

CONCLUSION EXPERIENCE



Een DXP kiezen:

All-in-one vs. Composable

1.

Introductie

Op papier was een geweldige digitale klantervaring altijd al haalbaar. Maar de praktijk bleek vaak weerbarstig. Een verouderde tech-stack, systemen die niet geïntegreerd waren, trage processen en dataproblemen gooiden vaak roet in het eten. Het waren prachtige designs en uitgebreide klantreizen in theorie, maar rommelige gebruikerservaringen op het scherm. Hierdoor liepen veel potentiële klanten weg en bleef er veel geld liggen.

Daarom zijn DXPs (Digital Experience Platforms) steeds populairder geworden. Ze bieden een volledig geïntegreerde ervaring die soepel verloopt over verschillende kanalen en apparaten, tijdens de hele klantreis. Ze bieden bedrijven een complete set tools om echt contact te maken: met klanten, prospects, partners, medewerkers en andere doelgroepen.

Dit maakt de keuze voor het juiste DXP erg belangrijk. Niet alleen omdat je met de beste middelen wilt werken, maar ook omdat het gaat om een grote investering. Bij veel bedrijven is de verwachting dat een DXP 5 tot 10 jaar mee moet gaan. Daarom wil je de juiste keuze maken, en dat gaat niet over één nacht ijs.

De afgelopen jaren zagen we die keuze veranderen. Vroeger kozen bedrijven vooral voor een betrouwbaar all-in-one DXP, maar composable DXPs zijn bezig met een flinke opmars. Het resultaat: extra complexiteit. Bedrijven moeten nu kiezen uit een breed scala aan tools en leveranciers, elk met hun eigen voor- en nadelen.

In deze whitepaper nemen we je mee door het keuzeproces. We leggen uit wat de verschillen zijn tussen een all-in-one en een composable DXP en wat de voor- en nadelen zijn van beide typen platforms. Ook nemen we je mee door de keuzefactoren. Hiermee weet je waar je op moet letten bij het kiezen van een DXP en maak jij uiteindelijk van al jouw papieren plannen werkelijkheid!

2.

Wat is een all-in-one DXP?

Laten we starten met wat theorie. Zo begrijp je goed waardoor beide opties zijn ontstaan en welke plek ze hebben (gehad) in het digitale landschap.

Geschiedenis

In de vroege jaren 2010 groeiden de digitale verwachtingen gestaag. Bedrijven hadden behoefte aan een centrale oplossing om de groeiende complexiteit uitvoerbaar te houden, maar wilden tegelijkertijd boeiendere klantervaringen creëren.

Dit leidde tot de opkomst van de 'traditionele' all-in-one DXPs van leveranciers zoals Episerver, Sitecore en Adobe. Platforms veranderden van alleen een CMS naar een volledig DXP doordat er steeds meer functionaliteiten werd gevraagd door klanten.

In die tijd waren de kosten voor het uitrollen, ondersteunen en onderhouden van platforms erg hoog. Ook was het SaaS-ecosysteem van verschillende, losse oplossingen minder volwassen. Je kreeg niet meerdere platforms; als bedrijf kreeg je één platform en verwachtte je dat het zoveel mogelijk zou doen.

Functionaliteiten

Omdat de website vaak het belangrijkste is van alle digitale ervaringen, vormt het Content Management System (CMS) vaak de basis van een all-in-one DXP.

Daaromheen werden functionaliteiten toegevoegd om gemakkelijker omnichannel ervaringen te maken. Denk aan e-mail, personalisatie, A/B-testen, marketing automation, maar ook aan Customer Relationship Management (CRM), Customer Data Platform (CDP), een Product Information Management (PIM) en nog veel meer. Vaak zijn deze functionaliteiten apart aan te schaffen en te koppelen.

Architectuur

Een all-in-one DXP heeft een gesloten architectuur waarbij alle functionaliteiten nauw met elkaar verbonden zijn. Ze zijn allemaal van dezelfde aanbieder en hebben daardoor ook vaak dezelfde interface.

3.

Wat is een composable DXP?

Composable: een van de grootste buzzwoorden van dit moment. Het wordt vaak genoemd met flexibiliteit en lagere kosten. Maar wat is het nou precies? We leggen het uit:

Geschiedenis

De termen 'composable' en 'composable DXP' werden voor het eerst gebruikt door leveranciers van headless CMS-systemen. De letterlijke betekenis is *"the ability for different components or elements to be combined or connected in various ways to create larger, more complex systems or structures."*

Deze headless CMS-systemen boden een back-end zonder een vast front-end. Door deze modulaire aanpak waren bedrijven flexibeler om hun ecosystemen aan te passen en uit te bouwen. Dit gaf vrijheid: kiezen voor tooling die past bij jouw behoeftes en doelen, zonder een lock-in. Dit leidde tot de ontwikkeling van het composable DXP.

Tegenwoordig bieden bijna alle DXP-platforms een bepaald niveau van composability, vaak door het aanbieden van (eigen) APIs. Zo zijn veel platforms makkelijk te integreren met externe tools en systemen op een schaalbare en modulaire wijze.

Functionaliteiten

Een composable DXP heeft een aantal herkenbare eigenschappen. Zo zijn ze onafhankelijk van een leverancier, flexibel, en cloud-native. Dit zijn de drie belangrijkste kenmerken:

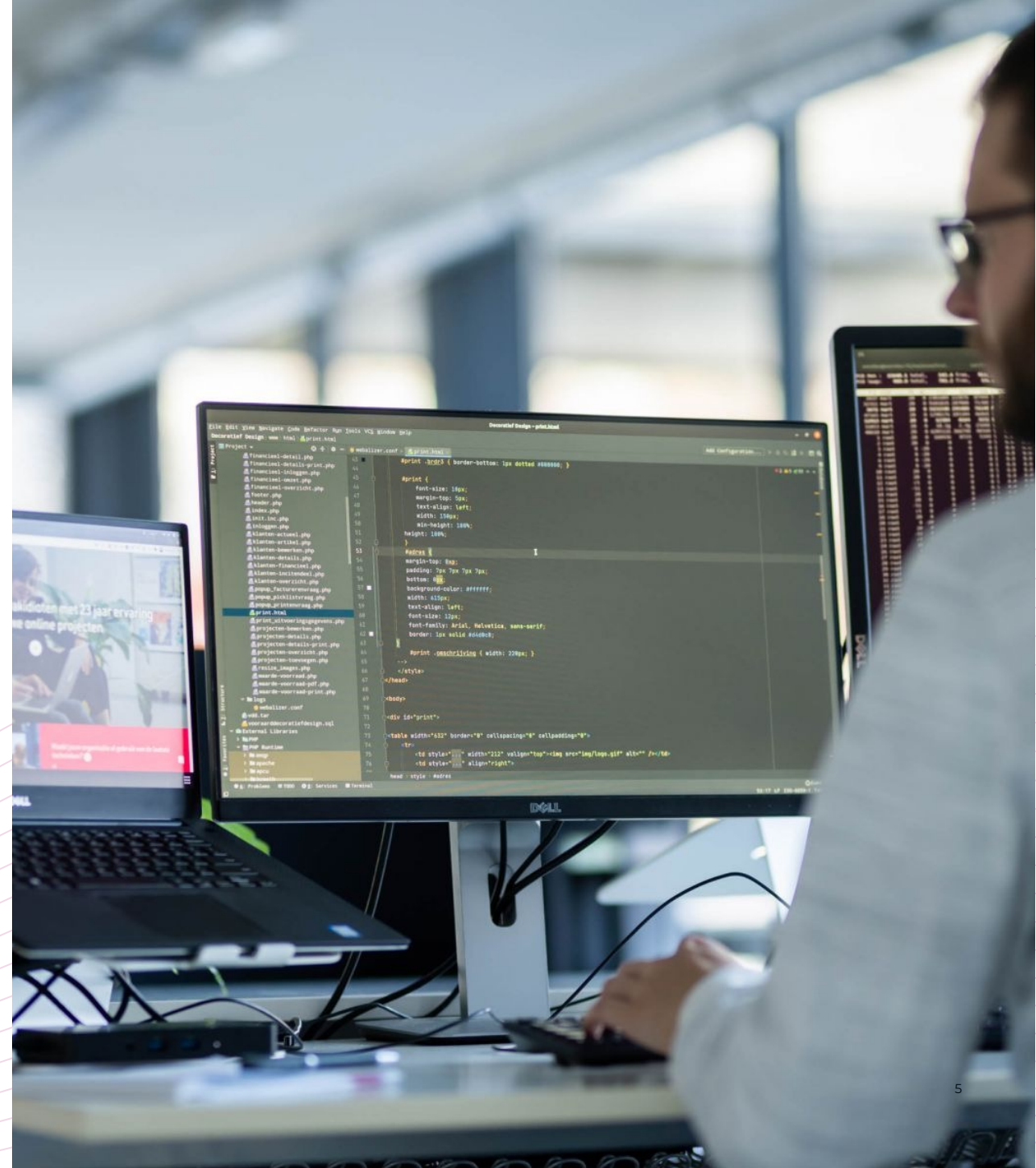
1. **Modulair.** De architectuur bestaat uit onafhankelijke modules met elk een eigen taak. De losse onderdelen zijn hierdoor gemakkelijker te beheren. Elke module kan worden toegevoegd, geüpdatet of getest zonder dat dit invloed heeft op het hele systeem.
2. **Geïntegreerd.** Met APIs zijn de tools en modules in de DXP verbonden en kunnen ze data met elkaar uitwisselen.
3. **Flexibel.** Dankzij de modulaire opzet en APIs kunnen bedrijven hun composable DXP gemakkelijk aanpassen en uitbreiden met nieuwe technologieën.

Architectuur

De architectuur van een composable DXP is vaak gebaseerd op de MACH-principes. MACH staat voor Microservices, API-first, Cloud-native en Headless. Elk principe draagt bij aan de flexibiliteit, schaalbaarheid en aanpasbaarheid van een composable DXP. Een korte uitleg:

Met een **Microservices** aanpak kun je losse softwarecomponenten onafhankelijk ontwikkelen, implementeren en beheren, waarbij ze met elkaar communiceren via goed gedefinieerde **APIs**. Zo maak je een API-first benadering mogelijk. Met een **Cloud-native** architectuur benut je de kracht van cloud computing en is jouw platform veerkrachtig, flexibel en schaalbaar. Tot slot scheid je door de **Headless** aanpak de back-end contentfunctionaliteit van de front-end UX-functies, waardoor je jouw klantreis op alle kanalen krijgt en deze nog persoonlijker maakt.

De combinatie van deze principes maakt MACH de standaard voor alle integraties in het DXP, waardoor je gemakkelijk modulaire systemen opbouwt.



4.

Voordelen en nadelen van all-in-one DXPs

Ondanks dat er tegenwoordig vaak negatief over all-in-one DXPs wordt gesproken hebben ze veel voordelen. Maar het ook niet voor niets dat de composable systemen zo in opkomst zijn. Wij hebben alle voor- en nadelen op een rijtje gezet:

Voordelen

Snelle implementatie

Een 'traditioneel' DXP is een out-of-the-box oplossing. Alle componenten en tooling zijn in één keer beschikbaar en kunnen direct worden gebruikt. Voor sommige bedrijven zijn deze out-of-the-box onderdelen alles wat ze nodig hebben. Vanwege alle standaard onderdelen gaat een implementatie vaak erg snel en is er een duidelijk stappenplan dat gevolgd kan worden. Vergeleken met een composable oplossing kan dit veel tijd schelen in de initiële setup.

Maar één leverancier

Een ander groot voordeel is 'single vendor support', dat je maar met één leverancier werkt. Dat maakt het leven een stuk makkelijker! Naast dat het jouw inkoopprocedures aanzienlijk verkort, voorkom je dat je met meerdere leveranciers moet communiceren. In plaats daarvan heb je één aanspreekpunt voor support, training en updates. Zo zijn eventuele problemen gemakkelijk op te lossen.

Consistente klantervaring

Over het algemeen is het gemakkelijker om een eenduidige ervaring te bieden aan klanten. Dit komt omdat alle features en functionaliteiten voor de eindgebruiker vanuit een enkel framework en platform komen.

Simpel voor medewerkers

Voor de interne gebruikers werkt een all-in-one DXP fijn omdat ze maar in één systeem met één interface werken. Hierdoor is er ook een kortere leercurve. Ook geeft het een beter overzicht om alle digitale ervaringen vanaf 1 plek te kunnen aansturen.

Bewezen techniek

Doordat de all-in-one DXPs al tientallen jaren bestaan zijn ze vaak gebouwd op volwassen en goed ondersteunde stacks zoals .NET Core. Hierdoor kom je niet voor verrassingen te staan. Daarnaast hebben de bedrijven achter deze DXPs een flinke investeringskracht, waardoor je kunt verwachten dat het platform continu doorontwikkeld wordt. Ook is er veel documentatie over beschikbaar.

Betere security & performance

Doordat er maar één partij verantwoordelijk is voor security, compliance en performance kan dit, wanneer goed geregeld, veel gedoe schelen. Het is namelijk centraal geregeld en de verantwoordelijkheid ligt hierdoor bij de leverancier. Hierdoor hoeven interne teams zich hier minder mee bezig te houden.



Nadelen

Complex maatwerk

Komt jouw ideale klantreis niet overeen met de standaard van een all-in-one DXP? Dan levert dit vaak problemen op met maatwerk en het up-to-date houden van jouw systeem.

Beperkte features

Soms biedt all-in-one toch niet alles wat je nodig hebt. Daardoor ben je toch weer genoodzaakt om externe tools te gebruiken. Bijvoorbeeld op het gebied van AI en Machine Learning lopen de traditionele aanbieders vaak nog achter. Een ander probleem is dat de aangeboden features niet altijd best-of-breed zijn en minder goed kunnen werken dan andere oplossingen.

Doorontwikkeling

Je bent voor de doorontwikkeling volledig afhankelijk van de leverancier. Wanneer bepaalde features niet op hun roadmap staan kan het zijn dat je innovatiekracht mist.

Minder schaalbaar

Wanneer jouw systemen groter worden, kun je in de problemen komen met schaalbaarheid. Wanneer je een andere markt betreedt of een nieuwe propositie wilt uitrollen en daarvoor een kopie van het systeem wilt hebben kan dit erg complex zijn. Het vraagt vaak veel kennis van het platform.

Verouderde techniek

Bewezen, dat wel. Maar toch kan de techniek ook uitdaging opleveren. All-in-one DXPs zijn vaak ontstaan vanuit een technisch oudere basis waardoor het ingewikkeld kan zijn om andere systemen hier aan te koppelen. De leveranciers proberen een omslag te maken naar een platform dat de MACH-principes beter volgt, maar dit kost ze veel moeite.

Hogere kosten

Een all-in-one DXP kan flink hogere kosten met zich meebrengen vanwege de hoge licensing fees die je betaalt. Omdat je in één keer een volledig platform afneemt kunnen ook de initiële kosten hoger zijn dan wanneer je het per tool uitrolt. Daarnaast zit je vast aan een contract bij één aanbieder, waardoor het lastig kan zijn om te onderhandelen en te wisselen wanneer de kosten te hoog worden.

Lastigere kennisoverdracht

Elk all-in-one platform werkt weer anders. Daardoor kan het zijn dat je bij een overstap naar een ander DXP je huidige kennis irrelevant geworden is. Dat betekent veranderingen in je team of het inhuren van externen. Dit kan, vooral bij het huidige team, een steile leercurve opleveren.

5.

Voordelen en nadelen van composable DXPs

Composable DXPs zijn niet voor niets erg populair, maar ze bieden natuurlijk geen garantie dat het alle problemen van jouw bedrijf oplost. Om daar meer inzicht te krijgen hebben we opnieuw alle voor- en nadelen op een rijtje gezet:

Voordelen

Flexibel en schaalbaar

Met een composable DXP kun je gemakkelijk schalen door SaaS-tools toe te voegen of te verwijderen wanneer dat nodig is. Hierdoor kun je snel inspelen op ontwikkelingen zonder dat je het hele platform hoeft te vernieuwen. Dit maakt je erg flexibel en zorgt voor grote innovatiekracht.

De beste klantervaring

Met een composable DXP kun je ijzersterke klantervaringen bouwen omdat je voor elke tool de meest passende en best-of-breed oplossing kunt kiezen. Zo hoef je nooit concessies te doen, zoals bij een all-in-one DXP kan voorkomen.

Volledig geïntegreerd

Een van de grootste voordelen van een composable DXP is dat je het gemakkelijk kunt integreren met jouw bestaande systemen. Dankzij het gebruik van APIs kun je alle onderdelen van jouw customer journey met elkaar koppelen. Met behulp van data en analytics vanuit het hele platform krijg je meer inzicht in hoe jouw platform gebruikt wordt. En dat kun je weer gebruiken om nog betere en persoonlijkere ervaringen te creëren.

Snelle doorontwikkeling

Ook kun je op die manier snel aanpassingen of verbeteringen doorvoeren. Doordat ontwikkelaars en marketeers vaak parallel kunnen werken in de verschillende componenten van je DXP kan dit veel tijdswinst opleveren.

Lagere kosten

Doordat je alleen betaalt voor de tools die je echt nodig hebt kunnen je kosten een stuk lager uitvallen dan bij een all-in-one DXP. Ook maak je minder kosten aan (vaak duur) maatwerk, omdat dit weinig nodig heeft. Je kan namelijk altijd losse en gespecialiseerde tools aansluiten op je DXP die maatwerk voorkomen.

Onafhankelijk

Omdat je niet werkt met maar één leverancier zoals bij een all-in-one DXP ben je een stuk onafhankelijker. Wanneer de voorwaarden, functionaliteiten of kosten van een huidige leverancier niet bevallen kun je overstappen zonder dat je volledige stack overhoop hoeft.





Nadelen

Meer onderhoud

Omdat je werkt met verschillende tools zul je meer tijd moeten vrijmaken voor het updaten en onderhouden van elke tool in jouw stack.

Complexiteit en leercurve voor medewerkers

Elke tool die je gebruikt heeft een eigen interface, permissions, workflow en configuraties. Wanneer je veel verschillende tools gebruikt kan dit voor interne gebruikers verwarrend worden. Daarnaast is het een stuk minder efficiënt. Ook moeten ze voor elke tool opnieuw getraind worden, wat de leercurve t.o.v. een all-in-one DXP steiler kan maken.

Interface beperkingen

Bij een composable DXP is het vaak lastiger om een enkele, gebruiksvriendelijke interface aan te bieden voor (interne) gebruikers. Daardoor kan je een stuk afhankelijker worden van front-end developers om wijzigingen door te voeren aan de voorkant van je website of app.

Hogere 'time-to-market'

Omdat het met veel verschillende tools meer tijd kost kan vooral de initiële opzet van het platform langer duren. Ook omdat je moet investeren in het kennisniveau van jouw medewerkers, wat tijd kost.

Meer leveranciersbeheer

Hoewel je een "vendor lock-in" vermijdt, heb je bij een composable DXP verschillende contracten en aanspreekpunten. Hierdoor zul je meer kwijt zijn met het beheren van deze verschillende contracten en tools. Ook kan het problemen opleveren met verantwoordelijkheid: want welke tool is waarvoor verantwoordelijk? Dit kan gedoe opleveren.

Verspreide security, compliance en data

Elke tool moet voldoen aan eisen op het gebied van security, compliance en data. Hierdoor kun je meer tijd kwijt zijn om dit naar een enkele standaard in te regelen.

6.

Keuzefactoren

Of je nu denkt aan een all-in-one of een composable DXP, er zijn een paar dingen die je moet doen voordat je een beslissing neemt. Dit is gemakkelijker nu je de voor- en nadelen van beide typen ook kent.

Het begint met jouw doelen en wat je wilt bereiken. Wil je je processen digitaliseren, naar een nieuwe markt gaan, content aanpassen voor verschillende regio's, of vooral een naadloze, omnichannel klantervaring neerzetten? Of misschien wel een combinatie van al deze dingen. Zet alle doelen op een rij, zodat je kunt bepalen welke DXP-functies echt belangrijk voor je zijn.

Deze keuzecriteria kunnen helpen om te bepalen welk aanpak het beste bij jouw bedrijf past:

Budget

Zorg voor een duidelijk budget voor zowel initiële kosten als maandelijkse of jaarlijkse licentiekosten. Want je kunt een DXP zo duur maken zoals je zelf wilt. Voor een composable open source oplossing als Umbraco betaal je bijvoorbeeld geen licentiekosten. Maar ook een composable DXP kan flink in de kosten lopen wanneer je overal state-of-the-art toepassingen gebruikt. Aan de andere kant kun je ook voor een all-in-one DXP vaak een goede pakketprijs krijgen wanneer je strak onderhandelt.

Kijk goed naar alle abonnementskosten en neem mee hoeveel tijd je kwijt gaat zijn aan het integreren en testen van alle componenten. Let op dat lagere initiële kosten niet meteen leiden tot minder kosten op de lange termijn. Maak daarom altijd een business case van elk onderdeel dat je toevoegt aan je (composable) DXP. Hoeveel extra omzet zal het opleveren? Wij raden aan om klein te beginnen en je DXP daarna uit te bouwen.

Flexibiliteit

Werk je in een innovatieve sector waar dingen snel veranderen en je moet werken met de laatste technologie om de concurrentie voor te blijven? Dan is de keuze voor een composable DXP vaak beter. Maar zit je in een traditionele markt waar veranderingen langzamer gaan en de klantreis al jarenlang hetzelfde is, dan heb je vaak genoeg aan de standaardfunctionaliteiten van een all-in-one DXP. Hoe veranderlijker, hoe flexibeler je wilt zijn.

Open-Source vs Proprietary

Als jouw organisatie voorzichtig is met het gebruik van open-source platforms, bijvoorbeeld vanwege security of support, kan het logisch zijn om te kiezen voor een all-in-one DXP. Voor veel organisaties is dit echter geen probleem, waardoor open-source een goede optie is. Bij Umbraco worden bijvoorbeeld bug fixes opgelost door de kerndevelopers uit hun team. Daarnaast hebben sommige platformen een erg actieve community die helpen met verdere innovatie van het product.

Huidige situatie

Kijk naar je huidige tech stack en hoe deze is opgebouwd. Analyseer welke onderdelen je (eventueel) wilt vervangen en of dit onderdeel is van een all-in-one DXP. En met welke systemen moet jouw DXP goed kunnen samenwerken en communiceren? Zorg dat je een volledig overzicht hebt van jouw huidige en gewenste architectuur.

Doorlooptijd

In welke tijd wil je jouw nieuwe DXP in de lucht hebben? Over het algemeen hebben de all-in-one DXPs een snellere time-to-market. Maar het hangt vooral af van de complexiteit: het aantal componenten, functionaliteiten en integraties. En of er maatwerk voor nodig is of niet. Dan kan een composable platform toch weer gemakkelijker in te richten zijn.

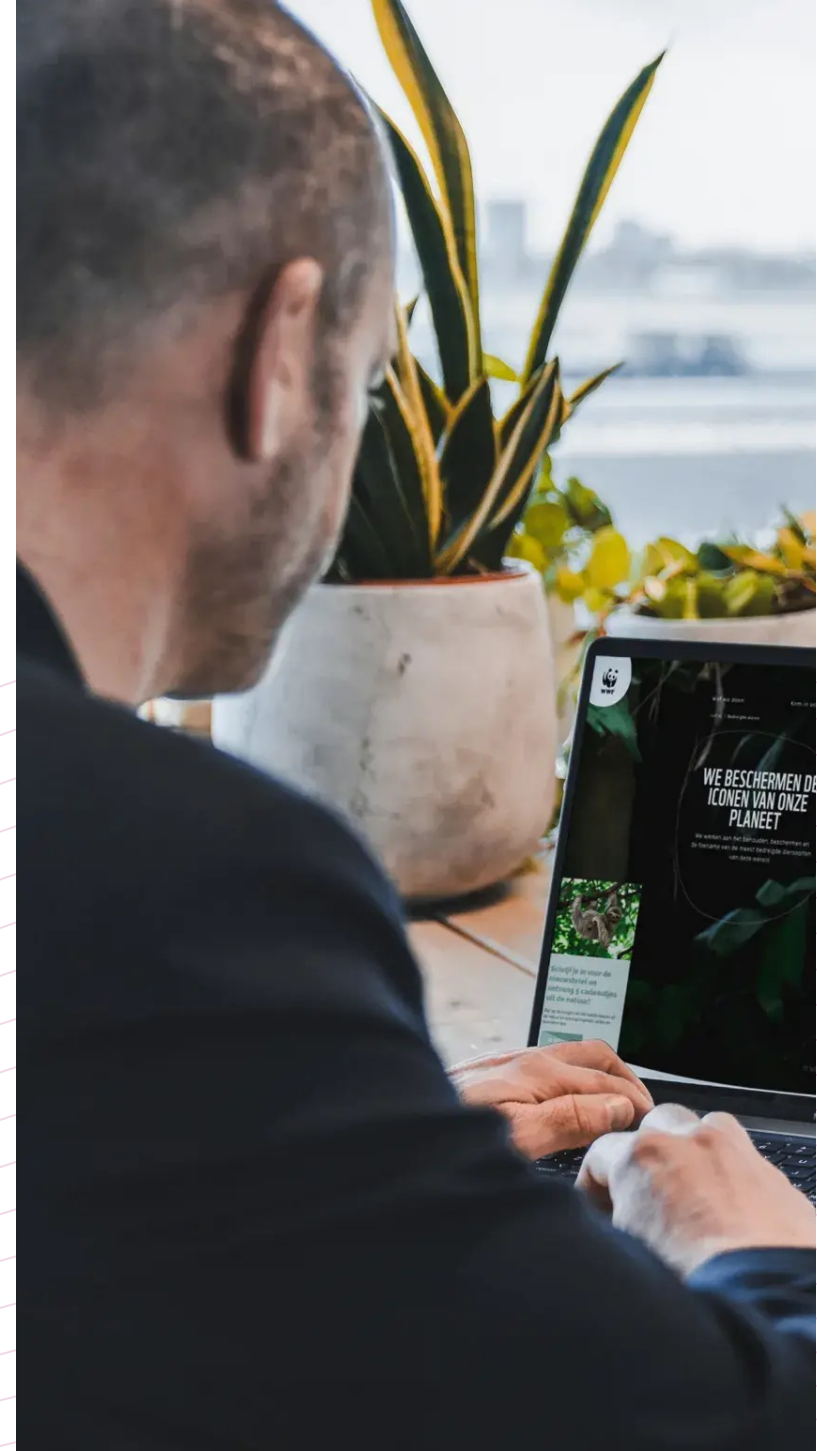
Functionaliteiten

Is jouw organisatie klaar om meteen alle geavanceerde functies van een all-in-one DXP te gebruiken? Denk aan dingen zoals personalisatie, A/B testing of AI-gestuurde zoekfuncties. Als je het stap voor stap wilt opbouwen kan een composable DXP beter werken.

Interne kennis

Heb je intern de juiste capaciteiten en kennis voor de implementatie van een DXP? Beschik je over de juiste technische kennis, werk je volgens de agile methodiek en heb je een Product Owner in huis die ervaring heeft met dit soort complexe trajecten.

Als je capaciteiten mist kan het goed zijn om hier een partner voor te zoeken. Ga voor een bureau dat Licensed Partnerships heeft met een breed spectrum aan DXPs en die gecertificeerde developers in dienst heeft. Zij kunnen je helpen met de keuze voor een platform dat het best past bij jouw doelen, wensen en huidige architectuur.



7.

Aan de slag

Wanneer je alle voor- en nadelen, de keuzefactoren en belangrijkste spelers kent kun je echt aan de slag.

Voor het kiezen van een DXP is een goede voorbereiding essentieel. Zo zorg je dat je de juiste keuze maakt en niet 5 tot 10 jaar opgescheept zit met een platform dat niet aan je wensen voldoet.

Het keuzeproces van een DXP is een onderwerp waar je een volledige whitepaper aan kunt wijden, maar bestaat grofweg uit de volgende stappen:

1. Stakeholders bepalen
2. Business doelen vastleggen
3. Huidige tech-stack in kaart brengen
4. Vaardigheden van team in kaart brengen
5. Keuzefactoren gebruiken voor keuze juiste DXP
6. Shortlist van DXP-leveranciers
7. Uitvragen demo's
8. Keuze voor leverancier
9. Aan de slag!

Samenwerken met een partner

Veel bedrijven werken in dit proces, maar ook tijdens de implementatie, samen met een digitale partner.

Een partner heeft vaak al tientallen succesvolle implementaties afgerond en is daardoor goed op de hoogte van eventuele valkuilen.

Daarnaast hebben veel bureaus Licensed Partnerships met een breed spectrum aan DXPs en hebben ze gecertificeerde developers in dienst. Daardoor kunnen ze goed helpen met het kiezen van een platform, maar ook met de implementatie en doorontwikkeling.

8.

Over Conclusion Experience

Op zoek naar een partner voor de keuze, implementatie of doorontwikkeling van een DXP? Conclusion Experience is een full-service bureaugroep met lef en ervaring. We leggen de lat hoog bij alles wat we doen, zo maken we impact. Omdat elke digitale ervaring telt. Onze ruim 500 strategen, ontwikkelaars, ontwerpers, analisten, marketeers en andere digitale specialisten bouwen met jou aan de digitale ervaringen van de toekomst.

Voor elke uitdaging een passend platform

De afgelopen jaren hebben we een flink aantal mooie merken mogen helpen met het implementeren van een nieuw DXP. Zo hielpen we het Wereld Natuur Fonds met een Optimizely implementatie, vernieuwden we het Sitecore platform van Brunel en bouwden we voor Vebego een volledig nieuw DXP op in Umbraco.

Afhankelijk van je vraag, kijken wij welke tools je nodig hebt. Wij werken platform-onafhankelijk en met de oplossing die het best past bij je bedrijf en digitale uitdaging. Dankzij onze partners bieden we de versterking die je nodig hebt.

We zijn partner van o.a:

- Bloomreach
- Commercetools
- HubSpot
- Optimizely
- Salesforce
- Sitecore
- Umbraco

CONCLUSION
EXPERIENCE

**Vragen of hulp nodig?
Neem contact op met
onze experts!**

✉ info-ce@conclusion.nl

☎ +31 30 219 38 00

🌐 conclusionexperience.com