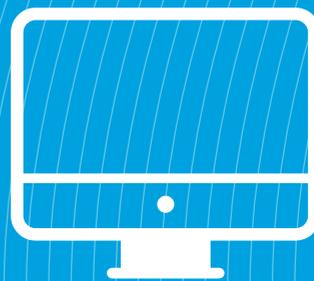




从 ASICS 到 Unilever: 电子商务成功的关键



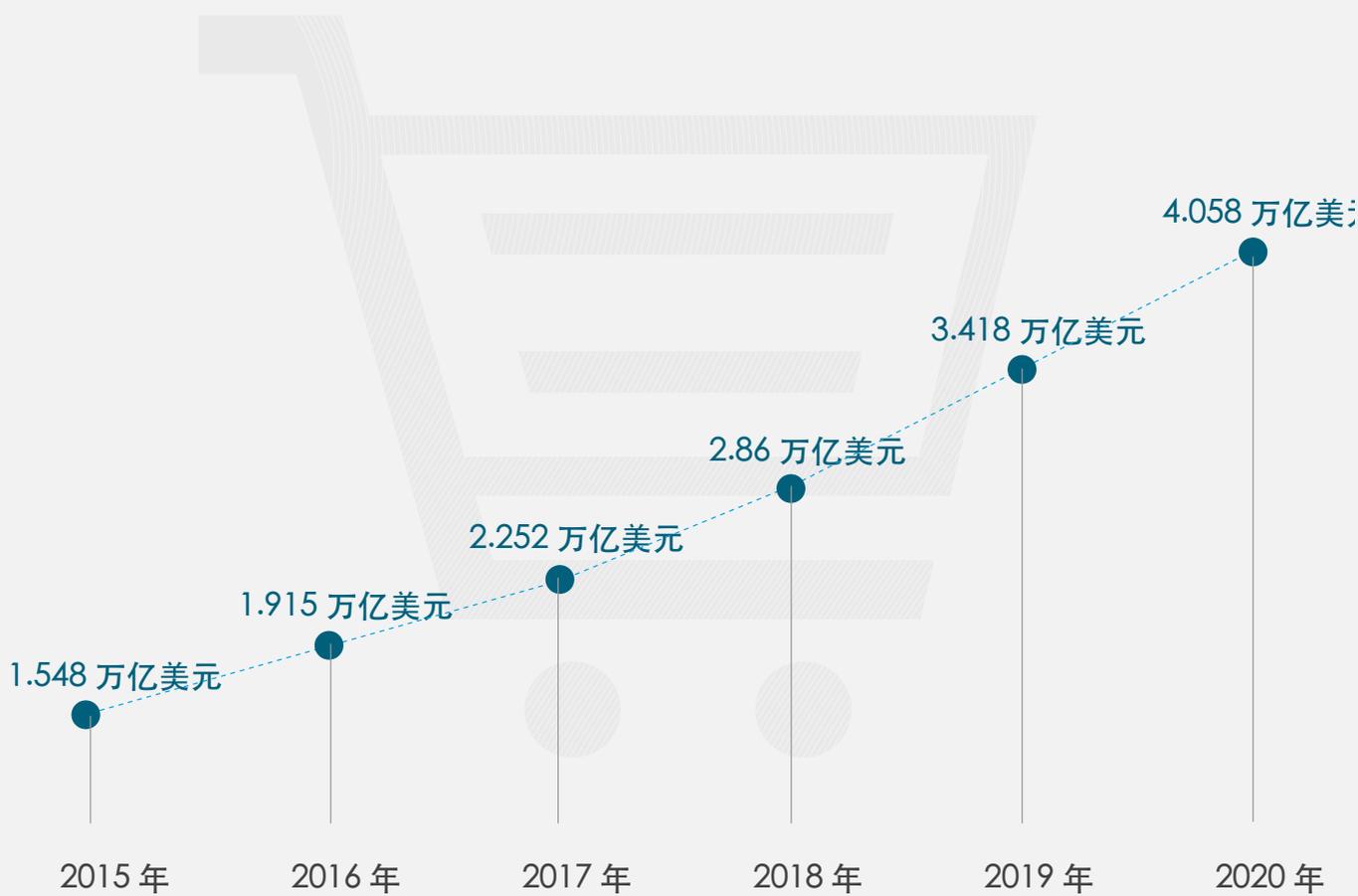
目录

执行摘要	3
日新月异的电子商务环境以及集成所扮演的角色	5
传统电子商务方式是成功的绊脚石	7
电子商务 API-led Connectivity 方式	8
案例研究：Unilever 包装消费品	10
案例研究：ASICS 零售业	11
案例研究：三大玩具制造商 包装消费品	12
结论	13
关于 MuleSoft	14

执行摘要

全球电子商务市场——增长最快的数字渠道之一——预计到2020年将达到 **4万亿美元**，到2022年将占零售市场的 **17%**。电子商务是指在互联网上进行交易并促进业务，这种形式大大活跃了在线购物以及与品牌的数字互动。

以美国为例，**79%的美国民众**在线购物；获得令人满意电子商务客户体验的购物者不仅花费比其他人**高出140%**，而且他们在社交网络上关于这些品牌的数字互动也会影响他们在商店里**56%**的消费额。



79% 的美国民众
在线购物，
而且在

获得 令人满意的个性化客户体验时的花费会高出140%。

上述数据表明，电子商务现已成为所有公司品牌的延伸。然而，目前的 IT 集成格局并非为电子商务世界而构建。

传统的电子商务模式遵循点对点集成方法，无法因应创建客户所需连接电子商务体验的挑战。这种模式已不再适合当今不断变化的电子商务环境。电子商务成功的首要关键在于采用新的集成方法，使 IT 团队能够快速开发和集成来自不同系统的数据，从而构建一项连接的电子商务策略。为了实现这一目标，企业正转为使用以 API 为主导的集成方法，将数据、应用程序、系统和设备公开为可重复使用的 API。

API-led Connectivity 的优势可以通过三家大公司的经验来证明：

公司	电子商务挑战	API-led Connectivity 成果
Unilever 包装消费品	更快地推出新的电子商务计划，以便通过数字和店内渠道与客户直接互动，并提供更好的体验	IT 团队现在部署新举措的速度提高了 3-4 倍，从数月缩短为数日，在某些情况下，甚至只需数小时。
ASICS 零售	通过 Tiger、Haglöfs、Runkeeper 和其他 ASICS 品牌构建个性化客户体验——提供产品推荐以及实时库存数据等。	ASICS 利用 API 公开了关键系统和数据。因此，他们推出了一个新的电子商务平台，并在短短四周内完成了预期需时两个半月的项目。
三大玩具制造商 包装消费品	推出电子商务平台，通过改善各种数字渠道的客户体验和进入新市场来增加收入。	该玩具制造商数字渠道的收入在短短 5 年内增加了 10 倍。

上述公司——跨越多个行业——已经成功地利用 API-led Connectivity 进一步推进了他们的电子商务策略。在本白皮书中，我们将集中讨论集成在不断变化的电子商务环境中的重要性，突出强调传统集成方法的缺陷，以及 API-led Connectivity 如何帮助企业提高业务并构建更强大的电子商务策略。

日新月异的电子商务环境以及集成所扮演的角色

电子商务的格局日新月异。美国电子商务仅在 2017 年就增长了约 [8-12%²](#)，截至 2020 年，电子商务市场预计将达到 [4 万亿美元](#)。难怪电子商务目前已成为[全球增长最快的](#)渠道。

电子商务代表了 IT 的一个转折点，因为它不仅仅是建立一个网站；它需要企业考虑关键后台系统、库存和店内流程之间的复杂交互，以及涵盖各种系统——订单管理系统到销售点系统的流程。



换言之，IT 部门现在必须使用各种技术并集成其基础数据，以改善内部电子商务流程并弥合数字与实体之间的差距。但是当涉及电子商务时，许多 IT 团队面临三大挑战：

1. [无法按业务要求的速度交付电子商务项目](#)。构建并采用电子商务平台（例如 Salesforce 商务云），以及将该平台连接到其他应用程序

和系统（例如遗留系统）等举措需要冗长的开发过程，不但阻碍内部 IT 流程，影响客户体验，而且无法满足业务需求。

2. IT 环境并非为连接的客户体验而构建。 产品和客户数据无处不在。为了更好地利用这些数据并创建连接的客户体验，IT 团队必须集成各种遗留和现代系统——从订单管理系统 (OMS) 和本地遗留系统到客户关系管理 (CRM) 软件和销售点 (POS) 系统。

3. 缺乏稳健可靠的电子商务策略来增加收入。 即使在企业启动电子商务平台并将其与现有系统集成之后，他们还必须确保拥有稳健的电子商务策略。例如，IT 部门必须确保电子商务平台的可靠性和性能。毕竟正常运行时间欠佳并且未能集成到企业电子商务平台会导致收入损失。

克服上述挑战是保持电子商务领域竞争力的必要条件。为了应对这些挑战，IT 团队经常采用传统的电子商务方式：点对点集成。

传统电子商务方式是成功的绊脚石

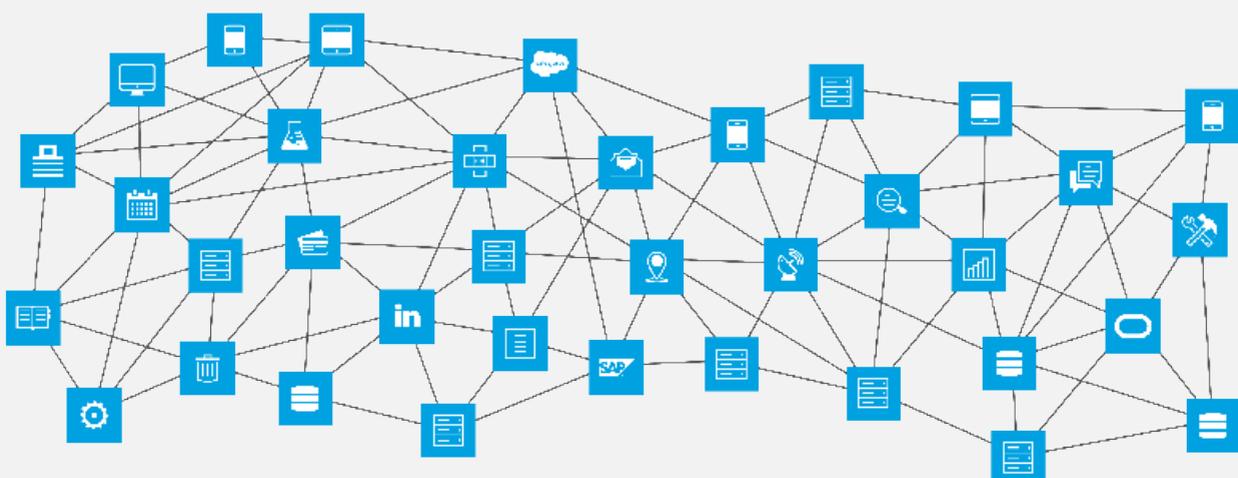
点对点集成是阻碍电子商务成功的传统方式。这种集成方法依赖于一对一的连接。这意味着 IT 团队仅靠创建所有应用程序和系统之间的一对一联系来连接基础数据。在基础架构较小的电子商务企业中使用点对点集成时，只需集成 2-3 个系统，因此运行良好。

但该企业事实上拥有数百个系统和应用程序。在这种情况下，点对点集成会导致相关架构十分脆弱，在这种架构中，系统紧密耦合在一起，难以集成新的应用程序或利用现有应用程序的数据来处理新项目。更重要的是，点对点集成依赖于不可重复使用的自定义代码。这意味着 IT 团队面临大量重复的工作——尤其是在提取相同数据以供两个或更多项目使用时。

许多电子商务企业认识到点对点集成的缺陷，现正转而利用 API-led Connectivity 这种新的集成方法。

利用可重复使用的 API 来编写代码。例如假设一家企业创建一个万维网应用程序，为客户提供订单历史记录、订单状态和发货状态。

如果他们以后决定构建使用相同数据的移动应用程序，只需利用现有的 API 来获取所需的数据（例如订单历史记录 API）。而且在下述示例中，IT 团队只需创建新的 API——体验 API 层面的移动 API，即可将所有数据导入新渠道。



电子商务 API-led Connectivity 方式

API-led Connectivity 这种集成方法令从事电子商务的公司可以释放数据、服务和其他资产的潜能，并将它们呈现在平台上供企业广泛使用。然后企业可以使用这些资产为客户创建新产品和数字体验。

利用这种方法，而非点对点连接，所有资产均将成为现代化的托管 API。这意味着资产（如 API）在不会失控的情况下，可以通过自助服务被客户发掘。这种方法中使用的 API 分为三类：

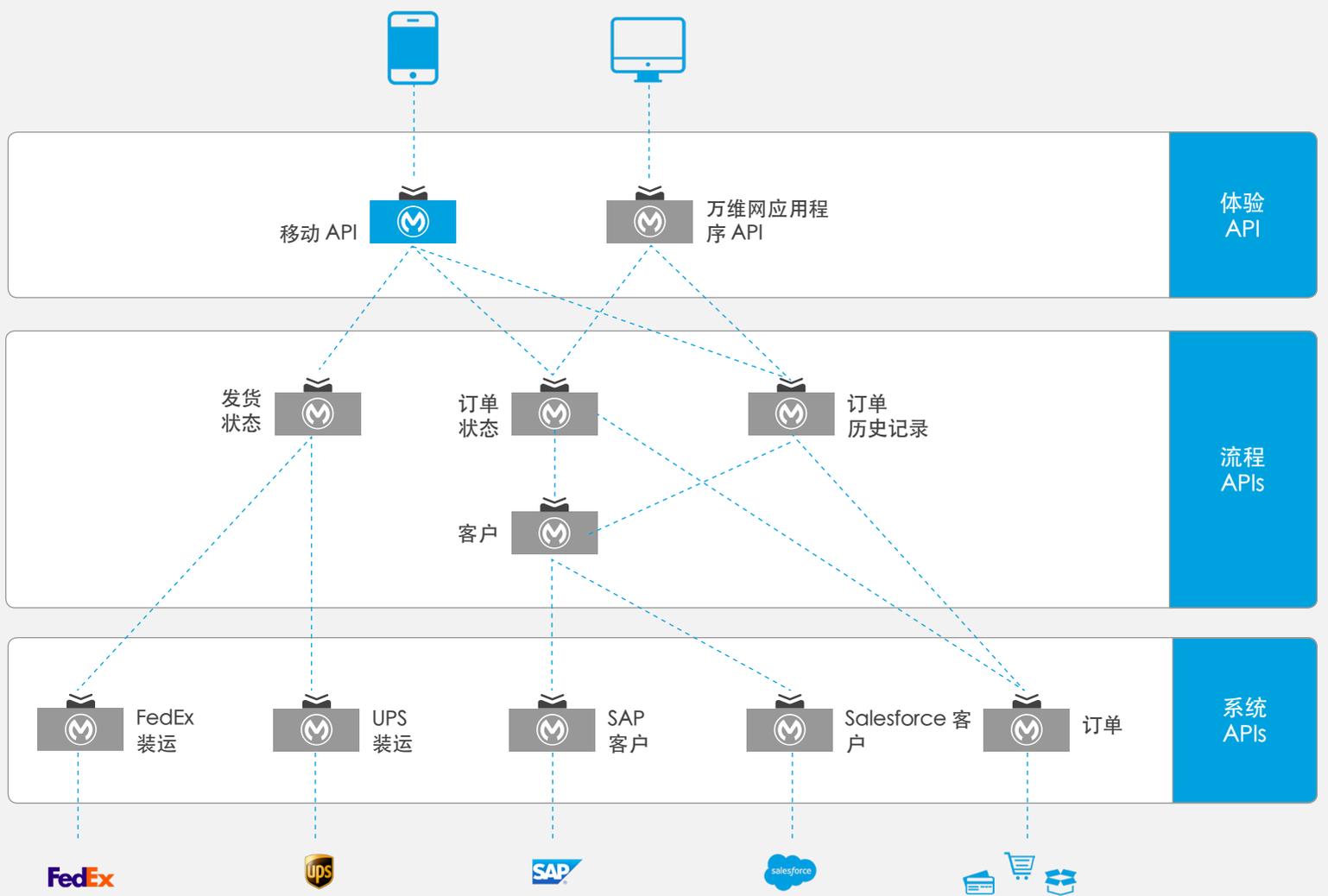
系统 API 通过 API 在 OMS、CRM 或企业资源规划 (ERP) 系统等核心记录系统上公开数据。此举可以在整个企业中共享数据使用并避免重复的工作或代码。

流程 API 使用和编排系统 API 公开的数据，并代表与数据交互和形成数据的常见业务流程。它们独立于数据来源的源系统而存在。

体验 API 是一种转换数据和服务的方式，以便目标受众加以使用。这些 API 专门为开发人员而设计，可以从复杂的下游系统提取基础数据和服务。

API-led Connectivity 与点对点集成不同，可以利用可重复使用的 API 避免与自定义代码相关的重复耗时的的工作。例如假设一家企业创建一个万维网应用程序，为客户提供订单历史记录、订单状态和发货状态。

许多电子商务企业认识到点对点集成的缺陷，现正转而利用 API-led Connectivity 这种新的集成方法。



凭借 API-led Connectivity，致力于电子商务计划的 IT 团队利用可重复使用的 API 缩短了冗长的开发过程，从而有更多时间对电子商务策略进行创新。如上例所示，一个内部 API（例如客户 API）可以有多个用例（万维网应用程序和移动应用程序项目），并有助于简化业务流程。

利用 API-led Connectivity 构建的所有 API 将继续为未来的业务需求创造价值。通过 Unilever、ASICS 以及三大玩具制造商之一等三家公司的案例已经证明了这一点。

案例研究: Unilever 包装消费品

Unilever 是全球最大的包装消费品 (CPG) 公司之一，它寻求通过数字和店内渠道与客户直接互动，利用电子商务打造一个全方位渠道品牌。他们制定了一个雄心勃勃的目标：消费者人数到 2020 年达到 10 亿。

碍于其方法和基础架构规模，Unilever 的 IT 团队面临诸多挑战，其中包括 6000 个应用程序、10,000 个接口以及每年 500 个 IT 项目。Unilever 拥有多个独立运作的全球团队，缺乏协作或重复使用性。

他们增聘开发人员的预算有限，因此花了几个月的时间来部署新产品和服务。

Unilever 着手打造最佳的电子商务平台，将其 400 多个品牌组合统一为通用的运营模式。公司采用 MuleSoft 来实现电子商务平台多种工具（NetSuite、Salesforce 商务云等）之间的连接，并访问 SAP 等重要的本地系统。此外，他们的“自适应集成”团队采用以 API 为主导的方法来消除瓶颈并支持业务线创新。

Unilever 的团队利用 API-led Connectivity 和 Anypoint Platform 创建了可重复使用的服务网络，支持各种品牌的自助服务。MuleSoft 在为期 6 个月内成功协助一个新并购的单一业务电子商务实体投入运营。对于客户而言，这意味着统一的 Unilever 体验；对 Unilever 来说，这将转换为单一的客户视图。目前新举措的部署速度加快了 3-4 倍——从数月缩短为数日，在某些情况下，甚至只需数小时。

案例研究: ASICS 零售业

ASICS 是一家全球运动鞋和服装公司，致力于通过改善所有 ASICS 品牌和数字渠道的客户体验来构建全球电子商务策略，从而创造更高的收入。

下一代电子商务体验会是什么样子？嗯，无论购物者正在考虑购买 ASICS、Tiger、Haglöfs、Runkeeper 还是任何其他 ASICS 品牌的产品，均可获得产品推荐、实时库存数据和量身定制的优惠。

为了构建该项电子商务策略，ASICS 需要统一并更新超过十个跨地域和数字渠道的系统。该公司需要将其迁移到基于 Salesforce 商务云的现代电子商务平台。ASICS 的 IT 团队需要将多个 ASICS 品牌的后端系统数据——从 Tiger 到 Runkeeper——连接到 Salesforce。

ASICS 利用 MuleSoft 的 Anypoint Platform 通过 API 公开订单管理系统 (OMS)、支付服务提供者、电子邮件服务提供者以及遗留系统的数据——促进对客户信息、订单状态，实时库存和定价的受控访问。

ASICS 全球数字工程总监 Phil Connaughton 表示：“开发人员喜欢使用 MuleSoft 的最大原因是它令我们可以将所有时间花在特定应用程序的逻辑上，而不必担心与各种数据源建立连接。”

凭借 Anypoint Platform，ASICS 能够在短短四周内完成了预期需时两个半月的项目，也就是将速度加快了两倍半。ASICS 将继续在全球范围内重复利用旗下其他品牌的资产。这意味着利用 API-led Connectivity 创建的可重复使用组件大大加快了 Tiger、Haglöf 和 Runkeepers 向 Salesforce 商务云过渡的速度。

案例研究：三大玩具制造商 包装消费品

全球三大玩具制造商之一迫切需要提供直接面向消费者的电子商务体验。该公司选择将其产品范畴从玩具和棋盘游戏扩大至包括电视节目、电影和数字游戏等等。

为了更好地与客户建立联系，他们推出了新的电子商务平台，以改善数字渠道的客户体验，并打入北美以外的新市场。在推出这项电子商务新策略的过程中，他们面临着一个主要挑战。

他们的 IT 团队需要公开横跨传统零售系统（例如 POS 系统）和现代化应用程序的数据，并将其集成到移动和游戏等新渠道中。该玩具制造商选择 MuleSoft 作为支撑其电子商务新平台的连接软件。

通过采用 API-led Connectivity，该公司的 IT 团队能够将其 IT 资产公开为自助服务 API，产品团队可以利用这些 API 来自动化业务流程，构建新产品和服务，并根据消费者或市场需求的变化进行重新组合。一名 IT 团队成员指出：“MuleSoft 已经消除了对不必要的代码开发和管理的需求。MuleSoft 非常直观。我们的团队轻松地将生产力提升了 300%。”

凭借 MuleSoft，这家玩具制造商得以将新产品的上市时间从 6-8 个月缩短至 4 周——所有这些均通过重复使用资产和 API 加以实现。该玩具制造商实现了他们的电子商务收入目标，数字渠道的收入在短短 5 年内增加了 10 倍。

结论

电子商务以及不断增长的在线购物和数字互动将经久不衰。电子商务不仅仅是建立一个网站，它还涉及各种挑战，包括建立与后端应用程序和系统的复杂连接，提供连接体验，并确保快速可靠地进行扩展。

不断变化的电子商务环境不再支持点对点集成等传统的电子商务方式。因此，许多公司正转而使用 API-led Connectivity，这种连接利用可重复使用的 API 为从事电子商务的公司提供行之有效的方法来应对上述挑战。

MuleSoft 的 Anypoint Platform™ 专门用于实现 API-led Connectivity。它加速了电子商务集成流程，支持可重复使用性，公开整个业务中的相关资产，并确保技术和基础架构的持续可靠性和性能。

正如我们所强调的那样，我们与各行各业的企业开展合作，帮助他们成功地启动电子商务策略——从 Unilever 到 ASICS。

电子商务环境日新月异，企业必须具备必要的工具方能紧跟潮流。请访问 www.mulesoft.com/integration-solutions/api/ecommerce，了解更多关于 MuleSoft 如何成为您的 API-led Connectivity 合作伙伴之详情。

关于 MuleSoft

MuleSoft 可以轻松连接全球的应用程序、数据和设备。

凭借我们市场领先的 Anypoint Platform™，各公司正在构建应用程序网络，从根本上改变创新的步伐。MuleSoft 以 API 为主导的连接方式为公司提供了联系客户、员工和合作伙伴的新途径。来自 60 多个国家的新兴企业和全球 500 强公司纷纷利用 MuleSoft 进行业务转型。

如欲了解详情，请访问 www.mulesoft.com。