



E-BOOK

GUIDE MAGENTO HEADLESS

Avantages, outils, mode d'emploi... Tout ce qu'il faut savoir pour passer à un Magento 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 ?

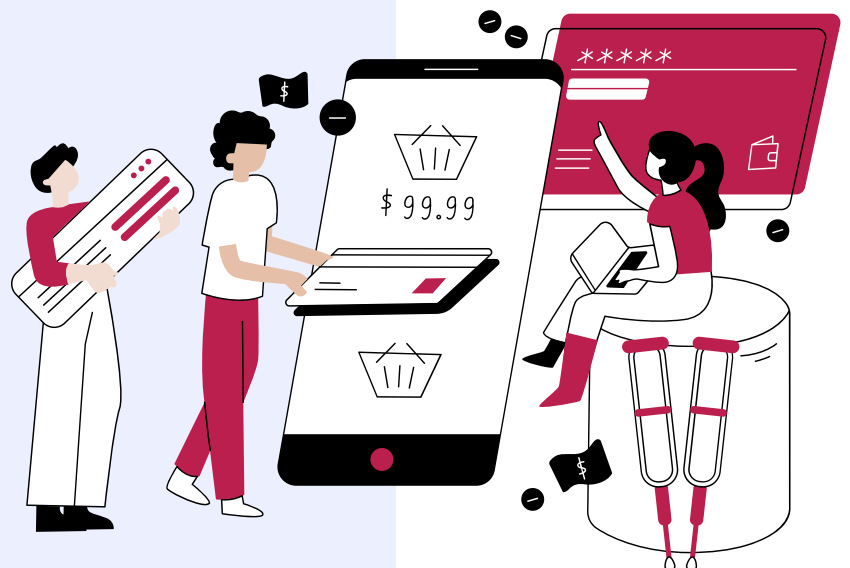
3. Magento Headless : Une solution adaptée à votre e-commerce ?

4. Comment adopter le headless pour Magento ?

5. Frontend Magento : Alternatives au thème par défaut de Magento

6. Tableau de comparaison de frontends

7. Étude de cas : Kaporal





Le paysage de l'e-commerce est en constante évolution, avec l'apparition chaque année de nouveaux logiciels et de nouvelles méthodes de vente en ligne.

2007 : LANCEMENT DE MAGENTO

En 2007, Magento a été lancé. En 15 ans, Magento a évolué, améliorant ses fonctionnalités et ses interfaces utilisateur pour que les commerçants puissent offrir un meilleur service à leurs clients et de meilleurs outils à leurs équipes. Sa structure modulaire a favorisé l'émergence d'un écosystème dynamique, avec des services tiers proposant des modules d'intégration, allant des méthodes d'expédition et de paiement aux ERP, aux CRM et à l'automatisation du marketing. Les commerçants et les développeurs ont trouvé que Magento s'adaptait à l'évolution de leurs besoins et de leurs flux de travail.

"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

VENDRE EN LIGNE EST DIFFICILE

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. 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.

LA TECHNOLOGIE N'A CESSÉ D'ÉVOLUER

La technologie en ligne progresse rapidement et de nouvelles normes apparaissent continuellement. Par exemple, les propriétaires de boutiques Magento doivent faire face à :

- de nouvelles versions de PHP
- des bibliothèques qui deviennent obsolètes
- des projets logiciels qui meurent (vous souvenez-vous d'OSCommerce ?)

Si certains changements technologiques offrent des avantages en termes de performances et de maintenabilité du code, d'autres posent des défis importants. Bien que certaines solutions assurent la stabilité au milieu de ces changements, elles peuvent ne pas satisfaire pleinement le besoin d'adaptation continue à l'évolution des normes et de l'utilisation par les utilisateurs.

L'ESSOR DES SERVICES TIERS

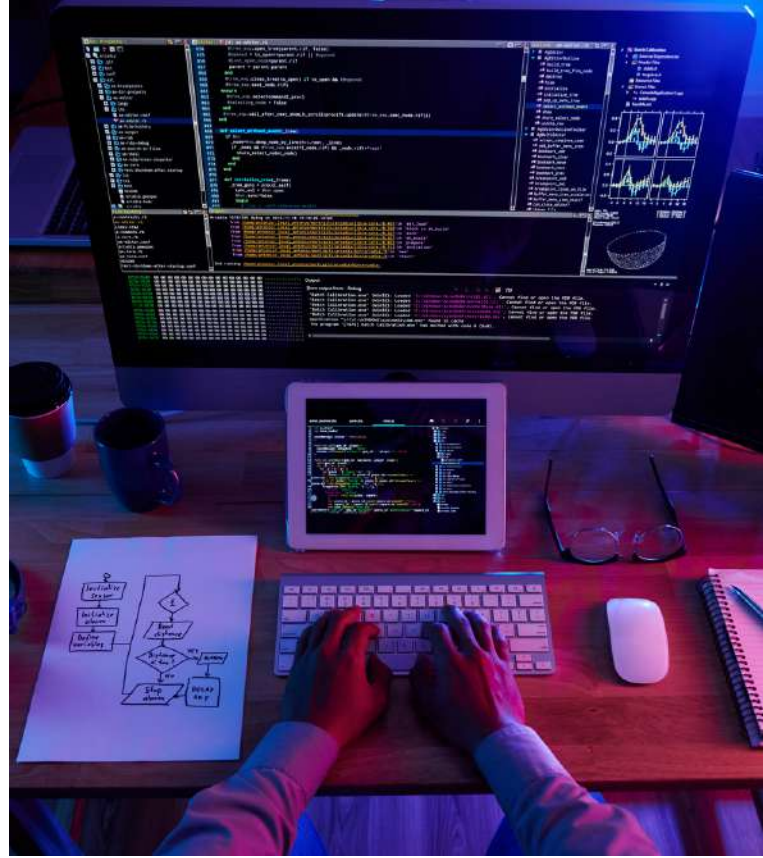
Les commerçants avisés exploitent la constante évolution des services externes pour acquérir un avantage concurrentiel. Qu'il s'agisse de se développer à l'international, d'exploiter de nouvelles méthodes de paiement ou d'engager des communautés via des widgets de médias sociaux, les services externes 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 Magento ? 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 nous demander si le headless commerce convient à votre projet Magento, il convient d'expliquer exactement ce qu'est le headless commerce. Nous allons donc décrire brièvement cette architecture et en examiner les principaux avantages et inconvénients.

LE COMMERCE HEADLESS EXPLIQUÉ EN 2 MINUTES

Google définit le commerce headless comme "un scénario dans lequel une plateforme e-commerce possède des systèmes back-end et front-end qui sont découplés les uns des autres. La nouvelle "plateforme headless" peut ensuite être mise à jour ou complétée sans cycles de développement lourds, et peut même évoluer vers une approche de commerce composable.

QUELLE EST LA DIFFÉRENCE ENTRE UN FRONT-END ET UN BACK-END ?

- Le front-end est la couche de présentation d'un site ou d'une interface utilisateur. C'est ce que nous voyons lorsque nous sommes sur une page web et sa technologie.
- Le back-end est la solution e-commerce qui gère les fonctions et les données via des serveurs. Il contrôle le fonctionnement du site.

Traditionnellement, le front-end et le back-end sont étroitement liés au sein d'un système unique. Mais dans le cas du commerce headless, le front-end et le back-end sont reliés de manière plus souple par des API. Il est important de garder à l'esprit qu'un backend et un frontend travaillent ensemble pour servir un objectif unique, qu'ils soient couplés (monolithes) ou découplés (headless).



L'IMPORTANCE DU COMMERCE HEADLESS

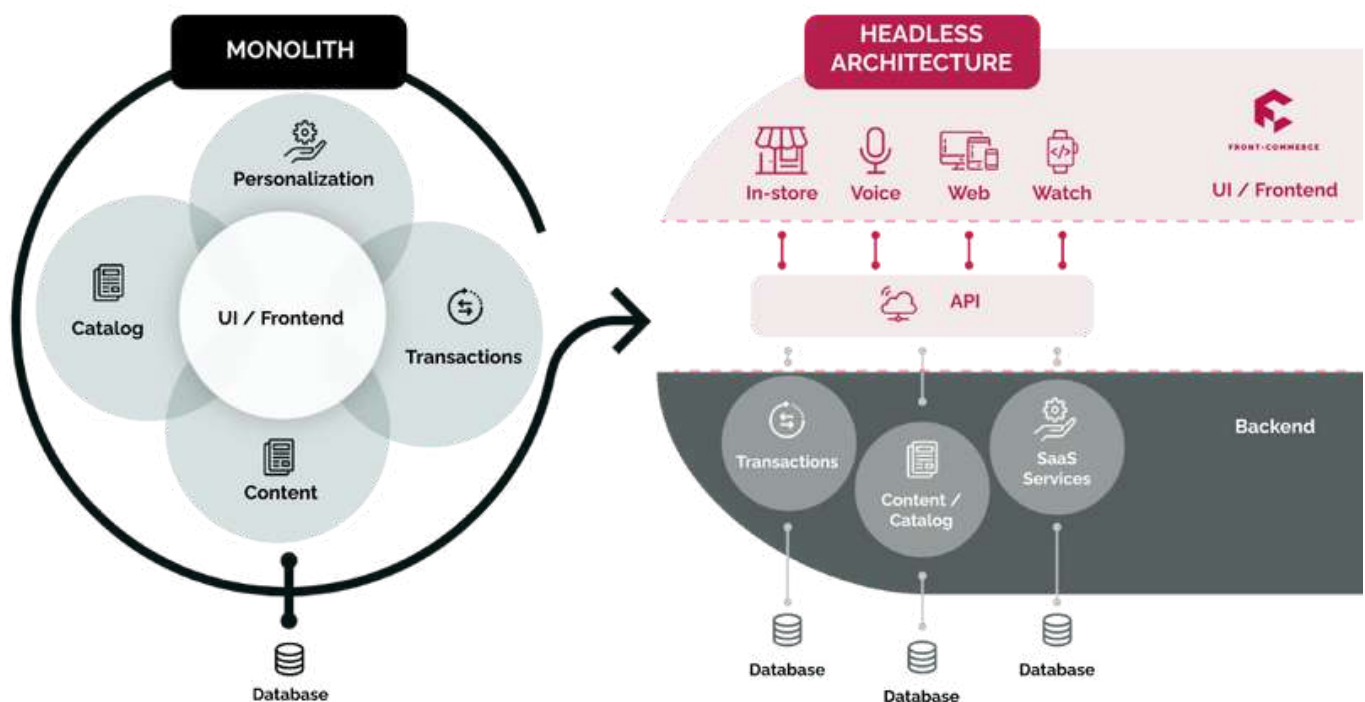
Dans sa forme la plus basique, le commerce headless est la séparation du frontend et du backend d'une application e-commerce. Cette architecture permet aux marques de développer ce qu'elles veulent, quand elles le veulent. Mais surtout, elle permet aux entreprises d'améliorer l'expérience du consommateur.

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 ?

Plongeons dans le vif du sujet avec un diagramme qui 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.





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



MAGENTO 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 Magento.

TOUT D'ABORD, MAGENTO PEUT-IL DEVENIR HEADLESS ?

En un mot, oui.

Magento est **traditionnellement une plateforme monolithique** et possède un "thème" personnalisable par défaut qui sert de frontend. Toutefois, **ce thème peut être remplacé par n'importe quel autre frontend compatible avec Magento**. L'architecture découplée du système permet une communication transparente entre les couches à l'aide d'API REST ou GraphQL. Ces API sont conçues pour être interopérables, ce qui permet à un backend Magento/Adobe Commerce headless de se connecter sans effort à des frontends développés dans n'importe quel langage de programmation.

La séparation des composants permet aux retailers de **créer des vitrines entièrement personnalisées** tout en les intégrant de manière transparente à leur **backend Magento existant**. Magento/Adobe Commerce continue de gérer toutes les tâches liées au commerce, telles que le traitement des paiements, la gestion des commandes et l'administration des produits. Cette configuration permet aux entreprises d'offrir **des expériences personnalisées** tout en gérant efficacement leurs principales fonctionnalités e-commerce.



POURQUOI DEVRAIS-JE OPTER POUR UNE ARCHITECTURE MAGENTO HEADLESS ?

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

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 **vitrines uniques et innovantes** qui correspondent mieux à l'identité de votre marque.

2. Des performances plus rapides

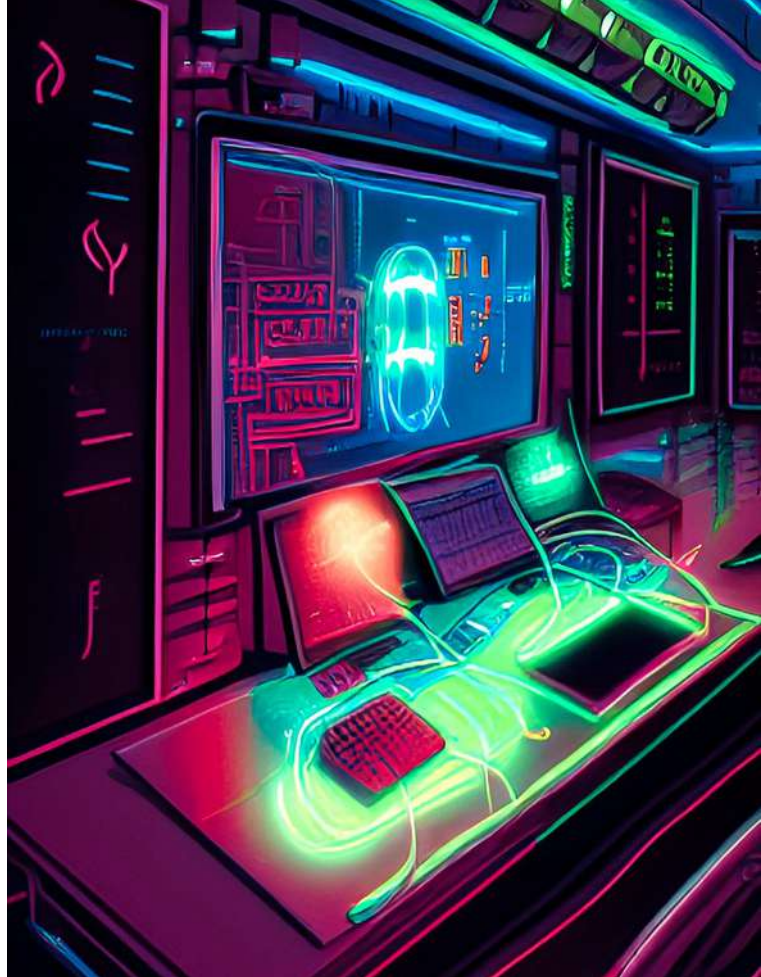
L'absence de couplage du code frontend avec les processus backend permet de réduire la charge opérationnelle, entraînant des **temps de chargement plus rapides** et des interactions plus fluides pour vos clients.

3. Personnalisation multicanal

Une architecture headless vous permettra de construire des **vitrines 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 MAGENTO 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 Magento 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 Magento 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 Magento 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 Magento.

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



La pertinence d'une architecture Magento 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. Magento 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 Magento 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.



La décision d'adopter une architecture Headless nécessite une **réflexion approfondie et une planification minutieuse**. Si l'évolution de votre plateforme Magento pour adopter cette approche moderne offre des perspectives intéressantes, il faut explorer les défis qu'elle pose. Alors que de plus en plus d'entreprises s'aventurent dans cet espace, le domaine du headless commerce reste propice à la découverte, à l'innovation et à une discussion continue dans le but d'offrir des expériences d'achat en ligne exceptionnelles.



Laurent Lacaze
CEO, Front-Commerce

COMMENT ADOPTER LE HEADLESS POUR MAGENTO

Vous avez décidé d'adopter une architecture headless pour votre e-commerce Adobe Commerce Magento 1 ou Magento 2 ? Nous sommes là pour vous aider. Plongeons-nous sur le processus de mise en œuvre, étape par étape, de ce changement, en offrant des conseils pour assurer une transition réussie et harmonieuse 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 MAGENTO HEADLESS

Tout miser sur le Big Bang : Cette stratégie implique une migration tout-en-un vers Magento 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 Magento 1 ou Magento 2.

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 Magento 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 Magento 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 Magento 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

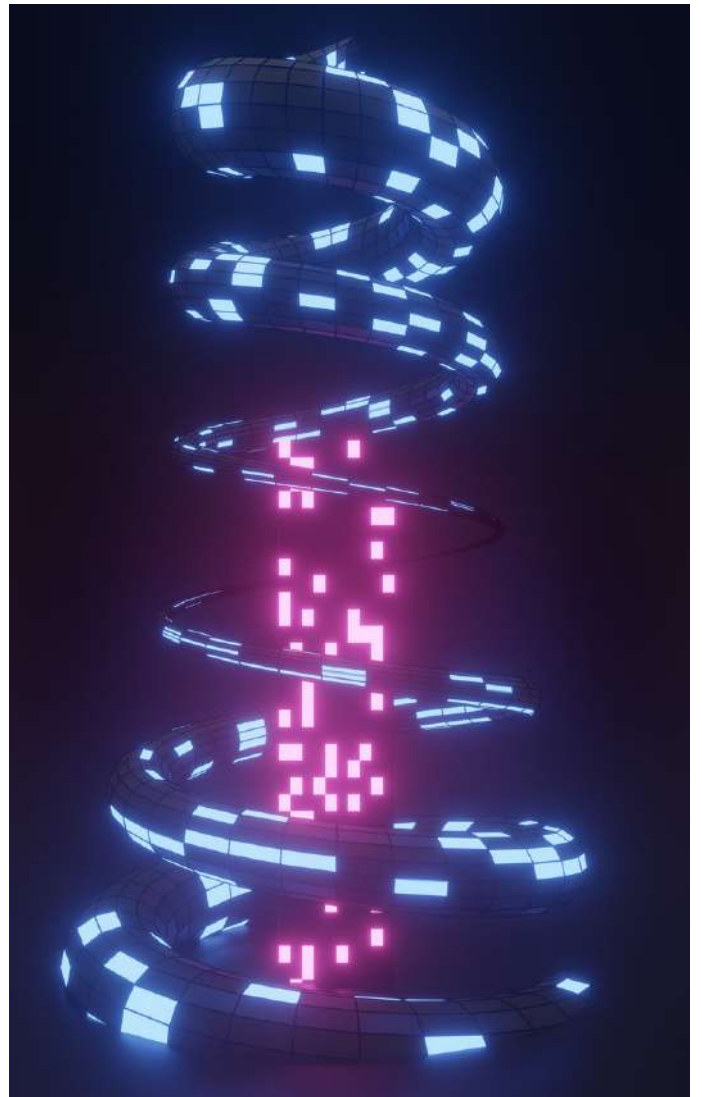
Évaluez la taille de votre entreprise et son expertise technique. Les entreprises dotées d'équipes de développement peuvent vouloir une approche plus directe du processus de migration. En revanche, les petites entreprises préféreront peut-être déléguer.

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 MAGENTO, ÉTAPE PAR ÉTAPE

Ce guide est une estimation approximative des étapes à suivre pour migrer votre e-commerce Magento 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 DE MAGENTO : QUELLES ALTERNATIVES AU THÈME PAR DÉFAUT DE MAGENTO ?

LE THÈME PAR DÉFAUT DE MAGENTO

En ce qui concerne l'aspect visuel d'un e-commerce, Magento 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.

Le thème par défaut proposé par Magento 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.

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 Magento :

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 Magento**
5. **Communauté et support**
6. **Optimisation des performances**

Ces solutions se connectent de manière transparente au backend de Magento, 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 MAGENTO

Une solution FEaaS est une alternative intéressante au thème par défaut de Magento. 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 MAGENTO ?

FRONT-COMMERCE

Front-Commerce est un FEaaS agnostique, compatible avec les versions Magento2 / Adobe Commerce & 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 Magento par défaut.

Avantages :

- ✓ Propose des PWA headless rapides et responsives pour une expérience utilisateur exceptionnelle.
- ✓ Intégration parfaite avec le backend Magento.
- ✓ 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 Magento.
- ✓ 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 Magento. 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 Magento.
- ✓ 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 Magento.
- ✗ Ruptures et nouvelles versions incompatibles
- ✗ Nécessite une expertise en développement pour la personnalisation et l'implémentation..

COMPARAISON DE FRONTENDS HEADLESS





Tableau de comparaison (au 15/11/2022)

					
General	Created	2018	2017	2015	
	Software Development Mode	OpenSource	OpenSource	Proprietary	
	Provider	Adobe	Vue Storefront	Front-Commerce	
	Agnostic	✗	✓	✓	
	HQ	USA	Poland & USA	France	
	Front-end demo	→	→	→	
		→	→	→	
	Pricing	Included with Magento	Free or Enterprise	Tarifs →	
Integrations	Adobe Commerce B2B	✓		✓	
	BigCommerce		✓	✓	
	Commercetools		✓		
	Magento 1			✓	
	Magento 2	✓	✓	✓	
	E-commerce connector	Proximis			✓
		Odoo		✓	
		Oro			✓
		SAP		✓	
		Salesforce Commerce		✓	
		Shopify		✓	
		Shopware		✓	
		Spree		✓	
		Sylius		✓	
		Vendure		✓	
CMS	Amplience		✓		
	Bloomreach Content		✓		
	Contentful		✓	✓	
	Contentstack		✓		
	LexasCMS		✓		
	Magento CMS API	✓		✓	
	Prismic			✓	
	Sanity		✓		
	Storyblok		✓		
	Wordpress			✓	

COMPARAISON DE FRONTENDS HEADLESS

Tableau de comparaison (au 15/11/2022)






				
Search	Algolia		✓	✓
	Attract			✓
	Bloomreach Discovery		✓	
	Constructor.io		✓	
	Magento 2 ElasticSearch	✓		✓
Payments	Adyen		✓	✓
	Affirm			✓
	Apple Pay		✓	
	Braintree	✓	✓	
	BuyBox			✓
	Check MO	✓		
	Checkout.com		✓	✓
	G Pay		✓	
	HiPay			✓
	Klarna		✓	
	LYRA / Payzen			✓
	Mollie		✓	
	Monext Online (Payline)			✓
	MultiSafepay	✓		
	Ogone			✓
	Payment on account B2B			✓
	Paypal		✓	✓
Stripe	✓	✓	✓	
Tracking	Google Tag Manager	✓	✓	
	Google Analytics 4			✓
	Vue analytics		✓	
	Matomo			✓
Tech	Release pace	Minor version every 6-10 weeks	Releases Undated	Minor version every 6 weeks
	Frontend CodeBase	React.js	Vue.js	React.js
	Backend CodeBase	Redux	NodeJS	NodeJS
	Middleware	GraphQL	GraphQL	GraphQL

COMPARAISON DE FRONTENDS HEADLESS

Tableau de comparaison (au 15/11/2022)



				
Cloud hosting solution	In-house Cloud hosting solution	✗	✓	✓
	CDN	✗	✓	✓
	24/7 Monitoring	✗	✓	✓
	Continuous deployment	✗	✓	✓
	Hosted in		Unknown	France
	Autoscaling	✗	Unknown	✓
	Problem Source Identification	✗	Unknown	✓
Other	Full coverage of features	Incomplete	Incomplete	100%
	i18n	✓	✓	✓
	Multi-Websites	✓	✓ (beta)	✓
	Checkout	✓	✓	✓
	Offline Support	✓ via Workbox	✓ Full	✓ Basic

LES MEILLEURS FRONTEND HEADLESS

Chaque e-commerce a des besoins technologiques différents, souvent influencés par ses équipes et ses clients. Lorsqu'il s'agit de choisir une solution front-end pour votre boutique en ligne, il y a beaucoup de choses auxquelles il faut penser. Framework, fournisseur, fonctionnalités...

Nous avons élaboré le tableau comparatif ci-dessus afin de souligner les différences techniques entre certains des principaux éditeurs de solutions front-end pour e-commerce disponibles aujourd'hui. Et, en fin de compte, vous aider à faire votre choix.



En savoir plus sur
Frontend-as-a-Service

Obtenir le livre blanc →

ETUDE DE CAS: KAPORAL



KAPORAL S'APPUIE SUR FRONT-COMMERCE POUR AMÉLIORER LE TAUX D'ENGAGEMENT DE SON SITE WEB

Kaporal est connu pour son engagement envers ses clients. En 2020, Kaporal a décidé de confier à l'agence web Smile une refonte de sa stratégie digitale, en se concentrant sur l'amélioration de son expérience client en ligne. En examinant l'architecture e-commerce déjà en place, il a été décidé de passer de Magento 1 à Magento 2, en mettant en place une approche qui leur donnerait la flexibilité nécessaire pour continuer à s'adapter aux demandes des clients aujourd'hui et à l'avenir.

“ **Front-Commerce est pour nous la solution la plus efficace pour faire évoluer notre plateforme e-commerce. L'équipe Front-Commerce est disponible pour nous aider à la fois sur les possibilités offertes par la solution mais aussi pour soutenir l'équipe de développement. La couverture fonctionnelle et la qualité technique apportent un réel gain de productivité.**

– Nicolas Ciccione, E-Business, CRM & Innovation Director, Kaporal

”

AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE DU CLIENT AVEC UNE TECHNOLOGIE INNOVANTE

La marque française de vêtements, KAPORAL, s'est spécialisée dans le denim depuis sa création en 2004. C'est autour du jean que la marque a construit une véritable success story. Fort d'un savoir-faire acquis depuis près de 15 ans, Kaporal commercialise ses produits dans plus de 100 magasins physiques, via plus de 1600 revendeurs mais aussi directement via sa propre plateforme e-commerce. Sur le marché français de la mode, kaporal.com est classé numéro 115 avec > 20 millions d'euros de ventes en ligne en 2021.

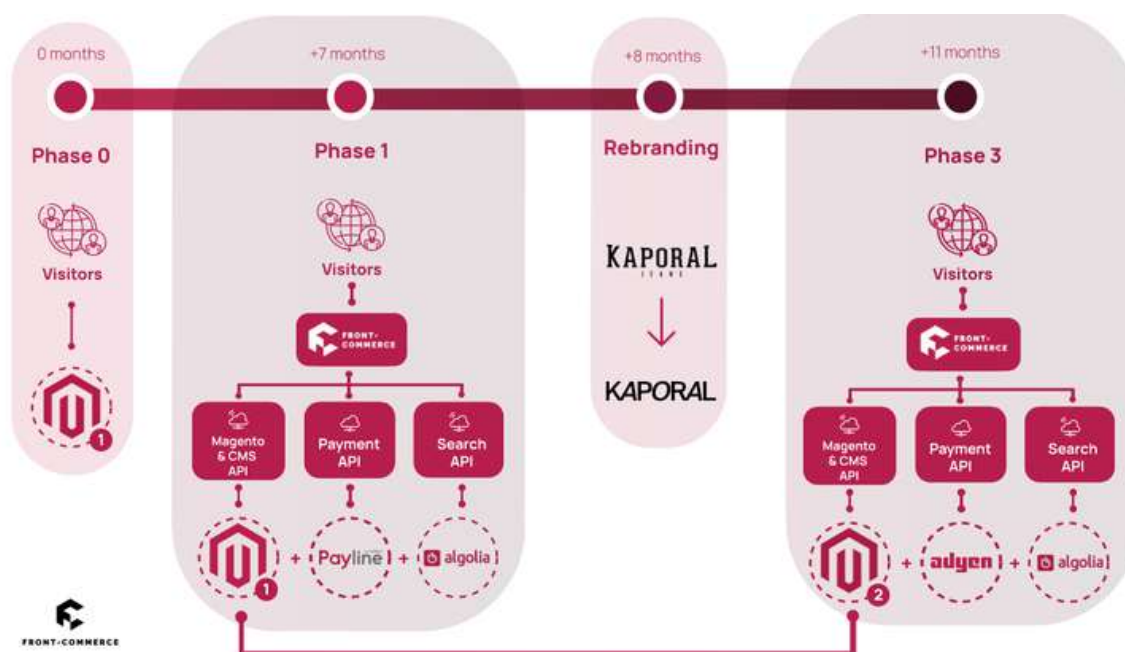
Ils utilisaient Magento 1 pour leur e-commerce depuis quelques années. Non seulement cette plateforme était vieillissante, mais la vulnérabilité du frontend M1 nécessitait un changement. Kaporal a étudié les options pour faire évoluer son e-commerce le plus efficacement possible tout en préparant l'avenir. Ils ont choisi une migration vers une architecture microservices, une solution innovante afin d'atteindre les meilleures améliorations de performance possibles.

LE COMMERCE HEADLESS ET LES MICROSERVICES SONT LA NOUVELLE NORME POUR L'ARCHITECTURE E-COMMERCE

Une architecture headless combinée à une PWA a été choisie pour faire exploser les performances web et l'efficacité commerciale. Le découplage du front-end et du back-end de Magento 1 et la migration vers Magento 2 avec la mise en œuvre du front-end Front-Commerce ont permis à Kaporal de bénéficier d'une expérience front-end transparente sur tous les canaux de vente actuels. Avec la possibilité d'évoluer et d'ajouter de nouveaux canaux si nécessaire, sous la même architecture.

Une migration directe vers Magento 2 impliquait un projet de refonte complète : long, coûteux et risqué. Indépendamment des aspects techniques, la mobilisation des équipes internes est souvent très éprouvante, sans compter le risque de perte de chiffre d'affaires pendant le changement. Kaporal a donc choisi de migrer progressivement, en deux phases différentes. Cela leur a également permis d'isoler les risques, notamment autour des périodes de ventes saisonnières importantes pour le marchand :

La Migration Progressive de Kaporal



“ Cette architecture ouvre de nouvelles perspectives à Kaporal, comme la possibilité de changer le back-office sans changer le front-office. Il ne sera plus nécessaire de passer par une refonte complète de la plateforme, l'architecture modulaire sera donc plus durable. ”

SOURCE: Pierrick Olivier, Smile

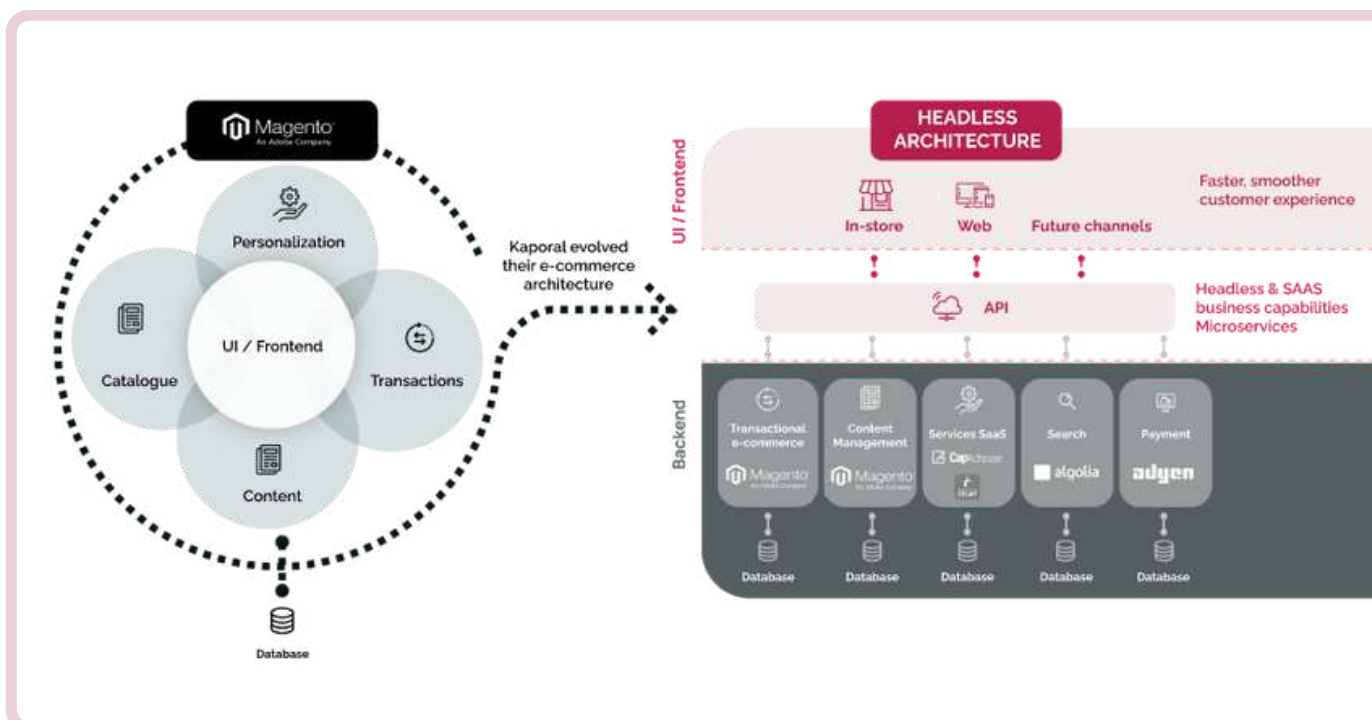
FRONT-COMMERCE : UNE BRIQUE SUR LAQUELLE VOUS POUVEZ VOUS APPUYER POUR OBTENIR UN AVANTAGE CONCURRENTIEL

L'équipe de Kaporal s'est tournée vers Front-Commerce pour en savoir plus sur notre solution et notre savoir-faire. Pour eux, c'est la meilleure solution pour répondre aux défis auxquels ils étaient confrontés :

- un composant essentiel pour une plateforme évolutive avec une approche agnostique qui permet de connecter différentes solutions fonctionnelles ou métiers entre elles (approche composable commerce).
- un frontend ultra performant qui optimise les taux de conversion grâce au standard PWA, notamment sur les téléphones mobiles, cible privilégiée de Kaporal.
- une liberté UX grâce au découplage du backend et du frontend offrant la possibilité d'offrir aux utilisateurs une expérience client ultime.
- un rapport temps de mise sur le marché/coût imbattable grâce au niveau d'industrialisation de la solution et à sa couverture fonctionnelle (100% des fonctionnalités de Magento 1 et 2 en version Community ou Enterprise sont nativement couvertes par Front-Commerce).

Accompagner la croissance digitale, en continu

Kaporal a changé de prestataire de paiement au cours de la deuxième phase de la migration. La facilité de changer de fournisseur de services avec une **architecture microservices** a non seulement été démontrée avec succès, mais a été réalisée sans problème tout en changeant entièrement la solution back-end.



“L'architecture headless deviendra le standard du marché à l'avenir.”

– Nicolas Ciccione, Directeur E-Commerce, Kaporal



RESULTS

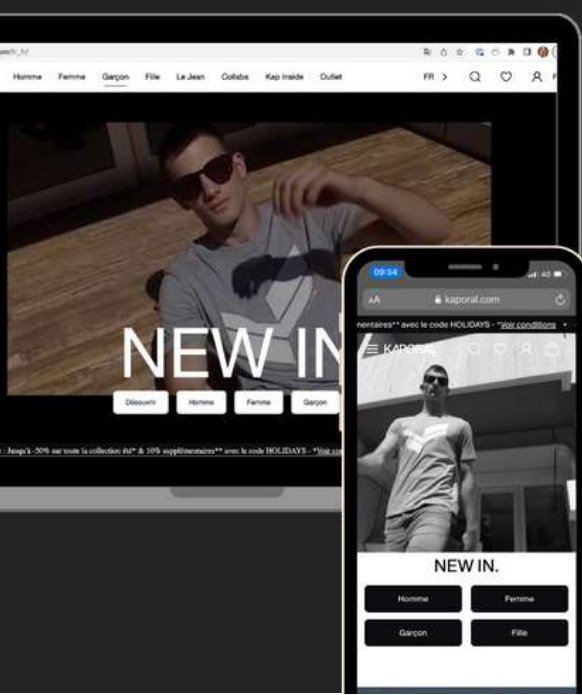
Les chiffres parlent d'eux-mêmes. L'utilisation de la technologie headless divise le coût de la migration par 5, le time to market par 4, tout en optimisant l'expérience client sur tous les supports y compris le mobile. Pour les KPIs suivis, l'impact positif a été immédiat avec le lancement de la nouvelle version de la boutique en ligne Kaporal sous Front-Commerce. Et, avec 9 mois de recul, à périmètre constant, Kaporal dispose désormais de chiffres comparatifs solides :

Amélioration des résultats business



"De pouvoir s'adresser personnellement à chaque utilisateur avec une expérience exceptionnellement performante là où il se trouve, c'est-à-dire sur son appareil, est passionnant."

– Nicolas Ciccione
Directeur E-Commerce, Kaporal



Front-Commerce est devenu le socle de notre plateforme e-commerce lui permettant d'évoluer progressivement tout en contrôlant nos coûts. Il est extrêmement performant et le fait de pouvoir travailler sur la seule partie de l'expérience qui nécessite de l'attention est idéal. La flexibilité change la façon dont chaque marque fait du e-commerce. La liberté des choix structurels qui sont invisibles pour le client, mais qui ont un impact important pour l'entreprise, permet aux entreprises ayant des équipes plus grandes et des processus plus rigides d'avancer pas à pas sur les choses importantes et de prendre le temps de prendre des décisions."

– Nicolas Ciccione, Kaporal



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 !

Quelques marques propulsées par 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

