

 shopware®

The Shopware logo, consisting of a blue circular icon with a white arrow-like shape inside, followed by the word "shopware" in a blue, lowercase, sans-serif font with a registered trademark symbol.

Buyers Guide

Buyers Guide

KLASYFIKACJA PLATFORMY	3
ARCHITEKTURA SYSTEMU	5
WARSTWA FRONTENDOWA	7
CORE E-COMMERCE	9
FUNKCJONALNOŚĆ B2B	10
INTEGRACJE	11
WYDAJNOŚĆ I SKALOWANIE	12
BEZPIECZEŃSTWO I STABILNOŚĆ	12
KOSZT CAŁKOWITY (TCO)	13
ROLA DECYZJI TECHNOLOGICZNEJ	13
ROLA PARTNERA TECHNOLOGICZNEGO	14
MODELE LICENCYJNE SHOPWARE	15
SHOPWARE JAKO FUNDAMENT TECHNOLOGICZNY	23
PRODUCT EXPERIENCE	29
CUSTOMER EXPERIENCE	35



Buyers Guide

Cel

Celem niniejszego Buyers Guide jest umożliwienie świadomej, technicznej i procesowej oceny, czy platforma Shopware jest odpowiednim rozwiązaniem dla konkretnej organizacji handlowej. Dokument nie ma charakteru porównania marketingowego ani rekomendacji sprzedażowej. Opisuje rzeczywiste możliwości platformy, jej ograniczenia, implikacje architektoniczne oraz konsekwencje wdrożeniowe i utrzymaniowe.

Shopware jest platformą zaprojektowaną z myślą o środowiskach o podwyższonej złożoności - zarówno technologicznej, jak i organizacyjnej. Wymaga świadomego podejścia do architektury systemowej, integracji oraz zarządzania danymi. W zamian oferuje wysoką elastyczność, możliwość skalowania oraz pełną kontrolę nad logiką sprzedaży i danymi.

Ten dokument odpowiada na pytanie: czy Shopware jest zgodny z moim modelem sprzedaży, architekturą IT, dojrzałością organizacyjną oraz planami rozwoju w perspektywie kilku lat.

Klasyfikacja platformy

Shopware jest platformą e-commerce typu API-first, modular, extensible, pozycjonowaną pomiędzy klasycznymi platformami SaaS a ciężkimi systemami enterprise. Architektura systemu zakłada aktywny udział warstwy integracyjnej, zewnętrznych systemów oraz możliwość pełnej separacji frontendu od backendu.

Shopware nie jest systemem typu all-in-one. Nie dostarcza kompletnego stacku biznesowego w jednym narzędziu i nie próbuje zastępować ERP, PIM ani WMS. Pełni rolę centralnego silnika sprzedaży, który agreguje dane i procesy pochodzące z innych systemów.



Wybór Shopware

Decyzja o wyborze Shopware powinna być podejmowana wyłącznie w kontekście:

- docelowej architektury systemowej
- poziomu złożoności procesów sprzedażowych
- planowanego wolumenu danych i integracji
- kompetencji zespołu lub partnera technologicznego.

Shopware nie pełni roli:

- systemu ERP,
- systemu PIM,
- systemu CRM,
- platformy low-code/no-code,
- w pełni zarządzanego SaaS.

Pełni natomiast rolę:

- warstwy transakcyjnej,
- silnika reguł sprzedażowych,
- centralnego punktu integracyjnego dla kanałów sprzedaży,
- źródła prawdy dla danych sprzedażowych i klientów.

Wybór Shopware oznacza akceptację faktu, że architektura końcowa systemu e-commerce powstaje na etapie projektu, a nie jest dostarczona w gotowej formie przez producenta.



Architektura systemu

API-first - implementacja techniczna

Shopware implementuje architekturę API-first w sposób rzeczywisty, a nie deklaracyjny. Cała logika domenowa jest dostępna poprzez interfejsy API, niezależnie od wykorzystywanego frontendu.

Dostępne mechanizmy:

- REST API (pełny CRUD dla encji core i custom)
- GraphQL Storefront API
- system zdarzeń (event dispatcher)
- message queue (asynchroniczne przetwarzanie)
- webhooks.

Konsekwencje:

- możliwa pełna implementacja headless
- możliwe równoległe kanały sprzedaży (B2C, B2B, POS, mobile)
- backend może być wykorzystywany jako shared commerce core.

Ograniczenia:

- większa odpowiedzialność po stronie architektury integracji
- brak „domyślnego” sposobu orkiestracji danych.



Model danych i encje

Shopware wykorzystuje rozszerzalny model encji, oparty o relacyjną bazę danych, z możliwością:

- dodawania custom fields
- definiowania własnych encji
- rozszerzania istniejących relacji
- hookowania się w lifecycle encji

Model danych jest elastyczny, ale wymaga dyscypliny projektowej. Nieprawidłowo zaprojektowane relacje, indeksy i struktury wariantów prowadzą do problemów wydajnościowych na etapie skalowania.

Shopware nie waliduje poprawności architektonicznej modelu danych - odpowiedzialność spoczywa na projektancie systemu.



Warstwa frontendowa

Standardowy storefront

Shopware dostarcza referencyjny storefront oparty o:

- Twig
- Storefront API
- mechanizmy SEO (routing, metadata, indexability).

Zastosowanie:

- projekty B2C
- projekty B2B o umiarkowanej złożoności UX
- wdrożenia, w których frontend nie jest głównym wyróżnikiem biznesowym.

Ograniczenia:

- mniejsza elastyczność interakcji
- ograniczona możliwość niestandardowych flow UX.



Warstwa frontendowa

Headless / composable

W modelu headless Shopware pełni wyłącznie rolę:

- backendu transakcyjnego
- systemu reguł cenowych
- źródła danych produktowych i klientów.

Frontend:

- Nuxt
- React
- Vue
- aplikacje mobilne.

Konsekwencje:

- pełna kontrola UX
- większa złożoność projektu
- konieczność samodzielnej obsługi SEO, cache, renderingu.

Shopware w tym modelu nie narzuca żadnego frameworka, co zwiększa elastyczność, ale podnosi próg wejścia.



Core e-commerce

Katalog produktowy

Shopware obsługuje:

- produkty proste i wariantowe
- atrybuty
- wielojęzyczność
- wielokanałowość
- wersjonowanie danych

Nie jest natomiast systemem PIM.

Brak:

- zaawansowanego modelowania relacji produktowych
- zarządzania kompletnością danych
- workflow jakości danych

W projektach z dużą liczbą SKU integracja z zewnętrznym PIM jest de facto wymagana.

Ceny i reguły

System reguł Shopware umożliwia:

- warunkowe ceny
- logikę koszykową
- segmentację klientów
- dynamiczne promocje
- reguły dostaw i płatności.

Reguły są:

- konfigurowalne
- rozszerzalne
- wykonywane runtime.

Ograniczenia:

- brak zaawansowanych algorytmów pricingowych
- brak natywnego dynamic pricing opartego o popyt lub AI (bez rozszerzeń).



Funkcjonalność B2B

Shopware wspiera scenariusze B2B poprzez:

- konta firmowe
- role i uprawnienia
- indywidualne ceny
- oferty
- listy zakupowe.

Nie zastępuje:

- CRM handlowców
- systemów ofertowania offline
- ERP.

Wdrożenia B2B wymagają projektowania procesów, nie tylko konfiguracji funkcji. Większość logiki handlowej pozostaje po stronie systemów zewnętrznych.



Integracje

Shopware jest projektowany jako system integracyjny, a nie izolowana aplikacja.

Obsługiwane scenariusze:

- synchronizacja produktów, cen, stanów
- asynchroniczne zamówienia
- event-driven updates
- middleware / ESB.

Ryzyka:

- brak spójnej architektury integracyjnej
- nadmierna logika po stronie Shopware
- brak buforowania i retry.

Shopware nie rozwiązuje problemów integracyjnych samodzielnie - umożliwia ich rozwiązanie.



Wydajność i skalowanie

Shopware skaluje się:

- horyzontalnie
- pionowo
- w środowiskach cloudowych.

Wymaga:

- cache (HTTP, application-level)
- poprawnej konfiguracji bazy danych
- optymalizacji indeksów
- kontroli zapytań API.

Nie jest platformą „plug and scale”. Wydajność zależy wprost od jakości architektury wdrożenia.

Bezpieczeństwo i stabilność

Shopware:

- wspiera role i uprawnienia
- posiada mechanizmy wersjonowania
- jest regularnie aktualizowany.

Bezpieczeństwo:

- zależne od hostingu
- zależne od aktualizacji
- zależne od jakości custom code.

Nie jest środowiskiem zarządzanym end-to-end jak SaaS.



Koszt całkowity (TCO)

Koszt Shopware to suma:

- licencji (często najmniejszy składnik)
- wdrożenia
- integracji
- utrzymania
- rozwoju

Shopware nie jest tanim rozwiązaniem startowym, ale bywa kosztowo efektywny w długim horyzoncie, gdy automatyzacja i integracje redukują koszty operacyjne.

Rola decyzji technologicznej

Shopware jest rozwiązaniem właściwym dla organizacji, które traktują e-commerce jako system krytyczny, a nie jedynie dodatkowy kanał sprzedaży. Dotyczy to zarówno firm B2C, jak i B2B, w których sprzedaż online musi być ściśle zintegrowana z procesami operacyjnymi, logistycznymi i finansowymi.

Platforma znajduje zastosowanie w organizacjach posiadających złożone struktury cenowe i produktowe, działających w wielu krajach lub kanałach sprzedaży, wymagających integracji z systemami ERP, PIM, WMS lub CRM, a także planujących rozwój architektury headless lub composable commerce.

Shopware **jest** właściwym wyborem, jeśli:

- e-commerce jest systemem krytycznym
- architektura ma znaczenie
- procesy są złożone
- integracje są kluczowe
- planowany jest rozwój długoterminowy

Shopware **nie jest** właściwym wyborem, jeśli:

- wymagany jest szybki start bez zespołu technicznego
- procesy są proste i nie będą się zmieniać
- e-commerce jest kanałem pomocniczym.



Rola partnera technologicznego

Shopware daje dużą swobodę architektoniczną, która w dojrzałych organizacjach stanowi przewagę, natomiast w projektach pozbawionych doświadczenia szybko staje się źródłem ryzyk. Platforma nie narzuca modelu integracji, struktury danych ani sposobu implementacji procesów sprzedażowych, a kluczowe decyzje zapadają na etapie projektu. Ich konsekwencje ujawniają się często dopiero w fazie skalowania lub utrzymania.

Brak świadomego projektowania architektury prowadzi do nadmierowej customizacji, w której logika biznesowa trafia do niewłaściwych warstw systemu. Skutkiem są trudne w utrzymaniu rozszerzenia, niekontrolowane zależności oraz rosnący koszt zmian, który z czasem przewyższa wartość biznesową kolejnych funkcji.

Typowym problemem jest również degradacja wydajności wynikająca z nieoptymalnego modelu danych, braku kontroli nad zapytaniami API oraz niewłaściwego wykorzystania mechanizmów eventowych i cache. Shopware nie chroni projektu przed błędami architektonicznymi – odpowiedzialność za wydajność spoczywa po stronie zespołu projektowego. Podobnie wygląda kwestia utrzymania: brak spójnej architektury skutkuje podatnością na regresje przy aktualizacjach i wysokimi kosztami operacyjnymi.

Z tego powodu projekty realizowane przez CREHLER są prowadzone jako projekty architektoniczne, a nie „wdrożenia platformy”. Punkt ciężkości przesunięty jest z konfiguracji funkcji na zaprojektowanie docelowego systemu sprzedaży, obejmującego model danych, integracje, podział odpowiedzialności pomiędzy systemy oraz długoterminowy kierunek rozwoju. Dopiero na tym fundamencie podejmowane są decyzje dotyczące customizacji, licencji i wykorzystania komponentów Shopware.

Rola partnera technologicznego polega więc na ograniczeniu ryzyk wynikających z nadmiernej swobody platformy i przekształceniu jej elastyczności w kontrolowaną, długoterminową przewagę.



Modele licencyjne Shopware

Implikacje techniczne

Wybór licencji w Shopware nie jest decyzją formalną ani wyłącznie kosztową.

Każdy wariant licencji wpływa na:

- zakres dostępnych funkcji
- sposób wdrożenia i utrzymania
- model odpowiedzialności technicznej
- elastyczność architektury
- długoterminowy koszt całkowity

Shopware stosuje model hybrydowy - część funkcjonalności dostępna jest w open source, a część w ramach licencji komercyjnych.

Rodzaje licencji

Shopware oferuje kilka wariantów licencyjnych, które różnią się nie tyle architekturą platformy, co zakresem dostępnych funkcji, poziomem wsparcia producenta oraz modelem odpowiedzialności technicznej.

Wybór licencji wpływa bezpośrednio na możliwości wdrożeniowe, zakres funkcji B2B i AI, sposób utrzymania systemu oraz długoterminowy koszt całkowity. Dlatego decyzja licencyjna powinna być podejmowana w kontekście architektury, procesów biznesowych i planowanego rozwoju, a nie wyłącznie na podstawie ceny.



Shopware Community Edition (CE)

CHARAKTERYSTYKA TECHNICZNA:

Shopware Community Edition to:

- w pełni open-source'owy core platformy
- brak opłat licencyjnych
- pełny dostęp do kodu źródłowego
- możliwość dowolnej modyfikacji i rozszerzeń

CO OBEJMUJE:

- podstawowy core e-commerce
- system produktów i wariantów
- koszyk i checkout
- reguły cenowe i promocyjne
- API (REST + Storefront API)
- możliwość wdrożeń headless
- integracje z systemami zewnętrznymi

OGRANICZENIA:

Community Edition nie zawiera:

- zaawansowanych funkcji B2B
- SLA producenta
- wsparcia technicznego Shopware
- funkcji enterprise-grade (np. zaawansowane zarządzanie rolami B2B, Digital Sales Rooms, AI Copilot)

CE nie jest ograniczona technicznie, ale funkcjonalnie. Wszystko, czego nie ma w core, musi zostać:

- zaprojektowane
- zaimplementowane
- utrzymane we własnym zakresie.



Shopware Rise

CHARAKTERYSTYKA TECHNICZNA:

Shopware Rise to pierwszy poziom licencji komercyjnej, zaprojektowany dla:

- rosnących biznesów
- projektów wymagających większej stabilności
- firm potrzebujących podstawowego wsparcia producenta

Technicznie Rise:

- bazuje na tym samym core co CE
- odblokowuje wybrane funkcje komercyjne
- oferuje dostęp do wsparcia Shopware

Zakres funkcjonalny może obejmować:

- rozszerzone możliwości zarządzania
- wybrane funkcje automatyzacji
- dostęp do narzędzi komercyjnych

IMPLIKACJE ARCHITEKTONICZNE

Rise nie zmienia architektury systemu.

Zmienia:

- dostępność funkcji
- poziom odpowiedzialności Shopware jako producenta

To licencja przejściowa - technicznie nadal wymagająca pełnego projektu architektury.



Shopware Evolve

CHARAKTERYSTYKA TECHNICZNA:

Shopware Evolve to licencja skierowana do:

- firm B2B
- organizacji omnichannel
- struktur sprzedaży wielopoziomowej

Od strony technicznej Evolve wprowadza:

- rozszerzone funkcje B2B
- bardziej rozbudowany model ról i uprawnień
- funkcje wspierające sprzedaż korporacyjną
- większą skalowalność organizacyjną

To poziom, na którym Shopware zaczyna pełnić rolę platformy sprzedażowej dla złożonych struktur, a nie tylko sklepu.

KONSEKWENCJE WDROŻENIOWE

Evolve:

- nie eliminuje potrzeby ERP
- nie zastępuje CRM
- nie automatyzuje procesów bez integracji

Daje natomiast:

- narzędzia do ich obsługi w kanale e-commerce
- możliwość spójnego modelowania sprzedaży online i offline



Shopware Beyond

CHARAKTERYSTYKA TECHNICZNA:

Shopware Beyond to najwyższy poziom licencji, projektowany dla:

- dużych organizacji
- enterprise B2B
- międzynarodowych struktur sprzedaży
- środowisk o wysokiej krytyczności operacyjnej

Beyond obejmuje:

- pełen zestaw funkcji komercyjnych
- zaawansowane moduły B2B
- Digital Sales Rooms
- narzędzia AI (np. AI Copilot)
- dedykowane wsparcie
- SLA producenta

IMPLIKACJE TECHNICZNE

Beyond nie zmienia fundamentów technicznych Shopware, ale:

- znacząco ogranicza konieczność custom development
- skraca czas wdrażania zaawansowanych scenariuszy
- zmniejsza ryzyko utrzymaniowe

To licencja, w której koszt licencji staje się mniejszym problemem niż koszt błędów architektonicznych.



Shopware Cloud

CHARAKTERYSTYKA TECHNICZNA:

Shopware Cloud to model:

- zarządzanej infrastruktury
- ograniczonej swobody technicznej
- uproszczonego utrzymania

W Cloud:

- hosting i aktualizacje są po stronie Shopware
- dostęp do kodu jest ograniczony
- możliwości customizacji są mniejsze

KONSEKWENCJE WDROŻENIOWE

Shopware Cloud:

- redukuje złożoność infrastruktury
- skraca czas startu
- ogranicza możliwości architektoniczne

Nie jest rekomendowany dla:

- zaawansowanych B2B
- headless
- niestandardowych integracji
- dużych wolumenów danych i custom flow

Licencja a architektura - kluczowe zależności



Licencja Shopware nie jest wyłącznie decyzją kosztową - determinuje zakres odpowiedzialności technicznej, poziom wsparcia producenta oraz możliwości architektoniczne projektu.

Poniższe zestawienie pokazuje, jak wybór edycji przekłada się na realne konsekwencje w utrzymaniu, skalowaniu i rozwoju e-commerce.

OBSZAR	CE	RISE	EVOLVE	BEYOND
DOSTĘP DO KODU	pełny	pełny	pełny	pełny
FUNKCJE B2B	brak / custom	ograniczone	zaawansowane	pełne
WSPARCIE SHOPWARE	brak	tak	tak	dedykowane
SLA	brak	nie	częściowo	pełne
AI / SALES ROOMS	brak	nie	częściowo	tak
ODPOWIEDZIALNOŚĆ TECHNICZNA	100% po stronie projektu	wysoka	średnia	niższa



Jak dobrać licencję

Licencję należy dobrać na podstawie:

- stopnia złożoności procesów
- roli e-commerce w organizacji
- planowanego wolumenu transakcji
- dojrzałości architektury IT
- dostępności zespołu technicznego

Nie należy dobrać licencji wyłącznie na podstawie ceny.

W projektach realizowanych przez CREHLER decyzja licencyjna zapada dopiero po:

- analizie procesów
- analizie integracji
- analizie modelu danych
- określeniu długoterminowego kierunku rozwoju.

Podsumowanie

Dotychczasowa część Buyers Guide koncentrowała się na technicznej i architektonicznej ocenie Shopware jako platformy e-commerce, pokazując jej rolę w ekosystemie IT, konsekwencje projektowe oraz długoterminowe implikacje organizacyjne. Aby przejść od ogólnej charakterystyki platformy do uporządkowanej, porównywalnej oceny produktu, konieczne jest jednoznaczne zdefiniowanie zakresu analizy oraz kryteriów, według których Shopware będzie dalej oceniany.

Dalsza część dokumentu precyzuje, jak w ramach Buyers Guide rozumiemy platformę e-commerce jako produkt, jakie elementy Shopware podlegają ocenie oraz w jaki sposób strukturyzujemy analizę zdolności platformy w obszarach core commerce, B2B, integracji, headless oraz funkcji wspieranych przez AI.



Definicja kategorii i zakres oceny produktu

W Buyers Guide definiujemy platformy e-commerce jako systemy, które zapewniają kompletny „commerce core” oraz zestaw możliwości platformowych wymaganych do uruchomienia, rozwoju i utrzymania sprzedaży cyfrowej w organizacjach B2C i B2B. W ujęciu technicznym oznacza to minimum: zarządzanie katalogiem (produkty, warianty, atrybuty), proces transakcyjny (koszyk/checkout), zarządzanie zamówieniami oraz mechanizmy rozszerzania i integracji (API, rozszerzenia, eventy, asynchroniczne przetwarzanie). Shopware jest projektowany jako platforma commerce typu API-first i w tym ujęciu ocena dotyczy nie tylko funkcji „sklepu”, ale również architektury integracyjnej i rozszerzalności.

Oceniamy platformę nie jako „zestaw modułów”, tylko jako produkt składający się z core (Shopware Core/Community) oraz funkcji komercyjnych dostępnych w planach Rise/Evolve/Beyond, w tym modułów B2B Components, wyszukiwania (np. Advanced Search), Dynamic Access oraz usług AI i narzędzi wspierających operacje (Shopware AI / Copilot).

Definiujemy Shopware jako platformę e-commerce typu API-first, która umożliwia projektowanie i utrzymanie środowisk sprzedażowych w modelu klasycznym oraz headless, przy czym zakres wdrożenia i dostępnych funkcji jest determinowany przez plan (Core/Community vs Rise/Evolve/Beyond) oraz aktywowane komponenty komercyjne, w szczególności B2B Components i funkcje wspierane przez Shopware AI.

W ramach oceny produktu weryfikujemy dojrzałość warstwy integracyjnej i API, rozszerzalność modelu oraz mechanizmów platformy, wsparcie scenariuszy B2B realizowane przez moduły B2B Components (w tym role i uprawnienia, procesy akceptacji zamówień oraz zarządzanie ofertami), a także funkcje AI udostępniane jako Copilot w administracji oraz wybrane usługi wspierające operacje (np. narzędzia beta dostępne w Rise+). W procesie dopasowania funkcjonalnego kluczowe są twarde zależności publikowane przez Shopware - przypisanie funkcji do planów oraz zależności wersyjne, np. Copilot (Beta) dostępny dla Rise+ od Shopware 6.7.1.0.



Definicja Shopware jako produktu platformowego

Shopware jest platformą e-commerce, która występuje jako:

- Shopware Core (Community Edition) - baza funkcjonalna i architektoniczna,
- Plany komercyjne Shopware Rise, Shopware Evolve oraz Shopware Beyond, które rozszerzają platformę o funkcje enterprise oraz poziom wsparcia,
- Dodatkowe komponenty i usługi (np. Copilot, Image Editor, 3D Preview Generator) udostępniane jako rozszerzenia/usługi w ramach planów komercyjnych.

W modelu Shopware plany komercyjne są licencjonowane abonamentowo, a Shopware publikuje orientacyjne poziomy cenowe dla Rise, Evolve i Beyond wraz z listą kluczowych „highlightów” na poziomie planów (np. Shopware AI w Rise, B2B Components w Evolve, Beyond jako pakiet obejmujący Rise i Evolve).

Zdolności produktu

Ocena Shopware obejmuje kluczowe obszary zdolności platformy, które determinują jej dopasowanie do architektury IT, procesów operacyjnych oraz modelu sprzedaży przedsiębiorstwa. Analiza koncentruje się nie na samej liście funkcji, lecz na sposobie, w jaki platforma umożliwia projektowanie, rozszerzanie i długoterminowe utrzymanie środowiska e-commerce.

W ramach Buyers Guide Shopware oceniany jest jako produkt platformowy, którego możliwości wynikają z połączenia core commerce, warstwy integracyjnej, rozszerzalności oraz funkcji dostępnych w poszczególnych planach licencyjnych. Kluczowe znaczenie mają konsekwencje architektoniczne wykorzystania tych zdolności oraz ich wpływ na skalowalność, stabilność i koszt całkowity systemu.



Architektura integracji i API

Shopware jest rozwijany jako platforma, w której integracje i API stanowią podstawowy sposób budowy ekosystemu sprzedaży oraz rozwiązań headless/composable. W ocenie bierzemy pod uwagę: dostępność i dojrzałość ścieżek integracyjnych, dokumentację integracji i API oraz możliwość projektowania kanałów sprzedaży w oparciu o API zamiast o „klasyczny storefront”. Shopware prowadzi osobną dokumentację dla integracji i API, w tym wprost wskazuje headless storefront jako część ekosystemu developerskiego.

B2B w ujęciu modułowym - B2B Components

Shopware rozwija funkcjonalność B2B jako zestaw modułów „B2B Components”, obejmujących m.in.:

- B2B Quick Order Options,
- B2B Employee Management (role i uprawnienia),
- B2B Quote Management,
- B2B Approval Rules & Rights Management,
- a w dokumentacji i materiałach komercyjnych także obszary takie jak Shopping Lists / Order Approvals / Organization Units.

W dokumentacji funkcji B2B Components Shopware opisuje konkretne mechanizmy, np. procesy akceptacji zamówień (Order Approvals) realizowane przez definiowanie ról i reguł akceptacji, co jest kluczowe dla wdrożeń B2B wymagających kontrolowanego procesu zakupowego w organizacji klienta.

Istotnym kryterium dopasowania w projektach B2B jest również to, że w ofercie planów Shopware B2B Components są przypisane jako element Evolve (i wyżej), co należy traktować jako twardy warunek licencyjny w procesie oceny.



AI w Shopware

AI w Shopware rozumiemy jako zestaw funkcji i usług wspierających pracę zespołów e-commerce w obszarach operacyjnych i administracyjnych, a nie jako platformę do trenowania i utrzymywania modeli (Shopware nie jest platformą MLOps). Najbardziej „produkcyjną” osią AI w Shopware jest Copilot - chat-based AI assistant działający w kontekście administracji i pracy z platformą, pomagający w uzyskiwaniu odpowiedzi dot. funkcji, konfiguracji i dobrych praktyk. Shopware wskazuje, że Copilot (Beta) jest dostępny dla klientów z planem Rise (lub wyższym) od wersji Shopware 6.7.1.0.

Dodatkowo Shopware rozwija usługi typu „AI/assisted tools” w ramach rozszerzeń, np. Image Editor (Beta) oraz 3D Preview Generator (Beta). Oba są komunikowane jako dostępne dla klientów z planem Rise (lub wyższym) od wersji Shopware 6.7.1.0, co jest istotne z perspektywy planowania roadmapy wdrożenia i aktualizacji.

Planowość funkcji i jawna dostępność per plan

W ocenie Shopware bazujemy na tym, co Shopware publikuje jako:

- zakres planów Rise/Evolve/Beyond,
- przypisanie funkcji do planów (np. Shopware AI jako highlight Rise, B2B Components jako highlight Evolve),
- oraz komunikację roadmapy, która odsyła do pricing jako źródła szczegółowego zakresu planów.

Z perspektywy decyzji zakupowej oznacza to, że dopasowanie funkcjonalne musi być weryfikowane na poziomie:

- wymaganego planu (Rise vs Evolve vs Beyond),
- wymaganej wersji Shopware (w przypadku funkcji zależnych od wersji, jak Copilot Beta 6.7.1.0+),
- wymaganych modułów (np. B2B Components) oraz ich konkretnych komponentów.



Podział Buyers Guide na podkategorie

Wyróżniamy cztery „podkategorie oceny” w ramach jednego dokumentu:

Core Commerce

Obejmuje ocenę:

- core transakcyjnego i katalogowego,
- rozszerzalności i ekosystemu,
- integracji i API jako podstawowego mechanizmu rozbudowy.

Punktem wyjścia jest to, że Shopware jest prezentowany jako platforma z planami komercyjnymi dla „established shops/startups inwestujących od początku”, gdzie funkcje zaawansowane i wsparcie producenta są powiązane z planami Rise/Evolve/Beyond.

Headless Commerce

Obejmuje ocenę:

- sposobu wykorzystania API i integracji do budowy headless storefront,
- konsekwencji wdrożeniowych (frontend jako osobny projekt),
- zgodności z podejściem composable w ekosystemie Shopware.

Shopware utrzymuje dedykowane materiały developerskie w obszarze integracji oraz headless storefront, co stanowi podstawę do oceny w tej podkategorii.

B2B Commerce

Obejmuje ocenę:

- Employee Management (role/uprawnienia),
- Order Approvals (akceptacje),
- Quote Management (ofertowanie),
- Quick Order i listy zakupowe,
- Organization Units (jeśli wymagane w strukturach złożonych).

Shopware publikuje zarówno stronę produktową B2B Components, jak i dokumentację techniczną/funkcjonalną tych modułów, co umożliwi ocenę na podstawie mechanizmów, a nie deklaracji.

AI / Assisted Commerce

Obejmuje ocenę:

- Copilot jako AI assistant w administracji,
- narzędzia wspierające operacje (Image Editor, 3D Preview Generator),
- warunki dostępności (plan + wersja),
- konsekwencje dla procesów pracy zespołu e-commerce (przy założeniu, że to AI wspierające operacje, a nie MLOps).

Kluczowe jest to, że Shopware jasno komunikuje warunki dostępności (Rise+ oraz wersja 6.7.1.0+ dla Copilot Beta) oraz analogiczne warunki dla wybranych usług beta.



Oceniane produkty

Zakres produktów ocenianych w tym Buyers Guide obejmuje:

- Shopware Core / Community jako baza platformy,
- Shopware Rise jako pierwszy poziom planu komercyjnego z highlightami obejmującymi m.in. Shopware AI,
- Shopware Evolve jako plan zawierający m.in. B2B Components,
- Shopware Beyond jako plan obejmujący funkcje Rise i Evolve oraz dodatkowy poziom wsparcia i funkcji,
- Shopware Copilot (Beta) jako AI assistant dostępny w Rise+ od Shopware 6.7.1.0,
- wybrane usługi/rozszerzenia beta w Rise+ od 6.7.1.0 (np. Image Editor, 3D Preview Generator).

Shopware jako fundament technologiczny

Analiza techniczna i architektoniczna jednoznacznie wskazuje, że Shopware premiuje dojrzałość organizacyjną i projektową. Platforma oferuje dużą swobodę w zakresie integracji, modelowania procesów i budowy rozwiązań headless lub composable, ale jednocześnie przenosi znaczną część odpowiedzialności na stronę projektu. Nie narzuca „jednej właściwej drogi”, co z perspektywy zaawansowanych organizacji jest zaletą, a w przypadku braku kompetencji - źródłem ryzyk.

Istotnym elementem oceny jest również fakt, że Shopware jako produkt występuje w wielu wariantach – od Community Edition po Beyond – a zakres realnych możliwości jest wprost zależny od wybranego planu, dostępnych komponentów oraz wersji platformy. Oznacza to, że ocena Shopware nie może być prowadzona w oderwaniu od decyzji licencyjnych, architektury integracyjnej oraz długoterminowej roadmapy rozwoju.

Ta część Buyers Guide stanowi fundament do dalszej, bardziej granularnej analizy Shopware jako produktu platformowego - już nie tylko w ujęciu ogólnym, ale w kontekście konkretnych zdolności core commerce, B2B, headless/composable oraz funkcji wspieranych przez AI. Kolejne sekcje porządkują tę ocenę w sposób porównywalny i operacyjny, umożliwiając przełożenie architektury i funkcji platformy na realne wymagania organizacji.



Product Experience

Metodyka oceny

Celem jest ustrukturyzowanie oceny, czy Shopware - w konkretnym wariantcie wdrożenia (self-hosted / Cloud, Community / Rise / Evolve / Beyond) - jest technicznie i operacyjnie dopasowany do wymagań organizacji.

Metodyka wspiera proces RFI/RFP, ponieważ rozdziela:

- kryteria dotyczące zdolności produktu (Product Experience),
 - kryteria dotyczące zdolności dostawcy i ekosystemu (Customer Experience),
- oraz jawnie uwzględnia ograniczenia wynikające z planu i SLA wsparcia producenta.

Zakres ocenianych wariantów Shopware

Ocena obejmuje:

- Shopware Community Edition jako open source core, bez wsparcia producenta (wsparcie realizowane jest społecznościowo), z pełną odpowiedzialnością za utrzymanie po stronie organizacji.
- Shopware Rise / Evolve / Beyond jako plany komercyjne rozszerzające Community i dostarczające wsparcie producenta oraz dodatkowe funkcje
- Shopware Cloud jako wariant chmurowy (SaaS / PaaS) opisany przez Shopware na stronie pricing, wymagający osobnej oceny dopasowania do potrzeb customizacji i kontroli infrastruktury.



Architektura i model wdrożenia

Oceniamy dopasowanie Shopware do docelowego modelu infrastruktury i zakresu odpowiedzialności technologicznej, rozróżniając model self-hosted (w tym PaaS) oraz Shopware Cloud jako pełny model SaaS.

W przypadku Shopware kluczowe jest precyzyjne odróżnienie warstwy aplikacyjnej od warstwy infrastrukturalnej. Platform as a Service nie zmienia faktu, że sama aplikacja Shopware pozostaje rozwiązaniem self-hosted - organizacja nadal odpowiada za kod, architekturę, integracje oraz cykl życia aplikacji, natomiast infrastruktura serwerowa i środowisko uruchomieniowe są dostarczane jako usługa.

W praktyce oznacza to dwa odrębne modele wdrożeniowe:

- self-hosted / PaaS - Shopware wdrażany i utrzymywany jako aplikacja zarządzana przez organizację lub jej partnera technologicznego, przy czym infrastruktura może być realizowana zarówno w modelu on-premise, jak i w modelu PaaS. Model ten zapewnia pełną kontrolę nad kodem, architekturą systemu, integracjami oraz procesem aktualizacji.
- Shopware Cloud (SaaS) - rozwiązanie, w którym Shopware przejmuje odpowiedzialność za hosting, utrzymanie i aktualizacje platformy, a zakres customizacji i ingerencji w system jest ograniczony do mechanizmów przewidzianych w modelu SaaS.

Kryteria:

- czy wymagane jest pełne panowanie nad aplikacją, architekturą i danymi (self-hosted / PaaS), czy akceptowalny jest model, w którym hosting, utrzymanie i aktualizacje przejmuje dostawca platformy (Shopware Cloud / SaaS)
- czy przewidywany jest wysoki poziom custom development oraz rozbudowa logiki biznesowej, co w praktyce oznacza konieczność wyboru modelu self-hosted (Shopware wskazuje, że jest on właściwy dla organizacji dysponujących doświadczonym zespołem developerskim i wymagających pełnej kontroli)
- zgodność z wymaganiami compliance, w tym lokalizacja danych, audytowalność środowiska, kontrola procesu aktualizacji oraz możliwość dostosowania architektury do wymogów regulacyjnych.



Integracje i rozszerzalność

Shopware jest rozwijany jako platforma rozszerzalna poprzez Extensions, które obejmują Plugins, Apps oraz Themes. Kluczowe znaczenie ma jednak rozróżnienie pomiędzy rozszerzeniami server-side a rozszerzeniami działającymi w modelu aplikacyjnym, ponieważ bezpośrednio wpływa to na architekturę systemu, możliwości customizacji oraz ryzyka aktualizacyjne.

W kontekście logiki biznesowej i integracji systemowych istotną rolę odgrywają Plugins (server-side), które umożliwiają głębokie rozszerzanie i modyfikowanie zachowania platformy poprzez mechanizmy eventów i extension points, bez bezpośredniej modyfikacji core.

Apps funkcjonują jako zewnętrzne aplikacje komunikujące się z Shopware poprzez API i webhooks, co ogranicza ingerencję w aplikację, ale jednocześnie zmniejsza ryzyko aktualizacyjne i upraszcza utrzymanie w dłuższym horyzoncie.

Kryteria:

- czy integracje z systemami ERP, PIM, WMS i CRM mają być realizowane w modelu transakcyjnym czy asynchronicznym, co oznacza ocenę całej architektury integracyjnej projektu, a nie pojedynczych „funkcji” platformy
- czy wymagane jest rozszerzanie logiki platformy poprzez Plugins (server-side), oraz jakie konsekwencje niesie to dla procesu aktualizacji, testowania i utrzymania systemu
- czy strategia rozszerzeń zakłada wykorzystanie Apps oraz Extensions dostępnych w Shopware Extension Store i w jaki sposób organizacja planuje zarządzać kompatybilnością wersji, odpowiedzialnością za wsparcie oraz cyklem życia rozszerzeń, przy uwzględnieniu rozdzielania odpowiedzialności pomiędzy producenta platformy a producentów Extensions.



Funkcje core commerce i operacje

W tym obszarze oceniamy, czy bazowe procesy sprzedaży i operacje są realizowane w sposób, który minimalizuje customizację i przenoszenie logiki do systemów zewnętrznych.

Kryteria:

- spójność modelu danych (katalog, atrybuty, warianty) z realnym modelem firmy
- możliwość utrzymania wielu kanałów sprzedaży i wersji językowych
- zgodność z wymaganiami w zakresie order management i inventory (w tym podejście do multi-inventory, jeżeli jest wymagane - ocena zależna od planu, ponieważ Shopware publikuje zakres funkcji per plan).

B2B capabilities - B2B Components i scenariusze enterprise

- Dla B2B oceniamy, czy Shopware (w odpowiednim planie) dostarcza komponenty wymagane do obsługi procesów zakupowych w organizacjach klienta.
- Kryteria:
 - struktury organizacyjne i uprawnienia (Employee Management)
 - approval flows i kontrola procesu zakupowego (Order Approvals)
 - ofertowanie i procesy quote (Quote Management)
 - quick order, listy zakupowe i ergonomia zakupów powtarzalnych
 - zgodność z wymaganiami licencyjnymi (B2B Components są elementem planów komercyjnych i należy je weryfikować per plan).



AI / Assisted commerce w Shopware

Shopware rozwija AI jako narzędzia wspierające pracę operacyjną i administracyjną (Copilot oraz wybrane usługi). W ocenie bierzemy pod uwagę dostępność AI w planach oraz zależności wersyjne, ponieważ Shopware publikuje warunki wsparcia i dostępności funkcji per plan i per release.

Kryteria:

- czy AI ma realne, mierzalne zastosowanie w procesach (content/merchandising/ops)
- czy organizacja jest gotowa na funkcje beta i proces aktualizacji
- czy plan (Rise/Evolve/Beyond) jest zgodny z wymaganiami dotyczącymi AI.



Skala oceny i sposób liczenia wyniku

Wynik końcowy jest liczony jako suma ważona ocen cząstkowych.

Skala scoringu (1-5):

1 - brak możliwości lub brak dopasowania do wymagania

2 - możliwość ograniczona, wymaga obejść lub rozbudowy niestandardowej o wysokim koszcie utrzymania

3 - spełnione częściowo, możliwe do wdrożenia, ale z ryzykami i kompromisami

4 - spełnione w sposób dojrzały, zgodny ze standardem platformy, bez nadmiernej customizacji

5 - spełnione bardzo dobrze, z dojrzałą implementacją, dokumentacją i powtarzalnością wdrożeń

Wagi na poziomie głównych obszarów:

- Product Experience - 70%
- Customer Experience - 30%

Uzasadnienie: w e-commerce złożonym technicznie to produkt determinuje architekturę, TCO i ryzyko operacyjne, natomiast dostawca i ekosystem determinują stabilność rozwoju, wsparcie i dostępność kompetencji.



Customer Experience

Wsparcie producenta i SLA

Shopware publikuje zakres wsparcia per plan, w tym dostępność oraz czasy reakcji (Rise/Evolve/Beyond), a także rodzaje kanałów wsparcia (written support, phone support, hotline, developer support) wraz z ograniczeniami i wyjątkami. W ocenie traktujemy te parametry jako twarde kryteria dopasowania do krytyczności e-commerce w organizacji.

Kryteria:

- docelowy plan vs wymagane SLA reakcji (8h / 4h / 1h) i dostępność (business hours vs 24/7)
- dostęp do developer support oraz limity (np. ticketing i zasady) - weryfikacja w procesie zakupowym
- proces obsługi zgłoszeń: Shopware wskazuje, że komunikacja support odbywa się przez konto partnera i ticketing, a wsparcie producenta dotyczy klientów z planami komercyjnymi i aktywną subskrypcją.

Ekosystem rozszerzeń i odpowiedzialność za wsparcie extension

Shopware Extension Store jest centralnym elementem ekosystemu. Jednocześnie Shopware rozdziela wsparcie producenta (Shopware support) od wsparcia extension (extension manufacturer support). Dla organizacji oznacza to konieczność wdrożenia procesu zarządzania ryzykiem vendorowym i kompatybilnością rozszerzeń.

Kryteria:

- governance rozszerzeń: kwalifikacja, wersjonowanie, kompatybilność z release cycle
- proces eskalacji: czy problem dotyczy core (Shopware support) czy extension (support producenta extension).
- ocena dostępności krytycznych integracji jako extension (płatności, logistyka, marketing automation) w Store.



Partner network i dostępność kompetencji

Shopware utrzymuje globalny program partnerski dla agencji, dostawców technologii i hostingów, komunikując liczbę partnerów i korzyści (onboarding, direct support, technical support od developerów Shopware). Dla buyer'a kluczowe jest, czy istnieje wystarczająca dostępność kompetencji implementacyjnych i utrzymaniowych na rynku docelowym, oraz czy partner jest w stanie zapewnić powtarzalny delivery model.

Podsumowanie oceny

Podsumowując, niniejszy Buyers Guide traktuje Shopware nie jako „gotowy produkt pudełkowy”, lecz jako platformę commerce, której realna wartość i dopasowanie do organizacji wynikają z kombinacji architektury core, wybranego planu licencyjnego, aktywowanych komponentów komercyjnych oraz dojrzałości ekosystemu wdrożeniowego.

Metodyka oceny ma na celu ograniczenie ryzyka decyzyjnego poprzez rozdzielenie funkcji deklarowanych marketingowo od faktycznych mechanizmów platformy, jawnych zależności planowych i wersyjnych oraz konsekwencji operacyjnych po stronie zespołu i infrastruktury. Dzięki temu dokument może być bezpośrednio wykorzystywany jako narzędzie wsparcia procesów RFI/RFP i decyzji zakupowych, umożliwiając świadome porównanie wariantów Shopware w kontekście architektury, B2B, integracji, AI oraz długoterminowego TCO i skalowalności.



Dla kogo Shopware będzie dobrym wyborem

Shopware jest dobrym wyborem dla organizacji, które traktują e-commerce jako długoterminowy element architektury biznesowej, a nie jedynie kanał sprzedaży do szybkiego uruchomienia.

Sprawdza się szczególnie w firmach średnich i dużych, działających w modelach B2C, B2B lub hybrydowych, które wymagają elastycznej warstwy integracyjnej, kontroli nad danymi oraz możliwości stopniowego rozbudowywania platformy wraz z rozwojem procesów i skali operacji. Jest to rozwiązanie właściwe dla zespołów gotowych na świadome decyzje licencyjne i architektoniczne - rozumiejących zależności między planami Rise, Evolve i Beyond, wersjami platformy oraz zakresem odpowiedzialności po stronie organizacji.

Shopware najlepiej odpowiada potrzebom firm, które chcą budować uporządkowane środowisko commerce oparte na API, z możliwością realizacji scenariuszy headless i B2B, a jednocześnie oczekują przewidywalności rozwoju, jasnych zasad wsparcia producenta oraz stabilnego ekosystemu partnerów i rozszerzeń.



40+ specjalistów

Zespół ekspertów
w dziedzinie
e-commerce B2B i B2C

11+ lat doświadczenia

W projektowaniu i
wdrażaniu systemów
sprzedaży online

60+ projektów

Dla firm handlowych
i produkcyjnych w Polsce
i Europie