



FRONT·COMMERCE

Publié en mars 2024

GUIDE

COMMERCE HEADLESS POUR SALESFORCE COMMERCE CLOUD

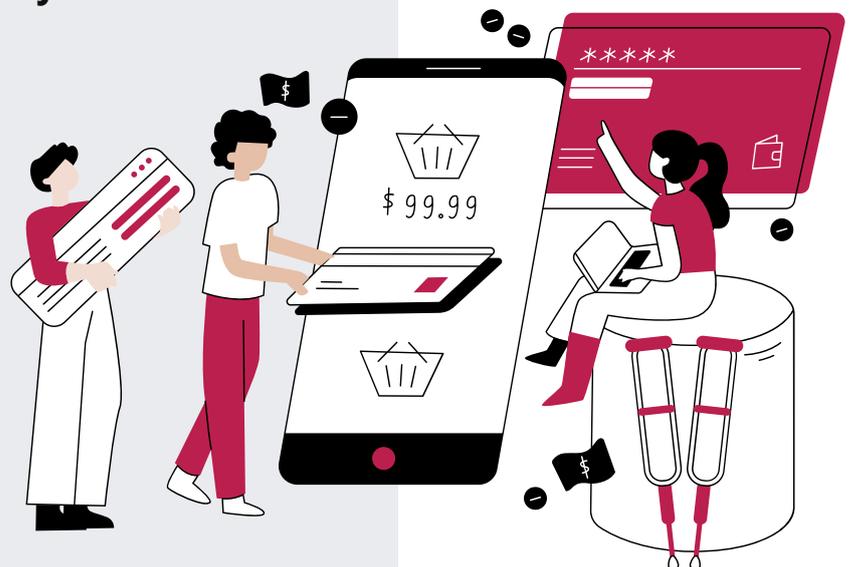
Tout ce que vous devez savoir sur le passage
à un SFCC headless

www.front-commerce.com



CONTENTS

1. Introduction et réflexions de Pierre Martin, CTO de Front-Commerce
2. Qu'est-ce que le headless commerce ?
3. Monolith vs. Headless: un comparaison
4. SFCC Headless : Une solution adaptée à votre e-commerce ?
5. Comment adopter le headless pour SFCC ?
6. Alternative aux thèmes par défaut de SFCC
6. Tableau de comparaison de frontends
7. Étude de cas : Jérôme Dreyfuss





En tant qu'utilisateur de Salesforce Commerce Cloud, vous êtes confronté à des temps de chargement lents qui frustrent vos clients et nuisent à vos taux de conversion ? Peut-être trouvez-vous qu'il est difficile et coûteux de personnaliser votre interface pour créer une expérience de marque unique ? Ce ne sont là que quelques signes indiquant que votre plateforme actuelle pourrait freiner votre entreprise. L'e-commerce est en constante évolution, de nouveaux logiciels et de nouvelles méthodes de vente en ligne apparaissant chaque année. Les utilisateurs de SFCC sont confrontés à divers défis, notamment des limitations en matière de flexibilité, d'innovation et de personnalisation en raison de la nature monolithique de la plateforme. Ces contraintes peuvent empêcher les entreprises de s'adapter rapidement aux changements du marché et de proposer des expériences personnalisées à leurs clients.

L'**e-commerce est un défi**, les commerçants adoptant des stratégies diverses pour l'organisation de leur catalogue, la fixation des prix et les promotions. Certains se sont développés à l'échelle internationale, s'adaptant à l'évolution du comportement des clients et au secteur digital en pleine mutation, où la commande mobile et la visibilité sur les médias sociaux sont primordiales. Il est désormais essentiel de respecter les normes élevées en matière d'expérience utilisateur fixées par les principaux services en ligne, car les attentes en matière de conception, d'interactions et de performances ont radicalement changé au cours de la dernière décennie. Ces changements ont également un impact significatif sur le référencement, les moteurs de recherche privilégiant les sites web adaptés aux mobiles et très performants.

Les interfaces monolithiques telles que SFCC s'accompagnent de coûts cachés qui peuvent éroder la rentabilité et entraver la croissance. Qu'il s'agisse du temps de développement, des frais généraux de maintenance, des opportunités de vente perdues ou des coûts d'intégration cachés, ces dépenses peuvent s'accumuler rapidement et avoir un impact sur le résultat net d'une entreprise. En comprenant et en relevant ces défis, les entreprises peuvent prendre des décisions éclairées concernant leurs plateformes d'e-commerce et se positionner pour un succès à long terme sur le marché numérique. Dans les articles suivants de cette série, nous explorerons comment la transition vers une architecture headless peut aider les entreprises à surmonter ces défis et à débloquer de nouvelles opportunités de croissance et d'innovation.

"Je pense que les commerçants qui vendent encore en ligne aujourd'hui sont ceux qui ont accepté l'incertitude et se sont constamment remis en question".

- Pierre Martin, Front-Commerce

L'ESSOR DES SERVICES TIERS

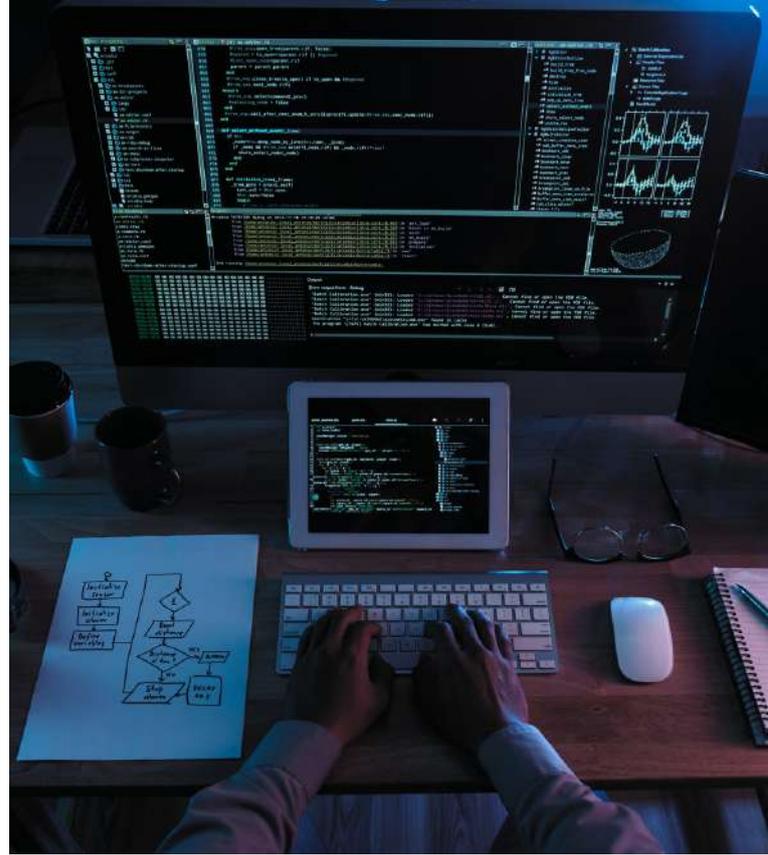
Les commerçants avisés exploitent la constante évolution des services externes pour acquérir un avantage concurrentiel. Qu'il s'agisse de se développer à l'international, d'exploiter de nouvelles méthodes de paiement ou d'engager des communautés via des widgets de médias sociaux, les services externes offrent une flexibilité inestimable.

Avec l'essor des API robustes, les fournisseurs de services donnent la priorité à l'intégration avec diverses plateformes, ce qui permet aux commerçants d'innover rapidement en incorporant de manière transparente ces API dans leurs flux de travail existants. Garder une longueur d'avance en tirant parti de nouveaux services avant qu'ils ne parviennent à une intégration généralisée avec les plateformes d'e-commerce les plus populaires peut constituer un avantage concurrentiel indéniable. Les systèmes traditionnels, en revanche, peuvent rencontrer des limites lorsqu'ils tentent d'intégrer ces services, ce qui est précisément le défi que la nouvelle génération de solutions vise à résoudre.

COMMERCE HEADLESS ET VITRINES COMPOSABLES

Le commerce headless et les vitrines composables proposent une autre façon de progresser. Les commerçants peuvent commencer par déplacer des parties de leur monolithe vers des services externes.

Par exemple, les commerçants peuvent utiliser un CMS headless pour gérer le contenu de leur boutique et utiliser une



vitrine composable pour construire une interface utilisateur personnalisée avec des technologies modernes, tout en conservant la même plateforme sous-jacente pour les tâches qu'elle gère déjà.

Cette approche permet aux développeurs d'intégrer plus facilement et plus rapidement de nouveaux services.

Alors, avez-vous vraiment besoin de déployer un frontend headless sur votre backend SFCC ? Cela dépend. Vous pourriez continuer à investir dans des améliorations progressives de votre thème frontend actuel.

Mais si votre objectif est de différencier votre marque de vos concurrents grâce à des pratiques innovantes (adaptées à vos clients et à votre entreprise), cela peut en valoir la peine !



Pierre Martin
CTO
Front-Commerce

QU'EST-CE QUE LE HEADLESS COMMERCE ?

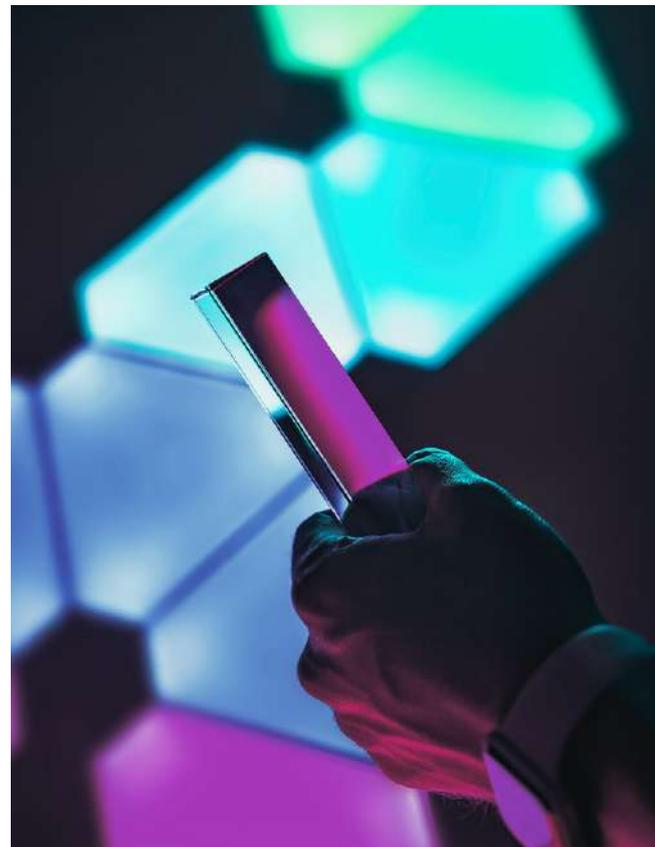
Avant de déterminer si le commerce headless convient à votre magasin SFCC, vous devez d'abord savoir ce qu'est exactement le commerce headless. Voici donc une description simple et quelques-uns des principaux avantages et inconvénients de ce type d'architecture.

LE COMMERCE HEADLESS EXPLIQUÉ EN 2 MINUTES

Dans une plateforme monolithique, le front-end et le back-end d'une plateforme sont étroitement liés au sein d'un seul et même système. Avec le commerce headless, le front-end et le back-end sont séparés de manière à pouvoir fonctionner indépendamment l'un de l'autre : ils sont découplés. Après le découplage, ils sont reliés de manière plus souple par des API. Il est important de garder à l'esprit qu'un backend et un frontend travaillent tous deux ensemble pour servir un même objectif, qu'ils soient couplés (monolithique) ou découplés (headless).

Cela permet à une marque d'e-commerce de construire une plateforme personnalisée qui correspond aux besoins de ses clients et de son entreprise. La nouvelle "plateforme headless" peut ensuite être mise à jour ou complétée sans cycles de développement lourds, et peut même évoluer vers une approche Composable Commerce.

L'interface monolithique de SFCC offre un environnement familier, mais peut avoir du mal à faire preuve d'agilité et de personnalisation. Pour les utilisateurs de SFCC qui cherchent à surmonter les limites de leur plateforme monolithique traditionnelle, la transition vers une approche de commerce headless présente une solution prometteuse qui peut stimuler la croissance, l'innovation et la satisfaction des clients.



L'IMPORTANCE DU COMMERCE HEADLESS

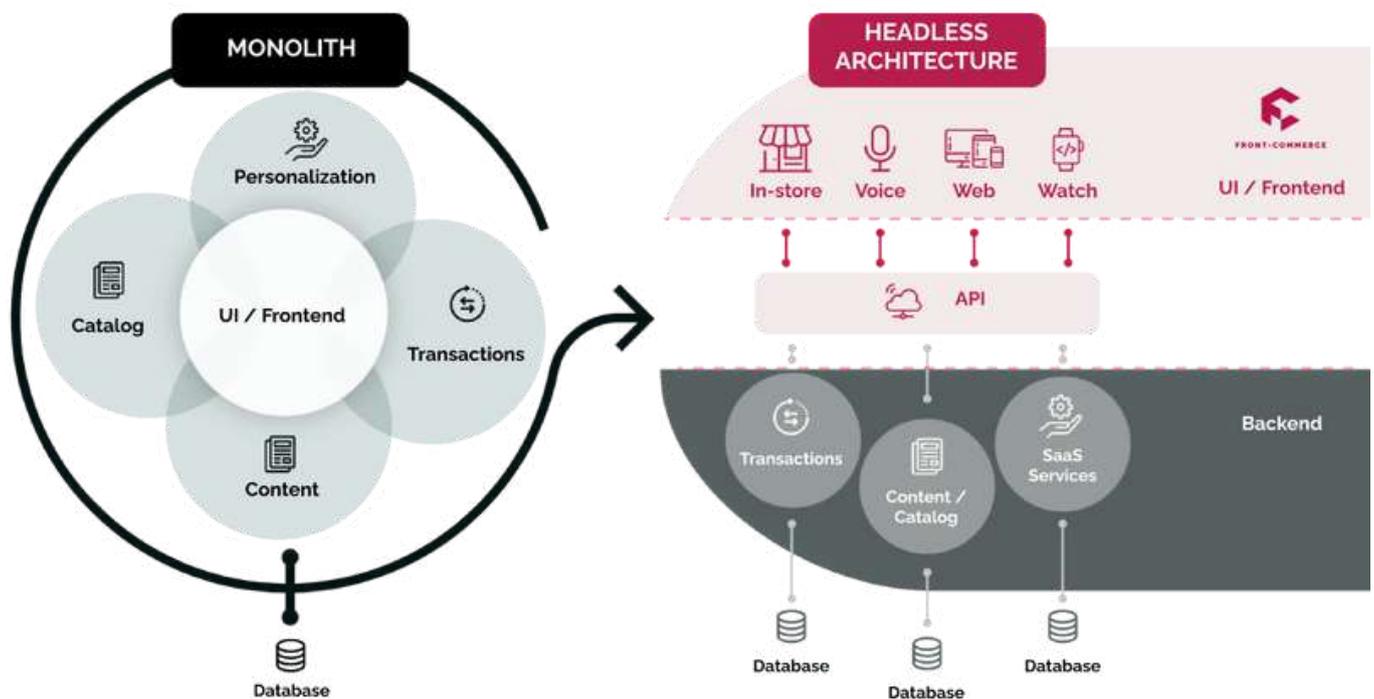
La nature séparée d'une architecture headless permet une plus grande agilité dans la construction d'expériences client personnalisées sur plusieurs canaux en permettant la communication entre le frontend et le backend par le biais d'API. Contrairement aux plateformes traditionnelles, le commerce headless offre aux entreprises la flexibilité nécessaire pour innover plus rapidement et proposer des expériences client transparentes. Et surtout, il vous permet d'améliorer rapidement l'expérience du consommateur.

L'utilisation d'API, de gestionnaires d'expérience, ainsi que l'importance des partenaires informatiques, sont autant de caractéristiques du commerce headless. Ces ressources sont une composante essentielle de la stratégie d'innovation de toute entreprise. Elles permettent de proposer de nouvelles fonctionnalités et expériences qui suscitent l'intérêt des clients et leur permettent de rester en avance sur leurs attentes.

Quelle est la différence entre les plateformes monolithiques et headless ?

Le diagramme explique la différence entre ces deux approches. S'il peut sembler qu'une architecture headless est plus complexe, en y regardant de plus près, la façon dont chaque élément et service est indépendant les uns des autres apporte de la simplicité à la structure, sans parler des développements actuels et futurs.

Les marques doivent adopter l'innovation comme jamais auparavant. Le délai de mise sur le marché étant souvent un facteur, chaque heure de travail des développeurs est cruciale. L'approche "headless" accélère la mise sur le marché d'un détaillant, en permettant aux nouvelles demandes des équipes créatives d'être prises en compte sans interrompre la feuille de route technique.



ARCHITECTURE MONOLITH VS. HEADLESS EN DÉTAIL



Feature	Interface Monolithe	Commerce Headless
Architecture	Couplage étroit entre le frontend et le backend	Front-end et back-end découplés
Personnalisation	Limité ; nécessite une connaissance approfondie de la SFCC	Hautement personnalisable ; s'intègre à divers frameworks frontend
Agilité & Innovation	Difficile et fastidieux de faire des changements	Cycles de développement plus rapides et intégration plus facile de nouvelles fonctionnalités
Performance	Peut être lent en raison de la complexité de la base de code	Temps de chargement potentiellement plus rapides grâce à l'architecture découplée
Scalabilité	Mise à l'échelle verticale (ajout de ressources)	Évolution horizontale (ajout de serveurs)
Expérience Omnicanal	Limité ; difficultés d'intégration avec d'autres plateformes	Flexible ; plus facile de créer des expériences cohérentes
Dépendance API	Utilisation limitée de l'API	S'appuie fortement sur les API pour les données et les fonctionnalités
Expertise en développement	Nécessite de solides connaissances en développement	Nécessité d'un plus large éventail de compétences en matière de développement
Coût de possession	Frais de licence et de maintenance potentiellement élevés	Coûts permanents potentiellement plus faibles
Vendor Lock-in	Forte dépendance du fournisseur à l'égard de la SFCC	Plus grande indépendance grâce à une approche axée sur les API
Gestion du contenu	Flexibilité limitée dans la gestion du contenu	Plus grande flexibilité dans la gestion du contenu
Intégrations tierces	Options d'intégration limitées avec des services et plateformes tiers	Intégration plus facile avec divers services tiers grâce aux API
Communauté de développeurs et ressources	Communauté de développeurs relativement réduite et moins de ressources disponibles	Plus grande communauté de développeurs et richesse des ressources disponibles en ligne
Risque de downtime	Risque plus élevé de temps d'arrêt en raison des dépendances potentielles et des complexités.	Risque moindre, car les défaillances n'affectent pas nécessairement l'ensemble du système.



QUELS SONT LES AVANTAGES DU COMMERCE HEADLESS ?

Si vous envisagez de passer au commerce "headless", ces quatre avantages majeurs en valent généralement la peine et peuvent vous aider à développer votre organisation.

Meilleure adoption par les employés

Certaines entreprises peuvent hésiter à adopter une nouvelle technologie en raison de la lourdeur de la courbe d'apprentissage. Comme tous les membres de votre équipe peuvent rapidement accéder au front-end et le mettre à jour sans connaissances avancées, disposer d'une plateforme de commerce moderne permet de surmonter ce problème.

De meilleurs outils pour vos équipes

Les API sont essentielles pour garantir des expériences coordonnées et cohérentes entre les canaux, qui sont alimentées par des services de commerce tels que les promotions, les inventaires, les informations sur les produits, etc.

Réduction du temps de développement

Les développeurs gagnent du temps sur les modifications de l'interface utilisateur car les mises à jour du front-end peuvent être mises en œuvre rapidement. En outre, grâce aux

solutions partenaires et aux modèles headless, les développeurs peuvent lancer des projets d'e-commerce en quelques clics ou en codant légèrement.

Une mise sur le marché plus rapide

Les entreprises peuvent développer rapidement de nouvelles expériences de front-end avec le commerce headless. Réagir rapidement à une nouvelle tendance du marché peut se faire avec un minimum d'efforts au niveau du back-end.

6 principaux avantages du commerce headless

Développement Frontend illimité

ROI : coûts réduits, plus de conversions

Agilité à grande échelle

Expérience client personnalisée

Mise sur le marché rapide

Composez votre propre stack technologique



SFCC HEADLESS : UNE SOLUTION ADAPTÉE À VOTRE E-COMMERCE ?

Maintenant que nous avons clairement identifié ce qu'est le headless commerce, voyons si ce dernier pourrait convenir à votre e-commerce SFCC.

TOUT D'ABORD, SALESFORCE COMMERCE CLOUD, PEUT-IL DEVENIR HEADLESS ?

En un mot, oui. Salesforce Commerce Cloud est compatible avec le commerce headless, ce qui permet aux utilisateurs de bénéficier des avantages du commerce headless et de la possibilité de choisir n'importe quel frontend compatible. Cette intégration ouvre la voie à un plus large éventail d'options, permettant aux développeurs de personnaliser les composants et fonctions clés pour une flexibilité et une rapidité de changement accrues. Salesforce propose plusieurs façons de passer au headless avec SFCC, y compris la composition d'une pile technologique personnalisée adaptée aux besoins spécifiques de l'entreprise. Le Managed Runtime de SFCC fournit un serveur d'applications combinant React, Node.js et le framework Express, soutenu par des services périphériques tels qu'un pare-feu d'application web et un CDN pour des performances optimisées.

En adoptant le commerce headless avec la SFCC, les entreprises peuvent améliorer l'expérience utilisateur, les taux de conversion et atteindre une plus grande liberté technologique. Cette approche permet une intégration transparente avec des applications tierces, des expériences client personnalisées, une amélioration des performances du site et un développement rentable. La combinaison de l'architecture headless avec des outils tels que le frontend-as-a-service encourage la création d'expériences innovantes basées sur les produits à travers différents canaux tout en maintenant la flexibilité et l'évolutivité.



POURQUOI DEVRAIS-JE OPTER POUR UNE ARCHITECTURE SFCC HEADLESS ?

Passons en revue certains des meilleurs avantages que vous pouvez tirer d'une architecture e-commerce Headless SFCC.

1. Flexibilité du développement frontend

Avec une architecture découplée, les e-commerçants peuvent employer **des technologies et des frameworks frontend modernes**, offrant ainsi une plus grande flexibilité et un meilleur contrôle de l'interface. Cette liberté vous permet de créer des **vitrites uniques et innovantes** qui correspondent mieux à l'identité de votre marque.

2. Des performances plus rapides

L'absence de couplage du code frontend avec les processus backend permet de réduire la charge opérationnelle, entraînant des **temps de chargement plus rapides** et des interactions plus fluides pour vos clients.

3. Personnalisation multicanal

Une architecture headless vous permettra de construire des **vitrites personnalisées pour vos différents canaux**, tels que le web, le mobile, les assistants vocaux, et plus. Chaque vitrine peut être adaptée aux préférences et aux caractéristiques de votre public cible

4. Intégrations tierces

L'architecture headless facilite l'intégration fluide avec des services et des API tiers. Vous pouvez ajouter **des outils et des services spécialisés** pour le marketing, l'analyse, le support client et plus, enrichissant ainsi votre écosystème e-commerce.



5. Une architecture à l'épreuve du temps

Une architecture headless vous permet de vous **adapter rapidement aux technologies et aux tendances émergentes** sans avoir besoin de refondre complètement votre plateforme. Vous pouvez facilement intégrer de nouvelles fonctionnalités, expérimenter différentes approches frontend et garder une longueur d'avance sur vos concurrents.

6. Évolutivité et fiabilité

En cas d'augmentation du trafic, vous pouvez **faire évoluer chaque composant séparément**, en allouant les ressources là où elles sont le plus nécessaires. Cette flexibilité permet une meilleure utilisation des ressources. En exploitant les réseaux de diffusion de contenu (CDN) et les mécanismes de mise en cache, les architectures headless peuvent améliorer encore plus l'évolutivité en réduisant les temps de réponse des serveurs.



UNE ARCHITECTURE SFCC HEADLESS SERAIT-ELLE PERTINENTE POUR MON ENTREPRISE ?

Le headless est une excellente architecture e-commerce à adopter. Mais elle ne convient pas nécessairement à tout le monde. Voici les types d'entreprises qui pourraient vraiment bénéficier d'une approche de commerce headless :

- **Grands commerçants avec des offres de produits diversifiées** : Ces entreprises peuvent bénéficier des capacités avancées et des meilleures expériences utilisateur qu'offre le commerce headless.
- **Détaillants e-commerce à croissance rapide** : Si vous vous développez rapidement, l'évolutivité doit être au centre de vos considérations. Les architectures headless sont hautement évolutives et des composants peuvent être ajoutés, supprimés et mis à l'échelle de manière indépendante et rapide.
- **Marques axées sur l'expérience client** : Ces entreprises, comme les marques de luxe par exemple, peuvent utiliser une architecture headless SFCC pour concevoir des frontends innovants. Cette approche leur permet d'expérimenter des technologies de pointe et de créer des interfaces utilisateur attrayantes.
- **E-commerçants B2B et entreprises aux opérations backend complexes** : Les détaillants B2B ont souvent des exigences hors du commun en matière d'e-commerce. De nombreuses fonctionnalités d'un site B2C ne seront pas pertinentes pour eux, et de nombreux autres composants peuvent être spécifiques au B2B. De même, les entreprises e-commerce avec des processus backend complexes, tels que la gestion des stocks, l'exécution des commandes et la logistique, peuvent utiliser Headless SFCC pour rationaliser ces opérations tout en offrant un frontend dynamique et moderne à leurs clients.
- **Marques à rayonnement mondial** : Ces entreprises peuvent tirer parti de la capacité de Headless SFCC à optimiser les performances sur différents sites géographiques. En utilisant des réseaux de diffusion de contenu (CDN) et des mécanismes de mise en cache, ils peuvent garantir des temps de chargement rapides et des expériences utilisateur cohérentes dans le monde entier.
- **Entreprises nécessitant de nombreuses intégrations tierces** : Les détaillants e-commerce qui s'appuient sur divers services et API tiers pour le marketing, l'analyse, le traitement des paiements ou d'autres fonctions spécialisées peuvent intégrer ces services de manière transparente dans leur écosystème e-commerce à l'aide de Headless SFCC.

QUE DOIS-JE PRENDRE EN COMPTE SI J'ENVISAGE DE PASSER À SFCC HEADLESS ?



La pertinence d'une architecture SFCC headless pour votre entreprise dépend de différents facteurs. Les aspects suivants doivent être pris en compte pour en déterminer la pertinence :

1. Objectifs de l'entreprise

Définissez vos objectifs commerciaux et évaluez si une architecture headless s'aligne sur vos objectifs à long terme. Demandez-vous si vous avez besoin d'une plus grande flexibilité du frontend, de capacités multicanal, de performances améliorées ou d'une intégration plus facile avec des services tiers.

2. Expertise technique

Évaluez les compétences et les capacités techniques de votre équipe. L'architecture headless nécessite une expertise de développement poussée car vous travaillerez avec des technologies et des frameworks frontend distincts.

3. Flexibilité du frontend

Déterminez si votre entreprise a besoin de frontends hautement personnalisables. SFCC Headless vous permet de mettre en œuvre des technologies frontend modernes, mais cela avec une planification minutieuse.

4. Exigences en matière d'évolutivité

Évaluez si votre entreprise connaît des fluctuations de trafic ou si elle prévoit une croissance importante. La nature découplée de Headless SFCC améliore l'évolutivité en faisant évoluer indépendamment les composants frontend et backend.

5. Intégration avec les systèmes existants

Évaluez le processus d'intégration avec vos systèmes existants et les services tiers. Assurez une transition en douceur et évaluez l'impact sur vos flux de travail et vos opérations actuels.

6. Impact sur l'expérience utilisateur

Analysez l'impact potentiel sur l'expérience utilisateur pendant et après la migration. Assurez-vous que le nouveau frontend maintient ou améliore l'expérience d'achat globale de vos clients.

“

L'adoption d'une architecture headless nécessite une réflexion et une planification approfondies. L'évolution de votre plateforme SFCC vers cette approche moderne est passionnante. Alors que de plus en plus d'entreprises s'aventurent dans cet espace, le commerce headless reste ouvert à la découverte, à l'innovation et à une discussion continue dans le but de fournir des expériences d'achat en ligne exceptionnelles.



Laurent Lacaze
CEO, Front-Commerce

COMMENT ADOPTER LE HEADLESS POUR SFCC

Si vous avez décidé d'adopter une architecture headless pour votre plateforme Salesforce Commerce Cloud, vous avez pris une très bonne initiative. Poursuivez votre lecture, nous allons vous accompagner pas à pas dans le processus de mise en œuvre, en vous proposant des insights et des conseils pour assurer une transition réussie et fluide vers une expérience e-commerce plus agile, plus flexible et plus centrée sur le client.

LES DIFFÉRENTES STRATÉGIES DE MIGRATION POUR UNE ARCHITECTURE E-COMMERCE SFCC HEADLESS

Tout miser sur le Big Bang : Cette stratégie implique une migration tout-en-un vers SFCC headless. Elle implique de revoir l'ensemble de l'architecture et d'en modifier tous les aspects en même temps. Cela nécessite une équipe bien préparée et la capacité de gérer les défis potentiels et les perturbations au cours du processus de migration. Cette approche est assez complexe et présente un certain nombre d'inconvénients, notamment :

- Un risque élevé d'échec coûteux,
- La possibilité de devoir revenir en arrière en cas d'erreurs,
- La nécessité d'un temps d'arrêt,
- Il peut être difficile d'isoler les erreurs lorsque tous les changements sont effectués en même temps.

La migration progressive pour une plus grande tranquillité d'esprit : Dans cette méthode, les entreprises optent pour une migration étape par étape, en déplaçant progressivement les composants de leur boutique e-commerce vers une architecture headless. Cette approche offre plus de contrôle et minimise le risque de perturbations majeures. La migration progressive permet aux entreprises de migrer certains composants vers une configuration headless par phases isolées. Cela facilite non seulement le développement, mais aussi la mesure de l'impact de chaque changement.

Au sein de ces deux grandes stratégies, il existe plusieurs approches différentes que vous pouvez choisir pour devenir Headless avec Salesforce Commerce Cloud.

De A à Z en interne

- Construire des solutions sur mesure en interne pour répondre à vos besoins spécifiques.
- Nécessite beaucoup de main-d'œuvre, de temps et est coûteux.
- Ne sont pas compatibles avec les technologies les plus performantes qui sont expertes dans leur spécialité.

Une approche de commerce composable

- Idéal pour les e-commerces de grande taille qui recherchent une personnalisation maximale.
- Conservez votre backend SFCC et construisez un frontend sur mesure.
- Contrôle total de votre stack technologique.
- Demande une expertise technique et un effort de développement importants.

Une solution Frontend-as-a-Service

- Idéal pour les entreprises à la recherche d'une solution pré-construite et plus rationnelle.
- Ces solutions tout-en-un fournissent un frontend unifié qui se connecte aux technologies les plus performantes (CMS, CDN, recherche et découverte de produits, paiement, etc.)
- FEaaS simplifie la mise en œuvre, réduit la complexité technique et permet une mise sur le marché plus rapide pour une boutique SFCC headless.

Construire une PWA headless personnalisée

- Idéal pour les entreprises qui cherchent à contrôler complètement leur frontend & l'expérience utilisateur.
- Les PWA offrent un chargement de page plus rapide et un meilleur engagement de l'utilisateur.
- Nécessite des développeurs expérimentés et des délais de développement plus longs.
- Vous pouvez également travailler directement avec Adobe PWA ou une solution comme Front-Commerce qui peut également offrir plus d'avantages.

COMMENT SAVOIR QUELLE STRATÉGIE CHOISIR

Choisir la stratégie de migration la plus appropriée pour votre boutique e-commerce SFCC headless est une décision critique qui peut avoir un impact significatif sur le succès de votre entreprise. Voici plusieurs facteurs clés à prendre en compte.

1. Taille de l'entreprise et connaissances techniques

Évaluez la taille de votre entreprise et son expertise technique. Les entreprises dotées d'équipes de développement peuvent vouloir une approche plus directe du processus de migration. En revanche, les petites entreprises préféreront peut-être déléguer.

2. Délai

Quel est le calendrier souhaité pour le projet de migration ? Vous voulez lancer certains composants spécifiques dès que possible, mais vous disposez de plus de temps pour d'autres ? Une migration progressive peut vous permettre de gérer chaque étape avec soin et de vous adapter au fur et à mesure. En revanche, si vous disposez de beaucoup de temps et préférez une refonte en profondeur, envisagez une approche "Big Bang" si votre équipe y est préparée.

3. Budget

Déterminez les ressources disponibles pour la migration. Les développements personnalisés et le commerce composable nécessitent des investissements plus importants, tandis que les solutions PWA et les plateformes FEaaS peuvent offrir une solution plus rentable.



4. Complexité et tolérance au risque

Évaluez la volonté de votre entreprise d'assumer la complexité et les risques potentiels. La migration progressive constitue une approche plus sûre pour les organisations qui cherchent à atténuer les risques et à tâter le terrain avant de s'engager pleinement dans le commerce headless.

5. Vision à long terme

Réfléchissez à votre vision à long terme pour votre boutique e-commerce. Votre entreprise prévoit-elle d'innover et d'élargir son offre en permanence ? Certaines stratégies peuvent offrir une plus grande marge de manœuvre pour les innovations futures et l'adaptabilité.

GUIDE DE MIGRATION VERS UNE ARCHITECTURE HEADLESS POUR SFCC, ÉTAPE PAR ÉTAPE



Ce guide est une estimation approximative des étapes à suivre pour migrer votre e-commerce SFCC vers une architecture headless. Bien entendu, en fonction de la stratégie choisie et de ses spécificités, vous devrez ajouter/supprimer un certain nombre d'étapes.



FRONTEND-AS-A-SERVICE : UN ALTERNATIVE AU THÈMES PAR DÉFAUT DE SFCC

En ce qui concerne l'aspect visuel d'un e-commerce, SFCC fournit un thème par défaut comme point de départ pour la conception du frontend. Le thème par défaut est un modèle préconstruit qui détermine la mise en page, le design et l'expérience utilisateur globale. Il sert de base sur laquelle les marchands peuvent construire et personnaliser l'apparence de leur site.

Les thèmes par défaut proposé par SFCC allie simplicité et design professionnel, garantissant une interface utilisateur agréable pour les clients. Il comprend des fonctionnalités et des éléments essentiels tels qu'une mise en page responsive, l'affichage des produits, une fonctionnalité de panier d'achat et divers modèles de pages. Cependant, ils ne peuvent pas être modifiés.

Bien que le thème par défaut constitue un point de départ intéressant, de nombreux retailers préfèrent personnaliser le frontend de leur e-commerce afin de l'adapter à leurs besoins spécifiques. Ils recherchent souvent des alternatives qui offrent des designs plus distinctifs, des fonctionnalités améliorées et une meilleure expérience utilisateur.

Les principales limites du thème par défaut de SFCC :

1. **Personnalisation limitée**
2. **Manque de différenciation**
3. **Fonctionnalités génériques**
4. **Limitations de la responsivité**
5. **Performances**
6. **Problèmes de compatibilité**

Pourquoi choisir une solution frontend alternative ?

1. **Amélioration du design**
2. **Meilleure expérience utilisateur**
3. **Flexibilité et évolutivité**
4. **Intégration avec SFCC**
5. **Communauté et support**
6. **Optimisation des performances**

Ces solutions se connectent de manière transparente au backend SFCC, assurant une intégration harmonieuse des fonctionnalités du frontend et du backend, ce qui conduit finalement à une présence e-commerce plus réussie et plus compétitive.

FRONTEND-AS-A-SERVICE COMME ALTERNATIVE AU THÈME PAR DÉFAUT DE SFCC

Une solution FEaaS est une alternative intéressante au thème par défaut de SFCC. Un FEaaS est un service complet fourni par des entreprises spécialisées qui se concentrent sur l'offre de solutions frontend pour les applis web ou les plateformes en ligne. Ces entreprises fournissent des outils, des frameworks et des services pour améliorer la conception, la fonctionnalité et l'expérience utilisateur du frontend d'un site web ou d'une appli.

Frontend-as-a-service améliore l'expérience de l'utilisateur pour :

clients

développeurs

équipes d'entreprises

Quelques éléments à prendre en compte lorsque l'on envisage d'opter un FEaaS

- **Expertise technique** : Choisissez un prestataire qui a de l'expérience dans votre secteur d'activité. Les différents secteurs d'activité requièrent différents types de développement front-end
- **Votre budget** : Un des avantages de faire appel à un fournisseur FEaaS est qu'il est parfois plus abordable que de recruter un développeur à temps plein.
- **Vos spécificités** : Assurez-vous que votre FEaaS offre les fonctionnalités dont vous avez besoin, telles que le responsive design, la compatibilité multi-navigateurs et l'optimisation SEO.
- **Service client** : Une assistance rapide et utile est essentielle de la part d'un fournisseur de FEaaS.
- Demandez des références de clients et comparez avec d'autres fournisseurs.

Le choix du front-end a une incidence sur :

Clients

Designers

Equipes d'entreprises

Architectes

Developpeurs

Chefs de produit

Conception des systèmes



QUELLES SOLUTIONS FEaaS SONT DE BONNES ALTERNATIVES AU THÈME PAR DÉFAUT DE SFCC ?

FRONT-COMMERCE

Front-Commerce est un FEaaS agnostique, compatible avec Salesforce Commerce Cloud B2C & B2B. Il est conçu pour être responsive, rapide et adapté aux mobiles. Il est construit sur le framework React, et utilise Sass et BEM pour le CSS. Il inclut un système de conception basé sur l'Atomic Design et un certain nombre de fonctionnalités qui ne sont pas disponibles dans le thème SFCC par défaut.

Avantages :

- ✓ Propose des PWA headless rapides et responsives pour une expérience utilisateur exceptionnelle.
- ✓ Intégration parfaite avec le backend SFCC.
- ✓ Offre des fonctionnalités hors ligne et des performances améliorées avec la mise en cache.
- ✓ Flexibilité pour personnaliser la conception et la mise en page du frontend.

- ✓ Responsive et mobile-friendly
- ✓ Inclut nombre de fonctionnalités qui ne sont pas disponibles dans le thème SFCC.
- ✓ Facile à installer et à configurer

Inconvénients :

- ✗ Taille de la communauté limitée par rapport à d'autres solutions.
- ✗ Nécessite une expertise technique pour la personnalisation et la mise en œuvre.

VUE STOREFRONT

Vue Storefront est un frontend PWA open-source, headless, qui peut être utilisée avec toutes les plateformes e-commerce, dont SFCC. Construit sur le framework Vue.js, il supporte maintenant partiellement React, et est connu pour sa vitesse, sa performance et sa flexibilité.

Avantages :

- ✓ PWA headless
- ✓ Facile à intégrer avec d'autres systèmes
- ✓ Architecture évolutive et flexible.
- ✓ S'intègre à diverses plateformes de backend, notamment SFCC.
- ✓ Fournit une documentation complète et une communauté active pour le support.

Inconvénients :

- ✗ Peut être complexe à mettre en place et à configurer
- ✗ Pas autant de fonctionnalités que d'autres alternatives de frontend SFCC.
- ✗ Ruptures et nouvelles versions incompatibles
- ✗ Nécessite une expertise en développement pour la personnalisation et l'implémentation..

PWA KIT VS. VUE STOREFRONT VS. FRONT-COMMERCE



Tableau de comparaison (25/03/2024)

Category	Sub-category	 PWA Kit	 Vue Storefront	 Front-Commerce
General	Created	June 2019	November 2017	2015
	Last Version	versioning based on Salesforce releases	2.8.0	3.1
	Software Development Mode	Open Source	Open Source (Storefront UI & some Vue Storefront integrations) Proprietary (Vue Storefront Connect & some Vue Storefront integrations)	Proprietary
	Provider	Salesforce	Vue Storefront	Front-Commerce
	Agnostic	✗	✓	✓
	HQ	USA	USA & Poland	France
	Frontend Demo	<u>Not publicly available</u>	<u>demo.vuestorefront.io</u>	<u>Demo</u>
	Link to	<u>GitHub: https://github.com/SalesforceCommerceCloud/pwa-kit</u>	<u>GitHub</u>	<u>GitHub</u>
	Pricing	Included in Salesforce Commerce Cloud	<u>Free version and Enterprise version</u>	<u>Pricing</u>
	Developer Chat	<u>Salesforce developer channels</u>	<u>Discord</u>	<u>Slack</u>
	Long-term & backward compatibility	✗	✗	✓

PWA KIT VS. VUE STOREFRONT VS. FRONT-COMMERCE



Tableau de comparaison (25/03/2024)

Category	Sub-category	 PWA Kit	 Vue Storefront	 Front-Commerce
Integrations	Ecommerce connector	SFCC	Open Source SFCC 2 OS Spree Sylius Odoo PrestaShop Vendure Shopware With Enterprise offer BigCommerce Commercetools SAP CC Shopify	SFCC, Magento 1 (CE, EE) Magento 2 (OS) Adobe Commerce B2B BigCommerce
	CMS	SFCC	Open Source LexasCMS Storyblok With Enterprise offer Amplience Bloomreach Content Contentful Contentstack LexasCMS Sanity	SFCC, Magento CMS API Wordpress Prismic Contentful
	Search	SFCC Search, Elastic Search, Algolia	With Enterprise offer Algolia Bloomreach Discovery Constructor.io	Algolia, SFCC, ElasticSearch Attraqt Magento Search
	Payments	Integrates with the solutions supported by SFCC: Adyen, PayPal, Adyen, Braintree, G Pay, Apple Pay	Open Source Checkout.com With Enterprise offer PayPal, Stripe, Klarna, Mollie, Adyen, Braintree, G Pay, Apple Pay	Adyen, Paypal, Stripe, LYRA / Payzen, Ogone, Affirm, BuyBox, Monext Online (Payline), Payment on account B2B, HiPay
	Tracking	Integrates with various tracking solutions, including Google Analytics	Vue Analytics Google Tag Manager	<u>Compatible with all tracking solutions within Get analytics</u> (Google Analytics, Intercom, Hubspot, Amplitude, Amazon Pinpoint..)

PWA KIT VS. VUE STOREFRONT VS. FRONT-COMMERCE



Tableau de comparaison (25/03/2024)

Category	Sub-category	 PWA Kit	 Vue Storefront	 Front-Commerce
Tech	Release pace	Unknown	<u>Releases undated</u>	<u>Minor version every 6 weeks</u>
	Frontend CodeBase	React.js	Storefront UI (Vue.js, React.js, Qwik)	React.js
	Backend codebase	SFCC	Historically Nuxt but as of late, have adopted a hands-off DIY approach. <u>See more here.</u>	Remix (NodeJS)
	Data layer	GraphQL (Salesforce Commerce Cloud APIs)	Storefront Connect	GraphQL
Cloud hosting solution	In-house Cloud hosting solution	✗	✓	✓
	CDN	✗	✓	✓
	24/7 Monitoring	✓	✓	✓
	Continuous deployment	✓	✓	✓
	Hosted in	Unknown	Unknown	France
	Autoscaling	✓	✓	✓
	Problem Source Identification	✓	✓	✓ (For all Front-Commerce and connected third-party issues)

PWA KIT VS. VUE STOREFRONT VS. FRONT-COMMERCE



Tableau de comparaison (25/03/2024)

Category	Sub-category	 PWA Kit	 Vue Storefront	 Front-Commerce
Other	Feature coverage	Incomplete coverage of traditional SFCC features	Covers SFCC features, but varies for other integrations	Covers 100% of SFCC features & other backend solutions (eComm, CMS, search...) even B2B
		Singular focus on SFCC. No possible compatibility with other e-commerce connectors if you decide to make changes in the future.	Fragmented offer, Storefront UI, VueStorefront Connect and VueStorefront 2. It can be hard to understand the differences; not all features/ integrations are available across all offers. Some integrations are maintained by the community, not by Vue Storefront themselves	All integrations and features are available to clients, with constant in-house support and continuous improvements. We ensure that new updates & integrations are compatible with previous versions. For example, moving from Front-Commerce 2.X to 3.X is possible in a matter of days.
	i18n	✓	✓	✓
	Multi-Websites	✓	✓ (beta)	✓
	Checkout	✓	✓	✓
	Support	Included in SFCC subscription	Only with enterprise offering	Unlimited support during build
	Offline Support	✓via Workbox	✓Full	✓ Basic
	AI	Not in use	In Beta	In use



En savoir plus sur
Frontend-as-a-Service

Obtenir Le Guide →



ÉTUDE DE CAS : JEROME DREYFUSS

Depuis 2002, Jérôme Dreyfuss nous surprend avec sa collection d'accessoires et de maroquinerie à la fois simple et luxueuse. Amoureux de l'artisanat et de la précision, ses clients en sont venus à attendre de sa boutique en ligne le même niveau de qualité que celui fourni dans les magasins physiques et à travers ses créations.

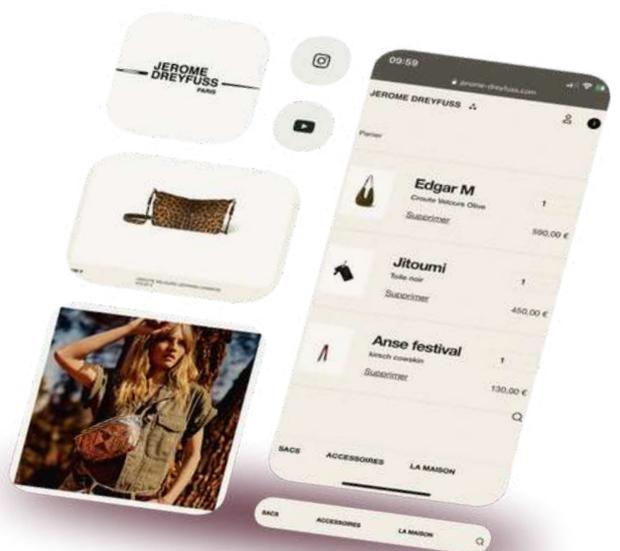
INTRODUIRE DE L'AGILITÉ SUR UNE PLATEFORME E-COMMERCE EXISTANTE

Dans le cadre d'une refonte complète de son écosystème e-commerce, Jérôme Dreyfuss souhaitait trouver une solution pour dissocier les différents rythmes et contraintes liés à une plateforme e-commerce rigide. Ils avaient besoin de laisser place à la créativité et à la flexibilité pour pouvoir répondre aux attentes de leur clientèle en termes d'expérience client.

Définir et donner de l'ambition à un nouveau socle technique e-commerce est complexe et impacte les équipes, les méthodes de travail, les partenaires et le client.

Pour résoudre cette difficulté, il a été proposé de séparer les problématiques front-end et back-end de Jérôme Dreyfuss avec une refonte complète de leur écosystème e-commerce. L'objectif étant de permettre un travail en profondeur sur les sujets qui impactent réellement leurs clients avec une architecture headless.

La performance et l'expérience étaient les principaux enjeux de ce nouveau front-end tout en reportant l'évolution du back-end.





FAIRE ÉVOLUER LE FRONT-END TOUT EN REPOUSSANT L'ÉVOLUTION DU BACK-END

Aux côtés de l'agence Superspace, responsable de l'UX et du design, l'agence digitale, Antadis, s'est chargée de la partie technique du projet, notamment de la migration vers le headless commerce et de l'intégration du nouveau front-end Front-Commerce.

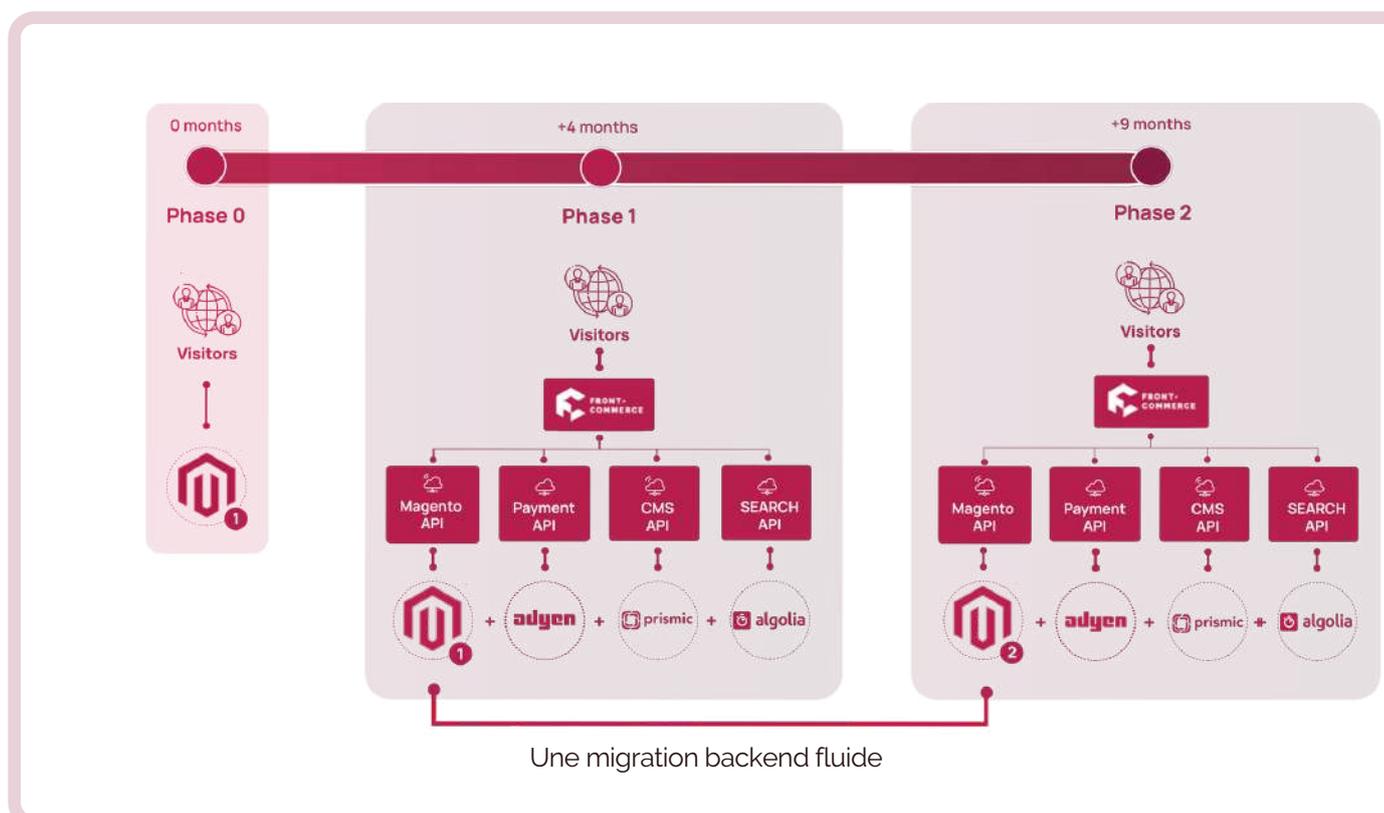
Au début du projet, l'e-boutique de Jérôme Dreyfuss était sur Magento 1. La stratégie finale était de migrer vers le headless commerce et Magento 2. Changer le front-end et le back-end en une seule fois représente non seulement une charge de travail extrêmement importante et longue, mais comporte aussi plus de risques. Ainsi, une migration progressive en deux phases a été prévue.

Phase 1

- Découplage du frontend et backend existants,
- Mise en place d'un frontend Front-Commerce, CMS Prismic, recherche Algolia, paiement Adyen

Phase 2

- Migration backend: Magento 1 → Magento 2



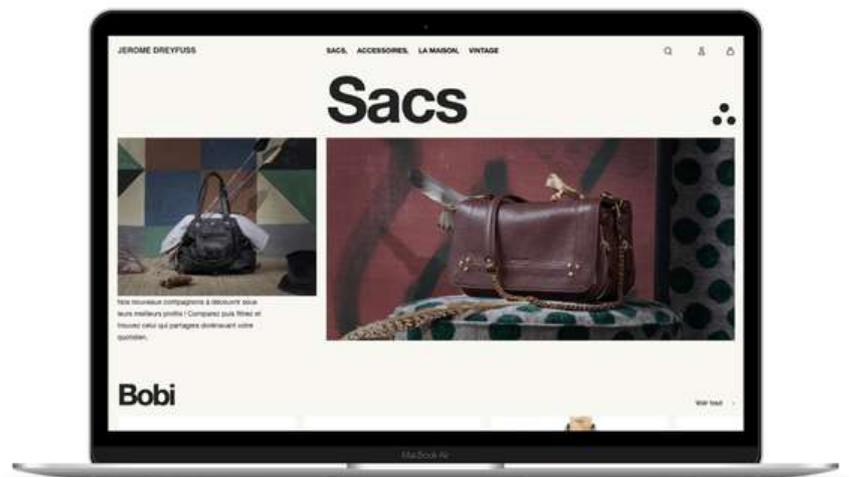


La première étape a permis à Jérôme Dreyfuss d'aller de l'avant et de déployer rapidement et efficacement une refonte de leur UX avant d'entreprendre des modifications de leur backend. Le déploiement du système Slice avec Prismic a totalement facilité ce processus. Cette fonctionnalité facile à utiliser est idéale pour l'équipe de Jérôme Dreyfuss et a été facilement mise en œuvre avec Front-Commerce. Permettre la construction de pages à partir de blocs spécifiques agencés et synchronisés avec les langues et le catalogue de produits Magento est un vrai plus pour tout e-commerce.

En dissociant la logique de l'e-commerce de son expérience en front-end, nous pouvons pousser chacun des deux composants un peu plus loin. Le frontend peut évoluer et changer avec moins de friction, ce qui est un véritable atout pour aller plus vite et s'adapter aux nouveaux besoins clients.

“Un temps de mise sur le marché “court” pour une refonte immédiatement visible, une expérience utilisateur immersive et de marque, avec des résultats clairement perceptibles sur les temps de chargement et la qualité de navigation sur mobile.”

– Antadis



jerome-dreyfuss.com →

Cliquez pour voir le projet live



UN REPLATFORMING AVEC DES AVANTAGES CLAIRS

Opter pour Front-Commerce et passer au commerce headless ont eu des avantages concrets et évidents pour Jérôme Dreyfuss :

- L'expérience utilisateur est beaucoup plus fluide et cohérente avec l'image de marque.
- La compréhension de la logique du design et des composants fonctionnels facilite l'évolution de la plateforme.
- Pouvoir changer de backend, sans rien modifier.
- Une réelle fluidité de la navigation sur mobile.
- La possibilité de faire tout ce que l'on veut en front-end, sans contraintes back-end.

“La plupart des moteurs e-commerce traditionnels sont lourds, rigides et ne permettent aucune créativité ou flexibilité. Nous devons trouver un moyen de dissocier les différents rythmes et contraintes de ces deux faces d'un site e-commerce.”

**– Thibaut Villemont,
Superspace**



SACS, ACCESSOIRES, LA MAISON, VINTAGE



Le cadeau idéal



LA PARTIE OÙ L'ON PARLE DE NOUS-MÊMES

Front-Commerce est la seule interface digitale qui améliore l'expérience du client, du commerçant et du développeur, en même temps.

Front-end ultra-rapide basé sur les normes PWA et MACH, nous aidons les marques à faire évoluer leur plateforme e-commerce actuelle vers une approche commerce headless en intégrant le back-end de leur choix avec la stack technique de Front-Commerce basée sur React, NodeJS et GraphQL.

Front-Commerce découple le front-end et le back-end pour ses clients afin de fournir une expérience front-end à la pointe de la technologie et une architecture "headless". Notre solution est compatible avec la plupart des backends, ce qui nous permet de nous intégrer facilement dans vos systèmes. Vous pouvez rester en contact avec vos clients et nous gardons toutes les considérations techniques à jour

**Obtenir la fiche
d'information**

Contactez Front-Commerce
contact@front-commerce.com

 cliquez ici !

Ils réussissent en ligne avec Front-Commerce

JEROME DREYFUSS • DEVIALET CENTRAKOR KAPORAL

 **autobernard.com**

 **collégien**
Depuis 1947

 **FABRIQUE DE STYLES**

 **BONNE GUEULE**

 **THUASNE**

 **eden**
botanicals

 **ROBERTET**

 **CHAÎNE THERMALE DU SOLEIL**

 **PetDistrib**

