

.comspace

Composable DXP

Ihre Integrierte Plattform für
eine nahtlose Customer Journey

Stand: September 2024

Inhalt

Executive Summary	3
Aktuelle Herausforderungen für Unternehmen im Zuge der Digitalisierung	3
Wie kann eine Composable DXP Ihre digitale Transformation unterstützen?	4
MACH-Architektur – Schlüssel des composable Ansatzes	5
Schlüsselfunktionen und Komponenten	6
Schritte zur erfolgreichen Implementierung einer Composable DXP	7
Wie profitieren Unternehmen von einer Composable DXP?	9
Die Vorteile einer Composable DXP im Überblick	10
Gegenüberstellung klassische DXP versus Composable DXP	11
Fazit	12
Über comspace	12

Executive Summary

Dieses Whitepaper beleuchtet das Thema „Composable DXP“ und seine Bedeutung für Unternehmen angesichts der aktuellen Herausforderungen im Zeitalter der digitalen Transformation. Die zunehmende Komplexität in der Verwaltung von Inhalten und der Gestaltung von Kundendialogen sowie die steigenden Anforderungen seitens der Kund*innen erfordern neue Ansätze, um eine nahtlose Customer Journey zu gewährleisten. Die Composable DXP erweist sich hierbei als wegweisende Lösung.

Die Composable DXP ermöglicht es Unternehmen, eine modulare und flexible digitale Plattform zu schaffen, auf der maßgeschneiderte Lösungen aus verschiedenen Best-of-Breed-Komponenten zusammengestellt werden. Dabei können Unternehmen von einer Vielzahl von Services wie Content Management, Marketing-Automatisierung, Personalisierung, E-Commerce und mehr wählen und diese bei Bedarf anpassen.

Die MACH-Architektur, ein Kernelement des Composable Ansatzes, ermöglicht eine agile und offene IT-Umgebung. Durch die Nutzung von Microservices, standardisierten APIs und Cloud-Native-Technologien können Unternehmen schnell auf Veränderungen reagieren und eine nahtlose Integration in bestehende IT-Systeme gewährleisten.

Die Vorteile einer Composable DXP sind vielfältig: Unternehmen profitieren von einer schnellen Time-to-Market, Skalierbarkeit, Flexibilität und einer stärkeren Kundenzentrierung. Gleichzeitig können Kosten optimiert und die Abhängigkeit von Anbietern reduziert werden.

Aktuelle Herausforderungen für Unternehmen im Zuge der Digitalisierung

Die Anforderungen an das Content Management und die Gestaltung von Kundendialogen in Unternehmen sind im Zuge der zunehmenden Digitalisierung immer komplexer geworden. Stand früher die Corporate Website als alleiniger digitaler Kanal im Vordergrund, so nutzen Unternehmen heute viele verschiedene Kanäle zur Neukundengewinnung und Kundenbindung: Mehrere, meist internationale Webseiten müssen gepflegt, eine wachsende Anzahl an Social-Media-Kanälen bedient, mobile Apps befüllt und Chatbots mit Inhalten gefüttert werden.

Es geht aber um deutlich mehr als nur darum, die digitalen Kanäle beständig mit aktuellem Content zu füllen. **Die größte Herausforderung für moderne Marketing Teams ist es, eine optimale Customer Journey ohne Medienbrüche zu bieten und den Kund*innen die gewünschten Themen, Dienstleistungen und Produkte überall und jederzeit zugänglich zu machen.** Egal zu welchem Zeitpunkt, in welchem Kommunikationskanal oder an welchem Touchpoint sie gerade mit dem Unternehmen in Kontakt treten. Ein reibungsloser Kundendialog ist heute mehr denn je ein wesentlicher Schlüssel zum Erfolg.

Die Customer Experience muss also vom ersten Kontaktpunkt bis zur Kaufentscheidung optimiert sein, um den Kund*innen ein einheitliches, durchgängiges Erlebnis zu bieten, an dessen Ende möglichst viele Conversions erzielt werden können. Dafür müssen Unternehmen nicht

- Zunehmende Anzahl an Kanälen, Kundenanforderungen und digitalen Services

- Nahtlose Customer Journey ohne Medienbrüche
- Kanalübergreifende Interaktionen
- Etablierung effiziente Prozesse

nur an allen Touchpoints Kundendaten sammeln und diese für eine gezielte, personalisierte Ansprache nutzen. Mindestens genauso wichtig ist es, alle vorhandenen digitalen Systeme eng miteinander zu verzahnen, um effiziente Abläufe zu gewährleisten. **Dafür braucht es agile IT-Strukturen, die Datensilos aufbrechen und die Voraussetzungen für den Übergang von einer Multichannel- zu einer Omnichannel-Strategie schaffen**, bei der sämtliche Vertriebskanäle miteinander verschmelzen.



Traditionelle Digital Experience Plattformen (DXPs) stoßen oft an ihre Grenzen, wenn es darum geht, sich schnell an Veränderungen anzupassen. Die Einführung einer agilen und flexiblen IT-Architektur wird zum Schlüssel, um den ständig steigenden Anforderungen an den Content- und Marketingbereich gerecht zu werden. Hier kann die Composable DXP ihre Stärken voll ausspielen.

Wie kann eine Composable DXP Ihre digitale Transformation unterstützen?

Kommen wir erst einmal zu der Frage, was eine DXP eigentlich ist und wie diese „composable“ wird. Das [Marktforschungsunternehmen Gartner](#) definiert eine DXP als „ein integriertes Set an Technologien auf Basis einer gemeinsamen Plattform, mit der ein breites Publikum einen konsistenten, sicheren und personalisierten Zugang zu Informationen und Applikationen über eine Vielzahl digitaler Kanäle hinweg erhält“. Der Zusatz „composable“ beschreibt das Konzept der Modularität der digitalen Plattform. Eine Composable DXP setzt sich aus einer Reihe von einfach zu integrierenden Best-of-Breed-Lösungen zusammen, die via APIs zusammenarbeiten und eine Microservices-Architektur nutzen. Erst durch die nahtlose Integration aller kundenrelevanten Systeme kann ein einheitliches Omnichannel-Erlebnis für die User*innen gestaltet werden.

Der große Vorteil einer Composable DXP: **Für jede spezielle Anwendung kann aus allen am Markt angebotenen Lösungen diejenige gewählt werden, die am besten zu den Anforderungen des Unternehmens passt**, egal ob es sich um Content Management, Marketing-Automatisierung, Product Data, E-Commerce, Personalisierung, Analytics oder eine Suchfunktion handelt.

- Composable DXP: Integriertes Set an Technologien als modulare, flexibel zusammenstellbare Plattform

- Best-of-Breed: Wahl der bestmöglichen Anwendung für den jeweiligen Zweck

Unternehmen können sich so ihren ganz individuellen Marketing Tech-Stack zusammenstellen, der sich flexibel an geänderte Kunden- oder Marktanforderungen anpassen lässt. **Digitale Services können jederzeit bedarfsgerecht ergänzt und ausgetauscht werden.**

Es handelt sich dabei also weniger um ein Produkt als vielmehr um einen technologischen Ansatz mit einer durchdachten IT-Architektur, die Verbindungen zwischen verschiedenen Geschäftsbereichen herstellt und sowohl die Zusammenarbeit als auch den unabhängigen Betrieb ermöglicht.

MACH-Architektur – Schlüssel des composable Ansatzes

Der Dreh- und Angelpunkt für eine erfolgreiche Composable DXP ist die MACH-Architektur. Diese beruht auf der Überzeugung, dass Unternehmen ein hohes Maß an Kontrolle und Flexibilität benötigen, um den Bedürfnissen ihrer Kund*innen jetzt und zukünftig gerecht zu werden. Technologien, die nach dem MACH-Prinzip arbeiten, bieten eine offene Umgebung. **Unternehmen können die besten SaaS-Lösungen am Markt übernehmen, ohne sich gleichzeitig an einen bestimmten Anbieter zu binden.**

- MACH = Microservices, API, Cloud, Headless

Klassische DXP-Suiten dagegen sind in der Regel wenig agil, weil sie häufig gar nicht oder nur teilweise in der Cloud betrieben werden (können).



Microservices-basiert

Die Composable DXP besteht aus einer Reihe an Services für konkrete, klar abgegrenzte Geschäftsfunktionen, die unabhängig voneinander entwickelt, bereitgestellt und verwaltet werden. So haben Änderungen an einem Dienst nicht unbedingt Auswirkungen auf andere Systemkomponenten.



API-first

Alle Services werden über standardisierte APIs im Plug & Play-Verfahren miteinander verbunden. Das sorgt für optimale Konnektivität und Integrierbarkeit. Daten können ungehindert zwischen den Komponenten hin- und herfließen und neue Tools können einfach hinzugefügt werden.



Cloud-native

Alle Services werden als SaaS-Dienste in der Cloud und für die Cloud konzipiert, entwickelt und verwaltet. Damit bieten sie den Vorteil der elastischen Skalierung, automatischen Aktualisierung und Wartung. Nur mit Cloud-nativen Lösungen lassen sich die Vorzüge skalierbarer IT-Funktionen voll ausschöpfen.



Headless

Das für Kund*innen sichtbare Frontend ist von den Backend-Diensten entkoppelt. Die Inhalte werden von Headless-Systemen über RESTful- oder GraphQL-APIs zur Verfügung gestellt und können auf diese Weise von vielen Arten von Diensten und Geräten genutzt werden.

Schlüsselfunktionen und Komponenten

Es gibt keine Blaupause für eine Composable DXP, denn jede ist so unterschiedlich wie das Unternehmen und die Tools und Anbindungen, auf die sie trifft. Daher variieren die eingesetzten Komponenten naturgemäß je nach Anbieter und spezifischen Anforderungen. Im Folgenden sind einige der Komponenten genannt, die in einer Composable DXP üblicherweise enthalten sind.

- Integration aller für die Interaktion mit den Kunden*innen relevanten Bausteine

Content Management System (CMS)

Ein CMS als Headless-Variante wie bspw. von [Storyblok](#) oder [Contentful](#) bildet das Herzstück jeder Composable DXP. Es dient als einheitliches Repository für die Verwaltung aller Inhalte und ihr Ausspielen in verschiedene Kanäle über einen zentralen Content-Speicher.

Digital Asset Management (DAM)

Eine DAM-Lösung, wie bspw. die von [CELUM](#), ermöglicht eine plattform-neutrale, zentrale Verwaltung und Steuerung aller Unternehmens-Assets, auf die über das Headless CMS zugegriffen werden kann.

Marketing-Funktionalitäten

Eine DXP sollte Marketing-Automatisierungstools bereitstellen, um personalisierte Marketingkampagnen zu planen, auszuführen und zu analysieren. Dies kann Targeting, E-Mail-Marketing, Social-Media-Marketing und vieles mehr umfassen.

Analytics und Reporting

Um die Leistung digitaler Erlebnisse zu überwachen und zu optimieren, sind umfangreiche Analytics- und Reporting-Funktionen erforderlich, um Einblicke in das Nutzerverhalten und die Effektivität der Inhalte zu gewinnen.

Sicherheit und Compliance

Die DXP muss sicherstellen, dass die digitalen Erlebnisse sicher sind und den geltenden Datenschutz- und Sicherheitsstandards entsprechen. Dies beinhaltet auch Funktionen zur Verwaltung von Benutzerzugriffsrechten.

Sicherheit und Compliance

Die DXP muss sicherstellen, dass die digitalen Erlebnisse sicher sind und den geltenden Datenschutz- und Sicherheitsstandards entsprechen. Dies beinhaltet auch Funktionen zur Verwaltung von Benutzerzugriffsrechten.

Middleware

Zur Vereinheitlichung von Schnittstellen kann es sinnvoll sein, eine Middleware oder eine Datenintegrationsplattform einzubinden. Diese bilden eine Art Brücke zwischen den verschiedenen Komponenten und beschleunigen deren Integration durch vorgefertigte APIs.

Product Information Management (PIM)

In einem PIM werden alle Produktdaten gebündelt, verwaltet und für die verschiedenen Kanäle bereitgestellt. Ein solches System ist besonders für Unternehmen relevant, die eine breite Palette von Produkten verwalten und diese über verschiedene Vertriebskanäle effektiv vermarkten.

E-Commerce

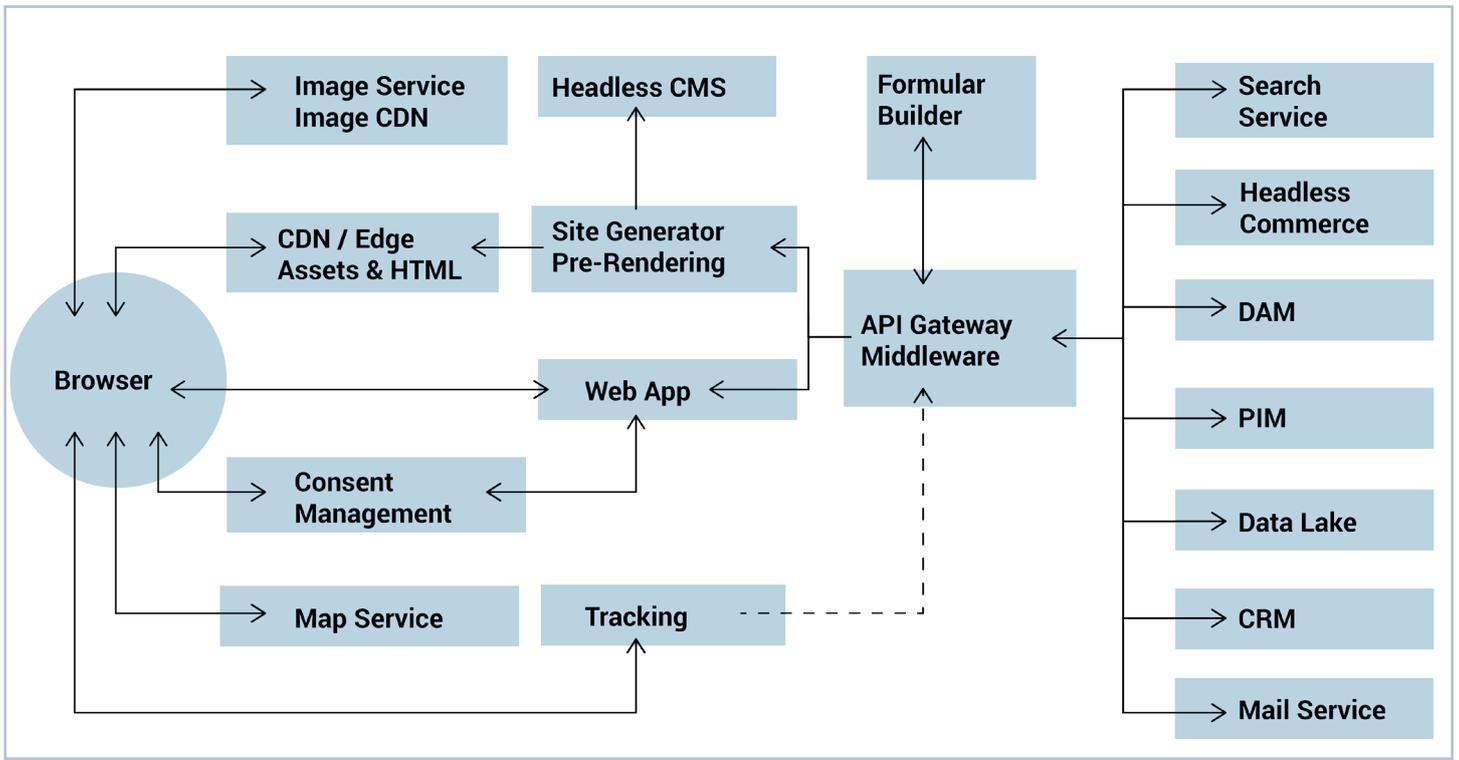
Unternehmen mit Online-Handel benötigen E-Commerce-Funktionen, um den gesamten Verkaufsprozess zu unterstützen und nahtlos in die Website zu integrieren, einschließlich Katalogverwaltung, Warenkorb, Zahlungsabwicklung und Bestellverwaltung.

Search Service

Eine Suche über die gesamten Website-Inhalte erhöht die Usability für die Kund*innen, denn häufig ist die Suche der erste Anlaufpunkt auf einer Webseite. Für Unternehmen sind die Suchanfragen ihrer User*innen eine wertvolle Quelle für Content-Optimierung und Personalisierung.

Grundsätzlich können alle Services integriert werden, die Daten ausspielen und empfangen und die von Relevanz sind, um die Interaktion von User*innen mit den Touchpoints des Unternehmens zu erhöhen und zu optimieren.

Eine typische IT-Landschaft einer Composable DXP kann folgendermaßen aussehen:



Schritte zur erfolgreichen Implementierung einer Composable DXP

Die Implementierung einer Composable DXP erfordert sorgfältige Planung und Umsetzung, um sicherzustellen, dass sie die Business Ziele Ihres Unternehmens unterstützt und reibungslos funktioniert. Die wichtigsten Schritte zu einer erfolgreichen Implementierung sind die folgenden:

• Agile Umsetzung: Planen, starten, lernen, anpassen und optimieren

- Definition von Business Zielen**
 Wie sehen die Geschäftsziele und Anforderungen aus? Was soll mit der DXP erreicht werden? Welche Probleme sollen gelöst werden? In welchen Kanälen und auf welche Weise sollen die Zielgruppen mit dem Unternehmen interagieren?
- Bestandsaufnahme**
 Wie ist der aktuelle Status der IT-Landschaft? Welche Systeme sind im Einsatz?
- Bedarfsanalyse**
 Welche der Systeme im Bestand sollen auch zukünftig weiter verwendet werden, welche sind überflüssig und welche müssen ergänzt werden? Für welche Anforderungen werden entsprechende Anwendungen benötigt?

Technologieauswahl

Welche Technologie deckt die Anforderungen an die jeweilige Funktion am besten ab? Dabei sollten Faktoren wie Skalierbarkeit, Flexibilität, Integrationsmöglichkeiten und Kosten berücksichtigt werden.

Planung und Roadmap

Im nächsten Step gilt es, einen detaillierten Implementierungsplan und eine Roadmap mit Meilensteinen und einer Priorisierung der Aufgaben zu definieren.

Integrationen

Es muss definiert werden, wie die erforderlichen Integrationen der verschiedenen Systeme aussehen sollen. Wird mit individuellen APIs oder bspw. einer Middleware gearbeitet? Wie kann sichergestellt werden, dass die Integrationen reibungslos funktionieren?

MVP (= Minimum Viable Product)

Welche Funktionalitäten sind unbedingt erforderlich, um launchen zu können und welche nicht? Erst einmal mit einer überschaubaren Lösung zu starten, die die wichtigsten Services beinhaltet, hat den Vorteil, dass ein schneller Launch ermöglicht wird. Zudem können aus ersten Tests wichtige Learnings für den weiteren Ausbau der Composable DXP mitgenommen werden.

Skalierung

Nach erfolgreicher Pilotphase kann die DXP um weitere Funktionen erweitert werden und so nach und nach wachsen.

Kontinuierliche Verbesserung

Testings und das kontinuierliche Sammeln von Daten sind unerlässlich, um die Plattform zu optimieren und kontinuierlich weiterzuentwickeln.



Es ist wichtig zu beachten, dass die Implementierung einer Composable DXP ein fortlaufender Prozess ist, der Agilität erfordert, um auf sich ändernde Geschäftsanforderungen und Marktdynamiken reagieren zu können. Daher ist es ratsam, sich bei der Implementierung von Experten beraten zu lassen und Ressourcen für Schulungen und kontinuierliche Verbesserung bereitzustellen.

Wie profitieren Unternehmen von einer Composable DXP?

Eine Composable Digital Experience Platform (DXP) revolutioniert die Art und Weise, wie Unternehmen mit ihren Kund*innen interagieren und digitale Erlebnisse gestalten können. Von der Flexibilität und Agilität, die eine Composable DXP bietet, profitieren Unternehmen und Kund*innen gleichermaßen.

Dank der Modularität und der MACH-Architektur einer Composable DXP können Unternehmen wesentlich agiler auf die Dynamiken und Anforderungen von Kund*innen und Märkten reagieren. **Die Zusammenführung aller Cloud-Dienste auf einer Plattform und der Datenaustausch zwischen den Services ermöglichen es, die Kund*innen individueller anzusprechen und ihnen eine konsistente Experience im gesamten Customer Lifecycle zu bieten.** So können aktuelle Kundendaten aus dem CRM für automatisierte und personalisierte E-Mail-Marketing-Kampagnen oder personalisierten Content auf der Website genutzt werden.



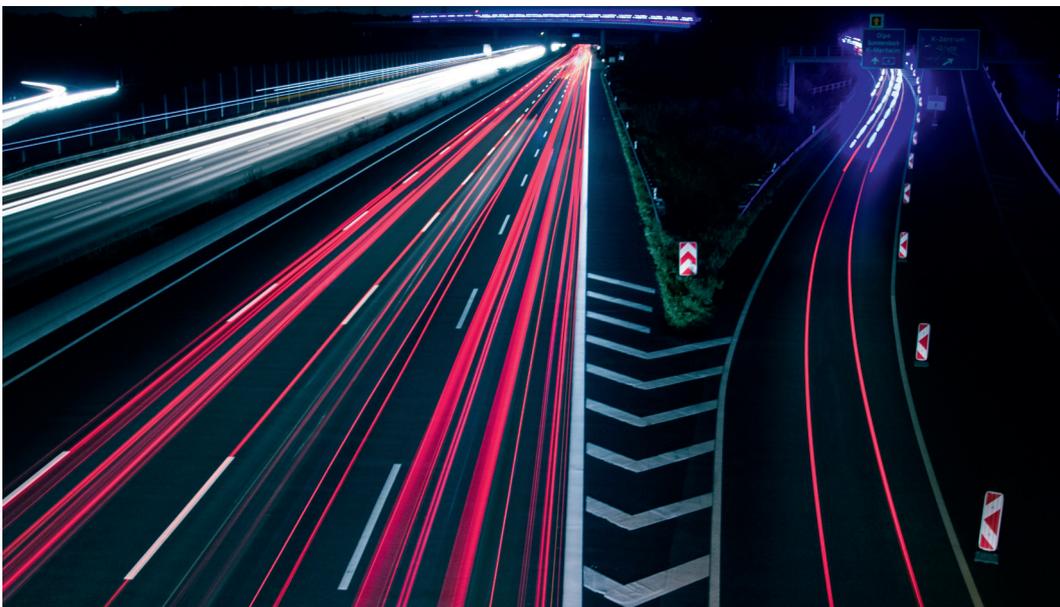
Aber nicht nur die Kund*innen, sondern auch die Marketing-Teams im Unternehmen profitieren von einer Composable DXP-Lösung. **Digitale Prozesse werden optimiert und die Zusammenarbeit mit mehreren Teams und externen Dienstleistern an gemeinsamen Projekten kann effizienter gestaltet werden.** Die mehrfache Pflege derselben Daten in verschiedenen Systemen und ein Copy & Paste von Daten entfällt. Redakteur*innen können bspw. aus dem CMS heraus direkt auf zentral abgelegte Assets in ihrem DAM zugreifen. Das zentrale Content-Repository mit den genauesten, vollständigsten und aktuellsten Daten des Unternehmens bildet den Single-Source-of-Truth. **So werden Fehlerquellen minimiert und Redaktionen entlastet.**

Die Vorteile einer Composable DXP im Überblick

Flexibilität

Jedes Unternehmen ist einzigartig, daher ist auch keine digitale Strategie universal anwendbar. Eine Composable DXP bietet die Flexibilität, die Unternehmen benötigen, um eine Plattform zu gestalten, die perfekt zu den Unternehmenszielen passt. Die Vielzahl der am Markt erhältlichen Tools und Services macht die Auswahl zwar nicht leicht, aber genau diese ermöglicht es, für jede Anforderung genau das richtige Tool zu finden. Zudem können die eingesetzten Services bei Bedarf oder Neuentwicklungen am Markt auch relativ unkompliziert durch andere ersetzt werden. Das macht eine Anbieter-Abhängigkeit vermeidbar – ein weiterer wichtiger Vorteil.

- Ihr Gewinn? Performance, Schnelligkeit, Flexibilität, Zukunftssicherheit



Skalierbarkeit

Durch die modulare Architektur können neue Funktionen und Dienste nahtlos integriert werden, ohne vorhandene Systeme zu beeinträchtigen. Dies ermöglicht es, Skaleneffekte optimal zu nutzen, sei es bei der Erweiterung der Online-Präsenz oder bei der Bewältigung von Spitzenlasten. So können Projekte von kleinen Initiativen bis hin zu unternehmensweiten Lösungen wachsen. Und bieten darüber hinaus eine hohe Kompatibilität bei der Integration in bestehende IT-Systeme.

Kundenzentrierung

Eine Composable DXP schafft maßgeschneiderte Erlebnisse für Kund*innen, die auf die individuellen Bedürfnisse zugeschnitten sind. Durch die Kombination verschiedener Module und Technologien können personalisierte Inhalte, Empfehlungen und Interaktionen angeboten werden, die Kund*innen begeistern und binden.

Schnelle Time-to-Market

In einer sich ständig verändernden digitalen Welt ist Geschwindigkeit von entscheidender Bedeutung. Composable DXPs können dank kurzer Entwicklungszeiten schnell neue Funktionalitäten entwickeln, bereitstellen und aktualisieren. Unternehmen können mit einer schlanken IT-Plattform, bspw. in Form eines MVPs, in kurzer Zeit starten und diese nach Bedarf sukzessive ausbauen.

Kostenoptimierung

Traditionelle monolithische Plattformen können teuer sein, sowohl in Bezug auf die Anschaffung als auch auf die Wartung. Eine Composable DXP ermöglicht es, gezielt in die Komponenten zu investieren, die für das Unternehmen am wichtigsten sind. Dadurch können Ressourcen optimiert und Kosten gesenkt werden, ohne auf Leistung oder Funktionalität verzichten zu müssen. Sollte ein Modul nicht mehr seinen Zweck erfüllen, kann es ohne großen Aufwand wieder aus der Systemlandschaft herausgelöst werden.

Gegenüberstellung klassische DXP versus Composable DXP

Monolithische DXP	Composable DXP
Vielfalt an Funktionen, die man „out of the box“ mit einkaufen muss, unabhängig davon, ob man diese dann in der finalen Struktur vollumfänglich nutzt.	Gezielte Auswahl von Services und Tools, die genau zum Bedarf passen. Man zahlt nur für die Services, die wirklich benötigt werden. Das minimiert das Investitionsrisiko.
Anbieterabhängige Plattform. Die komplette Struktur liegt bei einem einzigen Anbieter. Dieser bestimmt, welche Funktionen und Anbindungen in seiner technologischen Architektur machbar sind und schafft damit eine technologische Abhängigkeit.	Mehr Unabhängigkeit und Flexibilität: Unabhängig vom Anbieter können aus einer breiten Palette an SaaS-Diensten die jeweils passenden ausgewählt werden. Auf diese Weise kann ein Vendor Lock-in vermieden werden.
Integrationen neuer Tools und Funktionen sind meist komplexere Projekte, weil entsprechende Schnittstellen u. U. erst entwickelt werden müssen. Es ist also mit weiteren Investitionen und Implementierungszeiten zu rechnen.	Neue Lösungen können via API zügig implementiert werden und sind damit relativ kurzfristig einsetzbar.

Fazit

Agil und individuell, sicher und performant: So muss eine moderne Digital Experience Plattform aussehen, um maßgeschneiderte digitale Erlebnisse für die Zielgruppen zu entwickeln und einen hohen Grad an Flexibilität zu erreichen. Genau das liefert die Composable DXP.

Insgesamt eröffnet eine Composable DXP Unternehmen die Möglichkeit, sich in einem dynamischen digitalen Umfeld zu behaupten und dabei eine maßgeschneiderte, über alle Kanäle hinweg nahtlose Customer Experience für ihre Kund*innen zu schaffen. Dies führt zu einer Win-Win-Situation, bei der Unternehmen agiler werden und ihre Kund*innen in den Mittelpunkt ihrer digitalen Strategie stellen können.

Über comspace

comspace entwickelt komplexe Weblösungen für Mittelständler und Großunternehmen. Die Digitalagentur mit Tech-Fokus liefert seit 2002 höchste Qualität in Code und Projektmanagement und begleitet bei der Umsetzung digitaler Geschäftsmodelle. Beratung, Entwicklung, Services: Mit rund 100 Kolleg*innen wird die gesamte Bandbreite abgedeckt. Dabei setzt das Team auf starke Lösungen für Digital Experience Management, Digital Asset Management und Chatbot und baut individuelle Schnittstellen zu Drittsystemen.

Ihre Ansprechpartnerin



Sylvia Pauleikhoff
Account Management
Neukunden
T +49 521 98647 304
sylvia.pauleikhoff@comspace.de

Besuchen Sie uns auf

[comspace.de](https://www.comspace.de) • [comspace-Blog](#) • [LinkedIn](#) • [Youtube](#)