GIRONA NOTICIES.COM
+ Periodisme

Cinco aspectos clave de una experiencia digital (DX) moderna

Actualidad Empresarial | 10/12/2022 | 00:00

Las empresas dedicadas al comercio digital deben crear excelentes experiencias para sus clientes, pero también deben formalizar y automatizar la forma en que lo hacen, porque las experiencias digitales son el futuro del marketing.

Por esto, muchas empresas se están cambiando a una plataforma de experiencia digital (DXP) para crear experiencias sólidas, basadas en contenido, para los consumidores. Gartner define la DXP como «un conjunto bien integrado de tecnologías conexas, diseñado para crear, gestionar y optimizar experiencias digitales según el contexto, mediante recorridos llenos de experiencias para los clientes».

Es decir, una DXP moderna proporciona la arquitectura y los servicios modulares que articulan las capacidades de diversas aplicaciones para ofrecer experiencias digitales consistentes.

La DXP de Ibexa es un ejemplo de DXP moderna, ayudando a las empresas a atender la transformación digital en el comercio con nuevas estrategias comerciales y a crear notables experiencias digitales para los consumidores en todos los canales. De acuerdo con Ibexa, una DXP moderna debe contemplar 5 aspectos clave.

1- Gestión de contenidos

Cada recorrido que realice el cliente necesita tener contenido que sea relevante y consistente con cada fase de ese viaje. Para ello, una DXP moderna debe ofrecer 4 elementos.

Contenido estructurado. Al estructurar el contenido, se podrán crear relaciones semánticas entre los diferentes segmentos de contenido, resultando más fácil para los clientes encontrar lo que buscan o descubrir información útil que de otro modo no habrían visto.

Permisos y flujos de trabajo. Con una arquitectura basada en perfiles de usuario, el administrador de contenido podrá definir permisos para llegar a ciertos contenidos o para realizar alguna acción, como crear, descargar, modificar o eliminar contenido. La DXP debe ofrecer flujos de trabajo listos para usar y permitir crear flujos de trabajo personalizados para satisfacer diferentes requerimientos.

Contenido multilingüe y multisitio. Al crearse una estructura estándar de contenido, los editores pueden construir y mantener fácilmente diferentes dominios digitales, haciendo mucho más sencilla la administración de contenido en varios idiomas y sitios.

Contenido multicanal. Un CMS tradicional proporciona un solo contexto para presentar contenido, siendo generalmente una página web. Con una DXP headless, el contenido no está conectado a un canal particular, sino que es entregado a múltiples canales a través de una API, obteniéndose mayor flexibilidad, un escalamiento más sencillo y mayor seguridad.

2- Gestión de la Web

Crear un sitio web nuevo con pocos clics: la DXP moderna debe simplificar la forma en que el equipo de marketing crea y administra sus sitios web de múltiples marcas. Ofrecer plantillas intuitivas y fáciles de usar permitir manejar traducciones en múltiples sitios y reutilizar tanto el contenido como las herramientas en todo el ambiente web.

Construir nuevas páginas rápidamente. El «arrastrar y soltar» visual de la herramienta Page Builder, integrada por los mejores CMS, permite construir páginas destacables, brindando una respuesta rápida al desarrollo de productos y mercados.

Administrar las páginas web en poco tiempo. Herramientas de Page Builder, Que permitan generar contenido rápidamente, con bloques de contenido listos para usar, una edición simple y la capacidad de crear contenidos personalizados para nuevos sitios.

Construir formularios con herramientas nativas. La posibilidad de crear formularios fácilmente, como funcionalidad nativa de la herramienta Page Builder.

Aprovechar el SEO (Search Engine Optimization). Herramientas que permitan implementar rápidamente las complejas estrategias de SEO y de contenido de las redes sociales en todos los sitios e idiomas, generando automáticamente los metadatos e imágenes para el SEO de las redes sociales.

3- Personalización

Resulta crucial que la experiencia del cliente sea personalizada, porque todas las personas son muy diferentes entre sí y no hay dos negocios iguales.

Personalizar al cliente objetivo. Se deben capturar las preferencias de los clientes para entregarles contenido y recomendaciones que sean altamente relevantes, presentando productos o contenidos específicos según la región geográfica, dirección IP, navegador o dispositivo del usuario. Así, los editores pueden definir explícitamente qué contenidos o

productos mostrar a qué grupo de usuarios, siendo esto una personalización implícita.

Rastrear el comportamiento del cliente, basado en datos. Se puede rastrear el comportamiento de los usuarios (páginas web visitadas, productos comprados o vistos, enlaces a los que hizo clic, temas buscados) para así definir ciertos escenarios que puedan identificar automáticamente cuáles son los contenidos más relevantes para cada cliente.

Esta personalización explícita puede impulsar realmente las ventas. Por ejemplo, ofreciendo recomendaciones personalizadas a los clientes en el proceso de pago.

4- Comercio digital (e-commerce)

Una plataforma de comercio electrónico preparada para el futuro debe ser nativa de la DXP, para cumplir diversos objetivos.

Satisfacer las necesidades de los compradores modernos. El modelo de ventas B2B (business to business) tiene requerimientos específicos que van más allá de los flujos de trabajo B2C (business to consumer), con escenarios de compra que varían entre las industrias. Por tanto, una DXP moderna debe admitir plantillas de listas personalizadas de pedidos; ofrecer precios personalizados o segmentados; tener comercio digital multimarca, multitienda y multicanal; admitir la administración de usuarios, para definir diferentes permisos y roles de compra dentro de las empresas y tener recorridos de compra personalizados para diferentes permisos de usuario.

Combinar el comercio B2B y B2C en una sola plataforma. La plataforma debe ser suficientemente potente y extensible para proporcionar capacidades de comercio digital a los socios, distribuidores y revendedores. Debe ser componible y flexible para ofrecer una experiencia de comercio digital multimarca y multicanal.

Centralizar toda la información de los productos. Se necesita una solución unificada para gestionar toda la información de los productos, desde especificaciones altamente estructuradas y definidas de los productos hasta contenido enriquecido.

Para lograr esto, la DXP debe poder integrarse con el sistema PIM.

5- Desarrollo

Se quiere que la experiencia propia con la DXP sea tan fluida como la de los clientes que utilizan los canales de venta en línea.

La DXP que se basa en las tecnologías de código abierto Symfony, beneficiándose de su variado conjunto de herramientas y del amplio grupo de desarrolladores capaces de utilizarla.

Otro aspecto clave del desarrollo es la nube. Ibexa Cloud actúa como una capa entre el servicio de nube y la aplicación, aprovechando al máximo la flexibilidad y la escalabilidad del desarrollo web moderno promovido por la nube.

La DXP Ibexa permite:

Acelerar los proyectos digitales. Ibexa Cloud es una plataforma de alojamiento en la nube, que permite que el equipo de desarrollo trabaje más eficientemente. Teniendo la infraestructura y los servicios de backend optimizados, el equipo de desarrollo puede entregar más rápido en cada etapa.

Optimizar el control de calidad. Ibexa Cloud proporciona mayor capacidad para los entornos de prueba y de desarrollo, para construir ágilmente soluciones de alta calidad.

Concentrarse en crear valor para el negocio. Los recursos del desarrollador se liberan de las tareas operativas de menor valor que son necesarias para mantener la infraestructura del backend.

Contactar con Aplyca

Aplyca es aliado de Ibexa desde hace más de 15 años y actualmente son Platinum Partner de esta plataforma.

Son expertos en la implementación de soluciones con esta plataforma de experiencia digital (DXP), lo que les permite ofrecer a sus clientes herramientas para ser más competitivos y ágiles en sus estrategias digitales. Invitan a contactar con ellos para discutir las necesidades de su negocio.

Autor: Redacció

https://gironanoticies.com/empresarial/191682-cinco-aspectos-clave-de-una-experiencia-digital-dx-moderna.htm