

Composable Commerce: ¿Por qué utilizar ‘bloques’ para construir las ventas digitales B2B?

CIUDAD DE MÉXICO. 4 de julio de 2023.- Ahora es el momento de que las grandes empresas B2B inviertan en una solución de *Composable Commerce* adaptada al futuro que permita la innovación digital para modernizar las experiencias de comercio electrónico B2B con el fin de satisfacer las expectativas de los compradores, impulsar las conversiones y fidelizar a la marca.

Las marcas B2B en crecimiento tienen la ventaja de la arquitectura basada en microservicios, *API-first*, *Cloud-native SaaS* y *Headless* (MACH) para crear y construir escaparates B2B ágiles que se pueden mejorar continuamente a medida que crece el negocio. Carlos Borberg, country lead, México en BigCommerce comparte su perspectiva sobre qué es el *Composable Commerce* y cómo puede ayudar a las marcas B2B a alejarse de las plataformas monolito y acercarse a un enfoque de *Composable Commerce* para obtener la flexibilidad necesaria para adaptarse a las necesidades de los clientes y las empresas del futuro.

"Tradicionalmente, la experiencia de compra y venta B2B ha sido cara a cara o a través de métodos heredados como hojas de cálculo Excel y llamadas telefónicas. El Composable Commerce, moderniza la experiencia del comercio electrónico B2B, permitiendo a las marcas B2B tener la flexibilidad de personalizar y crear una pila tecnológica sólida que pueda sustituirse a medida que evolucionen las necesidades. Emplear un enfoque más adaptable y preparado para el futuro en el comercio electrónico B2B permite a los vendedores responder a los cambios inesperados y satisfacer las necesidades y expectativas de los compradores digitalmente nativos, fortaleciendo la confianza de la marca y el poder de permanencia competitivo", explica Carlos Borberg, director de desarrollo de negocio estratégico para LATAM en BigCommerce.

- ¿Qué es el *Composable Commerce*?

Durante muchos años, la estructura de las tiendas online ha sido un todo monolítico. Este enfoque une el front-end de una tienda (lo que ven los compradores) y el back-end de la tienda (la parte del servidor).

El *Composable Commerce*, por el contrario, es un enfoque de comercio digital modular basado en una arquitectura (MACH), que se basa en cuatro elementos principales:

- **Microservicios:** Una arquitectura de microservicios ofrece un enfoque descentralizado y desacoplado para satisfacer los requisitos empresariales individuales. Funciona como "bloques de Legos", que pueden ensamblarse en una pila tecnológica ágil y personalizable.
- ***API-first:*** Esta es la clave para una tienda online personalizada. Según BigCommerce, un enfoque *API-first* es lo que permite una solución integrada que proporciona flexibilidad para montar una pila tecnológica basada en los requisitos particulares del negocio, y no en plugins estandarizados pre-construidos.
- **Nube:** En lugar de tener una solución tradicional e invertir nuevos recursos en cada actualización de software, la arquitectura nativa en la nube se escala automáticamente en función de las necesidades de la empresa y garantiza la velocidad, el rendimiento y la seguridad. Esto es importante para minimizar el costo a largo plazo, al pagar sólo por lo que la empresa necesita, y no por soluciones completas que a veces no se aprovechan correctamente.
- ***Headless:*** Habilite una amplia gama de puntos de contacto con el cliente y garantice una experiencia de cliente multicanal sin fisuras a través de la arquitectura *headless*, un desacoplamiento de la capa de presentación de la gestión de back-end.

"El Composable Commerce, es el último de una serie de pasos que se alejan del tradicional monolito de software todo en uno. Aunque las plataformas monolíticas pueden ser ricas en características y funcionalidades, no son ágiles: tienden a frenar la innovación empresarial en lugar de permitirla. En lugar de depender de un único proveedor para todos los requisitos de su empresa, adoptar un enfoque de Composable Commerce permite a las empresas elegir a los

mejores proveedores para crear una pila tecnológica sólida y funcional que se adapte mejor a las necesidades de su entorno de comercio electrónico", concluye Borberg.

En otras palabras, *Composable Commerce* significa que si las empresas quieren sustituir otros componentes del comercio en el futuro, no están atrapadas en un sistema o una forma de hacer las cosas que adoptaron en el pasado.

Esto es importante para las empresas B2B ya que les permite establecer un esquema de personalización con sus clientes que redundará en una serie de importantes beneficios para el negocio.

Los vendedores pueden acceder a un portal privado de compradores que les permite tener un histórico de ventas, replicar los pedidos más exitosos y ofrecer mejores promociones a sus clientes en términos de venta cruzada, ofreciéndoles productos similares o relacionados con los que les compran habitualmente.

En conclusión, es importante que las marcas B2B innoven en sus experiencias digitales de comercio electrónico y se adapten a la evolución de las expectativas de los clientes para ofrecer experiencias en línea inmersivas que los clientes anhelan ahora, al tiempo que construyen una base técnica para el éxito futuro.

**Composable Commerce: Why use 'Legos'
to build B2B digital sales?**

MEXICO CITY. July XX, 2023- Now is the time for large B2B businesses to invest in a future-fit composable commerce solution to enable digital innovation to modernize B2B ecommerce experiences to meet buyer expectations, drive conversions and build brand loyalty.

Growing B2B brands have the advantage of **Microservices** based, **API-first**, **Cloud-native SaaS** and **Headless (MACH)** architecture and composable elements to create and build agile B2B storefronts that can be continuously improved as the business grows. Carlos Borberg, country lead, Mexico at BigCommerce shares his perspective on what composable commerce is, and how it can help B2B brands move away from monolith platforms and towards a composable commerce approach to gain the flexibility necessary to adapt to customer and business needs of the future.

“Traditionally the B2B buying and selling experience has been face-to-face or through legacy methods such as excel spreadsheets and phone calls. Composable commerce modernizes the B2B ecommerce experience, allowing B2B brands to have the flexibility to customize and create a robust technology stack that can be replaced as needs evolve. Employing a more adaptable and future-proof approach to B2B ecommerce enables sellers to respond to unexpected change and meet the needs and expectations of digitally-native buyers, strengthening brand trust and competitive staying power”, explains Carlos Borberg, strategic business development manager for LATAM at BigCommerce.

What is Composable Commerce?

For many years, the structure of online stores has been a monolithic all-in-one. This approach ties together the front-end of a storefront (what buyers see)) and the back-end of the storefront (server side).

Composable commerce, by contrast, it's a modular digital commerce approach based on composable architecture (MACH), that is based on four principal elements:

- Microservices: A microservices architecture offers a decentralized, decoupled approach to meeting individual business requirements. It works like 'blocks of Legos', which can then be assembled into a customizable and agile tech stack

- API-first: This is the key for a personalized online store. According to BigCommerce, an API-first approach is what enables an integrated solution that provides flexibility to assemble a tech stack based on the particular business requirements, and not on standardized pre-built plugins.
- Cloud: Instead of having a traditional solution and investing new resources in every software update, cloud-native architecture scales automatically based on the needs of the business and assure speed, performance, and security. This is important for minimizing the long term-cost by only paying for what the business needs, and not for complete solutions that sometimes are not correctly exploited.
- Headless: Enable a wide range of customer touch points and ensure a seamless cross-channel customer experience through headless architecture, a decoupling of the presentation layer from back-end management.

“Composable commerce is the latest in a series of steps away from the traditional, all-in-one software monolith. While monolithic platforms can be rich in features and functionality, they are not nimble — they tend to slow business innovation rather than enable it. Rather than relying on one vendor for all of your business requirements, taking a composable commerce approach allows businesses to choose best-in-breed vendors to create a robust, functional technology stack that works best for the needs of your ecommerce environment.” concludes Borberg.

In other words, Composable Commerce means that if companies want to replace other commerce components in the future, they are not locked into a system or a way of doing things that they adopted in the past.

This is important for B2B businesses as it allows them to establish a personalization scheme with their customers that will result in a series of important benefits for the business.

Sellers can have access to a private buyers portal that allows them to have a historical sales trailer, replicate the most successful orders and offer better promotions to their customers in terms of cross-selling, offering similar or related products to those they usually buy from them.

In conclusion, it is important for B2B brands to innovate their ecommerce digital experiences, adapt to evolving customer expectations to deliver immersive online experiences that customers crave now while building a technical foundation for future success.

