



Comment exploiter *le plein* *potentiel* du commerce composable

Toutes les clés pour mettre en place une stratégie
composable pertinente avec Capgemini et Salesforce

Introduction

Lorsque la société de conseil Gartner a lancé le concept de *'commerce composable'* en 2020, elle a suscité une vague d'enthousiasme et de fortes attentes.

Cette approche promettait en effet de renouveler le commerce au moyen d'une alternative flexible aux plateformes rigides et monolithiques qui peinaient alors à s'adapter à un marché en pleine mutation.

Mais, comme de nombreux nouveaux concepts, l'effet d'annonce initial ne s'est pas accompagné des résultats attendus.

Au départ, les fournisseurs de solutions composables se sont concentrés sur la création des meilleurs composants possibles. Mais ce dont les entreprises n'ont pas pris conscience, c'est que la création d'une architecture fonctionnelle (c'est-à-dire évolutive, sécurisée et performante) pour accueillir ces composants, s'avère extrêmement complexe.

Aujourd'hui, de nombreuses organisations ont tiré les leçons des erreurs passées. Elles savent que les approches MACH (Microservices, API-first, Cloud-native, Headless) ne sont pas toujours pertinentes. De fait, l'architecture composable ne convient pas à toutes les entreprises. Et elle n'est à déployer que dans les cas où elle présente une réelle valeur ajoutée.

Ce livre blanc fournit toutes les informations et conseils essentiels pour élaborer une stratégie efficace et bénéficier des nombreux atouts du commerce composable.

Ce que vous allez découvrir :

1. Le commerce composable aujourd'hui
2. Les avantages et les défis du commerce composable
3. Comment déployer une architecture composable
4. Cag Gemini et Salesforce s'allient pour libérer le potentiel du commerce composable

1

Le commerce composable aujourd'hui

Les avantages et les défis du commerce composable

Déployer une architecture composable à fort impact

Capgemini et Salesforce pour libérer le potentiel du commerce composable

Les clés de la réussite de Grilla Grills grâce au commerce composable

Découvrir la solution Composable Storefront de Capgemini et Salesforce

Le commerce composable aujourd'hui

Composable

vs.

Headless

vs.

MACH

Ces trois termes sont souvent utilisés à tort, lorsqu'ils ne sont pas considérés comme des synonymes.

Pourtant, ils relèvent de notions distinctes et présentent chacun des bénéfices spécifiques.

Commerce composable

Le commerce composable désigne une architecture technique qui scinde les plateformes monolithiques en applications plus petites et de meilleure qualité.

Cela signifie que vous pouvez créer une couche front-end en combinant divers services et applications (paiement, catalogue, contenu, recherche, promotions, personnalisation, etc.). Toutes ces fonctionnalités sont à orchestrer de manière à contribuer efficacement à la réussite de votre entreprise.

En dépit des idées reçues, le déploiement du commerce composable ne requiert pas de technologie ou d'architecture spécifiques.

Headless

Le commerce dit « headless » est né lorsque les grands acteurs du e-commerce ont commencé à remettre en question les CMS intégrés de leurs plateformes. Ces entreprises ont alors dissocié leur couche front-end, le plus souvent en utilisant un CMS externe, tout en s'assurant qu'il accède aux fonctionnalités e-commerce via des API.

Cette approche favorise une expérience omnicanale fluide par l'intégration des données et services au sein des différents canaux (site web, application mobile, point de vente physique, etc.).

Le commerce headless offre également la possibilité de déployer rapidement les dernières innovations en matière d'interface utilisateur, sans devoir attendre les mises à jour proposées par le fournisseur de la plateforme.

Le « headless » n'implique pas nécessairement une approche composable ou de type MACH.

MACH:

L'acronyme MACH (Microservices, API-first, Cloud-native, Headless) désigne une architecture technique spécifique. Les applications sont composées de microservices qui communiquent entre eux via des API (interfaces de programmation d'applications).

Ce type d'architecture, qui requiert l'utilisation du headless, est le plus souvent composable.



S'il n'est pas nouveau, le commerce composable est en train de s'imposer

Les attentes des clients n'ont jamais été aussi élevées. Ils souhaitent bénéficier d'expériences fluides et agiles, tout au long de leur parcours.

65%

des clients attendent des entreprises qu'elles s'adaptent aux évolutions de leurs besoins et de leurs préférences ¹

80%

des clients estiment que l'expérience offerte par une entreprise est tout aussi importante que les produits et services qu'elle propose.

Dès lors, les entreprises sont en quête de solutions fiables pour s'adapter rapidement aux évolutions du marché, lancer de nouvelles fonctionnalités et fournir des expériences personnalisées.

Grâce à flexibilité inégalée de l'architecture composable, les entreprises peuvent relever ces défis. Il reste néanmoins essentiel de déterminer les cas d'usage où cette approche apporte des bénéfices concrets. Une approche générique et globale, de type *one-size-fits-all*, est à éviter.

¹[What Are Customer Expectations, and How Have They Changed?](#)

2

Le commerce composable aujourd'hui

Les avantages et les défis du commerce composable

Déployer une architecture composable à fort impact

Capgemini et Salesforce pour libérer le potentiel du commerce composable

Les clés de la réussite de Grilla Grills grâce au commerce composable

Découvrir la solution Composable Storefront de Capgemini et Salesforce

Avantages et défis

Les avantages

Quels sont les bénéfices d'une utilisation pertinente du commerce composable ? Qu'est-ce que les entreprises ont à gagner en investissant dans cette approche modulaire pour leurs plateformes de vente en ligne ?

1.

Une agilité accrue et des cycles de déploiement plus rapides

Une utilisation pertinente du commerce composable offre des bénéfices tangibles pour les entreprises.

En effet, son architecture optimise le déploiement de nouvelles fonctionnalités, assure une meilleure réactivité face aux évolutions du marché et améliore les cycles de développement.

“ Le commerce composable réduit les délais entre l'identification d'un besoin et le déploiement d'une nouvelle fonctionnalité pour y répondre.”

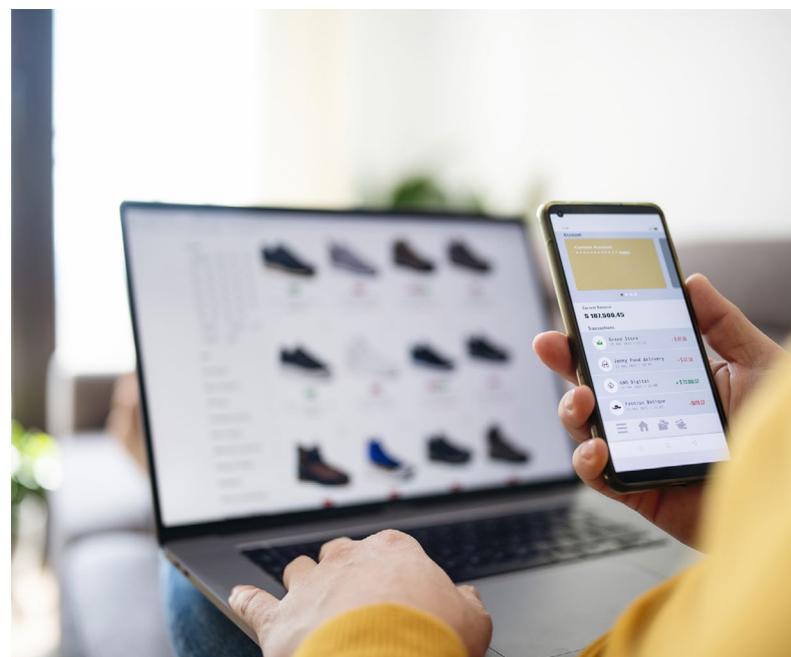
James Semple

Par exemple, si vous souhaitez réorganiser votre interface de paiement, une architecture composable headless vous aide à y parvenir en toute simplicité : il vous suffit de modifier directement l'interface utilisateur, sans devoir effectuer de cycle de déploiement ou de phase de test des composants back-end sous-jacents.

Cette modularité apporte une fluidité sans précédent grâce à la possibilité de limiter les tests aux seuls changements effectués. Les déploiements qui prenaient autrefois plusieurs jours se font désormais en quelques heures seulement.

Vous bénéficiez dès lors d'une grande flexibilité pour réaliser de l'A/B testing sur les éléments de votre interface, évaluer l'efficacité des changements opérés grâce aux données et réaliser rapidement les ajustements qui s'imposent.

Dès lors, le commerce composable garantit des cycles de déploiement rapides et efficaces, au service d'une plus grande réactivité de l'entreprise dans son ensemble.





2.

La flexibilité

L'architecture composable permet aux entreprises de sélectionner les services les plus performants proposés par les entreprises pionnières du marché, plutôt que de placer leur expérience e-commerce entre les mains d'un unique prestataire. Cette grande flexibilité permet à l'entreprise de transformer ses outils au gré de ses besoins.

Les entreprises sont ainsi en mesure de sélectionner des composants de grande qualité et d'intégrer ceux qui présentent la plus grande valeur ajoutée.

Par exemple, une entreprise peut intégrer un outil de recherche alimenté par l'IA pour fluidifier la découverte des produits par les clients, tout en déployant un système de gestion de contenu (SGC) de premier plan pour optimiser la création et la diffusion de contenus personnalisés. À la clé, une expérience client sur-mesure et de grande qualité.

3.

Scalabilité et intégration

Judicieusement déployée, l'architecture composable soutient la croissance des entreprises en fluidifiant l'intégration de nouveaux services et l'ajout de nouveaux points de contact. Elle concrétise une politique d'innovation continue au sein de l'entreprise.

Grâce à ces solutions, il n'a par exemple jamais été aussi aisé pour un acteur de la distribution de modifier son interface de paiement ou d'investir de nouveaux canaux de vente. Cette flexibilité sert l'optimisation de l'expérience client et l'innovation continue au sein de l'entreprise.

Trois avantages de l'architecture composable



Agilité



Flexibilité



Scalabilité et Intégration

Les défis

Pour atteindre le plein potentiel du commerce composable, qu'il s'agisse de la flexibilité ou de ses autres bénéfices, les entreprises doivent relever plusieurs défis.

1.

Coûts et complexité d'implémentation

L'intégration de solutions de pointe suppose un investissement humain et financier substantiel en amont. De fait, coordonner et intégrer plusieurs microservices et API est une tâche chronophage, qui requiert de solides aptitudes en gestion de projet pour éviter les écueils les plus courants.

Chaque composant intégré à votre interface comporte des frais de licence (modèle SaaS, généralement). Par ailleurs, des coûts additionnels relatifs à la consommation des ressources cloud sont à prévoir.

Cette charge financière peut sembler particulièrement lourde pour les petites entreprises. Une évaluation du retour sur investissement à long terme s'impose dès lors pour disposer d'une vision précise des coûts et des bénéfices associés.

2.

Maturité

L'exploitation du plein potentiel du commerce composable implique également de faire preuve d'une certaine maturité organisationnelle, de s'appuyer sur une stratégie numérique éprouvée, de faire appel à des équipes IT qualifiées, et bien entendu de déployer les processus adaptés aux besoins identifiés.

La culture interne de votre entreprise doit également permettre une gestion efficace de projets en cycles courts, en tirant parti d'une approche test and learn. Vos équipes elles-mêmes doivent être « composables », c'est-à-dire capables de manier plusieurs outils plutôt que de s'appuyer sur une plateforme monolithique. Vous devez pouvoir vous appuyer sur des experts pour chaque fonction (merchandising, search, pricing, promotions). Pour les plus petites entreprises, la diversité des outils peut générer des difficultés dans l'accomplissement des tâches quotidiennes.

Si vous estimez ne pas être en mesure de satisfaire à ces conditions, vous devriez réfléchir à une approche plus accessible.



3.

Interfaces multiples

Il n'est pas rare que les entreprises manquent de temps ou de ressources pour gérer le chaos généré par le recours à de multiples interfaces.

Les professionnels de la distribution sont parfois contraints de naviguer entre différents outils, alors qu'ils pourraient tirer parti d'une interface unique et intégrée. Ce qui est source d'erreurs et de perte de temps.

4.

Pragmatisme vs jusqu'au-boutisme

Les entreprises doivent trouver le juste équilibre entre une architecture technique idéale et les contraintes pratiques auxquelles elles sont confrontées.

Parfois, il est préférable de renoncer à une interface entièrement composable afin d'opter pour des options plus en accord avec le degré de maturité de l'entreprise. Une approche réfléchie, étape par étape, est la clé d'un succès sur le temps long.

3

Le commerce composable aujourd'hui

Les avantages et les défis
du commerce composable

**Déployer une architecture
composable à fort impact**

Capgemini et Salesforce
pour libérer le potentiel du
commerce composable

Les clés de la réussite de Grilla Grills
grâce au commerce composable

Découvrir la solution Composable
Storefront de Capgemini et Salesforce

Déployer une architecture composable à fort impact

La création d'une architecture composable suppose d'élaborer une stratégie adaptée à vos besoins. Voici les éléments à prendre en compte :



1. Quels sont vos besoins et vos objectifs ?

La première étape de toute stratégie consiste à en définir les objectifs commerciaux, de manière à prioriser les actions pour y parvenir.

Pour cela, il est essentiel de comprendre le parcours de vos clients et d'identifier les axes à améliorer, afin de vous orienter vers les solutions les plus adaptées à votre situation

Dès lors, une analyse approfondie de vos systèmes est essentielle pour repérer les lacunes susceptibles d'être comblées grâce à l'architecture composable.



2. Votre organisation est-elle prête ?

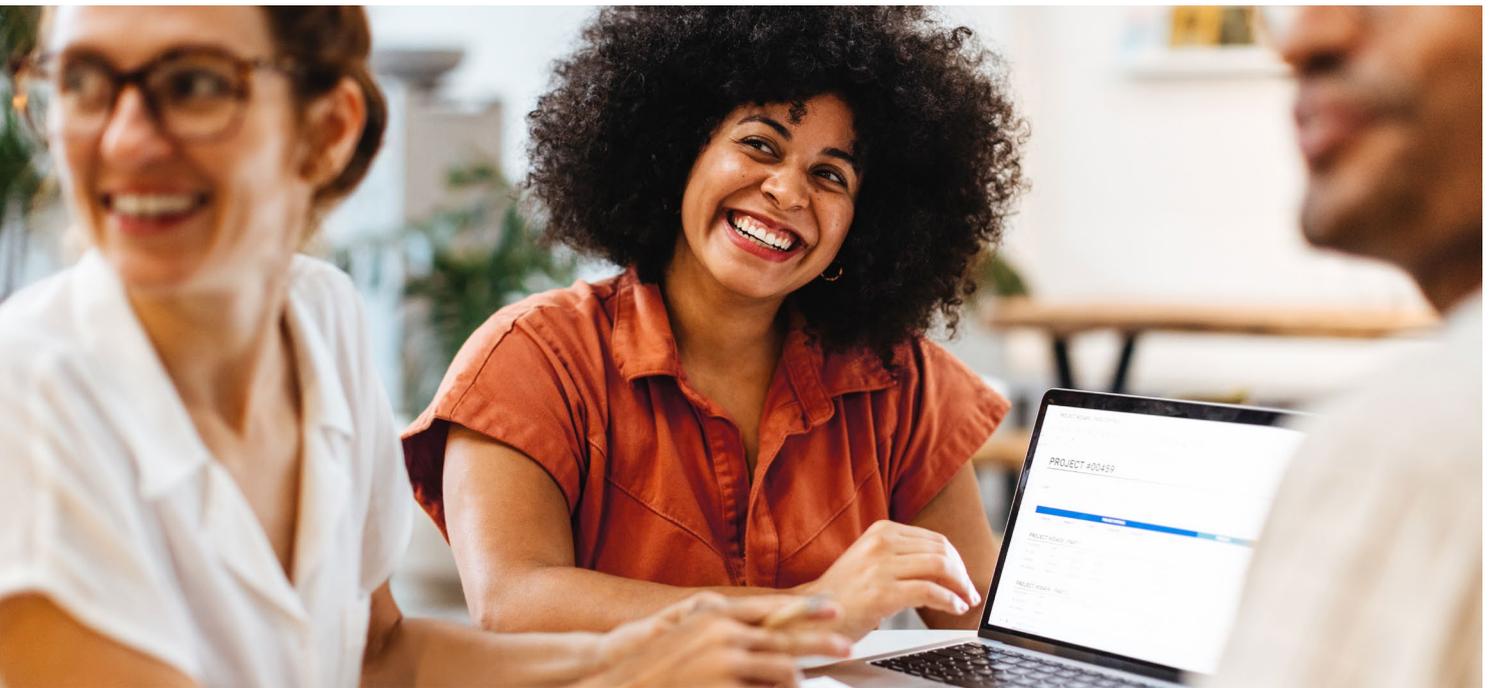
Vous devez évaluer la capacité de votre organisation à adopter une approche composable. Cela implique de sonder le niveau de maturité de votre infrastructure IT actuelle, les compétences de vos équipes et l'aptitude de votre entreprise à engager un processus de transformation.

Ces questions préalables sont cruciales pour construire votre stratégie. De fait, une architecture de grande qualité ne vous sera d'aucune utilité si votre organisation n'est pas en mesure d'en tirer pleinement parti.

“ Si vous perdez des mois à comprendre vos besoins et à identifier les solutions adaptées, vous ne pourrez pas bénéficier de l'efficacité induite par le commerce composable. Vous ferez face à une ligne de coût supplémentaire, sans pouvoir en tirer les avantages.”

Christoph Kipp

La clé du succès réside dans l'itération. Faites des essais, testez de nouvelles solutions et soyez prêt à abandonner celles qui ne fonctionnent pas.



3. Faut-il commencer par une approche headless ?

Avant d'intégrer la composabilité à l'ensemble de votre infrastructure, vous devriez d'abord envisager d'adopter une approche headless pour votre plateforme actuelle.

Dissocier l'interface utilisateur (front-end) du back-end permet de renforcer votre flexibilité et d'opérer une transformation progressive, sans avoir à réorganiser l'ensemble de votre système. Vous bénéficiez ainsi d'un terrain d'expérimentation utile pour comprendre les complexités générées et évaluer la capacité de votre organisation à déployer une architecture entièrement composable.



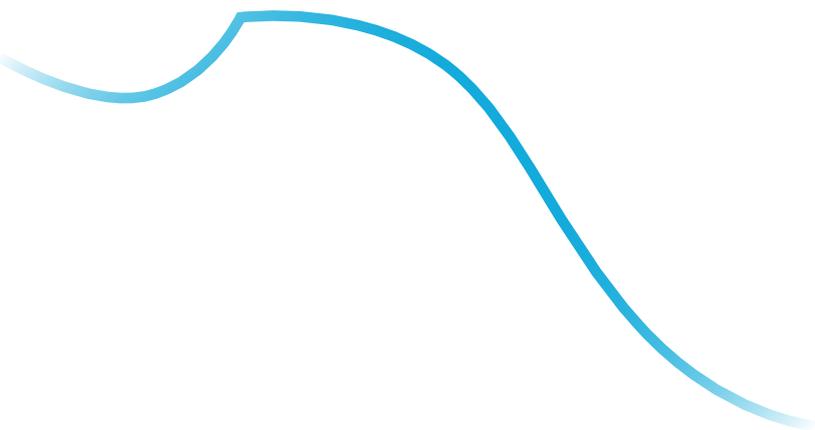
4. Avez-vous évalué les risques et méthodes ?

“Vous devez trouver le juste équilibre entre les inconvénients et les bénéfices induits par la transformation de votre organisation.”

Xavière Tallent

En d'autres termes, il est crucial de prêter attention aux risques pour votre organisation (problèmes d'intégration, complexité opérationnelle, etc.), afin de concevoir des stratégies ciblées pour les atténuer.

Une approche par étapes contribue à minimiser les risques par l'intégration progressive des nouveaux composants.



5. Envisagez les coûts

Vous devez estimer l'ensemble des coûts : des frais de licence à la maintenance continue en passant par le recrutement de collaborateurs qualifiés.

Si le commerce composable offre des avantages considérables, il représente tout de même un investissement substantiel pour votre organisation. Assurez-vous que le retour sur investissement justifie les moyens engagés.



6. Évitez les écueils les plus fréquents

Tirez parti des retours d'expérience des entreprises ayant déjà déployé le commerce composable. Elles sont en effet nombreuses à avoir sous-estimé la complexité de l'intégration, mal défini leurs objectifs en amont, ou encore manqué de clairvoyance dans le recrutement de leurs équipes.

Pour éviter ces pièges, déployez un solide modèle de gouvernance, investissez dans la formation et associez-vous à des fournisseurs expérimentés pour relever efficacement ces défis.

4

Le commerce composable aujourd'hui

Les avantages et les défis
du commerce composable

Déployer une architecture
composable à fort impact

**Capgemini et Salesforce
pour libérer le potentiel du
commerce composable**

Les clés de la réussite de Grilla Grills
grâce au commerce composable

Découvrir la solution Composable
Storefront de Capgemini et Salesforce

Capgemini et Salesforce pour libérer le potentiel du commerce composable

Salesforce Composable Storefront : de quoi s'agit-il ?

Salesforce Composable Storefront (SFCS) est une puissante solution conçue pour intégrer la composable à votre plateforme actuelle, sans avoir à repartir de zéro.

Le commerce composable devient ainsi accessible à toutes les organisations, sans qu'elles n'aient à tirer une croix sur leurs investissements passés.

Salesforce Composable Storefront offre un cadre d'application web intégré aux API de Salesforce Commerce, permettant aux entreprises de créer des solutions personnalisées et évolutives.

La solution comprend également des modèles React préconçus qui contribuent à accélérer la création de valeur et favorisent un contrôle complet de l'expérience client.

De plus, l'application Composable Storefront est entièrement hébergée et gérée par Salesforce. Nul besoin dans ce cadre de disposer d'un environnement cloud distinct.

Les apports de Capgemini à Salesforce CS

Capgemini renforce l'offre Salesforce Composable Storefront avec son accélérateur, qui permet de sélectionner et d'utiliser des services tiers préintégré et certifiés par Salesforce.

Ce module repose sur la solution Progressive Web App (PWA), le framework d'application web préconçu de Salesforce.

Celui-ci intègre des composants tels qu'Amplience pour le CMS (système de gestion des contenus) et Algolia pour les outils de recherche. Les entreprises ont ainsi accès à une solution globale de référence.

L'accélérateur Capgemini est hébergé sur le Managed Runtime de Salesforce, ce qui signifie que vous n'avez pas besoin de développer ou d'héberger de solution personnalisée.

Salesforce PWAKit est un **framework d'application web préconçu**, intégré aux API de Salesforce Commerce. Celui-ci inclut des **des modèles React préconçus qui permettent de gagner un temps précieux** et d'améliorer en profondeur l'expérience client.

Capgemini a apporté des **améliorations significatives** au Salesforce Composable Storefront et **préintégré des services certifiés par Salesforce**.



Comment Capgemini et Salesforce CS répondent aux défis liés à l'adoption du commerce composable ?

L'association entre Salesforce la solution Composable Storefront et l'accélérateur Capgemini vous permet d'exploiter les avantages du commerce composable, tout en en minimisant les risques.

RISQUES :

SOLUTIONS :



Des coûts imprévisibles



Les modèles préconçus et les intégrations tierces de l'accélérateur Capgemini réduisent les besoins en termes de développements personnalisés longs et coûteux. Vous diminuez ainsi les coûts d'implémentation et obtenez un retour sur investissement plus rapide.



Des projets longs et complexes



L'utilisation d'un framework préconçu et pré-intégré atténue les risques et réduit largement les délais de mise sur le marché. Vous pouvez dès lors adopter le commerce composable à votre rythme, en priorisant les solutions qui présentent la plus forte valeur ajoutée pour votre entreprise.



Des échecs d'implémentation



Souvent, les projets échouent en raison d'objectifs irréalistes ou d'une gestion de projet inadaptée. Grâce aux forces complémentaires de Capgemini, de Salesforce Composable Storefront et de Commerce Cloud, vous mettez toutes les chances de votre côté pour mener à bien votre projet.

Pourquoi choisir Capgemini ?

L'expérience éprouvée de Capgemini avec Salesforce Commerce Cloud en fait un partenaire de confiance pour les entreprises qui souhaitent adopter le commerce composable.

Capgemini est le partenaire numéro 1 pour Commerce Cloud et MuleSoft sur le marché EMEA.

Notre expertise et notre engagement en faveur du succès de nos clients font de nous le partenaire idéal pour les entreprises qui cherchent à bénéficier des atouts du commerce composable.

5

Le commerce composable aujourd'hui

Les avantages et les défis
du commerce composable

Déployer une architecture
composable à fort impact

Capgemini et Salesforce
pour libérer le potentiel du
commerce composable

**Les clés de la réussite de Grilla Grills
grâce au commerce composable**

Découvrir la solution Composable
Storefront de Capgemini et Salesforce

Les clés de la réussite de Grilla Grills grâce au commerce composable

Le défi :

Après l'acquisition de Grilla Grills, American Outdoor Brands a souhaité fluidifier et rationaliser la gestion des sites de ses 17 marques.

En parallèle, le groupe souhaitait moderniser son architecture grâce à l'adoption du commerce composable.

La solution :

Les équipes d'American Outdoor Brands ont opté pour le Composable Commerce Accelerator de Capgemini et Salesforce. La migration de Grilla Grills de Shopify Headless vers Salesforce Composable Storefront s'est ainsi déroulée sans accroc.

Grâce à cette nouvelle plateforme, les équipes sont plus agiles et l'expérience client a été largement améliorée.

Capgemini a choisi Page Designer pour son CMS et Salesforce Commerce pour les fonctionnalités de recherche. À la clé, une création de valeur immédiate et des coûts de développement compétitifs.

Les résultats

Grâce à l'utilisation de Capgemini et Salesforce, le déploiement du commerce composable a été un grand succès pour Grilla Grills :



Mise en ligne
en 4 mois



Le temps requis
pour atteindre une
visibilité de 85%
a été réduit à 2,2
secondes contre 9,2
secondes auparavant



Le temps de
chargement de la
page d'accueil et
des pages recettes
est 3x plus rapide



Les résultats
des recherches
couvrent désormais
les produits, les
recettes et les
contenus du blog

6

Le commerce composable aujourd'hui

Les avantages et les défis
du commerce composable

Déployer une architecture
composable à fort impact

Capgemini et Salesforce
pour libérer le potentiel du
commerce composable

Les clés de la réussite de Grilla Grills
grâce au commerce composable

**Découvrir la solution Composable
Storefront de Capgemini et Salesforce**

Découvrir la solution Composable Storefront de Capgemini et Salesforce

Vous souhaitez libérer la puissance du commerce composable grâce aux solutions de Capgemini et Salesforce ?

Contactez-nous !



Contributeurs



Xavière Tallent

Business Strategist Europe,
Capgemini



Christoph Kipp

VP, Commerce CTO Europe,
Capgemini



James Semple

Product Management Director,
Salesforce

À propos de Capgemini

Capgemini, partenaire de la transformation business et technologique de ses clients, les accompagne dans leur transition vers un monde plus digital et durable, tout en créant un impact positif pour la société. Le Groupe, responsable et multiculturel, rassemble 340 000 collaborateurs dans plus de 50 pays. Depuis plus de 55 ans, ses clients lui font confiance pour répondre à l'ensemble de leurs besoins grâce à la technologie.

Capgemini propose des services et solutions de bout en bout, allant de la stratégie et du design jusqu'à l'ingénierie, en tirant parti de ses compétences de pointe en intelligence artificielle, en cloud, et en data, ainsi que de son expertise sectorielle et de son écosystème de partenaires. Le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 22,5 milliards d'euros en 2023.

Get the Future You Want | www.capgemini.fr

*Capgemini, le futur que vous voulez

Copyright © 2024 Capgemini. Tous droits réservés.