



EBOOK

Mit **Composable-Lösungen** von EPAM + Sitecore zukunftsfähig werden

Mit Composable-Lösungen den Schritt halten

Inhalt

03

Einführung

04

Definition von Composable-Lösungen

08

Ein Leitfaden für den Erfolg
mit Composable

11

EPAM & Sitecore: ein
ausgezeichnetes Team

14

Schlussfolgerungen und die Zukunft

Einführung

Mit Composable-Lösungen den Schritt halten

Marken müssen sich blitzschnell bewegen, um die sich rasant verändernden Anforderungen der Verbraucher zu erfüllen. Heutzutage erwarten die Verbraucher überall, wo sie einkaufen, ein überzeugendes Erlebnis.

Nahtlose, kanalübergreifende Interaktionen sind die neue Normalität. Und diese Erlebnisse müssen persönlich sein. Der Schwerpunkt liegt darauf, potenzielle Kunden dort anzusprechen, wo sie sich aufhalten - basierend auf ihren Daten. Diese anspruchsvollen Erlebnisse erfordern eine neue Reihe von agilen und widerstandsfähigen, aber dennoch flexiblen Tools.

Die globale Pandemie hat auch die digitalen Erlebnisse überhöht und den Wettbewerb auf der ganzen Welt verschärft. Um an der Spitze zu bleiben, müssen Marken über eine monolithische Architektur hinausgehen, die nur langsam reagiert, bei Änderungen teuer ist und zu veralteten Lösungen führen kann.

Darüber hinaus besteht für Marken ein größerer Bedarf, ihre Lösungen von der Einbindung in die Kanäle bis hin zu Transaktionen, Fulfillment und Point of Sale auszuwählen - und neue technische Systeme modular zu integrieren. Ziel ist es, digitale Erlebnisse zukunftssicher zu machen, indem neue Tools schnell und je nach Bedarf ein- und ausgetauscht werden. Dies erfordert einen agilen Technologie-Stack, der die Kosten für Änderungen nicht übersteigt.

“ Als moderne Ingenieure ist es immer wichtig, Dinge aufzulösen und in der Lage zu sein, verschiedene Plattformen auszutauschen und Dienste wiederzuverwenden. Mit der Composable-Technologie haben wir jetzt die ultimative Flexibilität“

WALT ROLLE

Global Head of Sitecore Competency, EPAM

Generell sind die Anforderungen an die Marken vielfältig, ob es um die Unterstützung mehrerer Sprachen oder Logistikanbieter, neue Inhalte oder Zahlungssysteme geht. Die B2C-Mentalität setzt sich auch im B2B-Bereich durch. All dies ist der Grund, warum Unternehmen jetzt die vollständige Kontrolle benötigen.

Technologieunternehmen entwickeln daraufhin kompatible Lösungen.

Diese Lösungen - die Handel, Inhalte und digitale Erlebnisse umfassen - sind spannende technologische und geschäftliche Fortschritte, die darauf abzielen, die Lücken zu schließen, die monolithische Lösungen aufweisen. Das Konzept der Kompositionsfähigkeit wurde erstmals 2020 definiert und gewinnt nun an Dynamik. Kompositionsfähig zu werden, erfordert jedoch eine neue Denkweise.

Diejenigen, die es richtig machen, werden für immer neue Maßstäbe für digitale Erfahrungen setzen.

“ Heutzutage ist es so wichtig, Ihren Kunden an jedem Kontaktpunkt ein herausragendes digitales Erlebnis zu bieten. Dies ist eine der besten Möglichkeiten, um Ihre Marke unvergesslich zu machen und einen Wettbewerbsvorteil zu schaffen. Eine Composable Digital Experience Platform (DXP) versetzt Ihr Team in die Lage, agiler zu arbeiten und Inhalte schneller zu erstellen und zu liefern, um die sich ständig ändernden Bedürfnisse und Erwartungen der modernen Verbraucher zu erfüllen. EPAM kann Ihnen zusammen mit Sitecore helfen, eine kompatible Strategie zu entwickeln, die sich leicht an die Zukunft anpassen lässt.“

DAVE O'FLANAGAN

CEO, Sitecore

Definition von Composable-Lösungen

01

Was ist Composable?

Composable-Lösungen sind genau das: Marken können die Plattform, die sie benötigen, aus den besten Technologieanbietern zusammenstellen. Jede Komponente des Technologie-Stacks ist unabhängig von den anderen Teilen. Die Architektur ist offen, flexibel und basiert auf Packaged Business Capabilities (PBCs). Dabei handelt es sich um Anwendungen oder Dienste, die um eine bestimmte Geschäftsfunktion herum entwickelt wurden, z. B. Personalisierung, Suche, inhaltliche Operationen oder eine einheitliche Sicht auf den Kunden.

Composable-Lösungen trennen die Benutzeroberfläche bzw. das Frontend von der Geschäftslogik und ermöglichen es Unternehmen, genau das zu entwickeln, was sie für ihr Geschäft benötigen, anstatt sich mit vordefinierten technologiegesteuerten Anwendungsfällen herumzuschlagen. Bei der Anwendung von Composable auf den Handel können Marken beispielsweise das Erlebnis für die Suche, die Bestellung, die Zahlung, das Durchsuchen von Katalogen und die Bestandstransparenz fein abstimmen.

Marken brauchen Optionen, die flexibel genug sind, um sich mit ihrem Geschäft zu verändern. Mit Composable können sie sich darauf konzentrieren, austauschbare Bausteine aus PBCs auszuwählen und das zu verwenden, was für sie richtig ist, anstatt sich auf eine starre Vorlage oder standardisierte Lösungen zu beschränken



Bis 2026 werden alle 20 führenden Anbieter von Cloud-Plattformen und SaaS Komponentenmarktplätze anbieten, um den Kunden kompatible Strategien zu ermöglichen, die sich durch Qualität, Komfort und Sicherheit unterscheiden.“

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

Was tut es?

Ein Composable-Ansatz ermöglicht es Marken ein Kundenerlebnis sowie ein digitales Schaufenster und ein Inhalts- oder Handelssystem auf einer Art und Weise aufzubauen, die auf ihre spezifischen Bedürfnisse zugeschnitten ist. Er ist geschäftsorientiert und konzentriert sich darauf, verschiedene Lösungen zu optimieren und personalisierte Kundenerlebnisse anzubieten.

Jede Lösung kann eine bestimmte Geschäftsfunktion abdecken - Loyalität, Kasse oder Point of Sale. Durch die Auswahl von Funktionen aus Top-Lösungen erhalten Marken eine viel größere Flexibilität. Bei Composable geht es um die Schaffung eines kuratierten A-la-carte-Erlebnisses. Ein bestimmtes Unternehmen ist nicht Eigentümer eines Composable-Ansatzes. Es ist eine Methodik.

“ **Composable-Lösungen ermöglichen es Marken, flexibel zu sein und den unerbittlichen Marktbedingungen voraus zu sein. Niemand will einfach nur die Lichter am Leuchten halten - sie wollen der Konkurrenz voraus sein.** ”

WALT ROLLE

Global Head of Sitecore Competency, EPAM

03

Was sind die Vorteile?

Im Moment dreht sich alles um die Geschwindigkeit der Markteinführung. Der Wettbewerb ist in vollem Gange, und die Hyperscaler haben die Messlatte hoch gelegt. In dieser Ära der hohen Erwartungen werden die Verbraucher nur eine gute Benutzererfahrung akzeptieren. Unternehmen benötigen jetzt neue technische Möglichkeiten, die wirklich kundenorientiert sind, und genau hier hat ein kompositionsfähiger Ansatz seine Vorteile.

Die Freiheit des Composable-Konzepts kann die Betriebskosten senken, indem es Marken ermöglicht, das auszuwählen, was sie brauchen, spezifische Taktiken mit weniger Komplexität auszuführen und erhebliche Änderungen am Backend zu vermeiden. Die Organisation dieses Konzepts in Form von PBCs hilft dabei, die Teams schnell auszurichten und auf natürliche Weise auf die Marktanforderungen zu reagieren.

Composable ermöglicht Ihnen auch die Verwendung von Branchenführenden-Software, was bedeutet, dass Sie immer die beste Leistung erhalten. Wenn die Orchestrierung über eine Dienstebene erfolgt, kann die kompatible Technologie das Team vor Änderungen schützen, wenn die Funktionen erweitert werden. Das bedeutet, dass Herausforderungen in Wochen und nicht in Monaten gelöst werden können und gleichzeitig das Risiko technischer Schulden reduziert wird.



04

Was sind die Herausforderungen?

Monolithische Architekturen - und die technischen Schulden, die sie den Unternehmen auferlegt haben - können Marken auch daran hindern, diese Systeme zu überwinden, um bessere Geschäftsergebnisse mit kompatiblen Handelssystemen, Erlebnissen und Inhalten zu erzielen.

Unternehmen sind in monolithischen Systemen gefangen und die Kosten und Fristen für Integrationen, Upgrades und Erweiterungen sind unerschwinglich geworden. Composable-Lösungen sind ein Gegenmittel dagegen, da sie mehr Flexibilität bei der Auswahl bieten und die Bindung an einen bestimmten Anbieter verringern.

Composable bedeutet auch eine andere Lernkurve für Entwicklungsteams. Das Denken in Bezug auf Innovationen und Workloads muss modularer werden. Wenn Teams die Wahl haben, welche Branchenführenden-Lösungen sie verwenden wollen, von denen es viele gibt, kann dies überwältigend sein.



Herkömmliche Plattformstrategien fallen zurück, weil sie zu starr sind und sich in technischen Altlasten verstricken, was das Innovationspotenzial bremst. Zukunftsfähigkeit hingegen bedeutet, dass man eine ausgewählte Anzahl von lean, anpassungsfähiger Plattformen besitzt, die über den Umfang, die Flexibilität und die Ökosysteme verfügen, um die Auswirkungen auf das Geschäft zu maximieren"

LIZ HERBERT

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



05

Wo liegen die Opportunitäten?

Ein kompositionsfähiger Ansatz ist das ultimative Werkzeug für Marken, um den besten Kundenservice, personalisierte Einkaufserlebnisse oder Kundenbindung zu bieten. Die Pandemie hat viele Marken dazu gezwungen, viele digitale Lösungen im Eiltempo einzuführen, klein anzufangen, auf den Markt zu bringen und dann ihr Angebot an den Kunden auf der Grundlage von Feedback, Fehlern oder Erfolg anzupassen und zu iterieren. Diese Fähigkeit verwandelte sich schnell in einen Wettbewerbsvorteil.

Die Erprobung einer neuen Marktstrategie oder einer digitalen Lösung ohne übermäßige Entwicklung ist jetzt mit Composable-Lösungen einfacher. Dies ist ein günstiger Ansatz in dieser Phase des Wirtschaftszyklus, in der die Ressourcen - Geld, Zeit und Talent - knapper werden. Mit Composable-Lösungen können Unternehmen auf Tausende von Tools zugreifen, die alle in ihrer Nische angesiedelt sind.

Der Verkauf auf dem heutigen Markt erfordert unterschiedliche Angebote für verschiedene Länder und die Anpassung an Inhalt, Sprache, Kosten und Schaufensterfunktionen in einer Omnichannel-Welt. Modularität ermöglicht es Entwicklern, schnell und einfach Innovationen zu entwickeln und im Laufe der Zeit ergänzende Geschäftsfunktionen zu integrieren. Dies ermöglicht eine flexible Entwicklung von Diensten ohne Unterbrechungen oder erhöhte Risiken für andere Bereiche des Technologie-Stacks. Marken können diese Chancen in Echtzeit nutzen, wenn neue Lösungen, digitale Kanäle oder Funktionen auftauchen.



Strategische Plattformen verfügen über den Umfang und die Modularität, die eine einfache Innovation ermöglichen. Starke Anpassungen oder technologische Ausbreitung belasten sie nicht. Und strategische Plattformen können schnell angepasst werden - durch Hinzufügen neuer Funktionen und Rationalisierung von Komponenten, die keinen Geschäftswert haben.“

LIZ HERBERT

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

Ein Leitfaden für den Erfolg mit Composable

Eine kompatible Denkweise entwickeln

Eine Reihe von technologischen Lösungen kann Composable-Lösungen ermöglichen, aber sie haben auch Auswirkungen auf die Menschen und ihre Abläufe. Zu Beginn der Umstellung auf Composable-Lösungen müssen Unternehmen verstehen, dass der Einsatz von Composable-Lösungen ein Projekt zur Umgestaltung des Unternehmens ist. Es ermöglicht jeder Geschäftsfunktion, nach ihren eigenen Bedingungen zu innovieren und ein kompatibles Unternehmen zu schaffen. Außerdem kann sich die Summe der einzelnen PBCs auf jede andere Fähigkeit auswirken.

Die Einführung einer kompositionsfähigen Methodik bedeutet, dass Unternehmen darüber nachdenken müssen, wie sich ganze Systeme verändern werden, und dass sie eine ganzheitliche Denkweise haben müssen. Die Änderung der Denkweise hält Marken davon ab, in Silos zu denken, und ermöglicht einen klareren Blick auf technische Herausforderungen. Die Orchestrierung von PBCs ist wichtig - sie definiert die Customer Journey, die Art und Weise, wie Unternehmen arbeiten und wie sie Waren und Dienstleistungen liefern. Deshalb sollte die Organisation von PBCs am besten zu Beginn eines Composable-Projekts erfolgen.

Backcasting ist ein hervorragender Ausgangspunkt. Hier definieren Unternehmen ihren zukünftigen Zustand in Bezug auf digitale Fähigkeiten und beginnen mit der Identifizierung der tatsächlichen geschäftlichen Herausforderungen, die es zu bewältigen gilt. Sobald Unternehmen ihren zukünftigen Zustand festgelegt haben, können sie rückwärts arbeiten, um inkrementelle Meilensteine für das Framework für Composable-Lösungen festzulegen, die sie implementieren müssen, um die zukünftige Vision zu erreichen. Auf diese Weise können Unternehmen ihre Roadmap definieren und bestimmen, wie sich Composable-Lösungen in die langfristigen Unternehmensziele einfügen. Dazu müssen die richtigen Stakeholder an einem Tisch sitzen, um die Implementierung von Composable-Lösungen zu diskutieren.



Composable bietet Unternehmen viel mehr Möglichkeiten, die sich auf Menschen, Prozesse und Technologie auswirken. Die Summe der Composable Elemente ist größer als die einzelnen Teile.“

PAUL MCCORMICK

Managing Principal of Experience Consulting, EPAM



Wie Ihre Strategie aufzubauen

Unternehmen müssen eine Roadmap erstellen, um eine kompatible Strategie zu entwerfen und zu entwickeln, die alle Arbeitslasten und Handelsfunktionen berücksichtigt. Die Roadmap muss ein klares Design und einen klaren Rahmen für das digitale Marketing enthalten, da dies verhindert, dass jedes Team blinde Flecken hat. Angestrebt wird eine Abfolge von nach Prioritäten geordneten, überschaubaren Projekten.

Es lohnt sich, die größten Probleme des Unternehmens zu identifizieren und zu prüfen, ob diese mit einem kompatiblen Ansatz überwunden werden können. Es ist auch wichtig, Ineffizienzen oder Bereiche zu identifizieren, in denen die Customer Journeys hinter den Erwartungen zurückbleiben, denn jedes Unternehmen hat seine eigenen Herausforderungen. Außerdem gibt es dem Team Sicherheit darüber, worauf es sich konzentrieren sollte.

Darüber hinaus müssen die Unternehmen ihre wichtigsten „key performance indicators“ (KPIs) auf Unternehmensebene festlegen. Was ist das Unternehmen bereit zu messen, was kann es auf der Grundlage dieser Messungen ändern und wie wird sich dies wiederum auf das Endergebnis auswirken?

Die Unternehmen müssen auch die derzeit verwendeten Methoden überprüfen, um festzustellen, ob Composable-Lösungen in ihren Rahmen passen. Wie passen zum Beispiel agile Methoden zu den Möglichkeiten eines Unternehmens, Composable Handel, Erfahrungen und Inhalte einzuführen? Können andere Behörden, denen sich Unternehmen angeschlossen haben, wie ISO, PMP oder ITIL, kompositionsfähige Betriebsmethoden einbeziehen?

Ihre Organisation aufrüsten

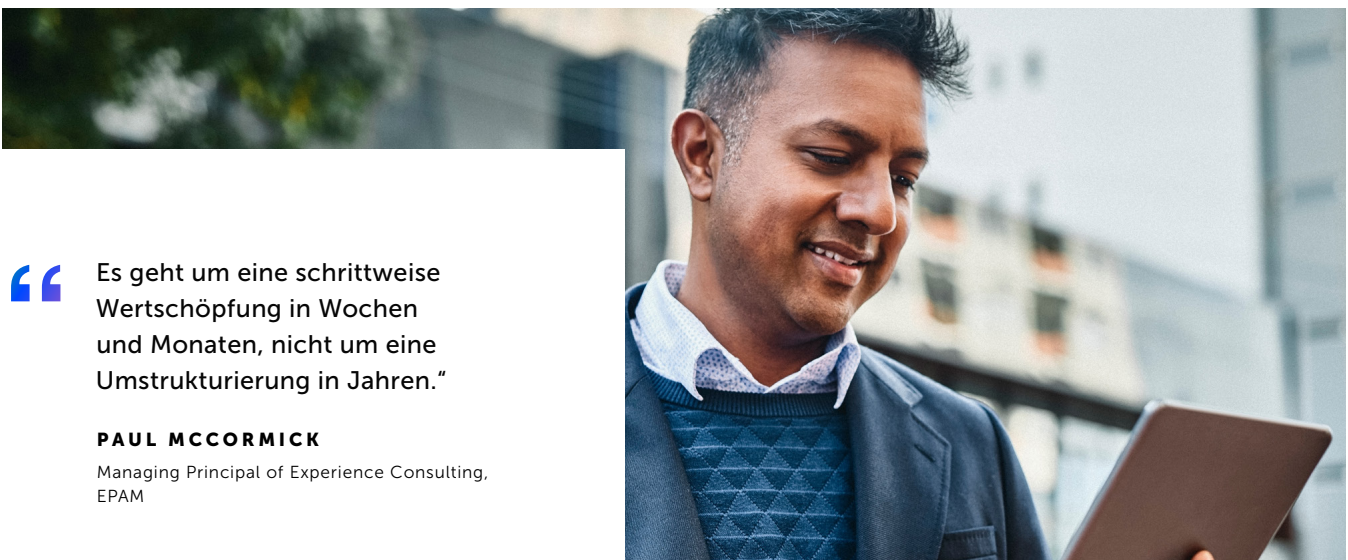
Menschen, Prozesse und Technologie müssen berücksichtigt werden, wenn Sie Ihre Composable-Reise planen und beginnen. Die vollständige Implementierung von Composable Commerce-, Experience- und Content-Lösungen erfordert ein Umdenken hinsichtlich der organisatorischen Rollen und Stakeholder, sowohl intern als auch extern. Natürlich muss die Unternehmensführung eine Messkultur schaffen, um die Verantwortlichkeit für Projekte zu gewährleisten.

Bei kompatiblen Projekten sind die Messung der Ergebnisse und die Objektivität von entscheidender Bedeutung. Ist Ihre Organisation gut geschult oder in der Lage, ein kompositionsfähiges Projekt durchzuführen? Wenn Ihr Unternehmen nicht über das Vertrauen oder die Fähigkeiten verfügt, eine Composable-Architektur zu implementieren, sollten Sie sicherstellen, dass Ihr Technologiepartner dies tut.

Evolution, nicht Revolution, des technologiegestützten Handels

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, eine kompositionsfähige Architektur einzuführen. Unternehmen haben die Möglichkeit und die Freiheit, Teile ihrer digitalen Plattform auslaufen zu lassen und bei Bedarf mehr Composable Elemente einzuführen. Es lohnt sich, zunächst die Funktionen mit hoher Priorität zu identifizieren, diese zu migrieren und monolithische Architekturen methodisch zu dekonstruieren.

Gleichzeitig sollte jedes Composable-Projekt schnell und effizient umgesetzt werden, um frühe Gewinne, Return on Investment (ROI) und Effektivität zu zeigen. Bei Erfolg können Marken parallel, aber zeitlich gestaffelt, mit anderen Composable-Projekten beginnen, um schrittweise Gewinne zu erzielen.



Es geht um eine schrittweise Wertschöpfung in Wochen und Monaten, nicht um eine Umstrukturierung in Jahren.“

PAUL MCCORMICK

Managing Principal of Experience Consulting,
EPAM

Die Notwendigkeit eines eindeutigen Business Case

Marken müssen ein solides Geschäftsszenario für Composable-Lösungen entwickeln, in das alle Beteiligten einbezogen werden. Die Einführung neuer Composable-Lösungen sollte sich an den tatsächlichen Geschäftsanforderungen orientieren und mit den Kosten, der Markteinführungszeit, der Komplexität und den Ressourceninvestitionen abgeglichen werden. Wenn der Bedarf nicht von Anfang an klar definiert ist, können Composable-Projekte scheitern.

Es empfiehlt sich, Composable-Projekte auf den Ebenen der Kundenerfahrung oder der Auftragsverwaltung auf vielfältige Weise zu betrachten. Es gibt auch verschiedene Kanäle, die Sie berücksichtigen sollten, wie z. B. Customer Journeys auf dem Handy, im Web oder in sozialen Netzwerken. Composable-Lösungen können auf viele verschiedene Arten artikuliert und implementiert werden.



Direkte, iterative Gespräche, die auf Fakten basieren, während der Roadmap vorgestellt und während des Projekts durchgeführt werden, stellen sicher, dass kompatible Lösungen implementiert werden.“

WALT ROLLE

Global Head of Sitecore Competency, EPAM



Eine Checkliste für Composable

Wenn Sie sich fragen, wo Sie bei der Bewertung der Composable-Landschaft anfangen sollen, um sicherzustellen, dass Sie den richtigen Ansatz wählen und auf die richtigen Ressourcen zugreifen, folgen Sie dieser Checkliste:

- Erarbeiten Sie die wichtigsten Herausforderungen Ihres Unternehmens
- Identifizieren Sie Ihre Fähigkeiten in der technischen Entwicklung
- Definieren Sie die kritischen Lücken, die den Erfolg behindern
- Erstellen Sie Ihre Composable Roadmap
- Abwägen von ROI und Kosten gegen die Vorteile der Einführung von Composable
- Implementieren Sie Ihre digitalen Initiativen auf der Grundlage einer Roadmap
- Priorisieren Sie kontinuierliches Lernen, Feedback und Verantwortlichkeit



Es geht darum, sicherzustellen, dass sich die Unternehmen darüber im Klaren sind, was sie von Composable-Lösungen haben wollen. Deshalb unterziehen wir die Lösungen einem strengen Bewertungsprozess.“

PAUL MCCORMICK

Managing Principal of Experience Consulting, EPAM

EPAM & Sitecore: ein ausgezeichnetes Team

Warum EPAM

Die komplexen Marketing-Technologie-Stacks von heute können folgende Bereiche umfassen: Content Management, Commerce, Analytics, Search, AI/ML oder Cloud. EPAM ist ein globales Full-Service-Unternehmen für digitale Transformation mit „competency centers“ (CCs), die als Wertschöpfungsnetzwerke in jedem Bereich arbeiten. Zusätzlich zu unseren horizontalen CCs haben wir Plattform-CCs, darunter eines für Sitecore. Sitecore bietet einen zusammensetzbaren Stapel von Plattfoptionen, und Sie können eine oder alle davon nutzen, je nach Ihren Geschäftsanforderungen.

Unsere CCs ermöglichen es unseren Experten, zusammensetzbare Projekte jeder Größe zu implementieren. Außerdem verfügen wir über einige der erfahrensten Systemingenieure in der Branche. Ganz gleich, ob Ihre Marke Experten für die Formulierung von JavaScript oder für die Arbeit an Headless-Applikationen benötigt - EPAM verfügt über ein breites und tiefes Branchen- und Technologie-Know-how, um die Aufgabe zu bewältigen. Und wir können Ihnen während Ihres Projekts eine Zusammenarbeit auf Abruf anbieten.



Composable & Commerce gehen Hand in Hand

Ein Drei-Säulen-Ansatz für die Kundenbindungsfähigkeiten Ihrer Marke könnte Inhalte, Erfahrungen und Handel umfassen. In der Regel werden in Ihrer Roadmap die Projekte im Zusammenhang mit diesen Säulen priorisiert. Unabhängig davon, ob Commerce eine Priorität oder eine zukünftige Phase ist, können Sie Composable-Lösungen nutzen, um Ihrem Team zu helfen, komplexe Transformationen zu unterteilen, ohne die Flexibilität zu opfern.

Eine Plattform, die dies möglich macht, ist Sitecore OrderCloud. Diese Lösung stellt Schlüsselfunktionen wie Katalog, Käufer, Verkäufer, Warenkorb, Bestellungen, Zahlungen und Fulfillment als APIs und erweiterbare Datenmodelle zur Verfügung, damit sie sich in Ihr Ökosystem

Warum Sitecore

Das neue Sitecore wurde für die moderne Tech-Umgebung und mit Composable-Lösungen als Nordstern gebaut. Sitecore ist auch sehr erfahren und etabliert im Bereich der Composable-Lösungen, mit einer langen Erfolgsbilanz und einer breiten Palette von implementierten Projekten. Sitecore kann einen Composable Ansatz ermöglichen, der die Zusammenführung mehrerer Lösungen entlang der Customer Journey beinhaltet.

einfügen. Die Fähigkeiten von OrderCloud, gepaart mit Ihren anderen Säulen wie Content-Erstellung, Channel-Delivery und Personalisierung, bieten das gesamte Self-Service-Erlebnis.

Vor kurzem hat EPAM eine 15 Jahre alte monolithische Architektur mit Sitecore OrderCloud aktualisiert. Bei dieser zukunftsweisenden Lösung konnten alle Commerce-Workloads ersetzt werden, ohne dass etwa 10 andere Systeme gestört wurden. OrderCloud ermöglichte es der Marke, einen wichtigen Bereich der Roadmap mit minimalem Risiko in Angriff zu nehmen und gleichzeitig die Modernisierung weiterer Säulen zu priorisieren, was die Effektivität der Lösung unter Beweis stellte.

Warum EPAM + Sitecore

Seit 2007 ist EPAM ein Sitecore-Partner und bietet End-to-End-Lösungen an. EPAMs Sitecore-Praxis gilt als die Nummer eins in der Welt in Bezug auf die Anzahl der zertifizierten Fachleute, Berater, Plattform-Spezialisierungen, abgeschlossenen Projekte und MVPs. Wir waren auch das erste Unternehmen, das alle Spezialisierungsabzeichen von Sitecore erhalten hat. Aus diesem Grund sind wir ein Global Strategic Alliance Sitecore Partner.

Sitecores führende Digital Experience Plattform und EPAMs digitale Expertise ermöglichen es Marken, agiler zu werden und ihre Initiativen zu verwirklichen. EPAM und Sitecore können Ihnen helfen, Ihre kompositorischen Ambitionen zu verwirklichen, insbesondere in einer Welt, in der Ressourcen und Talente begrenzt sind.



Die Sitecore-Ingenieure von EPAM sind darauf geschult, die vielfältigen Anforderungen heutiger Transformationsleistungen mit Fähigkeiten in den Bereichen Content Management, Experience Orchestration, Headless Applikationsentwicklung, Cloud-basierte Microservices-Architektur und Commerce-Lösungen zu erfüllen.“

WALT ROLLE

Global Head of Sitecore Competency, EPAM



CASE STUDY 01

INEOS Automotive mit EPAM geht weltweit

EPAM unterstützte INEOS Automotive bei der Einführung seines neuen Fahrzeugs Grenadier, einem robusten 4x4-Geländewagen, mit einer kompatiblen Strategie. Das Projekt umfasste die Entwicklung einer neuen Plattform, die es dem Unternehmen ermöglichte, den Kunden Produkteigenschaften und emotionale, nachvollziehbare Erlebnisse zu vermitteln.

EPAM setzte eine Sitecore-gestützte digitale Plattform ein, die das digitale Erlebnis durch die Verbindung von Web, Customer Relationship Management (CRM), Social Media und einem Fahrzeugkonfigurator integrierte. Diese kompositionsfähige Lösung steigerte die Konversion von Self-Service-Bestellungen und Reservierungen. Als zum Beispiel im Mai 2022 die Bestellungen für den globalen Markt geöffnet wurden, half die Lösung dem Unternehmen, innerhalb der ersten 12 Stunden 1.500 Bestellungen zu erhalten.



Das Go-to-Market-Modell von INEOS Grenadier unterscheidet sich stark von anderen Hersteller, was bedeutet, dass wir ein führendes digitales Kundenerlebnis bieten müssen. Das hat uns von Anfang an dazu veranlasst, uns auf die Auswahl der richtigen Technologie zu konzentrieren, und zwar auf Sitecore, das von unserem strategischen digitalen Partner EPAM implementiert wurde. Gemeinsam haben wir unsere erste Fahrzeugeinführung erfolgreich durchgeführt und einen Weg zur Skalierung geschaffen, da sich unser Unternehmen weiterentwickelt.“

MATT DUNNAKEY

Head of Marketing, INEOS Automotive Limited



CASE STUDY 2

Life Sciences Organization beschleunigt mehrere Marken mit Composable

EPAM unterstützte ein weltweit führendes pharmazeutisches Unternehmen bei der Umsetzung einer Composable Strategie, die neue Funktionen bereitstellte und die Geschäftsinteressenten unterstützte. Zu Beginn des Projekts arbeiteten wir mit dem Unternehmen zusammen, um seine Prioritäten im digitalen Marketing abzustimmen. Anschließend haben wir uns mit den fehlenden Plattformen im Technologie-Stack des Unternehmens befasst, um zu einer Top-Lösung zu gelangen.

Die ersten Erfolge waren die Einführung von leistungsstarken Headless-Websites, die regulierte, personalisierte Inhalte für verschiedene Besucher bereitstellen und gleichzeitig alle ihre Aktivitäten in einer Kundendatenplattform erfassen konnten. Mehrere große funktionsübergreifende Teams brachten das MVP erfolgreich auf den Weg und lernten, wie man in einer Composable Welt arbeitet. Jetzt ist das Unternehmen bereit, die nachfolgenden Phasen durchzuführen und weitere Marken einzubinden, um die Skalierung und den ROI zu maximieren.



Schlussfolgerungen und die Zukunft

Um Composable-Lösungen zu implementieren, müssen Unternehmen integrierte kompositionsfähige Denkweisen, Methoden und Technologien einsetzen. Und eine kompositionsfähige Denkweise ist nicht nur ein Begriff für Systemingenieure und Technologieentwickler. Es geht darum, die Customer Journeys und die Geschäftsfähigkeiten aufzuschlüsseln, damit Sie alle Herausforderungen und Probleme mit einem Composable Ansatz innerhalb eines Unternehmens berücksichtigen können.

Denkt das Führungsteam, der Chief Marketing Officer oder das Fulfillment-Team in einer Composable Weise? Wenn alle ihre Denkweise aufeinander abstimmen und weiterentwickeln, werden Lösungen, Abläufe und Geschäftsergebnisse durch die Linse Composable-Lösungen gesehen.

Dies wird schließlich zu „objectives and key results“ (OKRs) für Composable Handel, Inhalte und Erlebnisse innerhalb von Unternehmen und schließlich zu einer geschäftlichen Transformation führen. Die Teams können dann diese schriftlichen OKRs abfragen, um zu zeigen, dass Composable-Lösungen höhere Konversionsraten, schnellere Zahlungen und eine bessere Markenbindung bieten.

Außerdem werden die Verbraucher in Zukunft erwarten, dass sie überall Zugang haben. Marken müssen zunehmend Omnichannel-Erlebnisse auf allen sozialen, Web- und Sprachplattformen aufbauen und dabei mehrere Zahlungssysteme, Währungen, Regionen und Sprachen berücksichtigen. Composable-Lösungen bieten Marken die

Bausteine, um diese Angebote zu schaffen. Der Einstieg in die Composable-Technologie ist daher unerlässlich.

Und schließlich wird „artificial intelligence“ (AI) überall vorgesehen. In nicht allzu ferner Zukunft werden alle Geschäftsfunktionen mit künstlicher Intelligenz ausgestattet sein.



Composable-Lösungen geben uns die Flexibilität, uns anzupassen, neue Funktionen einzubringen und zu innovieren.“

PAUL MCCORMICK

Managing Principal of Experience Consulting, EPAM



GET IN TOUCH

Sind Sie bereit, sich auf den Weg zu Composable zu machen? Wenden Sie sich an Sitecoreconnect@epam.com, um heute damit zu beginnen.

