



---

# Le 5 migliori Digital Experience Platform

---

# Indice dei contenuti

Introduzione	3
Cos'è una Digital Experience Platform e quali vantaggi concreti offre alle aziende	6
Perché adottare una Digital Experience Platform	9
Cosa valutare nella scelta di una Digital Experience Platform	11
Le 5 migliori Digital Experience Platform	15



## Introduzione

In questo eBook trattiamo un argomento molto attuale per le imprese con un business online e per i professionisti del marketing digitale. In un momento di grande trasformazione digitale, infatti, è fondamentale conoscere le nuove tecnologie per introdurre in azienda quelle che possono apportare notevoli cambiamenti nella gestione del lavoro, migliorare la produttività e creare nuove opportunità.

L'obiettivo di questa guida è quello di fornire una selezione delle 5 migliori Digital Experience Platform (DXP), software basati su tecnologie moderne, complete di strumenti per digitalizzare la gestione aziendale, raccogliere dati utili e trasformare la comunicazione in ottica omnicanale, volta a migliorare l'esperienza dei consumatori.

Per stabilire l'efficacia di una piattaforma DXP bisogna valutarne alcuni requisiti imprescindibili,

*Oltre ad assicurare la gestione dei contenuti, le piattaforme DXP facilitano lo sviluppo di siti web o portali aziendali*

stabiliti in base alla capacità di gestire – in un unico ambiente operativo – flussi di lavoro, utenti eterogenei (clienti, dipendenti, partner, fornitori...), contenuti e servizi personalizzati, fruibili dal Web, dai dispositivi mobili, da quelli indossabili e basati sulla voce, sull'Internet-of-Things (IoT) e sulle interfacce conversazionali.

Alcuni di questi requisiti sono il frutto di una evidente centralità che ha assunto la persona – non più semplice utente generico – nel suo viaggio online. Un viaggio che si avvale della ricerca di informazioni attinenti ai propri bisogni e contestualizzate a seconda del dispositivo.

La diversificazione dei canali e delle esperienze di navigazione richiede pertanto grande agilità, flessibilità e scalabilità degli strumenti utilizzati, e una forte capacità di personalizzazione di contesti, servizi e contenuti, realizzabile soltanto con tecnologie moderne in grado di supportare strategie di comunicazione multicanale.

Le opportunità per le aziende di connettersi con i loro clienti in ogni contesto sono “infinite”, e offrono un potenziale enorme che bisogna saper sfruttare se si vogliono ottenere questi obiettivi:

- ✓ costruire strategie di marketing sulla base di dati misurabili;

- ✓ generare Lead e nuove opportunità di business;
- ✓ fidelizzare i clienti e gestirne le relazioni;
- ✓ aumentare la produttività del team incentivandone la collaborazione;
- ✓ risparmiare tempo e denaro semplificando i flussi di lavoro e ottimizzando i modelli di business.

## **Cos'è una Digital Experience Platform e quali vantaggi concreti offre alle aziende**

Una Digital Experience Platform offre molteplici funzionalità per eseguire task diversi, sia in back end che in front end. È una piattaforma che aggrega tutto in un solo ambiente, lavorando su due fronti: all'interno dell'azienda permette a dipendenti e collaboratori esterni di accedere alle aree di lavoro, a documenti, dati e risorse; e di creare, consultare e condividere contenuti entro il circuito aziendale e all'esterno.

In front end, invece, permette a visitatori e clienti di navigare su siti e portali, di interagire con servizi, pagine e applicazioni pertinenti, profilate secondo le proprie esigenze.

---

*Le DXP stanno rapidamente evolvendo per rispondere alle crescenti necessità di innovazione degli utenti*



Come vedremo a breve, nel paragrafo dedicato alle 5 migliori DXP, esistono e stanno acquisendo sempre più importanza soluzioni innovative per condividere i contenuti su diversi media – e non solo sul sito web principale – e con altri “oggetti” (app, social, sistemi aziendali ecc.).

In questo caso, come vedremo entrando nel merito delle singole piattaforme, si parla di CMS (Content Management System) headless, ovvero sistemi di gestione dei contenuti non legati alla logica della presentazione in front end, come possono essere Wordpress e Joomla, bensì concentrati sulla creazione dei contenuti convogliati verso piattaforme di vario genere.

Oltre alla gestione dei contenuti, una piattaforma DXP integra tecnologie di Intelligenza Artificiale (AI) e Machine Learning (apprendimento automatico) per l'analisi dei dati provenienti dalle interazioni con i clienti, per la misurazione delle performance, l'automazione delle attività e la personalizzazione dei servizi.

Analisi e pianificazione sono premesse necessarie per costruire una solida strategia di marketing. Ma per raggiungere questo obiettivo e inquadrare le priorità aziendali è fondamentale conoscere i propri clienti, inquadrare le giuste metriche, scegliere i canali adatti e individuare le tattiche di personalizzazione.

In conclusione, dobbiamo riconoscere alle piattaforme di Digital Experience una natura evoluta che può concretizzarsi in diverse forme a seconda delle singole caratteristiche ma che, a prescindere dalle funzionalità peculiari, diventano strumenti essenziali per offrire un'esperienza di navigazione fluida e contestualizzata su tutti i canali digitali.





# Perché adottare una Digital Experience Platform

Noi tutti, oggi, in qualità di visitatori e clienti circoliamo in contesti interconnessi alla ricerca di risposte e soluzioni a bisogni, desideri e curiosità. Non c'è limite alla consultazione delle risorse in rete, né tanto meno al mezzo utilizzato per reperire quelle più attinenti e capaci di anticipare anche gli intenti più latenti.

In una moltitudine di tecnologie interconnesse, quindi, cresce il bisogno per le aziende di creare e assicurare continuità tra i canali utilizzati nel percorso di ricerca e acquisto. E questo bisogno possiamo risolverlo proprio con l'interoperabilità della Digital Experience Platform che trasforma l'esperienza digitale in customer satisfaction. Per rispondere in modo adeguato alle aspettative dei consumatori ci si deve dotare di sistemi capaci

*Le DXP consentono di raccogliere dati e fare analisi per modellare la comunicazione, mappare il viaggio dei clienti e offrire contenuti e layout reattivi*

di fornire un accesso tempestivo e coeso alle informazioni, al supporto e alle interazioni, in tempo reale, a contenuti e servizi pertinenti.

L'aspetto rivoluzionario della trasformazione digitale dobbiamo associarlo proprio alla libertà di scegliere tempi, luoghi e canali di interazione con informazioni, servizi e prodotti online. Nonché alla possibilità di personalizzare gli stessi a seconda dell'utenza. Infatti, un altro elemento innovativo delle DXP risiede nella possibilità di raccogliere dati e fare analisi per modellare la comunicazione, mappare il viaggio dei clienti e offrire contenuti e layout reattivi.

Considerata infine la trasversalità delle operazioni aziendali – dalla comunicazione al marketing, alla logistica, alle vendite e al customer care – l'efficacia della Digital Experience Platform risiede nella sua caratteristica di accentrare tutto, come centro di gravità, in una unica piattaforma che può esistere come singolo prodotto o come suite di programmi interagenti fra loro.

Possiamo considerare questo tipo di piattaforma una evoluzione del CMS, ma con funzioni molto più avanzate per gestire campagne, canali, ottenere informazioni sui visitatori ed erogare contenuti e servizi mirati da monitorare con strumenti intelligenti.



# Cosa valutare nella scelta di una Digital Experience Platform

*La scelta di una DXP deve tenere anzitutto di conto degli obiettivi specifici dell'azienda*

Partiamo anzitutto dagli obiettivi che ogni azienda dovrebbe tracciare in base alla propria identità, alle criticità da risolvere, agli investimenti programmati e all'analisi dei risultati tangibili e intangibili, da misurare con le giuste metriche.

Gli obiettivi comuni a tutte le aziende sono ovvi: aumentare la produttività, incrementare il fatturato e, in sostanza, restare competitive sul mercato. Ci sono poi quegli obiettivi più specifici che bisogna mettere a fuoco per servirsi appieno del potenziale della DXP, e per sceglierla in base alle priorità emerse in fase di analisi:

- ✓ progettare un'esperienza utente personalizzata (dai canali di interazione ai contenuti e servizi offerti);



- ✓ automatizzare task e attività;
- ✓ migliorare il flusso di informazioni con strumenti di condivisione in tempo reale;
- ✓ incentivare la collaborazione tra dipendenti;
- ✓ sviluppare e potenziare il commercio digitale.

Probabilmente questi obiettivi sono soltanto una parte del tutto, ma sono sicuramente alcune delle principali leve motivazionali per valutare seriamente l'adozione di una DXP.

Nella valutazione di un'infrastruttura di questo tipo bisogna considerare la sua flessibilità e scalabilità, requisiti indispensabili in prospettiva futura per le opportunità di espansione e integrazione di funzioni aggiuntive in modo semplice e rapido. A supporto di queste caratteristiche, assolutamente essenziali per un ecosistema digitale aggregato, le tecnologie di implementazione generalmente adottate da queste piattaforme (Open Source, integrazioni API, Cloud ecc.). Sono infine da considerare come priorità nella scelta di una DXP: il grado di sicurezza, il supporto, l'assistenza tecnica da parte del fornitore.

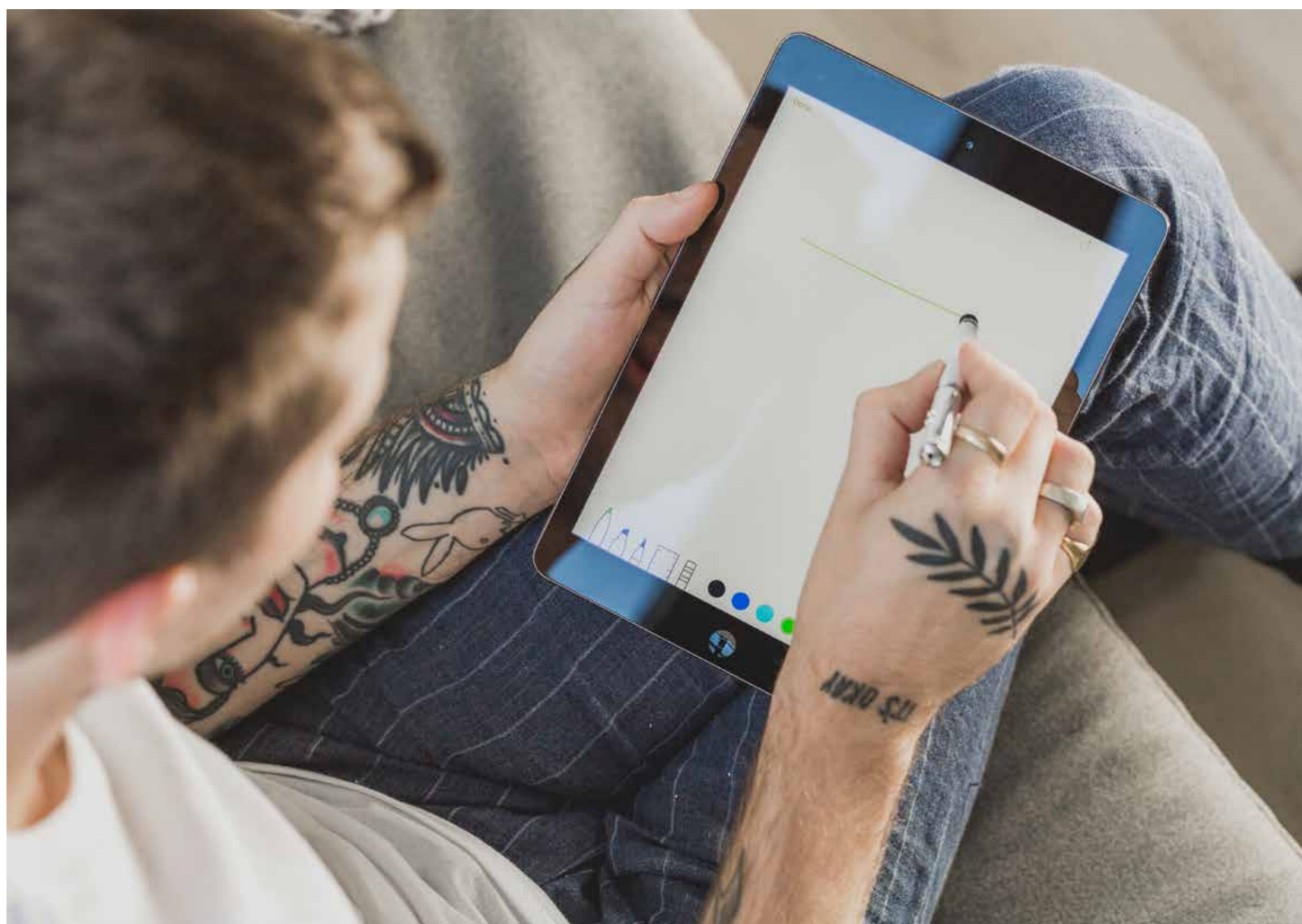
In base a tutte queste considerazioni e da un'analisi fatta dalla nota società di consulenza IT 'Gartner' – il cui Magic Quadrant mette in risalto le 5 migliori piattaforme che a breve illustriamo – emergono i fondamentali della Digital Experience Platform:



- ✓ gestione dei contenuti web;
- ✓ collaborazione interna e condivisione di risorse e materiale aziendale;
- ✓ navigazione dinamica e ricerca profilata dei contenuti (motori di ricerca intelligente);
- ✓ strumenti di Marketing Automation (segmentazione e profilazione utenti, creazione e gestione di campagne pubblicitarie, campagne email, data insight);
- ✓ personalizzazione dei servizi a seconda degli utenti e del canale utilizzato (web, mobile, social media);
- ✓ possibilità di integrare software e sistemi di terze parti;
- ✓ sicurezza (gestione delle identità; Single Sign-on; accessi protetti a documenti e protezione dei dati sensibili degli utenti);
- ✓ automazione dei flussi di lavoro e ottimizzazione dei processi aziendali;
- ✓ analisi del comportamento degli utenti per un targeting profilato;
- ✓ strumenti per il commercio digitale: gestione inventario, carrello acquisti, pagamenti, check-out, ordini e spedizioni, assistenza clienti.



Altre caratteristiche essenziali riguardano l'architettura e il design: le DXP supportano tecnologie UI per creare pagine e contenitori dal design responsive. Lo sviluppo progressivo di applicazioni e di contenuti web (multilingua e georeferenziati) risulta semplice e intuitivo con l'inserimento di widget e funzioni integrabili per personalizzare la presenza digitale.





## Le 5 migliori Digital Experience Platform

Sul mercato esistono molte soluzioni, talmente tante che perdersi fra le varie proposte è molto facile e anche rischioso. Considerando l'aspetto 'investimento', conviene evitare scelte azzardate basando invece la propria valutazione sui requisiti delineati da esperti della materia.

Nello scrivere questa guida abbiamo esaminato le migliori 5 Digital Experience Platform che anche Gartner cita nel suo Quadrante Magico, un documento super partes stilato per far chiarezza sulle soluzioni software attualmente in commercio.

Da premettere che le 5 piattaforme scelte rispettano i requisiti richiesti alla Digital Experience Platform per antonomasia. Ciascuna di essa, tuttavia, si distingue per caratteristiche e punti di forza che possono più o meno corrispondere al proprio assetto aziendale.

*Abbiamo esaminato le migliori 5 DXP indicate da Gartner nel suo Magic Quadrant*

## 1. Sitecore Experience Platform



Sitecore, piattaforma con una presenza costante nel Quadrante di Gartner, è una Digital Experience Platform evoluzione della precedente versione WCM (Web Content Management). Oltre al CMS per la gestione dei contenuti, nella sua nuova veste integra strumenti di Intelligenza Artificiale e tool avanzati per il Marketing Automation, funzioni per l'automazione e la gestione del commercio digitale, misurazione delle performance e analisi dei dati. Dati che raccoglie e organizza in dashboard semplici da consultare, e sulla base dei quali personalizzare i contenuti da condividere con visitatori e clienti al momento giusto e nel giusto contesto.

Sitecore si distingue dagli altri DXP per la natura innovativa delle sue tecnologie basate su un approccio headless / head optional. I CMS headless si concentrano sulla gestione dei contenuti (data modeling) convogliandoli all'esterno su qualsiasi media attraverso API.

Ne abbiamo accennato nei paragrafi precedenti, ma in sostanza per ribadire il concetto questo approccio volge decisamente a favore dell'esperienza utente, perché consente la visualizzazione dei contenuti su media diversi che hanno accesso ai contenuti, ma che gestiscono in autonomia il metodo di presentazione degli stessi.

Come abbiamo già detto, l'evoluzione delle tecnologie digitali muta continuamente scenari e contesti lasciando emergere priorità diverse.

Al passo con queste rapide trasformazioni cresce il bisogno di operare con strumenti agili, flessibili e scalabili che permettano di condividere contenuti su web, mobile, app, social, chatbot, IoT, ecc.

## 2. Salesforce

Salesforce propone una piattaforma DXP completamente rinnovata rispetto alle precedenti tecnologie della software house, integrando un nuovo sistema di Web Content Management (gestione dei contenuti). Fermo restando la presenza della funzione 'CMS Connect', per l'integrazione con strumenti di terze parti già inclusa nelle versioni precedenti.

Salesforce, piattaforma adatta più che altro al commercio B2B e B2C, offre varie soluzioni di implementazione sfruttando la sua sofisticata tecnologia di Intelligenza Artificiale. Non a caso il nome di questa tecnologia è Einstein.

Malgrado ciò, rispetto alle altre piattaforme in Salesforce sono poco valorizzati i tool di messaggistica e gli strumenti per l'automazione del marketing.





### 3. IBM Digital Experience Manager

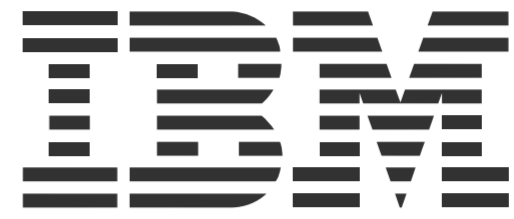
IBM Digital Experience Manager è un'altra piattaforma cloud-based e con soluzioni ibride, scalabile e molto affidabile dal punto di vista della sicurezza.

Altrettanto completa e innovativa, anche questa DXP integra tecnologie di Intelligenza Artificiale e Machine Learning per la personalizzazione automatizzata dei contenuti e per le implementazioni multicanale, a favore di una migliore User Experience. La piattaforma merita attenzione anche da un punto di vista di User Interface Design, per la progettazione visiva, l'interazione e l'architettura delle informazioni.

Come la precedente, la DXP di IBM potrebbe risultare poco accessibile a piccole realtà aziendali per la sua complessità di implementazione, nonché per i costi di manutenzione e integrazione più elevati rispetto ai competitor.

### 4. Liferay DXP

Fra le migliori piattaforme annoveriamo anche quella di Liferay (Platform as a service – PaaS) molto apprezzata per la sua flessibilità nel creare esperienze personalizzate con soluzioni di sviluppo



basate su API, e per la possibilità di integrare sistemi e applicazioni aziendali preesistenti.

Un punto di forza di questa DXP Open Source è la sua elevata customizzazione e la versatilità nell'implementazione a seconda del contesto. In aggiunta, esiste una forte presenza della comunità di sviluppatori che contribuisce attivamente allo sviluppo progressivo e al miglioramento delle tecnologie. Il supporto tecnico disponibile, quindi, ben compensa la carenza di materiale tecnico in qualche caso lamentata dai fruitori della piattaforma.

Per quanto riguarda le applicazioni di Web Content Management, a differenza delle altre DXP, Liferay non integra funzioni di Intelligenza Artificiale e Machine Learning.

## 5. Adobe Experience Cloud

Adobe Experience Cloud è una piattaforma di Digital Experience che si caratterizza per le tecnologie più innovative: Intelligenza Artificiale e Machine Learning. Questa DXP include sistemi per la creazione di contenuti personalizzabili sulla scorta di analisi avanzate, una caratteristica che la rende particolarmente adatta a uno scenario B2C. D'altro canto bisogna anche aggiungere che proprio la vastità degli strumenti di Adobe



**Adobe**

Experience Cloud possono renderne complicati uso e implementazione. Sicuramente adatta alle grandi imprese, le evoluzioni della software house americana interessano quelle aziende che hanno necessità di gestire ingenti volumi di informazioni sui clienti per ottenere dati profilati, in tempo reale.

Siamo giunti alla fine del nostro percorso lungo l'analisi di uno strumento importante per il digital marketing quale la DXP, vedendo anche quali sono le migliori proposte sul mercato. Se avessi ancora qualche domanda a riguardo o tu fossi indeciso nella scelta della soluzione più adatta alla tua realtà, puoi [contattarci](#) per una consulenza completamente gratuita e senza impegno!





L'obiettivo di Cegeka è quello di fornire competenze informatiche di eccellenza strettamente correlate ai processi organizzativi e di business delle aziende. I servizi offerti aiutano i clienti a mantenere la flessibilità, promuovere l'innovazione e il cambiamento, migliorare la competitività sui mercati globali.

In termini di proposizione e dimensione Cegeka è la realtà ideale per accompagnare le aziende attraverso il percorso tracciato dalla digital disruption che porta alla trasformazione dei modelli di business tradizionali.

---

via Alessandro Volta 16  
20093 Cologno Monzese, Milano

**[www.cegeka.it](http://www.cegeka.it)**