



EBOOK

Soyez prêt pour l'avenir avec les **solutions composables** d'EPAM et Sitecore

L'évolution des solutions composables

Contents

03

Introduction

04

Définir les solutions composables

07

Les étapes pour réussir sa transition
vers le composable

10

EPAM et Sitecore :
Une efficacité prouvée

13

Conclusions et perspectives

Introduction

L'évolution des solutions composables

Pour répondre aux exigences élevées et en constante évolution de leurs clients, les marques doivent agir rapidement. Aujourd'hui, les consommateurs attendent une expérience percutante partout où ils font leurs achats. Les interactions fluides et omnicanales sont devenues la norme, et leur personnalisation, une nécessité. Il est de ce fait essentiel de faire appel aux data pour attirer des clients potentiels, au bon endroit et au bon moment. Cela nécessite un nouvel ensemble d'outils agiles, résilients, et flexibles.

La pandémie a également amplifié le besoin d'expériences digitales de qualité et continue d'alimenter une concurrence féroce à l'échelle mondiale. Afin de rester compétitives, les marques doivent dépasser l'utilisation d'une architecture monolithique, qui est souvent associée à la rigidité, à une évolutivité limitée et à des coûts de maintenance élevés.

En outre, les marques ont un besoin croissant de choisir les meilleures solutions pour chaque composante de leur écosystème, des canaux d'engagement à la transaction, et de pouvoir les intégrer de manière simple et modulable. L'objectif est de garantir la durabilité des expériences digitales en adoptant rapidement de nouveaux outils adaptés à leurs besoins. Cela implique la mise en place d'un ensemble de technologies agiles qui peuvent être ajustées sans générer de coûts excessifs.

En général, les marques sont confrontées à de nombreuses exigences, que ce soit la gestion de plusieurs langues ou l'intégration de nouveaux contenus et systèmes de paiement. L'approche orientée client s'étend désormais également au B2B. C'est pourquoi les entreprises ont actuellement besoin d'exercer un contrôle total sur ces technologies.

“ En tant qu'ingénieurs, il est toujours important de décomposer les choses et d'être en mesure d'interchanger différentes plateformes, ainsi que de réutiliser des services. Avec la technologie composable, nous disposons désormais d'une flexibilité décuplée.”

Walt Rolle
Global Head of Sitecore Competency, EPAM

Les éditeurs de logiciels développent donc des solutions composables pour répondre à ce besoin.

Ces solutions - qui englobent l'aspect transactionnel, le contenu et les expériences digitales - constituent des avancées technologiques et commerciales passionnantes qui visent à combler les lacunes des solutions monolithiques. Le concept de "composable" a été défini pour la première fois en 2020 et gagne aujourd'hui du terrain. Toutefois, la mise en œuvre de ce concept exige de revoir son mode de fonctionnement.

Ceux qui y parviendront établiront de manière permanente de nouveaux standards d'excellence pour les expériences digitales.

“ Il est très important aujourd'hui d'offrir à vos clients des expériences digitales exceptionnelles à chaque interaction. C'est l'un des meilleurs moyens de rendre votre marque mémorable et de créer un avantage concurrentiel. Une plateforme d'expérience digitale (DXP) composable offre à votre équipe la flexibilité nécessaire pour être plus agile. Cela permet la création et la diffusion rapides de contenu afin de répondre aux besoins et aux attentes constamment changeants du consommateur moderne. EPAM, en collaboration avec Sitecore, peut vous aider à construire une stratégie composable qui s'adaptera facilement à vos futurs besoins.”

Dave O'Flanagan
CEO, Sitecore

Définir les solutions composables

01

Qu'est-ce que le concept de « composable » ?

Le concept de solutions composables est tout simplement le suivant : les marques peuvent composer la plateforme dont elles ont besoin à partir des meilleurs fournisseurs de technologie. Chaque composant de la suite technologique est indépendant des autres. L'architecture est ouverte, flexible et repose sur des capacités business packagées. Il s'agit d'applications ou de services développés autour d'une fonction particulière, telle que la personnalisation, la recherche, la gestion du contenu ou encore la vue unifiée du client.

Les solutions composables séparent l'interface utilisateur et le front-end de la logique métier, permettant aux organisations de construire exactement ce dont elles ont besoin pour leur activité, plutôt que de se débattre avec des cas d'utilisation prédéfinis basés sur la technologie. Par exemple, en appliquant le concept composable au commerce, les marques peuvent améliorer l'expérience de l'utilisateur et de ses employés pour la recherche, la commande, les paiements, la navigation dans le catalogue et la visibilité des stocks.

Les marques ont besoin de pouvoir étudier des options suffisamment souples pour faire évoluer leur activité. Grâce à la technologie composable, elles peuvent se concentrer sur la sélection de briques interchangeables au sein de leur nouvelle architecture, en choisissant celles qui leur conviennent le mieux au lieu d'être limitées à un modèle rigide ou à des solutions standardisées.



D'ici 2026, les 20 principaux fournisseurs de plateformes cloud et SaaS proposeront des places de marché de composants pour permettre aux clients de mettre en œuvre des stratégies composables, se différenciant par la qualité, la commodité et la sécurité.”

Gartner®, Yefim Natis, John Santoro, Jo Liversidge, Stephen White, Gregor Petri, Paul Vincent, Anne Thomas, January 2023, [Gartner Research - Predicts 2023: Composable Applications Accelerate Business Innovation](#)

GARTNER is a registered trademark and service mark of Gartner, Inc. and/or its affiliates in the U.S. and internationally and is used herein with permission. All rights reserved



02

Les capacités du concept de « composable » ?

Une approche composable permet aux marques de créer une expérience client, une vitrine digitale, un contenu ou un type de commerce qui correspond à leurs besoins spécifiques. Elle est centrée sur l'entreprise, se concentrant sur l'optimisation des différentes solutions et offrant des expériences client personnalisées.

Chaque solution peut répondre à une fonction business unique - fidélisation, processus d'achat ou point de vente. En sélectionnant les fonctionnalités au sein des solutions les plus performantes, les marques bénéficient d'une plus grande flexibilité. L'approche composable consiste à créer une expérience personnalisée, à la carte. Une entreprise ne devient pas propriétaire de l'approche composable, il s'agit d'une méthodologie.



Les solutions composables permettent aux marques d'être agiles et de garder une longueur d'avance au sein d'un marché vorace. Personne ne veut se contenter de se maintenir - les marques veulent garder une longueur d'avance sur la concurrence".

Walt Rolle

Global Head of Sitecore Competency, EPAM

03

Quels sont ses avantages ?

À l'heure actuelle, le maître mot est la rapidité d'exécution. La concurrence est à son comble et les grandes entreprises ont placé la barre très haut. À l'heure où les attentes sont si grandes, les consommateurs adhéreront uniquement à une bonne expérience utilisateur. Les entreprises ont désormais besoin de nouvelles capacités technologiques qui soient véritablement centrées sur le client ; c'est ici que l'approche composable présente des avantages.

La liberté qu'offre le concept de composabilité permet de réduire les coûts d'exploitation en permettant aux marques de choisir ce dont elles ont besoin, d'exécuter des tactiques spécifiques avec moins de complexité et d'éviter des changements importants au niveau de leur back office. L'organisation de ce concept permet d'aligner rapidement les équipes et d'apporter une réponse en phase avec les demandes du marché.

La technologie composable vous permet également d'utiliser les meilleurs logiciels du marché, ce qui signifie que vous obtenez toujours un niveau de performance optimal. Lorsqu'elle est orchestrée par une couche de services, la technologie composable peut protéger l'équipe de changements brutaux qui peuvent intervenir en parallèle de l'expansion de certaines capacités. Cela permet de résoudre les problèmes en quelques semaines, et non en quelques mois, tout en réduisant le risque de dette technique.



04

Quels sont les défis à relever ?

L'architecture monolithique - et la dette technique qu'elle a entraînée chez les entreprises - peuvent également empêcher les marques d'aller au-delà de ces systèmes et d'obtenir de meilleurs résultats commerciaux en se reposant sur une solution composable (commerce, expérience et contenu).

Ces entreprises se sont enfermées dans des systèmes monolithiques et, ce faisant, les coûts et les délais sont devenus trop importants pour les intégrations, les mises à jour et les améliorations. Les solutions composables sont un antidote à cette situation, car elles offrent une plus grande souplesse de choix et réduisent la dépendance à l'égard des fournisseurs.

Les solutions composables entraînent également une courbe d'apprentissage différente pour les équipes de développement. La réflexion sur les innovations et la charge de travail doit devenir plus modulaire. Les équipes ont la liberté de choisir parmi de multiples solutions toutes plus avantageuses les unes que les autres, rendant la sélection plus ardue.



Les stratégies des plateformes traditionnelles sont à la traîne parce qu'elles sont trop rigides et embourbées dans une dette technique, ce qui bloque le potentiel d'innovation. D'autre part, s'adapter à l'avenir passe par la détention d'un nombre restreint de plateformes adaptables qui ont l'envergure, la flexibilité et les écosystèmes nécessaires pour maximiser l'impact de l'entreprise".

Liz Herbert

Forrester, October 2022,
[The Future Fit Platform Strategy](#)

05

Quels sont les opportunités ?

Une approche composable est l'outil ultime permettant aux marques de proposer la meilleure expérience d'achat personnalisée, de fidélisation et de service client. La pandémie a poussé les marques à adopter rapidement des solutions digitales, en les adaptant selon les retours des clients, tirant des leçons des erreurs comme des succès. Cette capacité s'est rapidement transformée en avantage concurrentiel.

Tester une nouvelle stratégie ou une solution digitale sans développement excessif est désormais plus facile grâce aux solutions composables. Il s'agit d'une bonne approche dans un contexte où les ressources - argent, temps et talent - sont plus limitées. Avec les Solutions Composables, les entreprises peuvent accéder à des milliers d'outils, tous en adéquation avec leur business.

Vendre sur le marché actuel implique de proposer des offres différentes selon les pays et de personnaliser le contenu, la langue, les coûts et les fonctionnalités de l'interface, le tout dans un monde omnicanal. La modularité permet aux développeurs d'innover rapidement et d'intégrer facilement

des fonctionnalités business complémentaires au fil du temps. Cela permet une évolution agile des services sans perturbation, ni risque accru qui pourraient impacter le reste des applications technologiques. Les marques peuvent tirer parti de ces opportunités en temps réel si de nouvelles solutions, de nouveaux canaux digitaux ou de nouvelles fonctionnalités apparaissent.



Les plateformes stratégiques ont l'échelle et la modularité nécessaires pour faciliter l'innovation. Une personnalisation importante ou une multiplication des technologies ne les ralentissent pas. De plus, ces plateformes stratégiques peuvent être adaptées rapidement - en ajoutant de nouvelles fonctionnalités et en rationalisant les composants qui n'ont pas de valeur commerciale."

Liz Herbert

Forrester, October 2022,
[The Future Fit Platform Strategy](#)

Les étapes pour réussir sa transition vers le composable

Développer un état d'esprit composable

Un ensemble de solutions technologiques peut permettre de mettre en place des solutions composables, mais elles ont également un impact sur les personnes et leurs activités. Dès le départ, les entreprises doivent comprendre que le déploiement de solutions composables est un projet de transformation d'entreprise. Il permet à chaque fonction d'innover selon ses propres besoins et de rendre son business plus résilient.

L'adoption d'une méthodologie composable signifie que les entreprises doivent réfléchir à la manière dont des systèmes entiers vont être modifiés et adopter un état d'esprit holistique. Ce changement d'état d'esprit empêche les marques de penser en silo et leur permet d'avoir une vision plus claire à propos des défis techniques qui se présentent à eux.

Le backcasting est un excellent point de départ. Ce procédé consiste à ce que les entreprises définissent leur vision cible en termes de capacités digitales et commencent par

l'identification des véritables défis business à surmonter. Une fois que les entreprises ont établi leur état futur, elles peuvent travailler à rebours pour définir les étapes progressives du cadre de solutions composables qu'elles doivent mettre en œuvre pour réaliser leur vision. Cette démarche aidera les organisations à définir leur feuille de route et à déterminer comment les solutions composables s'intègrent dans les objectifs à long terme de l'entreprise. Il s'agit de réunir les bonnes parties prenantes pour discuter de la meilleure manière pour implémenter ces solutions composables.



La technologie composable offre aux entreprises beaucoup plus de possibilités en ce qui concerne les personnes, les processus et la technologie. La somme des éléments composables est plus grande que chaque partie”.

Paul McCormick

Managing Principal of Experience Consulting, EPAM



Comment élaborer votre stratégie

Les entreprises doivent créer une feuille de route pour concevoir et développer une stratégie composable qui tienne compte de la charge de travail et des fonctions de toute l'entreprise. La feuille de route doit inclure un design et un cadre clair en matière de marketing digital, afin d'éviter qu'une équipe soit sujet à un manque de visibilité. L'objectif étant d'obtenir un séquençement de projets réaliste et une hiérarchisation des priorités.

Il convient d'identifier les points difficiles que l'entreprise rencontre et de déterminer s'il est possible de les surmonter grâce à une approche composable. Il est également important d'identifier les inefficacités, ou les cas où le parcours client n'est pas à la hauteur des attentes, car chaque organisation a ses propres défis à relever. De plus, cela donne aux équipes la confiance nécessaire pour se concentrer sur ce qu'elles doivent faire.

En outre, les entreprises doivent définir leurs indicateurs clés de performance (KPIs) au niveau de l'organisation. Qu'est-ce que l'entreprise souhaite mesurer, que peut-elle changer à partir de ces mesures et de quelle manière cela aura-t-il un impact significatif sur ses résultats ?

Les entreprises doivent également revoir les méthodologies qu'elles utilisent actuellement pour voir si les solutions composables peuvent s'intégrer dans leur cadre. Par exemple, comment les méthodes agiles s'intègrent-elles dans la capacité d'une entreprise à déployer une structure composable s'appliquant au commerce, aux expériences et au contenu ? D'autres autorités auxquelles les entreprises ont adhéré, telles que ISO, PMP ou ITIL, sont-elles en mesure d'intégrer des méthodes d'exploitation composables ?



Il s'agit d'ajouter de la valeur de manière incrémentale en quelques semaines ou quelques mois, et non pas de procéder à une refonte et aboutir à une transformation en quelques années."

Paul McCormick

Managing Principal of Experience Consulting,
EPAM

Préparer votre organisation

Les personnes, les process et la technologie doivent être pris en compte lorsque vous commencez votre parcours composable. La mise en œuvre complète de solutions composables en matière de commerce, d'expérience et de contenu nécessite de repenser les rôles organisationnels et les parties prenantes, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de l'entreprise. Pour sûr les dirigeants doivent créer une culture de la mesure afin de responsabiliser chaque projet.

En matière de projets composables, mesurer les capacités et les résultats est crucial. Votre organisation est-elle bien formée ou capable d'exécuter un projet "composable" ? Si votre organisation n'a pas la confiance ou les compétences nécessaires pour mettre en œuvre une architecture composable, assurez-vous que votre partenaire technologique est en capacité de le faire.

L'évolution - et non la révolution - du commerce basé sur la technologie

Il y a plusieurs façons de procéder afin d'adopter une architecture composable. Les entreprises ont la capacité et la liberté de supprimer progressivement certaines parties de leur plateforme digitale et d'introduire progressivement des éléments plus composables lorsque cela est nécessaire. Il est judicieux d'identifier en premier lieu les éléments prioritaires, de les migrer et de déconstruire méthodiquement toute architecture monolithique.

Dans le même temps, tout projet composable doit être mis en œuvre rapidement et efficacement afin de faire ses preuves en matière de retour sur investissement (ROI) et efficacité. En cas de succès, les marques peuvent lancer d'autres projets composables en parallèle, mais de manière échelonnée, afin de réaliser des gains supplémentaires.

La nécessité d'une analyse de rentabilité

Les marques doivent élaborer une analyse de rentabilité solide pour les solutions composables avec la participation de toutes les parties prenantes. L'adoption de nouvelles solutions composables doit être déterminée en fonction des besoins réels de l'entreprise, en tenant compte du coût, du délai de mise sur le marché, de la complexité et de l'investissement en ressources. Si ces facteurs sont mal définis dès le départ, les projets de solutions composables risquent d'échouer.

Il est bon d'envisager les projets composables d'une manière multidimensionnelle, aussi bien sur le volet de l'expérience client que sur celui de la gestion des commandes. Il convient également de prendre en compte les différents canaux, tels que les parcours clients sur mobile, le web ou les réseaux sociaux. Les solutions composables peuvent être articulées et mises en œuvre de différentes manières.



Ce sont des conversations directes et itératives, basées sur des faits, présentées dans la roadmap et exécutées pendant le projet, qui garantiront la mise en œuvre de solutions composables”.

Walt Rolle

Global Head of Sitecore Competency, EPAM



La checklist Composable

Si vous vous demandez par où commencer pour évaluer le paysage “composable”, vous assurer que vous adoptez la bonne approche et que vous accédez aux bonnes ressources, suivez la checklist suivante :

- Déterminer les principaux défis de votre entreprise
- Identifier vos capacités en matière de développement technologique
- Définir ce qui se trouve sur le chemin critique du projet
- Créer votre roadmap “composable”
- Examiner le retour sur investissement et le coût liés au déploiement d'une structure “composable”
- Mettre en œuvre vos initiatives digitales basées sur votre roadmap
- Donner la priorité à l'apprentissage continu, au feedback et à la responsabilisation



Il s'agit de s'assurer que les entreprises savent clairement ce qu'elles veulent tirer des solutions composables. C'est pourquoi nous soumettons les différentes solutions à un processus d'évaluation rigoureux”.

Paul McCormick

Managing Principal of Experience Consulting, EPAM

EPAM et Sitecore : Une efficacité prouvée

Pourquoi EPAM ?

Les suites technologiques marketing complexes d'aujourd'hui peuvent inclure n'importe lequel des éléments suivants : gestion de contenu, commerce, analyse, recherche, IA/ML ou cloud. EPAM est une société internationale, de service de transformation digitale composée de centres de compétences (CC) qui fonctionnent comme des réseaux de création de valeur dans chaque domaine. En plus de nos CC horizontaux, nous avons des CC dédiés aux plateformes, dont Sitecore. Sitecore offre une technologie composable constituée d'options, avec la possibilité d'utiliser l'une d'entre elles ou toutes, en fonction des besoins de votre entreprise.

Nos CC permettent à nos experts de mettre en œuvre des projets composables de toute taille. Nous disposons également d'ingénieurs systèmes parmi les plus expérimentés du secteur. Que votre marque ait besoin d'experts en JavaScript ou qu'elle ait besoin de travailler sur des applications headless, EPAM dispose d'une expertise sectorielle et technologique vaste et approfondie pour mener à bien le travail. Nous pouvons réaliser une collaboration "à la demande" pendant votre projet.

Pourquoi Sitecore ?

Le nouveau Sitecore a été construit pour l'environnement technologique moderne et avec le principe de solutions composables comme vision. Sitecore est également très expérimenté et établi dans l'espace composable avec une grande expérience et un large éventail de projets mis en œuvre. Sitecore peut permettre une approche composable qui rassemble de multiples solutions tout au long du parcours du client.



Composable & Commerce ; le duo parfait

Une approche à trois piliers pour les capacités d'engagement client de votre marque pourrait inclure le contenu, l'expérience et le commerce. En règle générale, votre roadmap donnera la priorité aux projets liés à ces piliers. Que le commerce soit une priorité ou une phase future, vous pouvez tirer parti des solutions composables pour aider votre équipe à segmenter des transformations complexes sans sacrifier la flexibilité.

L'une des plateformes qui rend cela possible est Sitecore OrderCloud. Cette solution propose des fonctionnalités clés, telles que la gestion du catalogue, des acheteurs, des vendeurs, du panier, des commandes, des paiements et du fulfillment, sous forme d'API et de modèles de données extensibles pour leur permettre de s'adapter à votre

écosystème. Les capacités d'OrderCloud, associées à vos autres piliers, tels que la création de contenu, les canaux de diffusion et la personnalisation, offrent une expérience libre-service complète.

Récemment, EPAM a mis à jour une architecture monolithique vieille de 15 ans avec Sitecore OrderCloud. Dans cette solution tournée vers l'avenir, tous les aspects marchands pouvaient être remplacés sans perturber les autres systèmes. OrderCloud a permis à la marque de s'attaquer à un domaine majeur de leur feuille de route avec un risque minimal, tout en priorisant la modernisation d'autres piliers, ce qui prouve l'efficacité de la solution.

Pourquoi EPAM + Sitecore

Depuis 2007, EPAM est un partenaire de Sitecore, fournissant des solutions clés en main. L'équipe Sitecore au sein d'EPAM est considérée comme la première au monde, cela passe aussi par bien le nombre de professionnels certifiés, de consultants, de spécialisations sur la plateforme, de projets et de MVP réalisés. Nous avons également été la première entreprise à recevoir tous les badges de spécialisation de Sitecore. C'est la raison pour laquelle nous sommes un partenaire Sitecore Global Strategic Alliance.

La plateforme d'expérience digitale leader de Sitecore et l'expertise digitale d'EPAM permettent aux marques de devenir plus agiles et de mettre en œuvre leurs initiatives. EPAM et Sitecore peuvent vous aider à atteindre vos objectifs en matière de composabilité, en particulier dans un monde où les ressources et les talents sont limités.



Les ingénieurs Sitecore d'EPAM sont formés pour répondre aux différents besoins en matière de transformation digitale, avec des compétences en gestion de contenu (DAM), en orchestration de l'expérience, en développement d'applications headless, en architecture de microservices basée sur le cloud et en solutions de commerce."

Walt Rolle

Global Head of Sitecore Competency, EPAM



ENCADRÉ : ETUDE DE CAS 1

INEOS Automotive s'internationalise avec EPAM

EPAM a aidé INEOS Automotive à déployer une stratégie composable pour le lancement de son nouveau véhicule, le Grenadier, un 4x4 tout-terrain robuste. Le projet consistait à créer une nouvelle plateforme permettant à l'entreprise de communiquer aux clients les caractéristiques du produit ainsi que des expériences émotionnelles et concrètes.

EPAM a déployé une plateforme numérique alimentée par Sitecore qui intégrait l'expérience digitale en connectant le web, la gestion de la relation client (CRM), les réseaux sociaux et un configurateur de véhicule. Cette solution composable a permis d'augmenter la conversion des commandes et des réservations en libre-service. Par exemple, lorsque les commandes ont été ouvertes au marché mondial en Mai 2022, la solution a permis à l'entreprise d'enregistrer 1 500 commandes dans les 12 premières heures.



Le modèle de commercialisation d'INEOS Grenadier est très différent de celui des autres fabricants, ce qui signifie que nous devons offrir une expérience client digitale de premier plan. Cela nous a conduit à nous concentrer sur la sélection de la bonne technologie, Sitecore, mise en œuvre par notre partenaire digital EPAM. Ensemble, nous avons réussi à lancer notre premier véhicule et nous avons ouvert la voie à la mutation de notre entreprise étant actuellement en pleine évolution."

Matt Dunnakey

Head of Marketing, INEOS Automotive Limited



ENCADRÉ : ÉTUDE DE CAS 2

EPAM a aidé une organisation pharmaceutique mondiale à déployer une stratégie composable qui a fourni de nouvelles capacités et a permis aux parties prenantes de l'entreprise d'agir plus efficacement. Au lancement du projet, nous avons travaillé avec l'entreprise pour définir ses priorités en matière de marketing digital. Nous avons ensuite identifié les plateformes manquantes dans leur suite technologique pour parvenir à un plan d'action optimal.

Les premières réalisations ont consisté à lancer des sites web headless performants, capables de fournir un contenu réglementé et personnalisé aux internautes, tout en enregistrant leurs activités dans un outil de gestion de données clients. De multiples grandes équipes cross fonctionnelles ont lancé avec succès le MVP et ont appris à opérer dans un monde composable. Aujourd'hui, l'organisation est prête à exécuter les phases suivantes et à intégrer d'autres marques afin de maximiser son ampleur et son retour sur investissement.



Conclusions et perspectives

Pour mettre en œuvre des solutions composables, les entreprises doivent adopter une approche intégrée du mode de pensée, des méthodologies et des technologies composables. La pensée composable n'est pas seulement un terme pour les ingénieurs et les développeurs de technologies. Il s'agit de décomposer les parcours clients et les capacités de l'entreprise de manière à ce que vous puissiez relever tous les défis et faire face aux problèmes avec une approche composable appliquée à l'ensemble de l'organisation.

Est-ce que l'équipe dirigeante, le directeur du marketing ou l'équipe chargée du fulfillment pensent de manière composable ? Si tout le monde commence à s'aligner et à faire évoluer sa façon de penser, les solutions, les opérations et les résultats de l'entreprise seront perçus sous l'angle des solutions composables.

Cela conduira à terme aux objectifs et aux résultats clés (OKR) pour le commerce, le contenu et les expériences composables au sein des entreprises et l'éventuelle transformation digitale de ces sociétés. Les équipes peuvent ensuite analyser ces OKR pour démontrer que les solutions composables offrent des taux de conversion plus élevés, des paiements plus rapides et un meilleur engagement vis-à-vis de la marque.

En outre, à l'avenir, les consommateurs voudront pouvoir accéder à leurs applications où qu'ils soient. Les marques doivent de plus en plus créer des expériences omnicanales sur toutes les plateformes sociales, web et vocales, en tenant compte des multiples systèmes de paiement, devises, régions et langues. Les solutions composables offrent aux marques les différentes briques pour créer et moduler ces offres. Il est donc essentiel de s'engager dès maintenant dans cette voie.

Enfin, attendez-vous à ce que l'intelligence artificielle (IA) soit partout. Dans un avenir assez proche, toutes les fonctions de

l'entreprise engloberont une certaine forme d'IA ou de machine learning dans leur travail quotidien. Si les marques déploient des solutions composables, telles que Sitecore, cela leur permettra d'utiliser ces outils pour recommander et même créer du contenu, suggérer des produits ou aider à la logistique. L'IA se démocratise et est utilisée chaque jour davantage, ce qui dynamise le commerce. Le déploiement d'une approche composable est l'un des moyens les plus simples d'intégrer les capacités d'IA dans de nombreux process.



Les solutions composables nous donnent la souplesse nécessaire pour nous adapter, injecter de nouvelles capacités et innover."

Paul McCormick

Managing Principal of Experience Consulting, EPAM

Êtes-vous prêt à vous lancer dans l'aventure de la composable ?
Contactez Sitecoreconnect@epam.com pour commencer dès aujourd'hui.



GET IN TOUCH

Êtes-vous prêt à vous lancer dans l'aventure de la composabilité ? Contactez Sitecoreconnect@epam.com pour commencer dès aujourd'hui.

