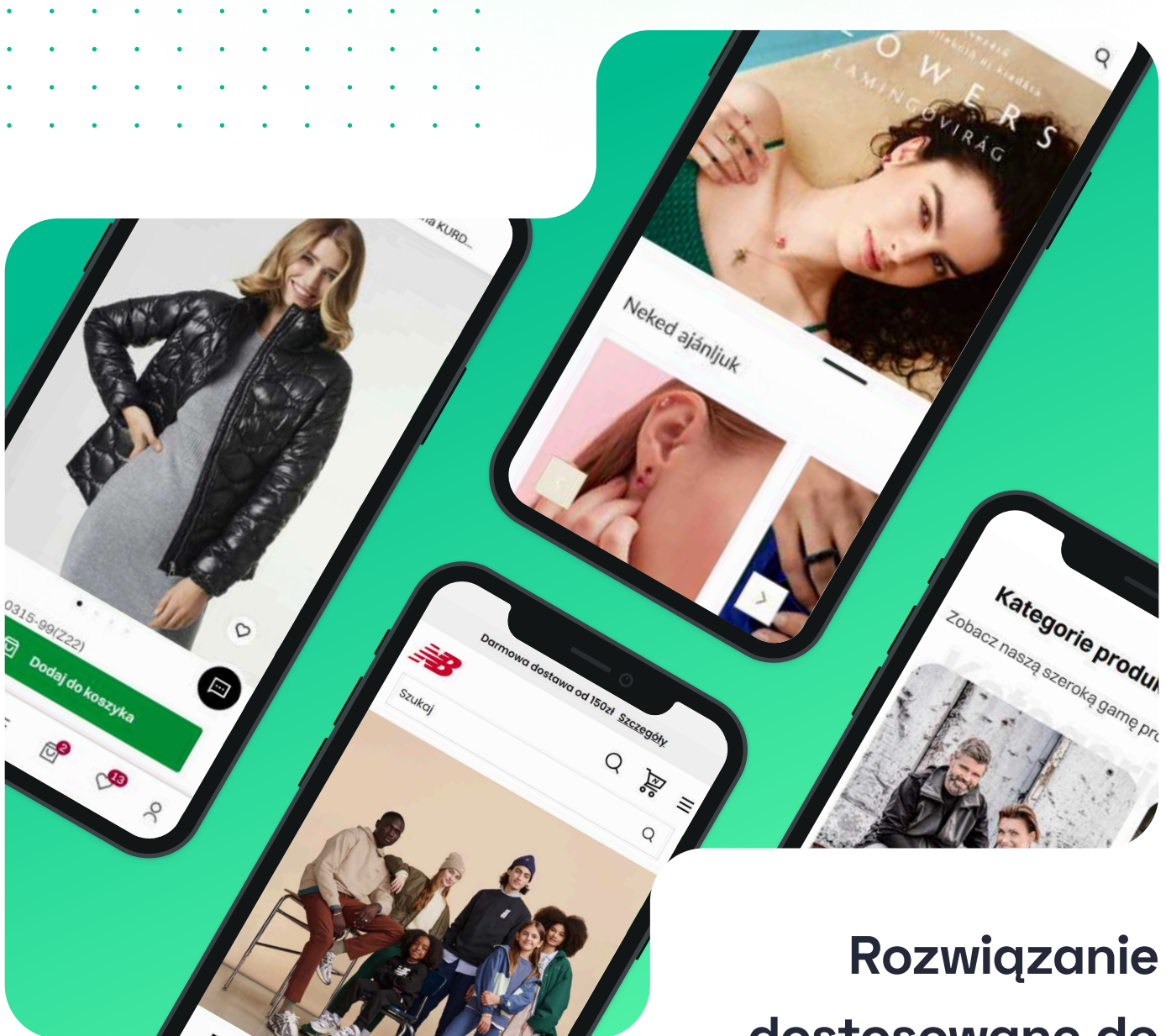


Technologia

Raccoon

Storefront



Rozwiązanie
dostosowane do
dynamiki rynku

'merce

Czym jest

Raccoon Storefront

Raccoon Storefront to frontendowy interfejs, który stworzony został przy wsparciu najnowszych technologii. Charakteryzuje się on elastyczną budową oraz wydajnością. Wykorzystanie gotowych komponentów, które można swobodnie dopasować do specyfiki marki znacznie skraca czas tworzenia całego frontu. Natomiast dzięki podejściu headless commerce merchanti mają możliwość korzystania z wielu kanałów sprzedaży – storefrontów oraz aplikacji mobilnych.



“

Ideą, jaką kierowaliśmy się podczas developmentu, było stworzenie rozwiązania, które będzie w łatwy sposób adaptować się do dynamiki rynku elektronicznego oraz wszystkich wyzwań podejmowanych przez przedsiębiorców w eCommerce. Wykorzystanie odpowiedniego frameworku do budowy Raccoon Storefront zostało poprzedzone długim researchem i testami dostępnych rozwiązań, aby wybrać to, które pozwoli zachować modułowość platformy, jej otwartość na zmiany oraz bezkompromisową wydajność.

Błażej Pędzik

Senior JavaScript Developer Merce.com S.A.

Jakie wyzwania

biznesowe

rozwiązaliśmy

dzięki Raccoon
Storefront



Lepsza indeksacja przez roboty SEO

Renderowanie HTML po stronie serwera (SSR) znacząco przyspiesza wyświetlanie treści, co przekłada się bezpośrednio na lepsze wyniki witryny w SEO i znacząco poprawia jej pozycję w wynikach wyszukiwania. W Raccoon Storefront wykorzystaliśmy strukturę sieciową Astro, która umożliwia łatwą implementację SSR, zapewniając rozwiązanie optymalne wyniki w metrykach First Contentful Paint (FCP).



Szybsze ładowanie storefrontu

Skrypty JS i obrazy często obciążają storefronty, co negatywnie wpływa na czas ładowania strony. Dzięki wykorzystaniu usługi Thumbor oraz frontendowych bibliotek UI waga grafik została zmniejszona. Pozwoliło to na szybsze ładowanie strony, co może pozytywnie wpływać na konwersję.



Poprawa doświadczenia użytkownika

Stosowanie zaawansowanych narzędzi frontendowych zmniejsza obciążenie kodu, co prowadzi do wydajniejszego renderowania strony. To z kolei bezpośrednio poprawia doświadczenie użytkownika i zwiększa dostępność strony.



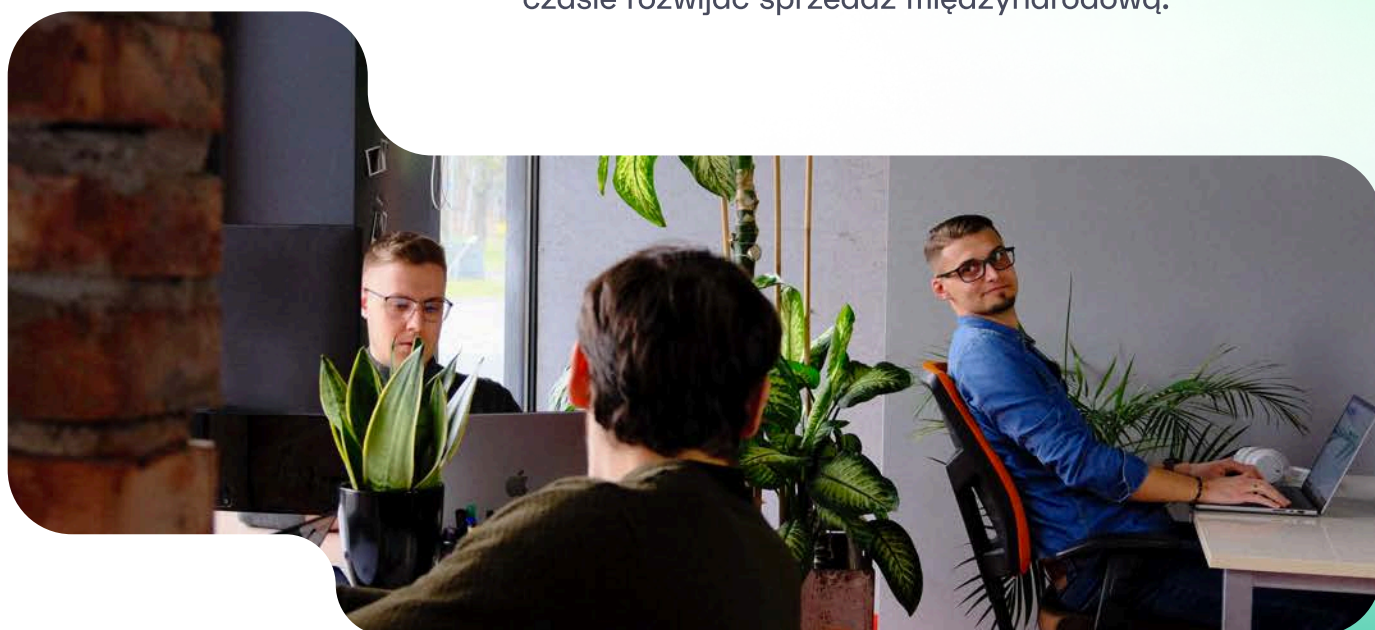
Efektywność na każdym urządzeniu

Zastosowany w Raccoon Storefront stack technologiczny jest idealnie dopasowany do urządzeń mobilnych. Dzięki niemu przy kolejnym otwarciu witryny przeglądarka nie musi przetwarzać od nowa całej strony, lecz tylko jej elementy dynamiczne.



Łatwe otwieranie wielojęzycznych frontów

Wykorzystanie elastycznych rozwiązań w budowie Raccoon Storefront daje możliwość tworzenia wielu frontów w różnych językach, co pozwala w szybkim czasie rozwijać sprzedaż międzynarodową.



Jak zbudowany

jest Raccoon

Storefront

Branża eCommerce jest niezwykle dynamiczna. Nowe technologie pojawiają się w szybkim tempie, a modele biznesowe stale ewoluują. Rozwiązania, które jeszcze nie tak dawno były szeroko wykorzystywane, dziś są zastępowane przez inne. Przykładem może być architektura monolityczna, którą jest wypierana przez lepsze, bardziej elastyczne i wszechstronne systemy bazujące na poniższych elementach:

API i GraphQL

Nasze rozwiązanie pozwala budować i rozwijać frontend za pomocą wielu technologii. Komunikacja pomiędzy warstwą frontend a backendem odbywa się poprzez interfejsy API i GraphQL.

MACH

Platformy wykorzystujące architekturę MACH (Microservice-based, API-first, Cloud-native, Headless-commerce) zapewniają elastyczność w modyfikowaniu i są projektowane tak, by były gotowe na nowo pojawiające się rozwiązania technologiczne, a także w łatwy sposób poddawały się skalowaniu, co jest niezbędne w środowisku eCommerce.

Headless

Kluczowe w budowie Raccoon Storefront jest podejście headless będące częścią architektury MACH. Zapewnia ono oddzielenie warstwy frontendu od backendu, czyli prezentacji interfejsu użytkownika od logiki biznesowej. Dzięki temu przedsiębiorcy mogą szybciej wdrażać nowe technologie i integracje bez konieczności modyfikacji całego oprogramowania.

— Korzyści biznesowe technologi



Raccoon Storefront —

1 Storefront i aplikacja mobilna z jednego źródła danych

Proces developmentu opiera się na stworzeniu jednego kodu, za pomocą którego merchanci mogą otrzymać storefront, kolejne aliasy, na przykład na rynki zagraniczne, czy też uruchomić aplikację mobilną dostępną w Google Play i App Store.

2 Wydajny storefront odporny na obciążenia

Połączenie technologii Raccoon ze skalowalną, hybrydową chmurą wpływa bardzo korzystnie na szybkość działania frontu. Przedsiębiorcy mają dzięki temu pewność, że w okresie wzmożonego ruchu całe rozwiązanie będzie stabilne, nie zawiesi się i zagwarantuje klientom doświadczenia zakupowe na najwyższym poziomie.

3 SEO-friendly

Raccoon Storefront jest oparty na frameworku Astro. Sprawia to, że wydajność storefrontu na wszystkich urządzeniach jest bardzo wysoka. Rozwiązanie to zostało docenione podczas semKRK Awards 2024, gdzie zajęło II miejsce w kategorii najlepsza kampania SEO. Dodatkowo Raccoon Storefront podczas testów PageSpeed Insight osiąga gwarantowane wyniki szybkości na poziomie 95 na 100 możliwych punktów, co bezpośrednio wpływa na SEO.

4 **Możliwość rozwijania rozwiązania przez zewnętrzny zespół**

Jako producent oprogramowania dajemy możliwość rozwijania warstwy frontendu przez niezależny od nas zespół w ramach idei Headless Decoupled. Po wdrożeniu platformy powstaje repozytorium umożliwiające samodzielne publikowanie nowych wersji rozwiązania oraz ich wycofywanie za pomocą ścieżek CI/CD, które są następnie przekazywane przeszkolonemu zespołom IT.

5 **Architektura oparta na komponentach**

Raccoon Storefront został zbudowany z komponentów zaprojektowanych w oparciu o model Atomic Design. Celem tej metodologii jest modułowe organizowanie i budowanie interfejsów, co ułatwia ich tworzenie, wdrażanie oraz utrzymanie. Dzieląc storefront na mniejsze, podstawowe elementy, które można łączyć w bardziej złożone i wymienne komponenty, zoptymalizowany zostaje czas potrzebny na wdrożenie platformy eCommerce.

6 **Niezależność od backendu i automatyczne aktualizacje**

Raccoon Storefront pozwala na rozwój i wprowadzanie zmian bez konieczności ingerencji w backend. Proces ten jest w pełni zautomatyzowany i nie wymaga od merchanta żadnych działań. Daje mu to gwarancję stałej dostępności do zasobów chmurowych, eliminuje przestoje, minimalizuje ryzyko wystąpienia błędów i co najważniejsze, nie generuje długu technologicznego.

Ochnik

Cel biznesowy:

Poprawa konwersji oraz wyników SEO

Opis sytuacji

Szybkość serwisu jest jednym z kluczowych warunków gwarantujących sprawny proces zakupowy. Jeśli użytkownicy zauważają opóźnienia w ładowaniu strony, często rezygnują z jej przeglądania. To znacząco wpływa na wyniki i ROI płatnych kampanii pozyskania ruchu.

Kolejnym istotnym zagadnieniem jest pozycjonowanie. Google od dłuższego czasu podkreśla, że promuje witryny, które są przyjazne dla użytkowników. Szybkość ładowania strony, weryfikowana przez narzędzie Google PageSpeed Insights, to jedno z kryteriów oceny. Firmy starają się zatem uzyskać wysokie wyniki tego wskaźnika, co wspiera ich działania w zakresie optymalizacji dla wyszukiwarek internetowych.

Wyniki w narzędziu PageSpeed Insights:

100/100

Ułatwienia dostępu

92/100

Sprawdzone metody

93/100

SEO

Rozwiązanie:

Oferujemy najwyższe standardy tworzenia szybkich serwisów. W naszych platformach wykorzystaliśmy takie rozwiązania jak renderowanie danych po stronie serwera, a nie klienta – Server Side Rendering – lekkie frameworki jak Astro czy oparcie serwisu desktop na strukturze PWA. Dzięki temu klienci marki Ochnik doświadczają płynnej nawigacji i szybkich interakcji, a tym samym dokonują zakupów bez przeszkód.

Insight:

Jako dostawca platformy gwarantujemy wynik szybkości storefrontu na poziomie przynajmniej 90/100

Dawid Szrek

Manager ds. eCommerce i projektów IT w firmie Ochnik

Szybkość działania serwisu ma wpływ na wiele czynników. Z jednej strony dostrzegamy to bardzo oczywiste, jak poprawa UX klientów, dzięki której mamy mniej porzuconych koszyków i większą konwersję. Z drugiej zauważamy to mniej oczywiste, ale jak się okazuje równie ważne. To, że osiągamy lepsze wyniki w SEO dzięki szybkości, jest tego najlepszym przykładem.

W.KRUK

Cel biznesowy:

Rozpoczęcie sprzedaży na nowym rynku

Opis sytuacji

W.KRUK rozszerzył działalność poprzez otwarcie dwóch salonów sprzedaży na Węgrzech – w Budapeszcie i Segedynie. W kolejnym kroku firma chciała szybko uruchomić węgierskojęzyczną wersję storefrontu dostosowaną do oczekiwań i preferencji klientów z nad Dunaju.

Rozwiązanie:

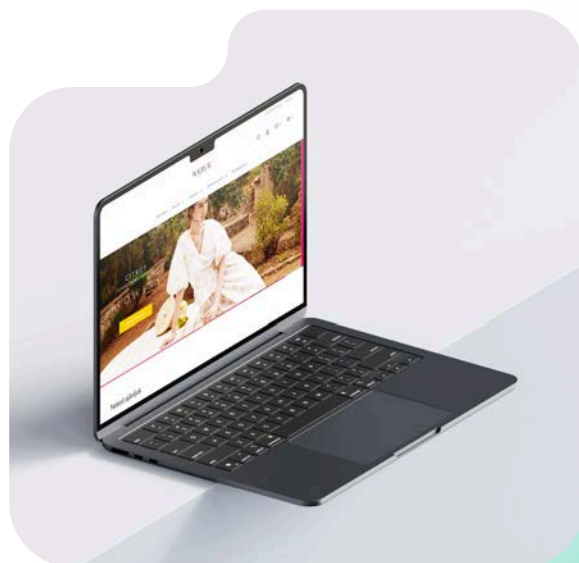
Storefront stworzony na rynek węgierski został zasilony danymi z polskiego projektu, który także jest obsługiwany przez Merce.com. Prace obejmowały w szczególności przygotowanie cenników walutowych, tłumaczeń i wdrożenie rozwiązań charakterystycznych dla węgierskiego rynku. Istotnym elementem zlecenia była integracja wielu systemów zewnętrznych i wewnętrznych używanych przez W.KRUK

Wyniki

Wdrożenie sprzedaży transgranicznej na węgierski rynek w 3 miesiące.

Insight:

W.KRUK to marka z ponad 180-letnią tradycją – jej początki sięgają 1840 roku. Obecnie firma jest częścią Grupy VGR.



Dariusz Urban

Dyrektor Działu eCommerce
w firmie W.KRUK

Projekt zapoczątkowany we wrześniu zakończył się sukcesem pod koniec listopada, spełniając rygorystyczne ramy czasowe i budżetowe. Kluczowym elementem tej realizacji było partnerskie podejście i staranna analiza biznesowa umożliwiająca optymalne i sprawne zarządzanie nią.

New Balance Poland



Cel biznesowy:

Uruchomienie aplikacji mobilnej

Opis sytuacji

Klienci New Balance Poland to grupa szczególnie otwarta na nowe technologie i chętnie z nich korzystająca. Marka chciała wykorzystać ten potencjał i stworzyć aplikację mobilną w ramach jednego ekosystemu eCommerce.

Rozwiązanie:

Dzięki innowacyjnej technologii Raccoon udało się stworzyć storefront oraz aplikację mobilną, którymi można zarządzać w jednym miejscu. To rozwiązanie pozwoliło uniknąć kosztów podwójnego developmentu aplikacji mobilnej oraz storefrontu. W efekcie czas na zarządzanie dwoma projektami, które były zazwyczaj obsługiwane przez dwie, niezależne od siebie firmy IT, został zaoszczędzony.

Wyniki

Aplikacje w Google Play i App Store.

Insight:

W wybranych momentach rynek mobilny generuje nawet 85% całego ruchu w New Balance Poland.



Arkadiusz Kotula

Dyrektor eCommerce w oddziale
New Balance Poland

Szukaliśmy firmy, która uwzględni w platformie nasze potrzeby. Efekt prac jest odbierany pozytywnie przez naszych klientów, a to właśnie na ich opinii zależy nam najbardziej.

Porozmawiajmy o optymalizacji Twojego eCommerce

Sprawdź, jak możesz przyspieszyć działanie i zwiększyć sprzedaż dzięki Racoon Storefront.

Jeśli masz dodatkowe pytania na temat technologii w eCommerce, skontaktuj się z nami:

Adam Kubala
New Business Manager

+48 572 338 023

adam.kubala@merce.com

