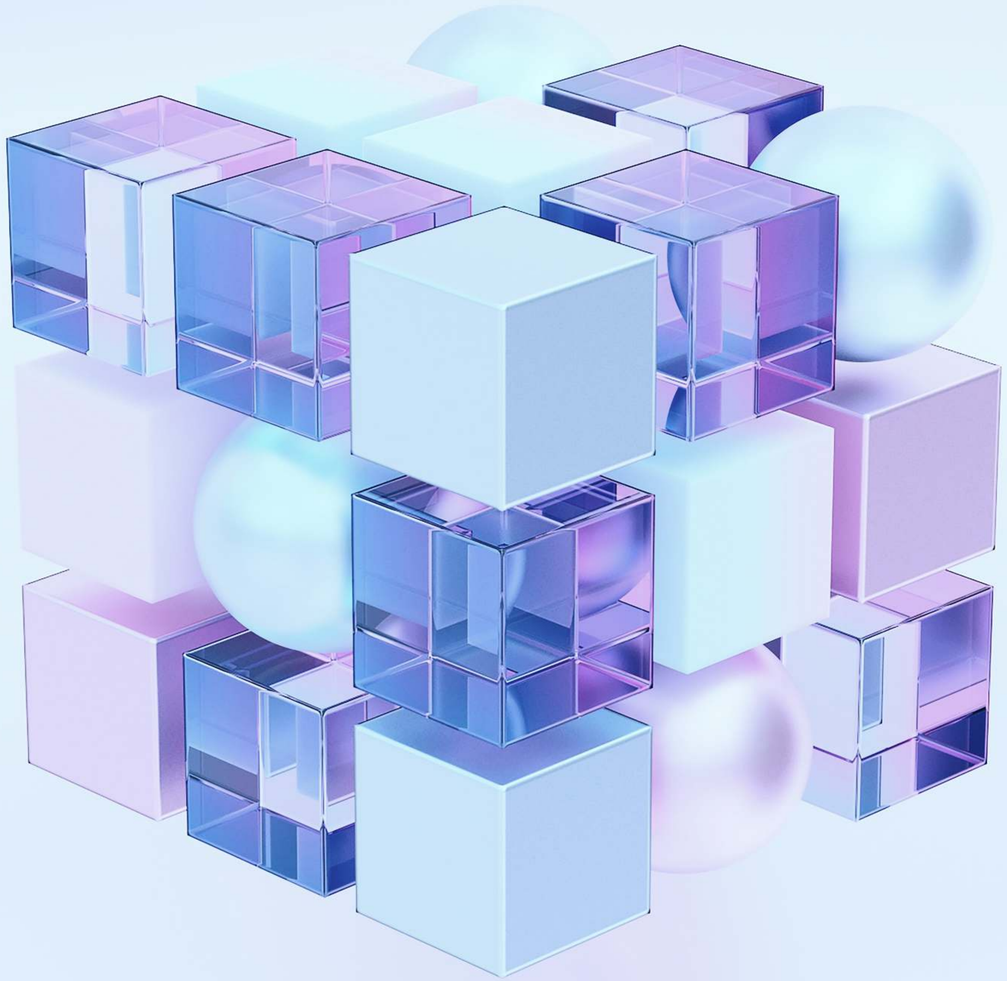
OTOÑO 2023

Libérate de las plataformas monolíticas: Descubre los beneficios del Commerce 3.0

Javier Navarro Head Of Client Services LATAM

Felipe Silberstein Head Of Platform Strategy

APPLY DIGITAL



Contenido

Resumen Ejecutivo	02
Qué es el Commerce 3.0 y sus principales ventajas en comparación con monolitos tradicionales	03
Tres etapas históricas del Commerce	06
Del commerce monolítico al Commerce 3.0 y ejemplos	09
commercetools y BigCommerce, plataformas alineadas 100% con el Commerce moderno	11
Ventajas del commercetools y BigCommerce	12
Reflexiones Finales	16
Acerca de Apply Digital	17
Acerca de commercetools	18
Acerca de BigCommerce	19
Créditos	20

Resumen ejecutivo

La **evolución del *e-commerce*** se ha dado en diferentes etapas a lo largo de la historia del Internet. En la primera fase, llamada Commerce 1.0, **Amazon** y **eBay** popularizaron las compras digitales. En un segundo período, llegaría el Commerce 2.0, donde empresas más pequeñas podrían tener sus propias tiendas virtuales. Ahora, en la etapa Commerce 3.0, las empresas buscan una integración en todas las áreas del negocio, de modo de que puedan brindar experiencias eficientes y personalizadas a los clientes.

Si tu empresa utiliza una plataforma monolítica, sabemos que puede ser limitante y frustrante para tus necesidades específicas. Las arquitecturas monolíticas requieren mantenimiento y actualizaciones que no siempre son compatibles con sus componentes, lo que puede ser costoso y técnicamente complejo.

Mientras que el Commerce 3.0 puede requerir de una inversión inicial adicional, los beneficios a largo plazo de este modelo van desde una **transición rápida y sencilla, escalabilidad, gran soporte técnico** y eficiencia operacional.

Además, podrás administrar **múltiples canales de venta** en una sola plataforma, **analítica avanzada** para obtener información detallada del comportamiento del usuario, lo que da lugar a **programas de fidelización más efectivos** y adaptados a las necesidades de los clientes y, por sobre todo, mejores tasas de conversión (como te indicaremos más adelante). Este modelo permite una **gestión más eficaz en la comunicación, marketing y ventas,** lo que ayuda a obtener una mayor rentabilidad y retorno de inversión para la empresa.

¿Tienes problemas en tu check out y estás atado de manos para cambiarlo?, ¿Cuentas con las herramientas para entregar contenido personalizado en un solo click?, ¿Puedes ejecutar una estrategia de Search and Browse? Te invitamos a acercarte a un *partner* que pueda guiarte hacia una solución escalable, adaptable, flexible y personalizada (no monolito) para cuando estés preparado para salir de tu actual escenario.

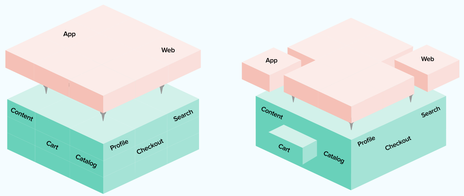
Qué es el Commerce 3.0 y sus principales ventajas en comparación con monolitos tradicionales

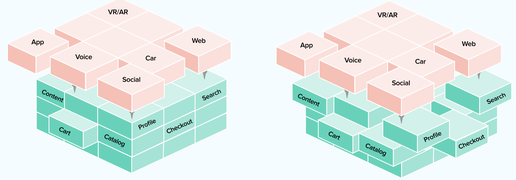
Durante años, las empresas se han visto obligadas a elegir un Commerce 2.0 (*Headless* + Monolito) que se acerque lo más posible a sus requisitos funcionales, con la esperanza de que también les permita abordar nuevos escenarios y canales de venta. Agregar una interfaz headless a estos monolitos fue un primer paso y solucionaron, en parte, algunos desafíos. Sin embargo, éstos no resuelven el problema total del negocio y te mantienen preso de una tecnología en específico.

El Commerce 3.0, es una evolución frente al modelo tradicional del *e-commerce* y se apoya 100% en tecnologías MACH, que incluye una arquitectura API-first, cloud-native, headless y microservicios. Este modelo brinda libertad y flexibilidad al usuario a través de tecnologías específicas como el search, la personalización y el loyalty. También busca satisfacer las nuevas expectativas de los consumidores, quienes desean compras más personalizadas, convenientes y eficientes.

A diferencia del *e-commerce* monolito, el Commerce 3.0 tiene mayor independencia y control en la elección de tecnologías para funcionalidades específicas, brindando una mejor adaptabilidad a las necesidades particulares de cada negocio, capacidad de estar al día con nuevas tendencias y tecnologías. Este modelo ofrece una mayor facultad de recopilación y análisis de datos en tiempo real para **mejorar la toma de decisión, transparencia en el proceso de compra para clientes e integración de tecnologías como la Inteligencia Artificial y Machine Learning para una experiencia optimizada.**

Un ejemplo de este enfoque Commerce 3.0 es el trabajo realizado por Apply Digital con **LEGO** donde ayudamos a pasar de una arquitectura monolítica a una **arquitectura orientada a servicios.** También hemos brindado asistencia a **IKEA** en la implementación de una arquitectura que respalda 58 regiones, cada una con necesidades específicas tanto funcionales como empresariales.

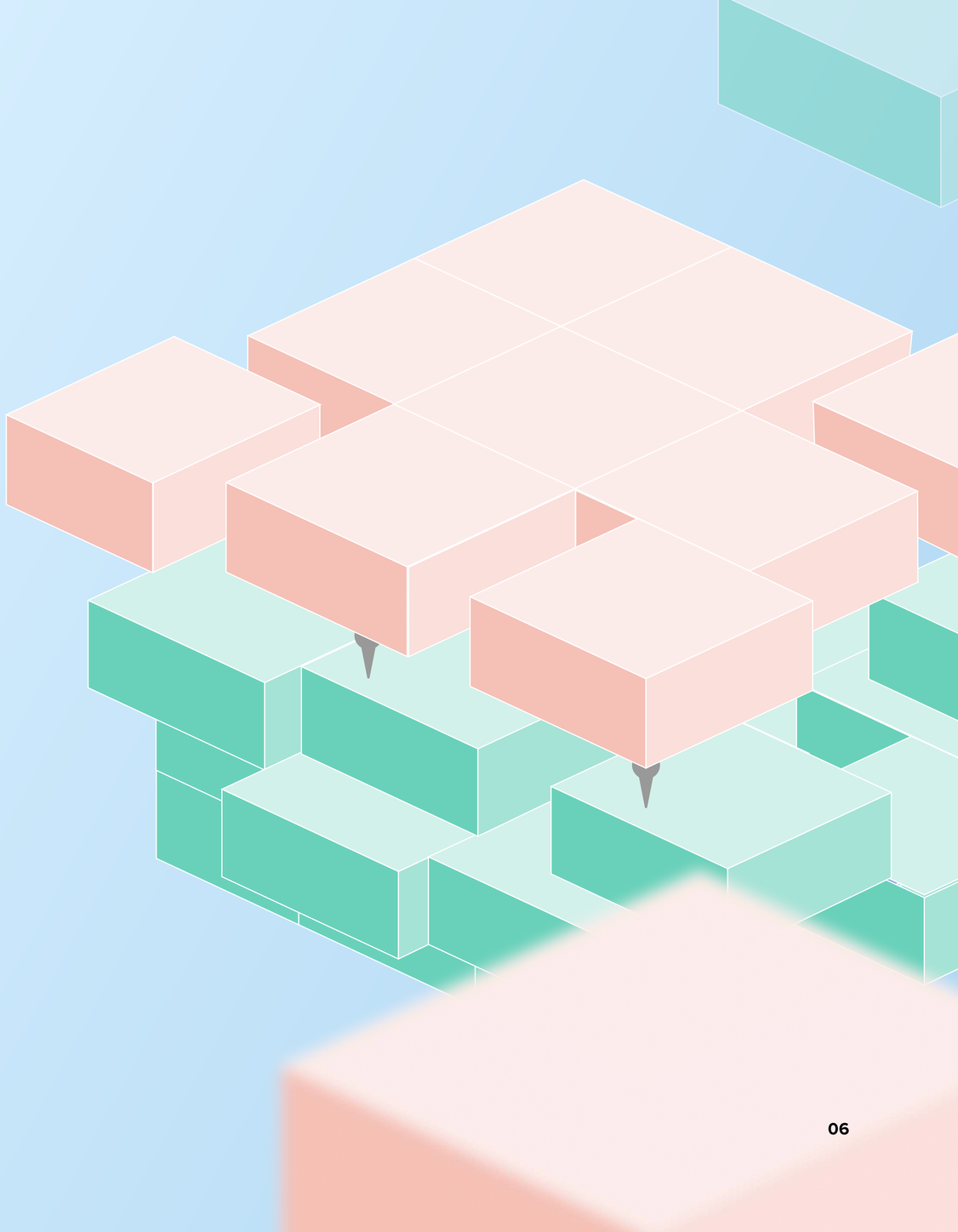


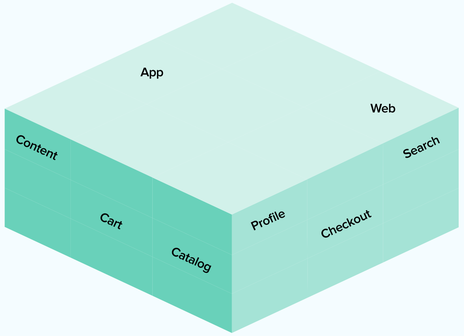


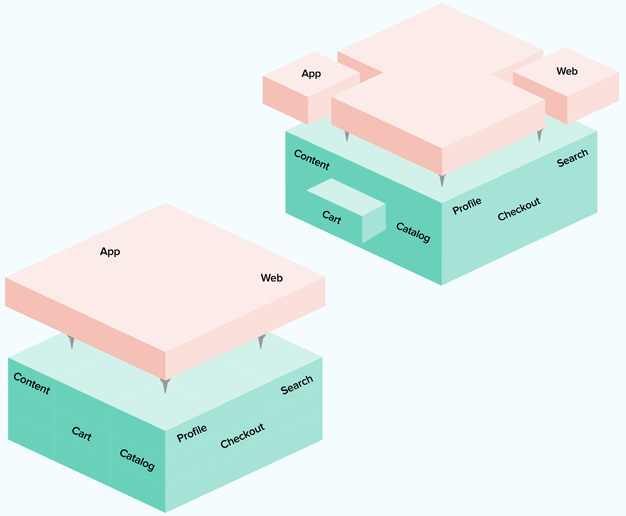
Para ayudarte a entender mejor cuál es la mejor opción para tu negocio, a continuación, presentamos una tabla comparativa entre **Commerce 1.0 y Commerce 3.0:**	**Commerce 1.0** **Monolito**	**Commerce 3.0** **Composable Unplataforming** **(MACH, Composable Commerce)**
Prepara tu negocio para el futuro	La capacidad de atender al cliente de nuevas formas viene determinada por el monolito y su hoja de ruta.	La capacidad de ofrecer nuevos servicios al cliente está determinada por equipos de UX y negocios.
Brand API: potenciando experiencias únicas de marca	Aplicaciones del cliente limitadas al funcionamiento del monolito.	Aplicaciones para clientes basadas en los servicios empresariales que elija.
Posibilidad de elegir los servicios empresariales que necesite	Ampliar el monolito e integrar nuevos servicios es caro y lento.	Capacidad de elegir y pagar sólo por los servicios o funcionalidades que necesites. Son rápidos de integrar.
Habilidad de innovar, testear y aprender a gran velocidad	La experimentación es lenta y costosa, lo que significa que probar nuevos conceptos conlleva más riesgos y se convierte en una barrera para la innovación.	Rapidez para implementar e iterar nuevas ideas añadiendo nuevos microservicios o conectando nuevas herramientas MarTech de forma rápida y sencilla.

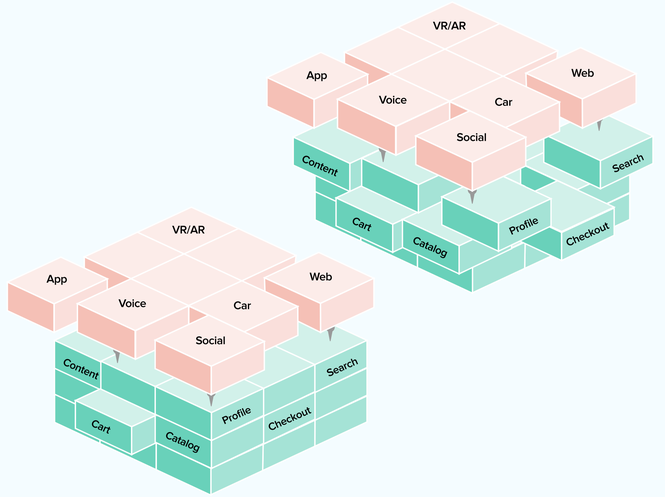
Tres etapas históricas del Commerce

Con el fin de ofrecerte una comprensión más completa de la evolución del comercio electrónico, hemos preparado una tabla comparativa que ilustra las características, costos y escalabilidad de las tres etapas históricas del Commerce.









2000

Commerce 1.0

Etapa monolítica

Plataformas nada flexibles y difíciles de escalar, como Hybris, ATG y Websphere, que solían dominar el mercado con enfoques de "do it all".

Velocidad del los cambios Lento

Costo del cambio: ●
Costo de construcción: ● ● ●
Costo de escalabilidad: ● ● ●

2010

Commerce 2.0

Nacimiento de Cloud, SaaS y Headless

Headless CMS, abstracción temprana y orientación al servicio para respaldar la expansión del mercado digital.

Velocidad del los cambios Medio

Costo del cambio: ● ●
Costo de construcción: ● ● ●
Costo de escalabilidad: ● ●

2016

Commerce 3.0

Composable Unplatforming, SaaS y Micro servicios

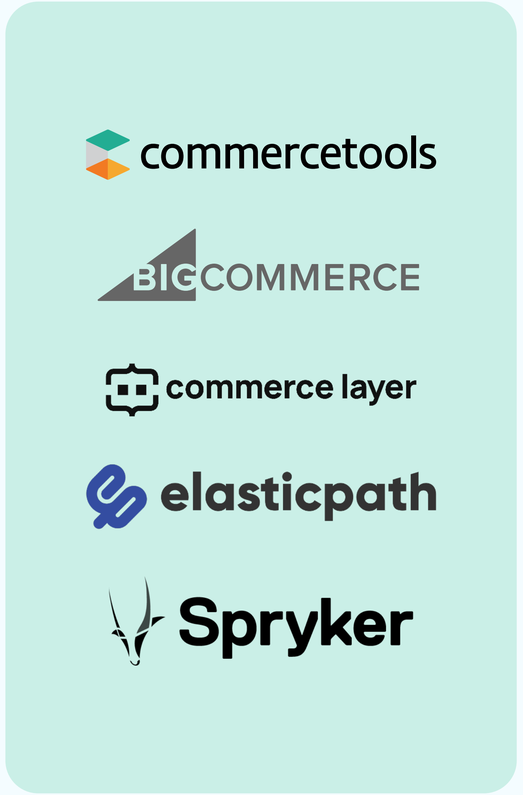
Crecimiento basado en MACH, Channel-agnostic, centrados en el negocio, experimentales y ecosistemas ágiles.

Velocidad del los cambios Rápido

Costo del cambio: ●
Costo de construcción: ● ●
Costo de escalabilidad: ●

Commerce 1.0

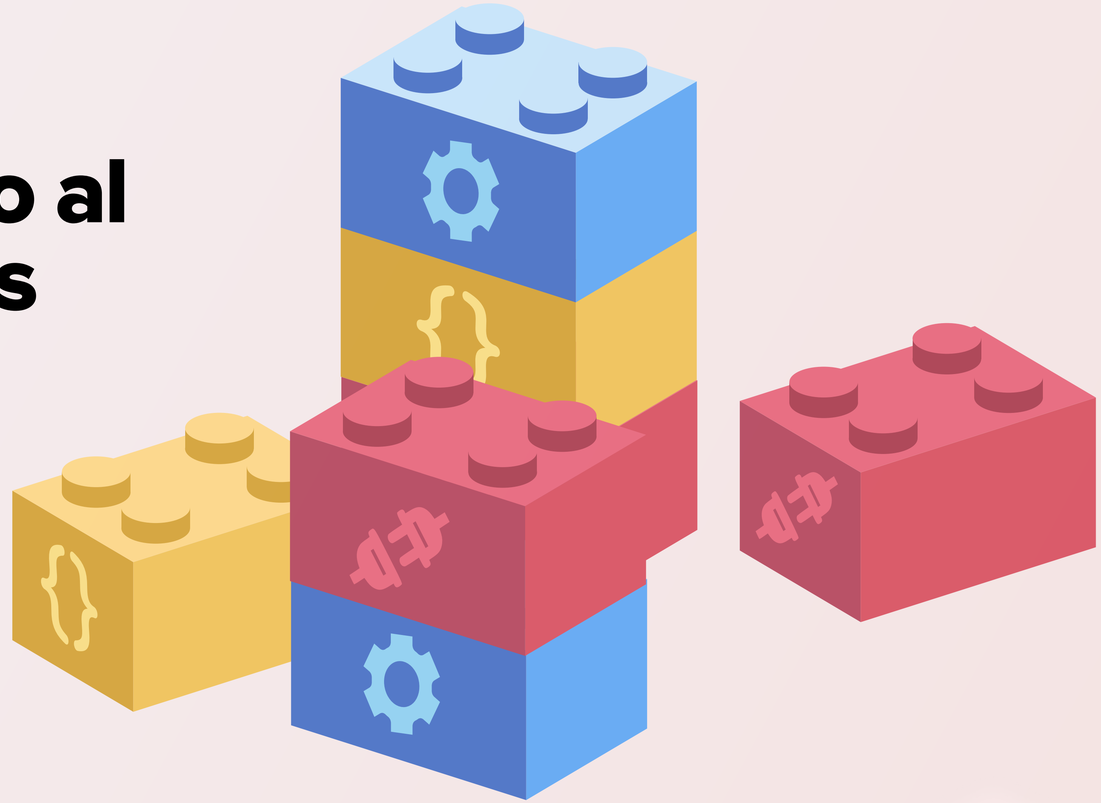
Commerce 2.0



Commerce 3.0

Del Commerce monolítico al Commerce 3.0 y ejemplos

El *e-commerce* sólo puede mantenerse al día evolucionando continuamente. Una de las formas en que las empresas pueden hacerlo es pasando del comercio monolito al comercio 3.0, lo que requiere un cambio significativo en la forma en que estructuran, implementan y operan sus sitios de comercio electrónico. Para hacer este cambio de manera efectiva, las empresas pueden enfocarse en cuatro claves principales representadas en el siguiente cuadro:



Estructural

Identificación de una pequeña parte de la experiencia de usuario (UX) y convertirla en una fuente de la verdad a nivel de información, implementando procesos y prácticas basados en la metodología MACH.

Este enfoque permite a las empresas comprender todas las partes en movimiento dentro de una arquitectura composable.

Ejemplos:

- *Product Detail Page (PDP).*
- *Content Article.*

Funcional

Identificar un aspecto funcional viable del sistema y llevar a cabo su implementación, desde la experiencia hasta convertirlo en una fuente de la verdad de información.

El objetivo es comprender completamente el aspecto funcional de un sistema y su impacto en toda la empresa.

Ejemplos:

- *Profile.*
- *Shopping Cart.*
- *Product Catalog.*

Regional

Una región puede ser una localidad o un micrositio de una marca.

Sigue siendo necesaria una buena gama de funcionalidades y el despliegue completo de la arquitectura de destino.

Ejemplo:

- Funcionalidad MVP utilizando un enfoque composable para probar los conceptos con un público reducido con un radio de explosión y cambio limitado.

Big Bang

Traspaso completo, en el que todos los servicios migran del antiguo al nuevo.

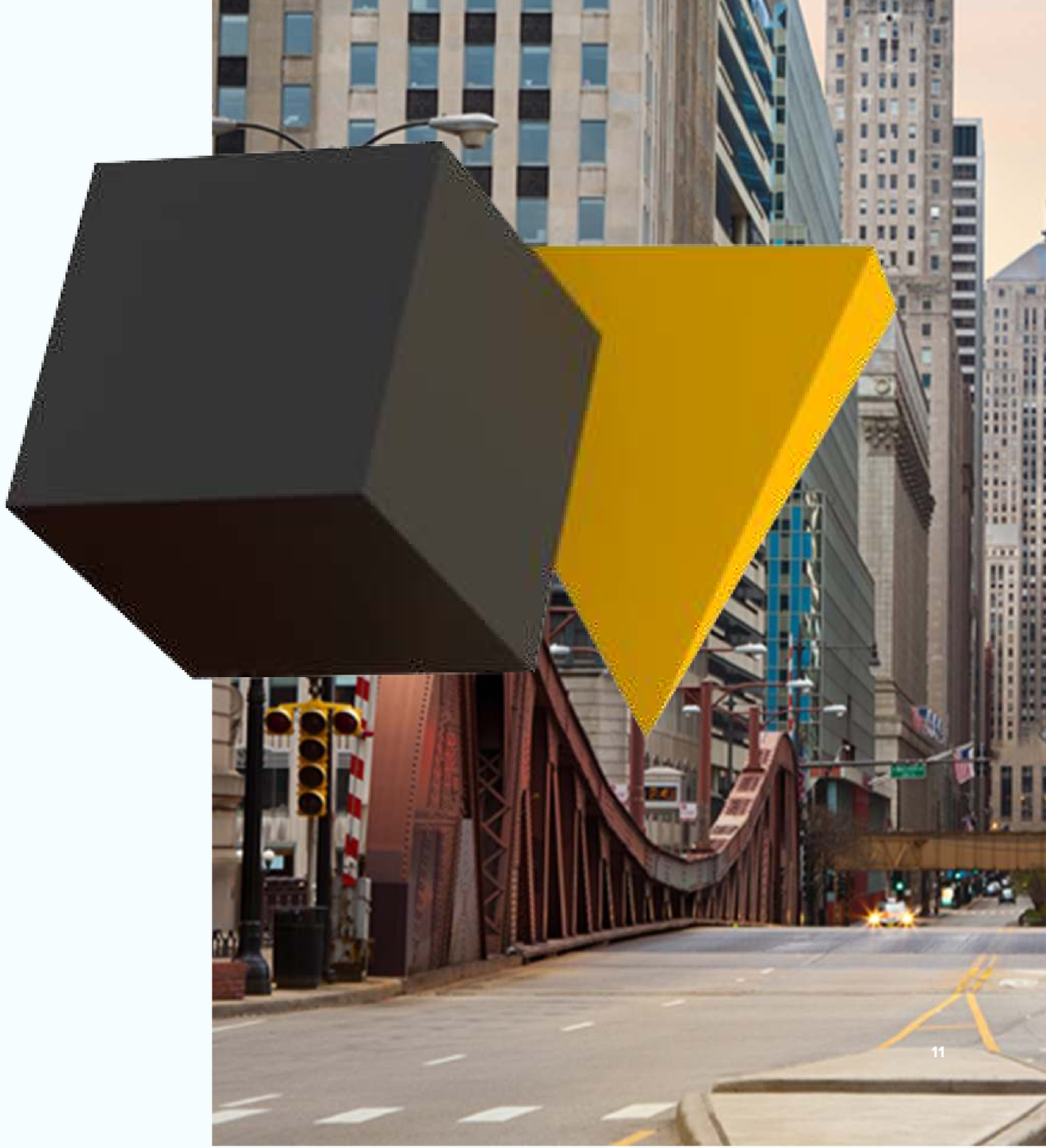
El riesgo es alto y el despliegue debe gestionarse con cuidado y deben prepararse una estrategia rollback.

commercetool y BigCommerce, plataformas alineadas 100% con un Commerce moderno

commercetools y BigCommerce son algunas de las plataformas que ofrecen soluciones flexibles y escalables para impulsar el crecimiento de millones de *e-commerce* en el mundo y se alinean con la **filosofía MACH**.

Era 2012 cuando **Dirk Hoerig, cofundador de commercetools, acuñó el término headless para crear una diferenciación entre las suites de comercio "all-in" monolíticas y su nuevo enfoque radical**. Este concepto hacía referencia a la separación entre el backend y el frontend en las suites de *e-commerce*, creando un nuevo estándar en la industria. commercetools se consolidó como pionero del commerce desarrollando también el enfoque MACH, una estrategia radical y disruptiva que deja atrás los monolitos, abrazando la flexibilidad enfocada en soluciones SaaS. **commercetools ha superado los $100 millones de dólares de ingresos anuales** y no debe verse como una apuesta nueva o arriesgada, sino como una herramienta líder en la industria del *e-commerce* que ha creado un estándar al que muchos se han unido.

BigCommerce, se ha reinventado desde su inicio, evolucionando hacia una solución alojada de "shop in a box", con características completas e integraciones predefinidas enfocadas en suscriptores mensuales de alto volumen. La plataforma también se ha adaptado a las prácticas actuales de la industria al ser API First, lo que significa que es altamente adaptable y personalizable. Pero eso no es todo, BigCommerce ha realizado mejoras adicionales con GraphQL para respaldar el headless commerce. Estas mejoras lo convierten en una opción atractiva para aquellos que buscan soluciones de *e-commerce* flexibles y personalizables.



Ventajas de commercetools y BigCommerce

commercetools

- Multi-tenant en su forma más auténtica.
- Enfoque arquitectónico “strangler pattern”.
- Extensión de funcionalidades mediante API framework.
- Ofrece la posibilidad de añadir campos personalizados (consultables) y nuevos modelos de datos.
- Es una de las plataformas más maduras basadas en API-first para el headless commerce.
- Asistencia para GraphQL y headless.
- Plataforma preparada para el futuro y de nivel empresarial.

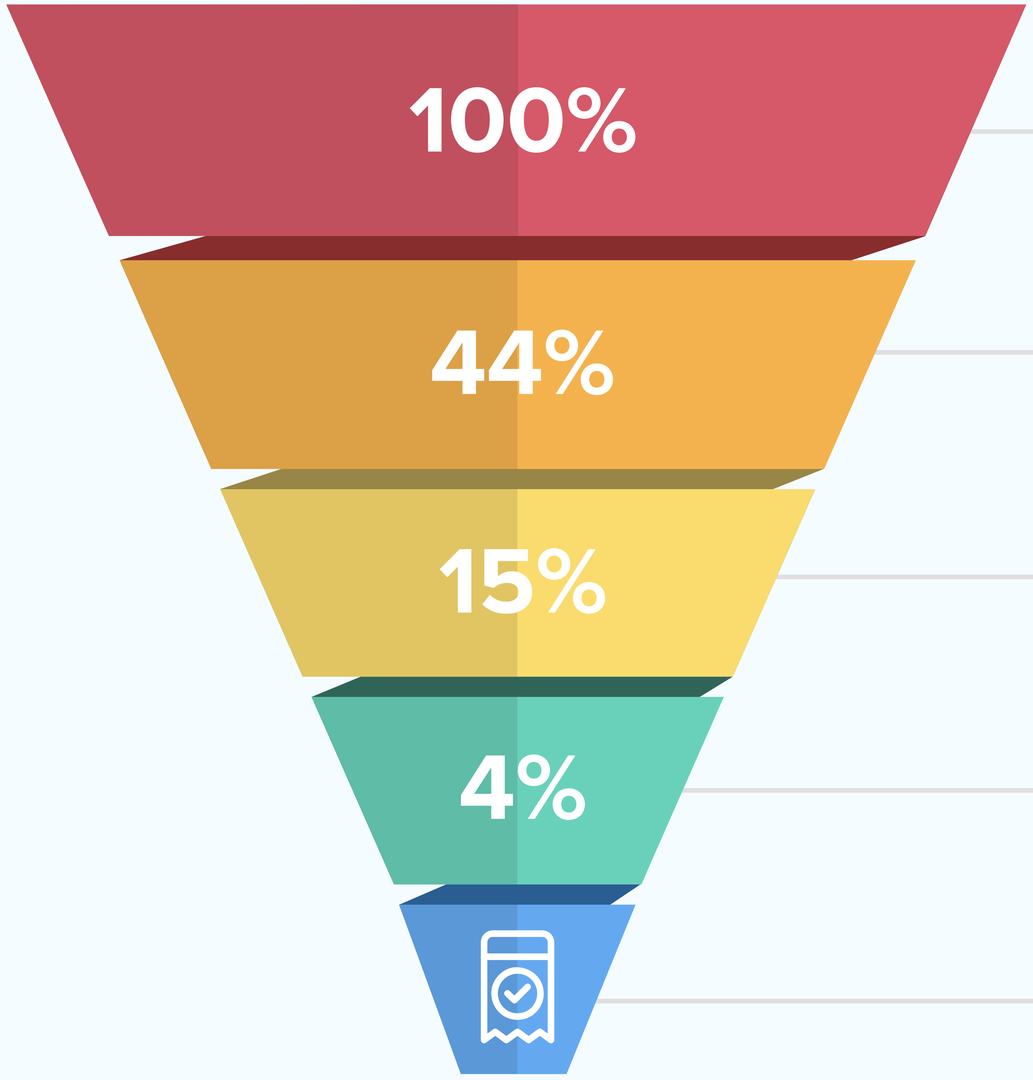
BIGCOMMERCE

- La plataforma ofrece una amplia variedad de funcionalidades e impresionante capacidad de OOTB.
- Cuenta con numerosas integraciones previas y conectores, y dispone de un sólido marketplace de aplicaciones.
- OpenSaaS permite y GraphQL Layer permite una arquitectura híbrida headless, muy flexible y rápida para el mercado.
- Se está convirtiendo en el estándar de facto para los comerciantes que han superado a Shopify o que están utilizando tecnología monolítica obsoleta y pueden no disponer de grandes presupuestos de TI o de la madurez digital necesaria.

¿Aún te resistes al cambio de Commerce?

En Apply Digital estamos enfocados en mejorar la experiencia del usuario, ofreciendo las mejores soluciones para impulsar cada etapa del funnel de *e-commerce* de nuestros clientes. Te has puesto a pensar **¿Cuánto podría ahorrar tu equipo de marketing si aplicaras mejoras en algunas de las etapas del funnel?, ¿Cuánto dinero significaría para tu *e-commerce* aumentar un 50% la tasa de conversión?** Utilizando las tecnologías adecuadas y configurando cambios en ciertas partes del proceso de compra, podrías conseguir resultados inesperados.

Tal como le pasó a **Ruggable**, una empresa productora y diseñadora de alfombras lavables y reutilizables, que **al integrar las tecnologías de dos de nuestros partners como Ninetailed y Contentful**, **logró aumentar el CTR hasta 7 veces más**, luego de darse cuenta de la importancia de crear diferentes audiencias y optimizar la experiencia del cliente. O a **Pets Deli**, una tienda online de productos para mascotas que se enfocó en distintas estrategias como el contenido personalizado, **lo que significó el crecimiento en el número de ventas del 51% en la tasa de conversión y una disminución en la tasa de rebote del 10%**.



Sesiones en total

Incrementarás las sesiones totales contando un una plataforma que te permita tener log in con credenciales de redes sociales. Además de tener solo una puerta de entrada para todos tus canales.

Vista de página de productos

Aumentarás el tiempo de navegación promedio al tener contenido personalizado para tus usuarios, usando un CMS headless como Contentful y un motor de personalización como Ninetailed.

Añadir al Carrito

Ampliarás tu ticket promedio pudiendo diseñar lógicas de search and browse, utilizando plataformas como Algolia.

Checkout

Reducirás la tasa de abandono, mejorando la experiencia de checkout con herramientas como commercetools y BigCommerce.

Compra

Aumentarás tu tasa de conversión, integrando de manera simple más opciones de pago.

Reflexiones finales

Para incorporar nuevas tecnologías, las empresas enfrentan desafíos como evaluar los costos y solucionar la resistencia al cambio, lo que puede frenar el desarrollo. Hoy en día, las soluciones monolíticas convencionales no ofrecen la escalabilidad, soporte técnico, administración de contenidos y personalización necesarios para impulsar el valor de la marca.

La adaptación digital es imprescindible, lo que implica invertir en alternativas como commercetools y BigCommerce, plataformas alineadas con el estándar MACH, para lograr todas las eficiencias operativas necesarias, entregar la mejor experiencia al cliente y poder alcanzar un aumento x7 de visitas en sitios de producto o duplicar la tasa de conversión, como le ocurrió a ciertas empresas mencionadas en este reporte.

En Apply Digital, colaboramos contigo para desarrollar plataformas de *e-commerce* con visión de futuro y fomentamos una cultura digital para evolucionar juntos.

Acerca de Apply Digital

Apply Digital es una empresa de innovación digital centrada en productos, plataformas y comercio.

Resolvemos problemas complejos con soluciones bien ejecutadas y hechas a la medida para el crecimiento continuo. Somos ambiciosos, y nuestros clientes también lo son. Trabajamos con start-ups con financiación, marcas globales y empresas de Fortune 1000 que abarcan sectores y audiencias, como Moderna, Kraft Heinz, Atlassian y Realtor.com.

Para más información y poder conectar,

Envíanos un correo electrónico a hello@applydigital.com O visita nuestro sitio web www.applydigital.com

Acerca de commercetools

El inventor del headless, commercetools es un disruptor tecnológico e innovador que se ha establecido como un proveedor de software de comercio electrónico líder en la industria. En la actualidad, algunas de las marcas más emblemáticas del mundo y empresas orientadas al crecimiento confían en commercetools para proporcionar soluciones potentes, flexibles y escalables que satisfagan sus necesidades de comercio digital en constante evolución. Como visionarios que lideran el movimiento de la arquitectura MACH® moderna, commercetools proporciona a los clientes la agilidad necesaria para innovar e iterar sobre la marcha, fusionar canales en línea y fuera de línea, aumentar los ingresos y preparar su negocio de comercio electrónico para el futuro.

Con sede en Múnich (Alemania) y oficinas en Europa, Asia y Estados Unidos, commercetools se centra exclusivamente en liderar un futuro de posibilidades comerciales ilimitadas.

Para más información, visita www.commercetools.com

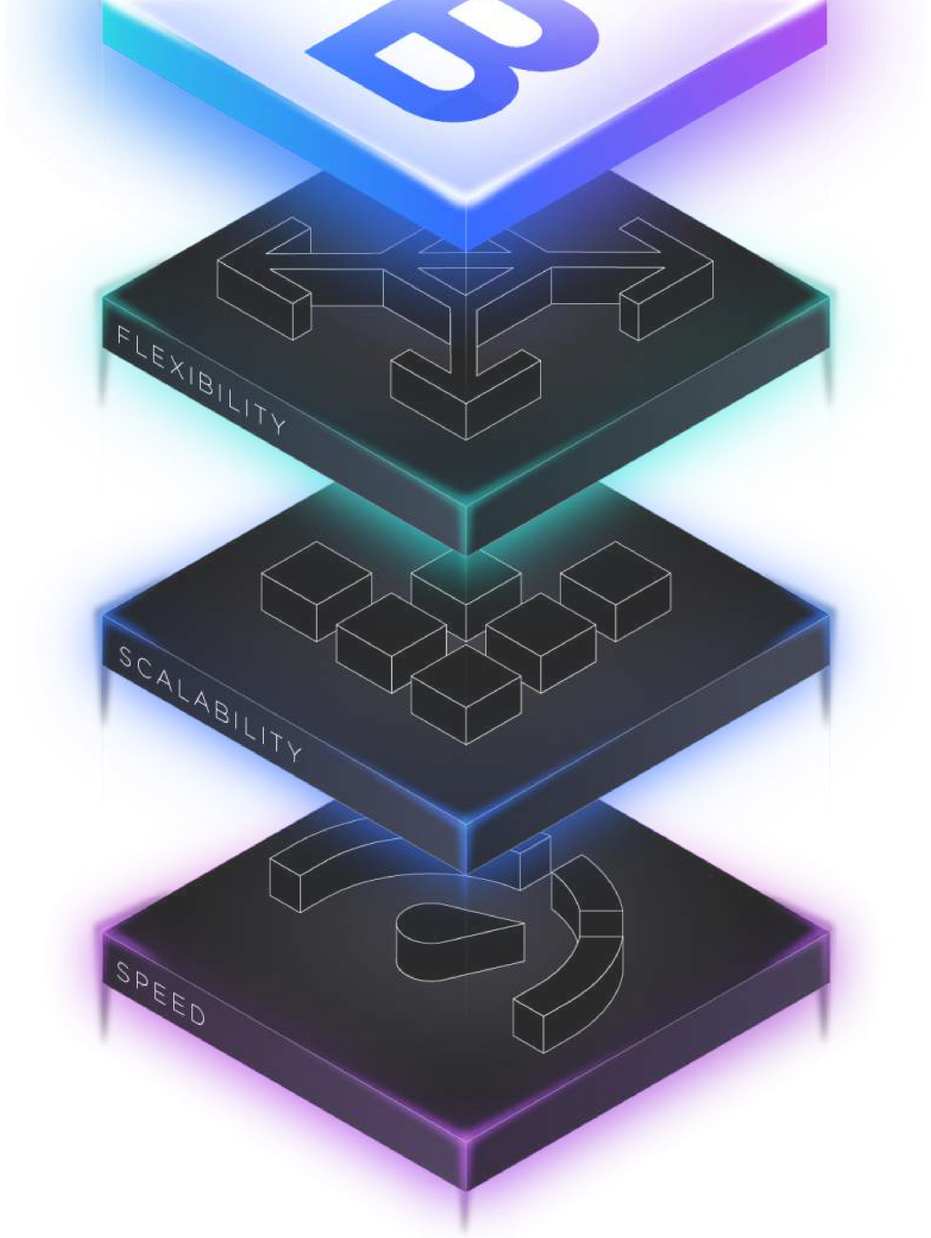
Acerca de BigCommerce

BigCommerce es una plataforma abierta líder de e-commerce y de software como servicio (SaaS) que permite a comerciantes de todos los tamaños crear, innovar y hacer crecer sus negocios en línea.

Como una solución SaaS abierta y líder en el mercado, BigCommerce ofrece a los comerciantes sofisticadas funcionalidades de nivel empresarial, personalización, rendimiento simple y de fácil uso.

Miles de empresas B2B y B2C de 150 países y numerosos sectores utilizan BigCommerce para crear tiendas online atractivas como Ben & Jerry's, Molton Brown, S.C. Johnson, Skullcandy, Solo Stove, Ted Baker y Vodafone. Con sede en Austin, BigCommerce tiene oficinas en Londres, Kiev, San Francisco y Sydney.

Para más información, visita www.bigcommerce.com



Créditos

Javier Navarro
HEAD OF CLIENT SERVICES LATAM
Co-Author

Felipe Silberstein
HEAD OF PLATFORM STRATEGY
Co-Author

Camila Mont
MARKETING LEAD, LATAM
Delivery Lead, LATAM

Carolina Rondón
CONTENT WRITER
Writer, Spanish Content

José Díaz
MARKETING DESIGNER
Lead Designer