



WHITEPAPER

Composable Commerce

Keeping up in a changing market



Introductie

Composable Commerce, het zingt al lange tijd rond in de e-commerce markt. Maar wat doet het nou eigenlijk? Composable Commerce is een aanpak die e-commerce organisaties helpt om digitaal mee te bewegen en te groeien met marktontwikkelingen, zonder de bestaande bedrijfsvoering compleet te moeten aanpassen.

Hoe werkt het? Je selecteert de beste systemen voor e-commerce en combineert deze tot een op maat gemaakte, schaalbare oplossing. Specifiek voor jouw behoeftes en doelen. Zie het als een systeem van bouwblokken, zodra er nieuwe functionaliteiten nodig zijn voeg je blokken toe en koppel je deze met de bestaande blokken.

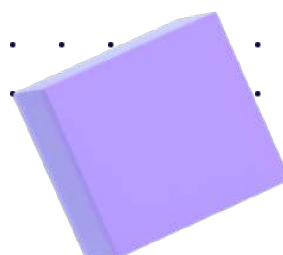
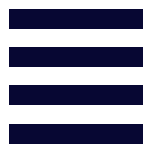
Dus: als je huidige platform de groei van e-commerce remt, kan Composable Commerce voor jou dé oplossing zijn.

In dit ebook leggen we uit wat er speelt in de markt, hoe je flexibiliteit krijgt om te schalen en de online ervaring zo in te richten dat je klanten er gelukkig van worden. En proberen hiermee een antwoord te geven op de vraag: **Composable Commerce: the ultimate online experience?**

- Veranderingen in de markt: mee blijven bewegen is een must;
- Composable Commerce als ultiem antwoord?;
- Wat maakt de stap naar Composable Commerce waardevol voor jou?



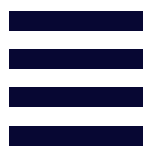
“Een aanpak die e-commerce organisaties helpt om digitaal mee te bewegen en te groeien met marktontwikkelingen zonder de bestaande bedrijfsvoering compleet te hoeven aanpassen.”



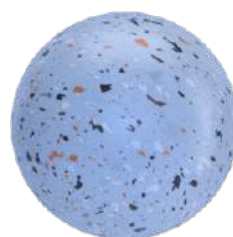
Inhoud

- 02 Inspelen op verandering
- 03 Keuzevrijheid met composable commerce
- 04 Headless commerce als onderdeel van de e-commerce strategie
- 07 De rem eraf halen
- 08 Wordpress met BigCommerce
- 09 Jouw 'waarom vraag'





Bijblijven in een veranderende markt





Inspelen op verandering

In deze tijd met veel onzekerheid en marktsegmenten die zich razendsnel ontwikkelen, verandert het consumentengedrag sneller dan ooit. Ook komen er steeds meer kanalen bij. Als e-commerce bedrijf moet je wendbaar zijn en blijven. Je hebt een e-commerce-architectuur nodig die soepel en snel schaalbaar is. En die de complexe 21e-eeuwse winkelervaring waarmaakt. Flexibiliteit is het toverwoord, in de oplossing en in de organisatie.

Jouw e-commerce strategie is omnichannel, want consumenten willen niet beperkt worden in hun online zoektocht naar producten en content consumptie. Wist je dat... 73% van de consumenten meerdere kanalen gebruikt als ze een product kopen. Steeds vaker starten ze die zoektocht op marketplaces of social media. En als er vragen zijn, sturen ze een bericht via WhatsApp of de chat. Zijn waar de klant is, is belangrijker dan ooit.

Om die reden verwachten ze gebruik te kunnen maken van apps, marketplaces, wearables, websites of sociale verkoopkanalen. Klanten willen een merk kunnen vinden en bereiken via de kanalen en apparaten die zij kiezen.

Jij weet als geen ander dat het in e-commerce niet alleen draait om de technologie, maar ook om de strategie en de organisatie er omheen. Net zo goed moeten deze aspecten worden aangepast aan de veranderingen in de markt. Alleen als het geheel goed staat en flexibel blijft, kun je echt gaan groeien. In het volgende deel duiken we dieper in die gevraagde flexibiliteit. Want hoe krijg je dit duurzaam voor elkaar?



“Klanten willen een merk kunnen vinden en bereiken via de kanalen en apparaten die zij kiezen.”





Keuzevrijheid met composable commerce

De markt vraagt dus om systemen, technologie en platformen die meebewegen met de veranderende vraag en behoeftes. En organisaties die dat ook doen. Als je blijft werken met systemen die moeilijk aan te passen zijn of beperkt in schaalbaarheid, blijf je achter op de rest. Zoveel verandering vraagt om keuzevrijheid voor jou als e-commerce manager, zodat je de tools kan kiezen die jou gaan helpen groeien.

Die stijgende verwachtingen van klanten en bedrijven betekenen, volgens adviesbureau Gartner, de stap naar een digitale toekomst waarin oplossingen **composable** zijn. De e-commerce omgeving wordt steeds meer een 'blokkendoos', opgebouwd uit systemen en microservices, voor de multi-ervaringswereld waarin we leven. Op dit moment maken nog veel organisaties gebruik van (traditionele) oplossingen waarbij de frontend en de backend dicht tegen elkaar aan zitten. Maar dit type e-commerce omgeving kan steeds minder meebewegen met de nieuwe klantverwachtingen.

Als we Gartner volgen en gaan voor toekomstbestendige e-commerce, dan is composable commerce **the way to go**.





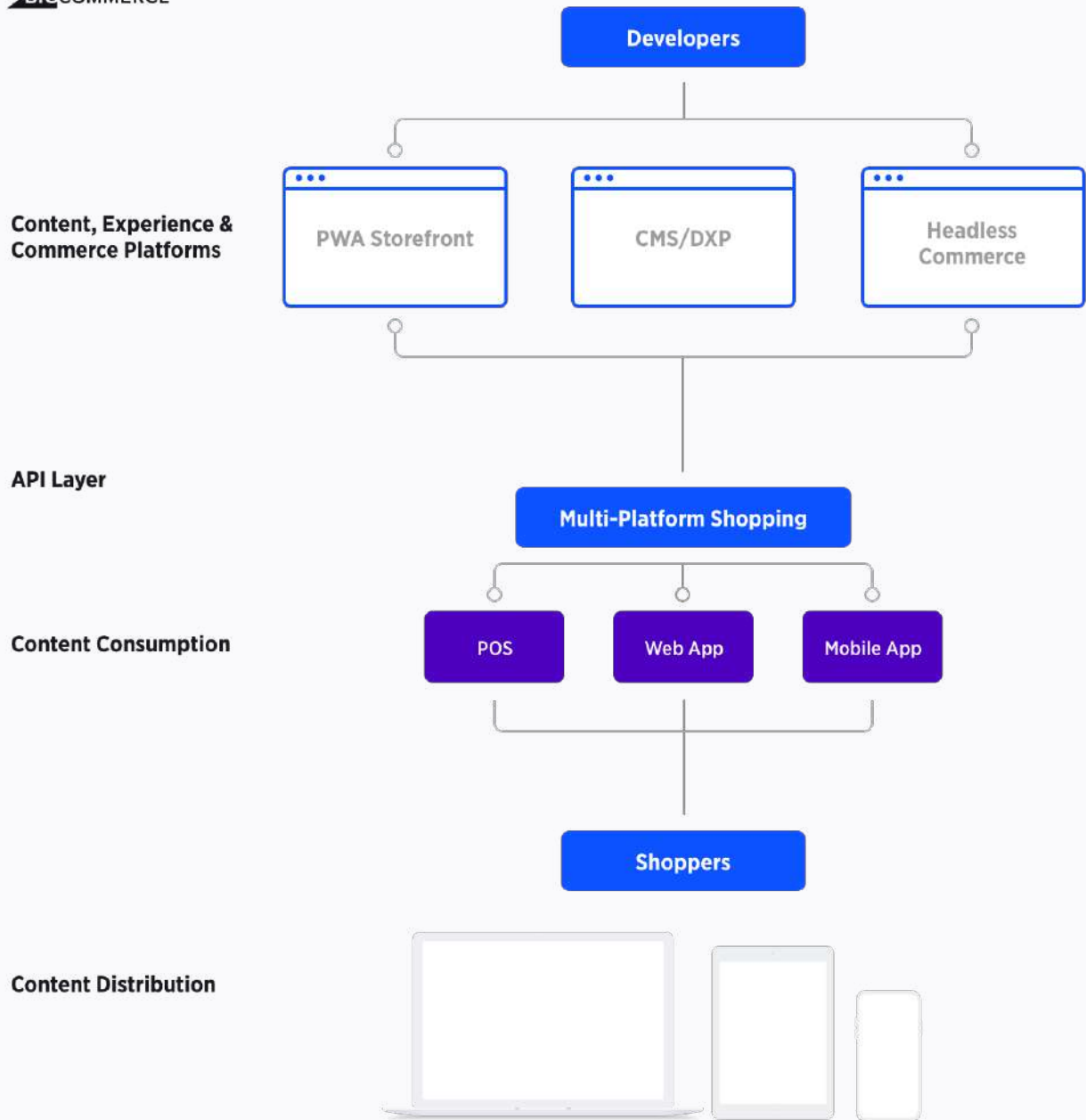
Headless commerce als onderdeel van de e-commerce strategie



Zeg je composable commerce, dan zeg je headless commerce. Dit is namelijk een onderdeel van de composable oplossing. Een term die veel wordt gebruikt in de markt. Wat doet headless commerce? Headless commerce zorgt voor veel meer flexibiliteit in hoe en waar je de klant jouw producten toont. Flexibiliteit in kanalen maar ook in content en branding. Je maakt daarbij gebruik van een e-commerce-oplossing waar de frontend losstaat van de backend. Deze twee delen werken samen door gebruik van connectoren en API's. Een frontend kan in dit geval bijvoorbeeld een webapp zijn (PWA) of een website (CMS). In de figuur zie je hoe headless werkt in vergelijking met de traditionele e-commerce platform aanpak.

De grote voordelen van het losrekken van de frontend en backend zijn snelheid en een betere klantervaring. Aanpassingen aan één van beide kunnen gelijktijdig worden doorgevoerd. Developers hebben nu de flexibiliteit om de frontend en de klantervaring op de gewenste kanalen snel te verbeteren, zonder de functionaliteit van de backend te verstoren. Of er op te moeten wachten. Ook nieuwe functionaliteiten kun je in deze headless architectuur sneller releasen en testen vergeleken met de traditionele platformen.

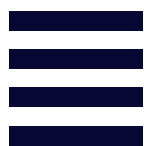
BigCommerce is in de basis een headless platform. Het platform wordt aangeboden als OpenSaas en is een stevig fundament voor een toekomstbestendige e-commerce omgeving. Zij hebben verschillende connectoren ontwikkeld, zodat je zonder veel moeite verbinding kunt maken met populaire contentbeheersystemen (zoals Wordpress), digital experience platformen en progressive webapps (PWA). Voor nog meer flexibiliteit zijn er krachtige API's en de speciale Storefront-API op basis van GraphQL. Waarmee je eigen connectoren of een frontend helemaal op maat kan bouwen. Precies, je gebruikt dus de blokken die jij nodig hebt.



Beschikbare frontend integraties en applicaties voor BigCommerce zijn o.a.:

WordPress \ Bloomreach \ Next.js \ Drupal \ Adobe Experience Manager

Met deze frontend technologieën zorgt BigCommerce voor een optimale omnichannel strategie en flexibiliteit voor jouw e-commerce team met de beste tools in de markt.



Waarom de overstap naar Composable Commerce?





De rem eraf halen

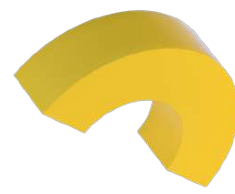
De belangrijkste redenen om over te stappen naar een ander e-commerce platform zijn **de wens om te groeien** en **een nog betere klantervaring leveren**.

Je bent begonnen met een e-commerce platform en jouw webshop is de start-up fase ontgroeid. Nu kom je in de volgende fase, je gaat steeds sneller groeien. De webshop is succesvol en je bent klaar voor die volgende stap. Vraagstukken ontstaan waar jouw huidige platform niet het beste antwoord op is. Denk aan flexibiliteit, schaalbaarheid en wendbaarheid. De groei wordt beperkt en de tijd is gekomen om verder te kijken.

BigCommerce kan jou helpen om de volgende stap te zetten in jouw e-commerce groei, met als grote voordeel de flexibele frontend en omnichannel mogelijkheden die je vanuit composable commerce meekrijgt.

De basis van BigCommerce is al heel compleet, door het toevoegen van functionaliteiten en microservices realiseer je zelf de omgeving die jou naar die volgende fase brengt. Indien gewenst kun je blijven werken met een vertrouwd CMS en toch die betere klantervaring bieden.





Jouw 'waarom vraag'

Na het lezen van de inzichten over de markt en wat composable commerce is, blijft jouw 'waarom vraag' over. Is composable commerce voor jouw specifieke business case interessant? En waarom? Laten we je helpen.

Onderstaande vragenlijst geeft een handvat bij de keuze voor een composable commerce aanpak vanuit jouw huidige situatie. **Is het antwoord op meerdere vragen 'nee'?** Dan is het de moeite waard om composable commerce te gaan onderzoeken.

Is een aantal vragen met 'nee' beantwoord, maar geen volmondig 'nee'? Dan is een traditionele aanpak in combinatie met een headless frontend wellicht de beste eerste stap.

- Kun je met de huidige e-commerce aanpak de gewenste oplossingen blijven kiezen terwijl je groeit?
- Kun je de gebruikerservaring eenvoudig aanpassen op verschillende punten in de buyer journey?
- Kun je in een paar dagen tijd koppelingen met API's mogelijk maken, in plaats van weken of maanden?
- Kunnen jouw klanten aankopen doen via meerdere digitale kanalen?
- Is het makkelijk updates te implementeren voor de frontend en de backend?
- Wordt jouw e-commerce team voldoende ondersteund door je huidige partner?
- Is er voldoende budget vrijgemaakt in jouw organisatie voor innovatie?



Composable Commerce: Jouw nieuwe en verbeterde e-commerce strategie?

Onze specialisten kijken graag mee naar de mogelijkheden en geschikte stappen voor jouw groeidoelstellingen. Ook maken we graag en vrijblijvend een analyse van de huidige e-commerce omgeving om te zien waar groeimogelijkheden liggen. Neem contact met ons op om jouw stip op de horizon te bespreken.



Neem dan contact met ons op via
info@happyhorizon.com

