storyblok

Comment les eCommerces, FinTechs, et autres industries bénéficient du passage au Headless (CMS)

STORYBLOK.COM

INTRODUCTION

Depuis le développement du premier CMS il y a environ 20 ans, beaucoup de choses ont changé. La croissance du web a mis davantage l'accent sur les fonctions marketing et créatives, et moins sur les rôles techniques. Aussi, grâce à l'émergence de nouveaux canaux, plateformes et dispositifs, l'offre CMS a augmenté de façon exponentielle.

Que ce soit pour une entreprise ou une agence, le fait d'avoir autant d'options signifie devoir investir beaucoup de temps et de ressources pour choisir la solution la mieux adaptée à son projet ou à ceux de ses clients.

Lorsqu'il s'agit de CMS traditionnels (WordPress, Drupal…), la présence sur le marché de certains leaders rend le choix un peu plus facile, mais lorsque nous parlons de CMS headless il y a quelques aspects clé à considérer.

Les agences qui travaillent à la fois avec des CMS traditionnels et headless connaissent depuis longtemps les principaux acteurs du secteur headless (Storyblok, Contentful…). Toutefois, ce marché qui est actuellement évalué à 328,5 millions de dollars US devrait connaître une croissance de 22,6% d'ici 2027[8], ce qui pourrait être interprété comme le signe qu'il n'existe pas encore de CMS headless "parfait".

Mais quelles sont les fonctionnalités qui permettent à un système headless de se rapprocher de très près de la "perfection"?

Dans ce livre blanc vous découvrirez les avantages spécifiques de la technologie headless par type de projet, à travers des études de cas à l'appui des faits.

Table of Contents

4 **Développeurs et Marketeurs: Mieux travailler ensemble**
- Les Principes de Storyblok
- La Promesse de Storyblok

6 **De quoi avez-vous besoin?**

7 **Plateformes eCommerce**
- Performances et expérience en ligne
- Capacités omnicanales
- ÉTUDE DE CAS: La Marque Lifestyle Stronger

14 **FinTechs et Plateformes Financières**
- ÉTUDE DE CAS: La FinTech Fundbox

19 **Plateformes de Contenu**
- Passer de WordPress au Headless

22 **Plateformes Corporate**
- ÉTUDE DE CAS: UPC Business UPC

25 **Conclusion**

26 **Glossaire**

28 **Références**

Développeurs et Marketeurs: Mieux travailler ensemble

Le produit et l'entreprise Storyblok sont nés en 2017. A l'époque, les deux fondateurs concevaient des expériences digitales pour leurs clients (des agences de grande envergure) et s'efforçaient de trouver un CMS qui fonctionnerait à la fois pour les développeurs et les marketeurs.

Ne trouvant pas de solution satisfaisante sur le marché, ils ont décidé d'en construire une par eux-mêmes et de mettre à disposition des entreprises un CMS utilisable par toutes les équipes. Ils ont ainsi donné naissance à Storyblok, **une plateforme conçue à la fois pour les développeurs et les créateurs de contenu, qui permet de construire de meilleures expériences digitales plus efficacement**.

Les Principes de Storyblok

Storyblok est né du besoin de trouver un CMS qui fonctionne à la fois pour les développeurs et les fonctions marketing et créatives. Il a été conçu dans cet état d'esprit et cela se reflète dans son UX/UI très intuitif et convivial. Par ailleurs, les principes de Storyblok sont profondément ancrés dans le manifeste agile:

- Nous privilégions la simplicité à la complexité
- Nous créons avec passion
- Nous sommes à l'écoute de nos utilisateurs
- Nous traitons tous nos clients sur un pied d'égalité
- Nous pratiquons l'approche "livrer rapidement, livrer souvent".

Aussi, Storyblok a été fondé sur le principe de la transparence. Quelle que soit la taille de l'entreprise, Storyblok applique une tarification flexible, claire et prévisible qui n'est pas basée sur l'utilisation, dans la mesure du possible.

La Promesse de Storyblok

1

UNE MEILLEURE EXPÉRIENCE D'ÉDITION

Avec Storyblok, les créateurs de contenu et les spécialistes marketing bénéficient de la meilleure expérience d'édition sur le marché des CMS headless. Grâce à notre éditeur visuel unique, ils peuvent apporter des modifications et avoir un aperçu contextuel en temps réel.

2

UN TRANSFERT DE DONNÉES SÉCURISÉ ET CONFORME

Nous stockons les données dans des centres de données conformes à la norme ISO 27001 dans l'UE, nous utilisons les protocoles https, le cryptage des données, l'authentification à deux facteurs et les sauvegardes.

3

UNE CRÉATION DE CONTENU DE HAUT NIVEAU

Avec Storyblok, vous pouvez surmonter les défis du contenu en silo grâce à un gestionnaire d'actifs interne, des modèles de contenu avancés, du contenu intelligent et réutilisable, un système de gestion des versions et des flux de travail personnalisables.

4

UNE APPROCHE PAR COMPOSANTS MULTICOUCHES

Notre approche unique basée sur des composants multicouches permet aux créateurs de réutiliser leurs contenus structurés. Ils peuvent créer et imbriquer des composants sans limites, y ajouter du contenu et les personnaliser selon leurs besoins.

De quoi avez-vous besoin?

Pour les entreprises et les agences, tout nouveau projet est accompagné d'une liste de demandes spécifiques ou d'un cahier des charges. Même pour les projets les plus simples, l'équipe se doit de mettre en œuvre les moyens nécessaires pour atteindre les objectifs de la mission et de l'entreprise. Aussi, il faut garder en tête certaines limitations comme par exemple les contraintes budgétaires, les délais, la disponibilité des équipes de développement, etc. Dans ces conditions, trouver la technologie parfaite pour livrer un projet spécifique ou satisfaire un client spécifique peut s'avérer un casse-tête.

La solution la plus facile serait de proposer à tous un CMS traditionnel, c'est à dire un système tout-en-un.

PRENONS PAR EXEMPLE WORDPRESS, LE CMS LE PLUS POPULAIRE AU MONDE.

Il est probable que les équipes et les clients en aient déjà entendu parler ou l'aient utilisé à un moment ou à un autre. Alors, pourquoi les en dissuader ?

En effet, ce CMS traditionnel peut être le meilleur choix pour une petite entreprise ayant une stratégie à canal unique qui ne nécessite pas de mises à jour fréquentes, ou pour des simples sites web de portfolio ou de présentation.

CEPENDANT, LA PLUPART DES ENTREPRISES D'AUJOURD'HUI SONT ORIENTÉES VERS L'AVENIR.

Elles cherchent à se développer et sont conscientes que pour évoluer elles doivent répondre aux besoins de leurs utilisateurs sur toutes les plateformes et tous les canaux disponibles. Dans ce cas, WordPress n'est pas compétitif - la technologie headless est la solution.

En analysant différents types de projets avec des caractéristiques distinctes ainsi que les besoins des entreprises modernes, on se rend compte qu'un CMS headless est le meilleur choix.

Plateformes eCommerce

Les plateformes de commerce électronique peuvent bénéficier tout particulièrement d'un système découplé ou headless. Le eCommerce a une nature hautement compétitive qui ne cesse de façonner le secteur de la vente au détail en général et d'influencer implicitement le comportement des clients. Les statistiques le prouvent[6]. Aux États-Unis, 85% des "millennials", 79,2% de la génération X et 62,1% des baby-boomers font leurs achats en ligne. La moitié des consommateurs utilise désormais des sites de eCommerce pour acheter des articles qu'ils n'avaient jamais acheté auparavant comme des produits d'épicerie, des outils ménagers, des jouets et des équipements sportifs. Les statistiques sur les ventes en ligne montrent que 73% des acheteurs déclarent utiliser plusieurs canaux au cours de leur processus d'achat.
Il n'est donc pas surprenant qu'une croissance considérable du commerce électronique ait été observée au cours des 18 derniers mois! La pandémie a marqué une augmentation du shopping en ligne et il semble que cette hausse se soit transformée en une tendance en ascension. On estime que d'ici 2040[14], 95% de tous les achats (en ligne et hors ligne) seront facilités par le commerce électronique.

Mais alors pourquoi certains sites de eCommerce n'arrivent pas à obtenir un taux de conversion optimal? Voici les raisons les plus courantes de l'abandon de panier aux États-Unis.[7]

- 49% - coûts additionnels trop élevés
- 24% - le site demandait aux acheteurs de créer un compte
- 19% - le délai de livraison était trop long
- 18% - le processus de paiement était trop long ou compliqué
- 17% - les acheteurs ne faisaient pas confiance au site concernant leur carte de crédit
- 17% - les acheteurs ne pouvaient pas voir le coût total du panier au départ
- 12% - le site web comportait des erreurs ou a planté
- 11% - la politique de retour n'était pas satisfaisante
- 7% - il n'y avait pas assez de méthodes de paiement
- 4% - la carte de crédit a été refusée

Ces statistiques nous montrent les aspects les plus importants pour la réussite d'une activité de commerce électronique. Que veulent les utilisateurs? Comment répondre à leurs attentes? Il est clair que les facteurs les plus importants sont:

1. L'expérience en ligne (performances, processus de paiement, confiance, absence d'erreurs, etc.)
2. Le parcours omnicanal.

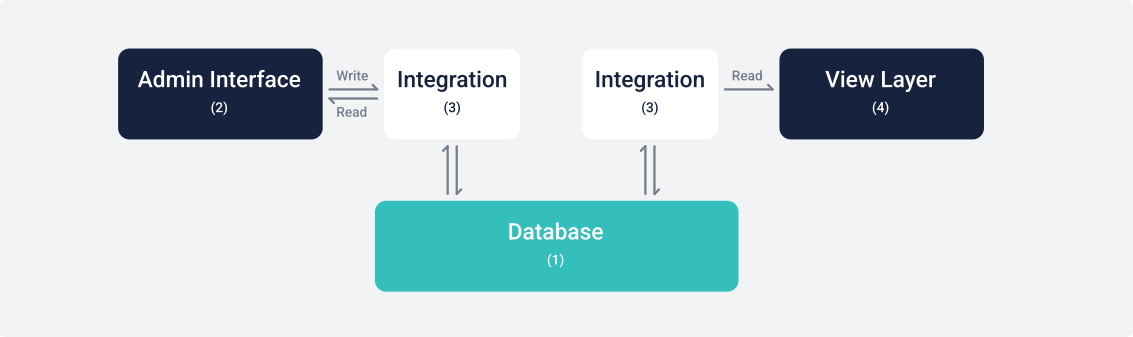
Performances et expérience en ligne

L'interface et les éléments du parcours utilisateur sont essentiels pour une bonne expérience en ligne. Mais les performances du site aussi ont un impact très fort, non seulement sur le référencement SEO mais également sur l'interaction de l'utilisateur avec l'interface.

Pour offrir une meilleure expérience aux utilisateurs mobiles, Google utilise la vitesse comme signal de classement pour les recherches mobiles depuis 2018. La vitesse a également un impact sur les conversions par le biais du taux de rebond. **Une étude réalisée par Google en 2016[4] indique que 53% des visiteurs quittent un site mobile s'il met plus de 3 secondes à se charger.** Selon une étude plus récente, un retard d'une seconde dans les temps de chargement mobile peut avoir un impact sur les taux de conversion allant jusqu'à 20%.[2]
Il semble donc y avoir une corrélation claire entre la vitesse des pages et les revenus, le taux de rebond, la durée des sessions et la visualisation.

Comment la technologie headless peut-elle vous aider à atteindre une performance optimale pour vos projets? Précisons que le simple fait d'utiliser un CMS comme Storyblok ne rendra pas vos sites automatiquement plus rapides! C'est la façon dont vous utilisez ses fonctionnalités qui fera toute la différence.
Contrairement à un site web construit sur une seule technologie traditionnelle, un site headless est basé sur un ensemble de technologies, appelé aussi "stack technique".
Storyblok utilise l'environnement Jamstack (abréviation de Javascript, API, et Markup), qui est sans doute la stack technique la plus légère car elle ne nécessite aucune interaction réelle avec une base de données et s'appuie principalement sur des API tierces.

Storyblok ne repose pas non plus sur un serveur, il est préconstruit et "serverless" (sans serveur). Les fonctionnalités qui sont normalement gérées par le serveur sont ici gérées par des services tiers et connectées via des API. La façon dont vous abordez l'optimisation des images, vidéos et autres contenus volumineux est primordiale car ceux-ci ont un impact important sur les temps de chargement d'un site web. Le service CDN (Content Delivery Network) de Storyblok peut aider à la compression et à l'optimisation des images.



Capacités omnicanales

Grâce à sa nature découplée, Storyblok agit comme un hub qui peut distribuer le contenu - via des API - à n'importe quel canal et plateforme.

Les utilisateurs ont la possibilité de commencer leur parcours sur un appareil et de le terminer sur un autre. Pour les marques à succès, ceci est désormais devenu une normalité et la plupart des plateformes de commerce électronique sont disponibles sur les sites web et les appareils mobiles.

Bien que ce ne soit pas facile, les 2 canaux web et mobile peuvent être administrés (avec un succès modéré) à partir d'un CMS traditionnel. Mais que se passe-t-il lorsque vous souhaitez ajouter d'autres canaux ou appareils comme des montres connectées, des téléviseurs intelligents ou des assistants virtuels? Le commerce vocal est en plein essor et on estime qu'aux États-Unis 62% des propriétaires d'assistants virtuels ont déjà acheté des articles par le biais du commerce vocal[10]. De plus, 52% des propriétaires ont demandé des informations sur les offres, les ventes et les promotions de ce secteur[9].
Sur la base de ces statistiques, nous pouvons supposer que de plus en plus d'entreprises de eCommerce seront confrontées à des clients "vocaux" dans un futur très proche.

Vous pouvez facilement utiliser l'architecture headless pour créer des Alexa Skills, en utilisant Storyblok comme source de contenu - qui sera partagé à la fois par l'assistant virtuel et le site web. Les fonctionnalités que vous créez peuvent, par exemple, lire une liste de produits à prix réduit dans un espace Storyblok. Chaque produit aura les propriétés suivantes: nom, image, description du rabais et plateforme (Alexa et/ou site web).

MAIS LA PORTÉE OMNICANALE NE S'ARRÊTE PAS AUX ASSISTANTS VIRTUELS:

- **Vous pouvez définir des déclencheurs dans différentes plateformes pour lancer des processus sur les appareils intelligents, à l'aide des webhooks de Storyblok[17].**
- **Vous pouvez permettre à n'importe quelle application de RA (réalité augmentée) de consommer du contenu à l'aide de l'API de diffusion de contenu5. Une utilisation pratique de cette fonctionnalité consisterait par exemple à permettre aux utilisateurs de voir comment différents meubles s'adaptent à l'intérieur de leur maison.**
- **Vous pouvez même aller un peu plus loin et intégrer Storyblok dans des applications VR à l'aide de différents SDK[16] (Software Development Kit), des outils d'aide à la programmation pour concevoir de nouveaux jeux, applications ou logiciels.**

En plus de créer la meilleure expérience possible pour les utilisateurs et optimiser la conversion et les revenus, les entreprises et les agences peuvent utiliser Storyblok pour doter leurs équipes marketing ou celles de leurs clients d'un outil très puissant pour la création, la personnalisation et la localisation de contenu.

Les eCommerces ont souvent des séries de produits similaires ou quasi identiques, et avoir la possibilité de réutiliser les pages ou éléments offre à l'équipe de création la liberté de se concentrer sur la création de contenu plus créatif et expérimental. Cela permet de raccourcir considérablement les circuits et le time-to-market.
La mise en place d'une stratégie omnicanale peut également aider l'entreprise à avoir une meilleure vue d'ensemble des parcours des utilisateurs et à proposer des alternatives plus personnalisées.

Avec Storyblok, les agences peuvent offrir aux acteurs du commerce électronique une assistance complète en matière de localisation (conversion des devises) et des flux de travail de traduction pour tous les types de contenu et d'actifs : texte enrichi, URL, métadonnées SEO et images réactives. **Dans un projet de localisation et de traduction, la meilleure partie pour les équipes est qu'avec un CMS headless elles ont besoin d'effectuer les changements qu'à un seul endroit pour qu'ils s'appliquent partout.** Les acteurs du eCommerce sont ainsi en mesure d'atteindre rapidement une audience mondiale et de débloquer de nouvelles sources de revenus.

L'étude de cas qui suit est un exemple clair et réussi de comment Storyblok peut être utilisé dans le eCommerce.

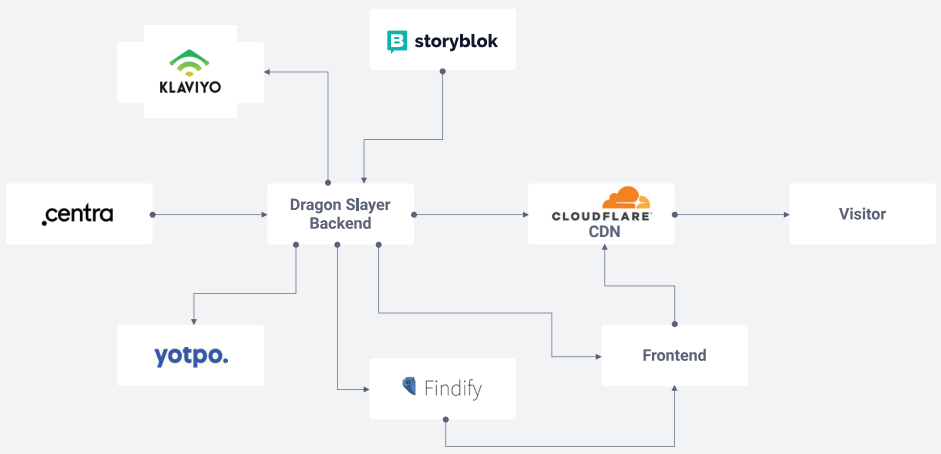
ÉTUDE DE CAS

La Marque Lifestyle Stronger

Parmi nos clients figure la marque suédoise de lifestyle Stronger, qui est présente dans le monde entier et qui vend en ligne dans 120 pays. Motivée par la nécessité de mettre rapidement du nouveau contenu sur le marché, Stronger a choisi Storyblok pour revitaliser son activité en ligne et ne s'est pas arrêtée là.

La marque utilise également une collection de technologies de pointe pour offrir une expérience numérique exceptionnelle à ses clients:

- Plateforme eCommerce: Centra eCommerce
- Filtrage: Findify
- Emails & Newsletter: Klaviyo
- Avis en ligne: Yotpo
- Affichage Instagram sur site: Flowbox
- Solution de livraison de bout en bout: Ingrid
- Gestion des retours: ReBOUND.



Stronger's eCommerce web tech stack

Le nouvel écosystème de commerce électronique de Stronger "à l'épreuve du temps" a été construit par l'agence Made People et a constitué un changement crucial dans la façon dont la marque a atteint ses objectifs de croissance. En utilisant Storyblok, ils ont commencé à adopter une approche plus agile et plus centrée sur le consommateur. L'équipe marketing a profité de l'interface conviviale et a gagné en flexibilité en créant et en mettant en œuvre des composants réutilisables.

> **Avec Storyblok, vous pouvez voir tout ce que vous faites en temps réel, ce qui est très important pour un site de commerce électronique. Par exemple, si vous décidez d'une certaine couleur de texte, il est important de voir comment elle se marie avec les images. Avec Storyblok, nous pouvons voir cela dans un aperçu et approuver les changements avant qu'ils ne soient publiés sur le site. Je pense que c'est le meilleur outil avec lequel j'ai jamais travaillé.**

Hanny Eldblom
eCommerce Team Leader at Stronger

Au cours du processus de changement, Made People a découvert plusieurs facteurs qui entravaient les capacités de Stronger à atteindre un marché mondial et à débloquer de nouvelles opportunités de revenus:

1. **UN SYSTÈME MONOLITHIQUE RESTRICTIF ET NON ÉVOLUTIF**
   Avec Magento, les administrateurs du site étaient contraints d'utiliser le stack technique imposé par le système, avec très peu de liberté pour les intégrations tierces. Les créateurs de contenu étaient également limités par le back-end et par des flux de travail internes fastidieux.

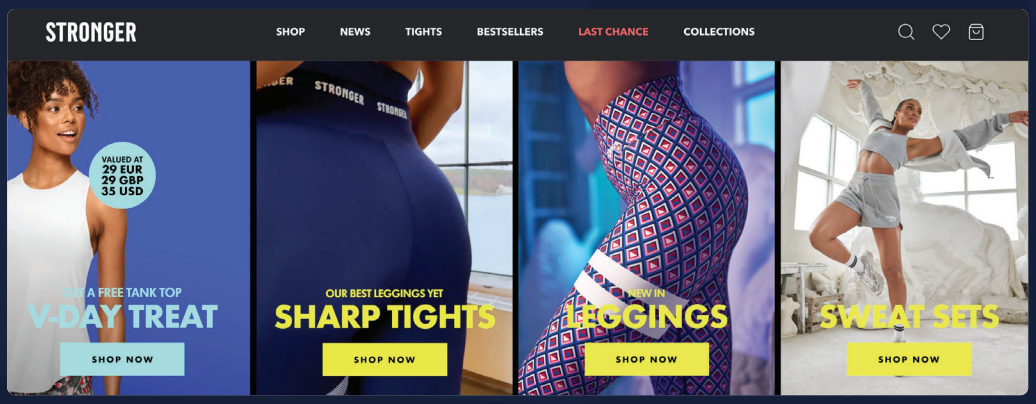
2. **DES LIMITES D'UTILISATION**
   Le site était administré par 2 développeurs qui se concentraient sur le back-end et la gestion des bugs.

3. **UNE STRATÉGIE INTERNATIONALE DÉFICIENTE**
   La stratégie internationale de Stronger était dispersée sur plusieurs sites web, où chaque élément du contenu devait être édité individuellement et où toutes les modifications devaient être effectuées manuellement sur toutes les plateformes. En même temps, ils ne pouvaient pas bénéficier d'une stratégie globale de référencement, puisque toutes les analyses de données étaient effectuées séparément, par marché.

> **Nous voulons permettre à nos clients de démarrer facilement et d'évoluer avec leur stack technologique au fur et à mesure que l'entreprise se développe, sans avoir à changer toute l'architecture. Avec Storyblok, nous avons le CMS parfait. Nous pouvons démarrer rapidement, et simplement l'étendre au fur et à mesure que nous pénétrons de nouveaux marchés.**

Jonathan Selander
CEO and Co-Founder at Made People

Made People a donc pris la bonne décision en choisissant Storyblok pour consolider Stronger en tant que marque de commerce électronique. Comment? En dotant le site web de la marque d'une architecture à l'épreuve du temps, développée sur une stack technologique pouvant être adaptée à l'expérience future des consommateurs, à la croissance de l'entreprise et à la conquête de nouveaux marchés.



Le nouveau site Stronger

Le nouveau site web a été lancé seulement six mois après le premier contact entre Stronger et l'agence Made People, juste à temps pour Black Friday.

Le moment s'est également avéré opportun pour tester les performances de la nouvelle plateforme, avec des résultats probants: des taux de conversion plus élevés, davantage de commandes, une diminution globale des coûts, et une présence mondiale étendue. Les résultats ont été plus qu'encourageants[13] :

167%
d'augmentation des commandes

172%
d'augmentation du revenu total

14%
d'augmentation de la conversion mobile

123%
d'augmentation du trafic total

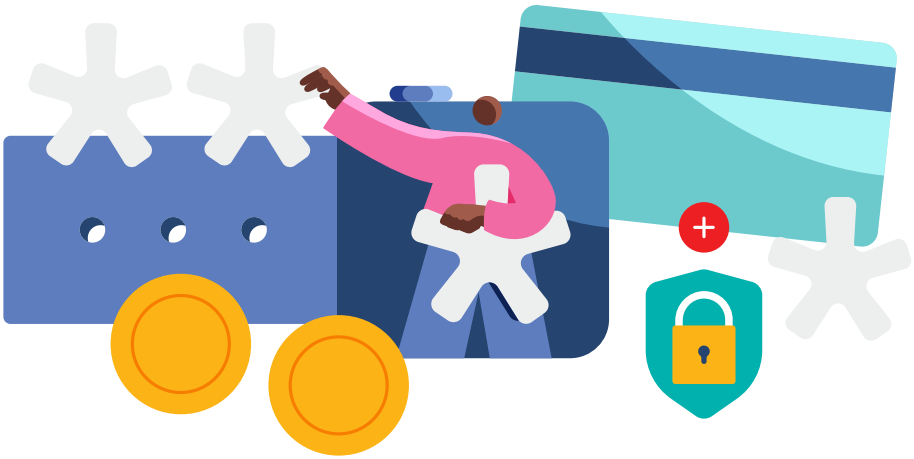
En conclusion, avec Storyblok comme CMS headless et les technologies mentionnées ci-dessus, Stronger a fait un pas de géant et a pris pied sur de nouveaux marchés, touchant un public mondial, tout en restant fidèle au message de sa marque: un style de vie pour les femmes du monde entier.

FinTechs et Plateformes Financières

Si les plateformes de commerce électronique sont celles qui bénéficient le plus d'un système découplé, les plateformes financières viennent juste après. Pourquoi? La réponse est simple: en raison de la CONFIANCE.

Lorsqu'il s'agit d'argent, les utilisateurs demandent une expérience et un parcours qui inspirent confiance d'un bout à l'autre. En d'autres termes, ils veulent de hautes performances, zéro erreur, des transactions transparentes et sécurisées, une transition en douceur d'un canal à l'autre et une interface utilisateur/UX moderne.

Mais pour créer une plateforme financière performante, il faut également s'assurer que tout fonctionne bien en coulisses. Il est essentiel de mettre l'accent sur la sécurité, la confidentialité des données et les sauvegardes.



Dans ce cadre, les systèmes traditionnels et monolithiques pourraient être rayés d'emblée! En effet, ils n'ont pas la capacité de supporter des stratégies omnicanales et la sécurité peut être un problème crucial pour la plupart d'entre eux, en particulier pour WordPress[1].

En revanche, un système headless comme Storyblok est pratiquement une forteresse. **Nous utilisons des API pour fournir un contenu qui ne peut pas être piraté parce qu'il est en lecture seule.** De plus, cette API peut être placée derrière une application et une couche de sécurité. Le contenu est présenté côté client, ce qui réduit l'impact d'éventuelles attaques DDoS (attaques par déni de service distribué). La seule entrée possible est via la page de connexion, ce qui peut être facilement évité en protégeant vos mots de passe.

Concernant les performances, Storyblok est construit sur Jamstack, qui peut améliorer considérablement les prestations d'une plateforme. Nous ne faisons pas seulement référence à la vitesse, mais aussi aux Core Web Vitals (temps de chargement, interactivité et stabilité du contenu lors de son chargement) qui sont combinés avec les mesures existantes du signal de classement de Google, ou "Page Experience".

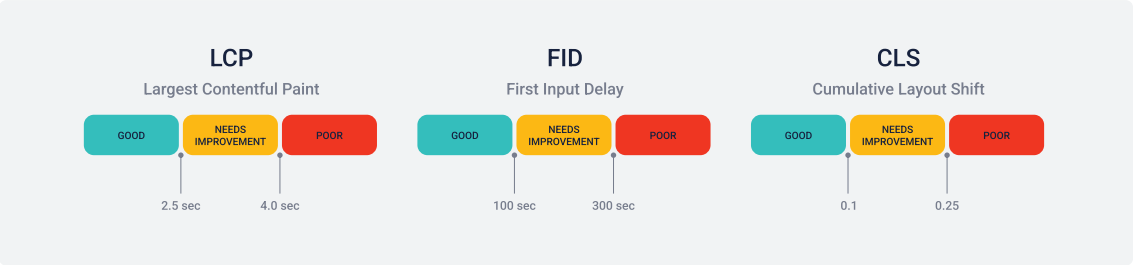
> **Comme décrit par Google “Nous combinons les signaux dérivés de Core Web Vitals avec nos signaux de recherche existants pour la Page Experience, y compris la convivialité mobile, la sécurité de la navigation, la sécurité HTTPS et les directives relatives aux interstitiels intrusifs, afin de fournir une représentation holistique de l’expérience de navigation.**

Voici quelques précisions sur les éléments qui constituent la Page Experience :

1. **Largest Contentful Paint (LCP):** le “plus grand tableau de contenu” mesure les performances de chargement. Le LCP doit se produire dans les 2,5 secondes suivant le début du chargement de la page.

2. **First Input Delay (FID):** le “délai de première entrée” mesure l’interactivité. Les pages doivent avoir un FID de 100 millisecondes, ou moins.

3. **Cumulative Layout Shift (CLS):** le “décalage cumulatif de la mise en page” mesure la stabilité visuelle. Les pages doivent maintenir un CLS de 0,1 - ou moins.



Or, la haute performance n’est pas le seul avantage de Storyblok.
Pensons aux capacités omnicanales des plateformes financières. L’importance d’une présence omnicanale pour les marques de commerce électronique est évidente, mais pourquoi l’omnicanalité est-elle cruciale pour les plateformes financières aussi? Il n’est pas surprenant que le nombre d’utilisateurs mobiles soit en augmentation. En fait, le temps passé dans les applications financières au cours de l’année 2020 a augmenté de 45% dans le monde entier, hors Chine[12].

Le COVID-19 a accéléré ces chiffres et la préférence accrue pour les transactions mobiles. Néanmoins, la préférence pour les appareils intelligents n’est pas importante. Ce qui importe pour une plateforme financière est de pouvoir rencontrer ses utilisateurs sur tous les canaux.
La bonne nouvelle est que les CMS headless ont été créés pour l’ère de l’IoT. Grâce à leur nature découplée, les utilisateurs de transactions financières peuvent bénéficier d’un parcours sans faille sur tous les appareils et canaux.

Avec Storyblok, les plateformes financières peuvent offrir à leurs clients un parcours sûr et ininterrompu. Et la transition entre les canaux et les appareils ajoute le précieux bonus de la confiance.

Le support client peut également bénéficier des capacités omnicanales sous la forme de chatbots et d'assistance IA via la messagerie ou les médias sociaux (Whatsapp, Facebook Messenger, etc.). Rencontrer les utilisateurs sur tous les canaux signifie également pouvoir adapter les expériences individuelles en fonction des préférences et du comportement des utilisateurs. Cela se traduit par plus de conversions et de meilleurs revenus.

> **Les entreprises comprennent la nécessité d'aller au-delà des services bancaires traditionnels, mais beaucoup d'entre elles ont du mal à se moderniser en raison de processus archaïques ou de systèmes existants. En fin de compte, une plateforme omnicanale intégrée et sécurisée est essentielle pour permettre aux banques d'offrir une expérience bancaire sans faille - un facteur de différenciation essentiel, en particulier pour les banques de petite et moyenne taille.**
>
>
>
> **Eric Crabtree**
> Global head of Unisys Financial Services

Storyblok assure aussi la sécurité grâce à l'utilisation de centres de données conformes à la norme ISO27001, de protocoles https, du cryptage des données, de l'authentification à deux facteurs, des sauvegardes et de toutes les normes du secteur.

Depuis juillet 2020, la Cour de justice de l'Union Européenne a statué que tout service de cloud hébergé aux États-Unis était incapable de se conformer au GDPR et aux lois européennes sur la protection de la vie privée[3]. Les serveurs de Storyblok (Amazon AWS) sont conformes au GDPR et aux lois européennes sur la confidentialité, et ils sont situés en Europe.
Nous avons également la possibilité d'opter pour une infrastructure séparée, par exemple en Chine continentale. En plus de prendre toutes les mesures pour sécuriser les données, nous proposons également des sauvegardes S3 et des services de restauration.

L'étude de cas suivant montre comment Storyblok est utilisé pour une plateforme financière.

ÉTUDE DE CAS

La Fintech Fundbox

Fundbox est une plateforme de transactions financières américaine qui offre aux petites entreprises un accès rapide et facile au crédit commercial. Ils ont choisi Storyblok en étant convaincus que Jamstack était le moyen de moderniser leur site web et d'offrir de meilleures performances. Après un processus de changement de marque en 2019, le site web a été relancé avec un nouveau design. La nouvelle plateforme était orientée vers le design mais l'équipe se débattait encore avec un CMS développé en interne. Le système basé sur Django était un point sensible pour les créatifs (spécialistes du marketing et créateurs de contenu) et les développeurs. Par conséquent, peu après le lancement, ils ont commencé à chercher un nouveau CMS.

Étonnamment, c'est Alex Volkov même, l'architecte des solutions marketing de Fundbox, qui a convaincu le reste de l'équipe que la solution consistait à utiliser un CMS headless!

Voici le raisonnement qu'il a utilisé :

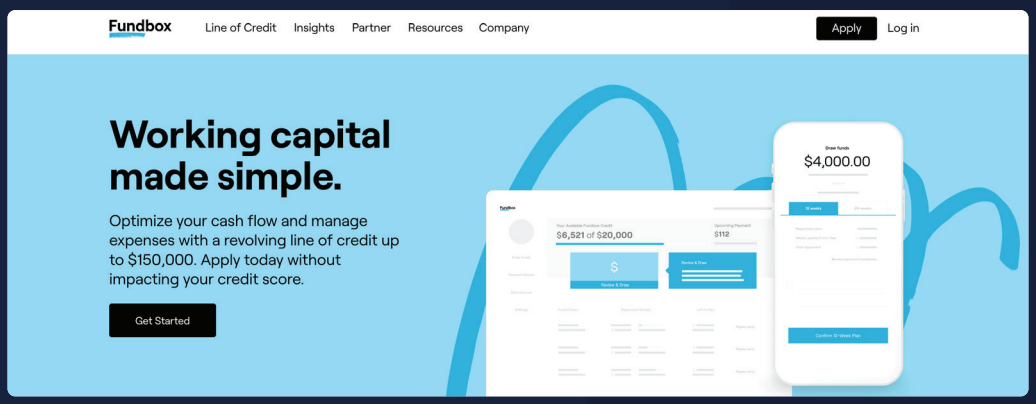
1. **UNE INDÉPENDANCE TECHNOLOGIQUE**
   L'utilisation de Jamstack et Netlify (hébergement) a permis à l'équipe de développement de choisir sa propre stack technique.
2. **DE MEILLEURES PERFORMANCES**
   L'approche découplée et axée sur les API leur a permis de construire plus rapidement, d'avoir de meilleurs temps de chargement et d'améliorer l'UX.
3. **UN DÉPLOIEMENT PLUS RAPIDE**
   L'architecture headless a également assuré un développement plus bref.
4. **UN CMS CONVIVIAL**
   Les créatifs pouvaient facilement apporter des modifications et créer du contenu par eux-mêmes.

Décider d'utiliser un CMS headless n'était que la première étape. La décision la plus difficile était encore à prendre: quel CMS headless choisir?

> Comme nous voulions nous diriger vers Jamstack, nous avons examiné divers systèmes headless et les avons évalués plus en détail. En comparant Storyblok à Contentful, GraphCMS et DatoCMS, nous avons rapidement réalisé que deux points principaux distinguaient Storyblok :
>
> Premièrement, l'expérience d'édition visuelle pour notre équipe de marketing était supérieure aux autres. Deuxièmement, l'approche de Storyblok basée sur les composants permettrait à Fundbox de créer des éléments qui peuvent être personnalisés, imbriqués et remplis de contenu.
>
>
> **Alex Volkov**
> Marketing Solutions Architect

Voici la liste des principales exigences qui les ont amenés à opter pour Storyblok:

- Support de Jamstack et des framework Vue/Nuxt
- Prévisualisation du contenu avant publication
- Possibilité d'annuler facilement les changements
- Capacité à travailler de façon modulaire (ce qui correspond à la façon dont ils construisent avec le framework Vue)
- Flexibilité dans la structure des données (agilité dans l'ajout/suppression de champs, schémas de données)
- Rapidité! Tant dans la livraison du contenu que dans le déploiement
- Possibilité de SSG le site web
- Flux de travail simples et efficaces pour l'équipe de marketing et de contenu
- Gestion du flux de travail avec une trace de vérification.



Le nouveau site Fundbox

Le nouveau CMS satisfait à la fois les créatifs et les développeurs! Ils ne travaillent plus dans des systèmes cloisonnés, ils peuvent bénéficier de flux de travail éditoriaux et d'une bonne gouvernance du contenu.

Plateformes de contenu

Outre le eCommerce et les plateformes financières, les plateformes axées sur le contenu bénéficient également d'une architecture headless, mais d'une manière différente.

Les blogs, les sites d'information, les portails de divertissement, etc. ont tous une chose en commun: la publication régulière et rapide de contenu. Une solide équipe de créatifs (spécialistes du marketing et créateurs de contenu) est indispensable, mais elle ne suffit pas.

Pour construire une telle plateforme, le meilleur choix est un CMS headless et nous allons voir pourquoi. Cependant, avant d'aller plus loin, parlons de WordPress[15].
WordPress alimente environ 40% de tous les sites web sur Internet, et certaines plateformes de contenu pourraient le demander comme solution. Après tout, ce CMS a été créé dans le but de publier du contenu… Néanmoins, il présente de nombreux inconvénients:

- Pour commencer, WordPress est limité à un seul canal à la fois (souvent le site web) en raison d'une technologie et d'une structure prédéfinies. L'intégration de nouveaux canaux nécessite une personnalisation poussée.
- Il offre des flux de travail restrictifs qui créent des engorgements au niveau du contenu, empêchent la réutilisation entre les canaux et conduisent à des silos de contenu.
- Toutes les intégrations doivent être compatibles avec l'architecture WordPress ou bien nécessitent des ressources supplémentaires et des constructions personnalisées.
- En ce qui concerne les performances, WordPress est très lent, et le devient de plus en plus à mesure que vous ajoutez des plugins et des fonctionnalités.
- En plus, il charge tous les plugins - même s'ils ne sont pas tous nécessaires sur la page.

D'autre part, la vitesse est l'un des principaux avantages de Storyblok. Comme les pages web n'ont pas besoin d'être chargées à partir d'une application ou d'un serveur web et qu'elles peuvent être servies sous forme de balises et de ressources préconstruites via un CDN (CloudFront), la vitesse et les performances web s'en trouvent améliorées. Il en résulte des temps de chargement plus rapides et une expérience utilisateur améliorée.

Un argument qui est fréquemment utilisé en faveur de WordPress ou de tout autre CMS traditionnel, est que les CMS headless ne vous donnent pas la possibilité de voir les modifications que vous apportez à votre contenu. Et bien… en utilisant Storyblok, vous offrez à vos clients l'une des meilleures expériences d'édition avec l'éditeur visuel.

Le Visual Editor de Storyblok permet aux éditeurs de modifier leur contenu, d'avoir un aperçu contextuel en temps réel, et de cliquer directement sur les composants de leur site web pour les modifier. En revanche, en choisissant un CMS traditionnel, vous êtes limités dans la mise en œuvre d'une stratégie multicanal, dans le meilleur des cas. Même si cela n'a pas le même impact sur les conversions d'une plateforme de contenus que dans le cas d'un eCommerce, une approche omnicanale y est toujours attendue - c'est la norme.

Concernant l'équipe créative, elle a besoin d'outils de qualité pour réussir la création et le maintien d'une plateforme axée sur le contenu.

UN MODÈLE DE CONTENU PUISSANT

Le modèle de contenu de Storyblok offre aux éditeurs la liberté de gérer et de concevoir leur créations. Les entrées de contenu sont appelées "stories" et chacune est catégorisée selon le type de contenu (par exemple "article de blog"), qui définit les champs disponibles pour cette story.

Il existe deux composants différents qui peuvent être créés dans Storyblok: le "type de contenu" et le "blok". Grâce à eux, les éditeurs peuvent créer des modèles pour leurs articles, tels que Blog Post, Product-page ou FAQ, avec la valeur ajoutée de pouvoir réutiliser ces templates. Les "bloks" sont des composants emboîtables, réutilisables, qui vivent dans une story ou un autre bloc.

UN SYSTÈME DE GESTION DES VERSIONS AVEC UNE CLAIRE VUE D'ENSEMBLE

Outre les "stories" déjà publiées, les rédacteurs peuvent également restaurer les versions d'un brouillon, ce qui peut être utile lorsqu'une équipe travaille sur des éléments de contenu individuels. Aussi, grâce au journal d'activité fourni par Storyblok, ils peuvent revenir en arrière sur un nombre illimité de modifications et même restaurer des éléments de contenu supprimés de la corbeille.

UN PROCESSUS D'APPROBATION PERSONNALISABLE

Les flux de travail éditoriaux complexes sont sujets à des erreurs. Un processus d'approbation solide peut faire toute la différence dans la publication d'un contenu irréprochable.
Storyblok propose deux types de flux de travail:

1. Les flux de travail **de base** avec quatre étapes (indéfini, rédaction, révision et prêt à publier)
2. Les flux de travail **personnalisés** (où vous pouvez définir vos propres étapes en utilisant les six propriétés suivantes: nom, couleur, étape par défaut, droits de publication, prochaines étapes disponibles, utilisateur(s)/rôle(s) qui peuvent changer une étape en la prochaine étape disponible).

En outre, vous avez également la possibilité d'ajouter des commentaires. Le processus d'approbation se fait en fonction des rôles définis et par le biais de notifications par e-mail ou sur le tableau de bord.

UNE GESTION D'ACTIFS CONVIVIALE

Storyblok offre à la fois une option de gestion interne des actifs et une intégration avec des services externes. Dans le système interne, les utilisateurs peuvent créer une arborescence de dossiers, et peuvent trier et exécuter des actions en masse. L'intégration externe se fait via une application - elle connecte Cloudinary à Storyblok - ce qui permet une manipulation rapide et facile des images. Il y a également la possibilité d'optimiser automatiquement les images en ajoutant des paramètres à l'URL demandée.

UNE INTERNATIONALISATION RÉALISABLE

Storyblok offre deux options principales pour gérer le contenu multilingue et multi pays:

1. Les traductions **au niveau du champ** (vous n'avez besoin que d'un seul arbre de contenu et vous n'avez pas à créer un dossier autonome pour chaque pays. Chaque champ traduisible sera stocké dans l'arborescence de contenu comme une propriété autonome distincte avec un suffixe de la langue à laquelle il appartient).
2. Les traductions **au niveau du dossier** (qui utilise des arbres de contenu distincts pour chaque langue).

Chaque localisation peut être entièrement personnalisée au niveau de la structure et de l'ordre des composants de l'histoire.

Passer de WordPress au Headless

WordPress est un outil puissant et un grand classique, tout comme les téléphones Nokia. Toutefois, les deux sont coincés dans le passé et n'ont pas été construits pour être à l'épreuve du futur.

Certes, WordPress a publié en 2016 sa propre API REST entièrement fonctionnelle, donnant aux utilisateurs la possibilité de diffuser du contenu dans une représentation générique, standard et non formatée, mais que cela en fasse un CMS headless ou non est une autre discussion!

La migration de WordPress à Storyblok se fait en cinq étapes (ceci n'est pas un tutoriel, vous pouvez en trouver un écrit - en anglais - par l'un de nos ambassadeurs ici[11]).

Plateformes Corporate

Malgré le nombre croissant de canaux, de plateformes et de dispositifs numériques, les sites web d'entreprise jouent toujours un rôle crucial en termes de marketing digital. L'objectif principal d'un site Corporate est la transmission d'informations liées à l'image de marque de l'employeur, au recrutement et à la création de communautés. De plus, il contribue à générer des conversions.

Mais quels sont les facteurs de performance clés qui aident un site à atteindre cet objectif? Comment la plateforme établit-elle la confiance et la "sympathie"? L'entreprise elle-même joue un rôle clé, surtout dans la manière dont elle se présente et dont elle établit des relations avec ses utilisateurs.

Les utilisateurs peuvent-ils facilement naviguer et rechercher dans le contenu, et trouver ce qu'ils cherchent? Ont-ils accès à l'assistance produit et au service clientèle? La conception, le ton de la voix et l'imagerie sont-ils conformes à la marque?

Bien que vous ne puissiez pas avoir une influence totale sur tous ces facteurs, vous pouvez certainement agir sur les aspects qui sont les plus importants pour établir la confiance: la performance des pages et la création de contenu.

LA PERFORMANCE

La vitesse des pages est un facteur de classement important - depuis 2010 pour les recherches sur ordinateur de bureau et depuis 2018 pour les recherches sur mobile. Elle n'a pas autant de poids que la pertinence d'une page, mais s'il existe des pages au contenu similaire (celles de la concurrence), la vitesse peut devenir un facteur décisif. Même si vous ignorez ce fait, il reste le problème du taux de rebond. La fidélité des utilisateurs est fragile, comme le prouve une étude réalisée par Google[4]: 53% des visiteurs quittent un site mobile s'il met plus de 3 secondes à se charger.
Outre la vitesse, un autre signal de classement est l'expérience de la page, la mesure de ce que l'on appelle les Core Web Vitals. En utilisant Storyblok et un bon service d'hébergement, vous pouvez tirer pleinement parti de l'architecture Jamstack et offrir des performances de page supérieures à vos utilisateurs.

LA CRÉATION DE CONTENU

Vous pouvez aider l'équipe créative à adopter une approche stratégique de la gestion et de la publication du contenu. En les équipant d'outils tels que les flux de travail personnalisés, le versionnage, les autorisations personnalisées des utilisateurs et les processus d'approbation, vous les aiderez à planifier, tester, rééditer, programmer et publier leur contenu plus efficacement.
Les délais de mise sur le marché peuvent être considérablement réduits grâce à ça mais aussi grâce à la réutilisation de templates et de modules de contenu, ou avec l'automatisation de la création de contenu. Avec le headless, vous donnez à vos équipes les outils nécessaires pour créer, tester, cibler et optimiser l'expérience numérique.
Sans oublier la convivialité de Storyblok! Notre interface est facile à utiliser, à commencer par l'éditeur visuel contextuel en temps réel.

ÉTUDE DE CAS

UPC Business UPC

UPC Business est une marque leader sur le marché suisse des télécommunications depuis 1999, et qui sert des clients de divers secteurs clés. Les raisons pour lesquelles elle a fait appel au cabinet de conseil twim GmbH pour la modernisation de son infrastructure digitale sont:

1. Un flux de travail d'édition chronophage pour les changements de contenu
2. Longue durée de production des nouvelles pages (long délai de mise sur le marché)
3. Manque de performance.

Pour résoudre ces problèmes, twim GmbH a choisi d'exploiter la puissance de l'architecture Jamstack. La stack technique qu'ils ont mis en place est composée de Storyblok (CMS headless), Netlify (hébergement), Nuxt.js (framework) et Github. En trois mois, une équipe de trois développeurs a construit un nouveau site web qui est rapide, agile et réactif.

Le nouveau site, qui compte plus de 500 pages en quatre langues, est passé d'un temps de chargement de 20,6 secondes à 3 secondes, soit près de 7 fois plus rapide que l'ancien. Voici une image complète de l'amélioration des performances:

PERFORMANCE	NEW WEBSITE	LEGACY WEBSITE
PageSpeed Grade	A (100%)	F (40%)
YSlow Grade	A (92%)	E (51%)
Fully Loaded Time	3.0s	20.6s
Total Page Size	687kb	4.64mb
Total # of Requests	31	228

Le nouveau flux de travail a changé la façon dont les rédacteurs et les gestionnaires créent et mettent à jour le contenu. Ils peuvent créer des composants et des pages hautement personnalisés et précodés sans l'aide de développeurs.

> **Storyblok est un CMS headless convivial et puissant. L'éditeur visuel vous aide à construire des pages en quelques clics et à réduire considérablement le temps de mise sur le marché. Storyblok est génial ! Commencez à utiliser Storyblok dès aujourd'hui et vous verrez par vous-même.**

Philipp Leuenberger
Head of B2B Digital Management at UPC Schweiz GmbH

Le flux d'approbation multicouche a complètement éliminé les erreurs de contenu, garantissant que le contenu n'est publié que par les bonnes personnes. Les avantages sont évidents: hautes performances, délais de commercialisation plus courts, création et publication de contenu sans faille, et moins d'argent dépensé en développement.

Conclusion

Il existe de nombreux scénarios possibles et dans cet eBook nous n'avons pas couvert tous les types de projets et tous les avantages de Storyblok par secteur.

Si vous êtes une agence, vous pouvez devenir notre partenaire et bénéficier de nombreux avantages, comme un nombre illimité d'espaces de développement gratuits, le support de Storyblok pour aider votre agence à se développer, des opportunités de co-marketing, et bien plus encore!
Pour en savoir plus, contactez nos Partner Success Managers à l'adresse mail partners@storyblok.com ou cliquez ici.

Si vous êtes un annonceur, venez tester Storyblok lors d'un essai gratuit pour découvrir comment l'architecture headless peut répondre à vos problématiques spécifiques.
Pour voir Storyblok en action lors d'une démo cliquez ici, pour nous contacter c'est par ici.

Glossaire

Pour votre première approche de la navigation sur Storyblok

APP
Une application Storyblok est un groupe de plugins de type champ qui sont installés sur l'espace de l'utilisateur. Après examen, votre application peut être utilisée par d'autres utilisateurs et publiée dans le répertoire des applications.

BLOK
Un blok ou un composant emboîtable est un type de composant qui ne vit qu'au sein d'une story (voir ci-dessous) et d'autres bloks, comme Hero, Grid et Full Width Image. Vous ne pouvez pas créer de nouvelles histoires à partir de ce composant, car il ne fait partie que d'une seule story. Pour les utiliser dans un même type de contenu, vous devrez créer un champ de type blocs qui permet l'imbrication des composants.

COLLABORATOR
Un collaborateur est une personne qui est un membre explicite de votre projet. En tant que propriétaire d'un espace, vous pouvez choisir entre différents rôles ou définir vos propres droits (rôles) et permissions avancées.

COMPONENT
Un composant est une entité autonome qui a une signification à part entière. Si les composants (ou bloks) peuvent être imbriqués les uns dans les autres, ils restent sémantiquement égaux. Chaque composant est un petit morceau de votre structure de données qui peut être rempli de contenu ou imbriqué par votre éditeur de contenu. Un composant peut être composé d'autant de types de champs que nécessaire.

CONTENT BOARD
La partie de l'application où vous pouvez créer, parcourir et modifier votre contenu.

CONTENT-TYPE
Les types de contenu vous permettent de créer des modèles pour vos stories. Vous pouvez créer autant de types de contenu que vous le souhaitez. Les exemples de types de contenu les plus courants sont Post, Product, Page ou FAQ Entry. Après avoir créé des types de contenu, vous pouvez créer des stories de ce type, sur la base du modèle que vous avez défini. Par défaut, nous fournissons un type de contenu "Page".

DASHBOARD
Le premier écran que vous voyez après vous être connecté à Storyblok est votre tableau de bord, un aperçu de tous les espaces auxquels vous avez accès. L'écran est divisé en deux sections principales.

PORTAIL DES PARTENAIRES
Un portail conçu et désigné pour aider nos partenaires à trouver les bons clients. Les partenaires sont les premiers à avoir accès au matériel et aux opportunités d'apprentissage : matériel éducatif et promotionnel, dossiers de vente en marque blanche et guides de mise en œuvre technique.

SCHEMA
Chaque composant, qu'il s'agisse d'un type de contenu ou d'un bloc, possède un ensemble défini de champs, appelé "schéma". Votre schéma se compose d'un ou de plusieurs champs de types différents. Un schéma peut comporter plusieurs onglets, ce qui vous permet de regrouper vos champs.

ESPACE
Un espace est un dépôt de contenu. Il s'agit d'un endroit où l'on peut conserver tout le contenu lié à un projet. Chaque espace possède ses propres histoires, types de contenu, blocs, ressources et configurations.

STORY
Une "story" est ce que nous appelons les entrées de contenu que vous pouvez créer dans Storyblok. Chaque histoire ou story est définie par exactement un type de contenu. Un type de contenu décrit les champs qui sont disponibles pour cette story et qui doivent être remplis par les créateurs de contenu. En plus des champs que vous définissez, une story est livrée avec des propriétés par défaut comme le nom, le slug, la date de publication, et bien d'autres encore.

STORYBLOK
L'interface Storyblok permet de gérer les espaces et le contenu.

TOOL
Les "tools" ou outils sont une manière différente d'étendre votre éditeur visuel. Ils vous permettent d'améliorer votre productivité en ajoutant certaines fonctionnalités à l'éditeur. Deux exemples d'outils sont l'importation et l'exportation de contenu ou un presse-papiers personnalisé. Les outils sont spécifiques aux articles et apparaissent dans votre éditeur visuel lorsque vous modifiez un article.

VISUAL EDITOR
L'éditeur visuel permet à vos rédacteurs d'éditer leur contenu avec un aperçu en contexte, y compris la possibilité de cliquer sur les composants de leur site web. Cette fonctionnalité est facultative et ne dépend d'aucune technologie spécifique. Elle ne modifiera pas la structure de votre HTML et ne réorganisera pas le DOM.

Références

1 Abela, R. (2021, Feb). Statistics highlight the biggest source of WordPress vulnerabilities. WP WhiteSecurity. Retrieved Oct, 2021, from https://www.wpwhitesecurity.com/statistics-highlight-main-source-wordpress-vulnerabilities/

2 An, D. (2018, Febr). Find out how you stack up to new industry benchmarks for mobile page speed. Think with Google. Retrieved Oct, 2021, from https://www.thinkwithgoogle.com/marketing-strategies/app-and-mobile/mobile-page-speed-new-industry-benchmarks/

3 Cano, S. (2021, Apr). What is Schrems II and how does it affect your data protection in 2021? Thales. Retrieved Oct, 2021, from https://dis-blog.thalesgroup.com/security/2021/04/29/what-is-schrems-ii-and-how-does-it-affect-your-data-protection-in-2021/

4 Castro, J. (2016, Oct 13). Google Blog. Retrieved Oct, 2021, from Increase the speed of your mobile site with this toolkit

5 Content Delivery API Reference. (n.d.). Storyblok. Retrieved Oct, 2021, from https://www.storyblok.com/docs/api/content-delivery

6 Ecommerce Statistics. (n.d.). 99 Firms. Retrieved Oct, 2021, from https://99firms.com/blog/ecommerce-statistics/

7 44 Cart Abandonment Rate Statistics. (n.d.). Baymard Institute. Retrieved Oct, 2021, from https://baymard.com/lists/cart-abandonment-rate

8 Global Headless CMS Software Market Forecast Report 2020-2027: Market Opportunities in the Rising Deployment of Headless CMS in BFSI Sector. (2021, Febr). GlobeNewsWire. Retrieved Oct, 2021, from https://globenewswire.com/news-release/2021/02/23/2180124/0/en/Global-HeadlessCMS-Software-Market-Forecast-Report-2020-2027-Market-Opportunities-in-the-RisingDeployment-of-Headless-CMS-in-BFSI-Sector.html

9 Kleinberg, S. (2018, Jan). Think with Google. 5 ways voice assistance is shaping consumer behavior. Retrieved Oct, 2021, from https://www.thinkwithgoogle.com/future-of-marketing/emerging-technology/voice-assistance-consumer-experience/

10 Shukairy, A. (n.d.). The State of Voice Shopping – Statistics and Trends [Infographic]. Invesp. Retrieved Oct, 2021, from https://www.invespcro.com/blog/voice-shopping/

11 Silvente, A. (2021, Jul). How To Migrate From WordPress To A Headless CMS. Smashing Magazine. https://www.smashingmagazine.com/2021/07/wordpress-headless-cms-storyblok/

12 The State of Mobile 2021. (2021). App Annie. Retrieved Oct, 2021, from https://www.appannie.com/en/go/state-of-mobile-2021/

13 Stronger - Tech-enabled hypergrowth. (2021, May). centra. Retrieved Oct, 2021, from https://www.centra.com/case-studies/stronger-tech-enabled-hypergrowth

14 UK Online Shopping and E-Commerce Statistics for 2017. (2017, Mar 14)Nasdaq. Retrieved Oct, 2021, from https://www.nasdaq.com/articles/uk-online-shopping-and-e-commerce-statistics-2017-2017-03-14

15 Usage statistics and market share of WordPress. (n.d.). W3techs. Retrieved Oct, 2021, from https://w3techs.com/technologies/details/cm-wordpress

16 Use your technology of choice. (n.d.). Storyblok. Retrieved Oct, 2021, from https://www.storyblok.com/technologies

17 Webhooks. (n.d.). Storyblok. Retrieved Oct, 2021, from https://www.storyblok.com/docs/guide/in-depth/webhooks

Try Storyblok today

Curious if a headless system is the right choice for your enterprise?

TALK TO ONE OF OUR SPECIALISTS

©2023 Storyblok. All Rights Reserved.

storyblok