMS adecuado resolverá estos problemas de inmediato, con una plataforma fácil de usar para publicar contenidos en cualquier front-end de tu elección, independientemente de si utilizas un modelo headless o híbrido. Un enfoque híbrido ofrece a los desarrolladores un sistema flexible y adaptable y a los profesionales del marketing una interfaz intuitiva para moldear la forma en que se presentan los contenidos en los canales.

59% 

de los profesionales del marketing y los desarrolladores afirman que no están preparados para reutilizar contenidos, y eso les está ralentizando.

Fuente: Adobe

76% 

de las personas que califican la madurez digital de su organización como avanzada utilizan principalmente un CMS híbrido.

Fuente: Adobe

Cómo diseñar tu CMS para lograr flexibilidad en tu stack tecnológico.

Un CMS debe ser capaz de adaptarse a un enfoque de entrega headless, tradicional o híbrido, de modo que pueda gestionar contenidos de varios canales en un eje central. Los equipos pueden publicar contenidos en todos los extremos, incluidas las aplicaciones de una sola página, las aplicaciones móviles, IoT, etc.

Entrega headless	Suministro tradicional	Entrega híbrida
El contenido se almacena y gestiona por separado de su aplicación de cara al usuario, por lo que puede entregarse a múltiples plataformas y dispositivos sin estar atado a un único sistema de front-end	El contenido y su presentación están integrados. Este modelo se diseña normalmente para la entrega en una plataforma específica	La entrega de contenidos es flexible cuando se combinan los enfoques tradicional y headless. Un enfoque híbrido puede mantener la entrega tradicional para casos de uso específicos

Las organizaciones también buscan la componibilidad en un CMS, que permite actualizar, modificar y ensamblar activos como imágenes, textos o contenidos multimedia de forma que se adapten perfectamente a distintas plataformas. Editar un componente, como un banner web o una imagen de producto, en una ubicación central mejora la eficacia operativa. Los cambios se realizan al instante en cualquier lugar donde se utilice el activo.

Necesidades del equipo	Capacidades clave del CMS
La capacidad de realizar y visualizar cambios en todos los contenidos en el contexto de la experiencia de diseño y en tiempo real	Visualización y edición en tiempo real, independientemente del framework del front-end o de la ubicación del renderizado
Los medios para reutilizar y distribuir contenidos en todas tus propiedades digitales	Creación de contenidos modular y adaptada a cada canal para la creación puntual y la publicación en cualquier superficie digital

Una forma de simplificar el acceso a los contenidos para los desarrolladores, garantizando experiencias rápidas y similares a las de las aplicaciones en todas las plataformas

Lenguaje de consulta diseñado para que las API entreguen fragmentos de contenidos a las aplicaciones cliente

Integración con aplicaciones propias y de terceros sin incurrir en gastos de infraestructura

Puntos finales de API de aplicación predefinidos que pueden utilizarse para personalizar las extensiones y escalar más rápido

[Explora las funciones de los CMS headless.](#)

6. Desarrolla experiencias web y de aplicaciones rápidamente sin sacrificar el rendimiento.

Tu CMS debe facilitar a los desarrolladores el lanzamiento de nuevas experiencias web y aplicaciones, con un punto de partida optimizado y compatibilidad con los frameworks preferidos para maximizar la eficiencia. Si los desarrolladores se atascan en ciclos de desarrollo largos y complicados, esto impedirá la funcionalidad de la web y retrasará el lanzamiento de nuevos sitios o páginas.

Lo que tu CMS necesita para un desarrollo web y de aplicaciones más rápido.

El mejor enfoque permite que la creación, el diseño y la codificación tengan lugar en paralelo, a diferencia del proceso de desarrollo lineal tradicional, en el que varias etapas tienen lugar secuencialmente, lo que restringe la flexibilidad y la velocidad del proceso de desarrollo.

54% 

de los profesionales del marketing y los desarrolladores consideran que la falta de competencias o de especialistas es uno de sus tres principales puntos débiles.

Fuente: Adobe

Necesidades del equipo

Capacidades clave del CMS

Puntos de partida personalizables para que los desarrolladores construyan más rápido

Código repetitivo optimizado para acelerar el desarrollo, minimizar el código innecesario y garantizar una mayor velocidad de carga de las páginas

Ciclos de desarrollo más rápidos con menos dependencias

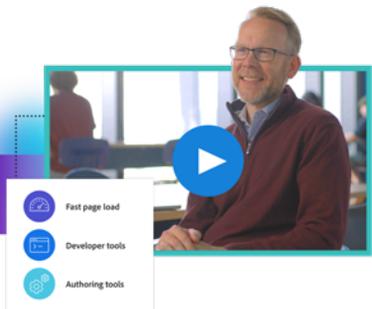
Un enfoque de desarrollo flexible, en el que el contenido, el desarrollo y el diseño trabajan en paralelo en lugar de depender unos de otros

Capacidad de los equipos distribuidos para validar los cambios de código con contenido de producción a través del desarrollo

Previsualización automática del código para que los desarrolladores puedan previsualizar los entornos de cada rama del código fuente

La capacidad de editar y gestionar aplicaciones de una sola página (SPA) fácilmente sin codificación

Editor de diseño de arrastrar y soltar y funciones de vista previa en directo para que los profesionales del marketing puedan realizar cambios por sí mismos



Gracias a Edge Delivery Services, el equipo de ingenieros de Adobe puede ofrecer funciones a Adobe.com 2.5 veces más rápido.

[Ve el video para conocer nuestra historia.](#)

[Explora las funciones de desarrollo acelerado.](#)

Adobe Experience Manager Sites cumple todos los requisitos.

El mejor CMS para tu organización es el que permite a tus profesionales de marketing y desarrolladores crear contenidos de alto rendimiento en cualquier propiedad digital, desde la web hasta las aplicaciones, pasando por los dispositivos móviles.

Experience Manager Sites es un CMS líder del sector que mejora drásticamente la velocidad a la que puedes construir, crear, publicar y cargar páginas en todos los dispositivos y canales para seguir el ritmo de los negocios digitales.

De hecho, fuimos nombrados Líderes en [The Forrester Wave™: Content Management Systems, Q3 2023](#) y [IDC MarketScape: Worldwide Hybrid Headless CMS 2023 Vendor Assessment](#).

Asegúrate de mantener a tu organización a la vanguardia con nuestras mejores funciones de CMS y nuestro liderazgo demostrado en el sector.

[Más información sobre cómo Adobe Experience Manager Sites puede ayudarte a maximizar el rendimiento de tu web.](#)



Fuentes

"[Faster, More Engaging Websites](#)," Adobe video, Experience Manager Sites, 10 de octubre de 2023.

Katherine Haan, "[Top Website Statistics for 2023](#)," Forbes, 14 de febrero de 2023.

Khalid Saleh, "[The State of Omnichannel Shopping — Statistics and Trends](#)," Invesp, 18 de abril de 2023.

"[Milliseconds Make Millions](#)," Deloitte, 2020.

"[Providing Lifelong Value for Pet Owners](#)," Adobe, 17 de octubre de 2023

"[Navigating the Digital Experience Landscape](#)," Adobe, 3 de agosto de 2023

Smriti Chawla, "[CRO Industry Insights from Our In-App Survey Results](#)," VWO, 22 de diciembre de 2023.

Adobe

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

© 2024 Adobe. Todos los derechos reservados.