

Support de formation

Important :

FloWone / Vinistoria = Gestcom

Date	Par	Détail
17/07/2017	MEL	Création
18/07/2017	MEL	Modification
07/08/2017	MEL	Modification
09/08/2017	MEL	Modification
12/10/2017	MEL	Modification
27/11/2017	MEL	Modification

Table des matières

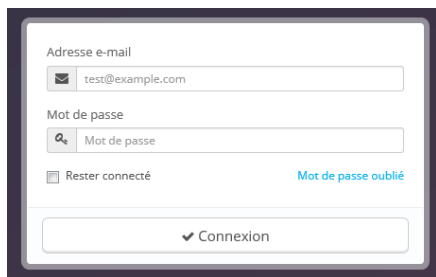
Prestashop : Se connecter	5
Prestashop : Protections.....	5
Prestashop : Présentation de l'interface d'administration	5
Catalogue	5
Accès aux produits.....	5
Compléter les balises titre et méta description de vos produits.....	5
Gestion des accessoires	6
Promotion de type prix spécifique	6
Restriction de transporteurs par produit	6
Joindre des documents (pdf) à vos produits	7
Accès aux catégories.....	7
Ajouter une image pour une catégorie	7
Limiter l'accès d'une catégorie à un groupe de clients	7
Suivi.....	8
Documents joints.....	8
Onglet Commandes	8
Commandes.....	8
Modifier l'état d'une commande.....	8
Saisir un règlement (chèque – virement bancaire)	9
Envoyer un message prédéfini à un client.....	9
Factures	9
Bons de livraison.....	9
Avoirs	9
Retours produits	9
Etats	10
Messages prédéfinis	10
Clients	10
Accéder à la liste de mes clients.....	10
Afficher les informations relatives à un client.....	11
Chercher un client.....	12
Accès aux adresses des clients	12
Groupes de clients	12
Paniers	14
Service Après-Vente	15
Contacts	16
Titres de civilité.....	18
Promotions	18
Règles paniers.....	18
Créer une nouvelle règle panier	19

Règles de prix catalogue	23
Créer une nouvelle règle de prix catalogue.....	23
Modules.....	24
Rechercher un module spécifique	24
Effectuer des actions sur les modules	25
Liste des modules natifs les plus importants.....	26
Liste des principaux modules complémentaires (optionnels).....	32
Installer un module complémentaire	37
Positions sur le front-office	38
Paramètres de paiement	41
Livraison.....	42
Gérer les transporteurs	43
Créer un nouveau transporteur à l'aide de l'assistant Prestashop	44
Ajouter un nouveau transporteur à l'aide d'un module transporteur	47
Préférences de livraison	47
Localisation : comprendre les réglages locaux	48
Localisation	48
Langues.....	49
Zones.....	51
Pays.....	51
États	53
Devises.....	54
Taxes	54
Traductions.....	54
Fonctionnements spécifiques.....	56
Préférences.....	57
Paramètres généraux.....	57
Commandes.....	57
Produits.....	58
Clients	60
Thèmes	60
SEO & URL.....	61
CMS ou comment gérer vos pages de contenu.....	62
Créer une catégorie CMS.....	62
Créer ou modifier une page CMS	63
Images.....	66
Coordonnées & magasins	66
Rechercher.....	67
Maintenance.....	68
Géolocalisation	68

Paramètres avancés.....	68
Email	68
Administration	69
Employés.....	69
Profils.....	69
Statistiques	70
Google analytics.....	70
Référencement naturel	70
ANNEXE 1 : Guide d'utilisation pixlr editor.....	71
ANNEXE 2 : Dimensions des images présentes sur les sites réalisés par LGI studio	73
ANNEXE 3 : Cas particulier du template n° 3 avec blog intégré	74
ANNEXE 4 : Foire aux questions.....	75
ANNEXE 5 : Exporter les abonnés à la Newsletter.....	76
ANNEXE 6 : Cas particulier du module PrestaBlog	77

Prestashop : Se connecter

Aller sur le lien d'accès au back office de Prestashop qui vous a été fourni par mail et saisissez votre identifiant (votre email) et votre mot de passe (fournis par mail). Cochez Rester connecté puis cliquez sur connexion.



The screenshot shows a login form with the following fields and options:

- Adresse e-mail: A text input field containing "test@example.com".
- Mot de passe: A text input field with a password icon and the text "Mot de passe".
- Options: A checkbox for "Rester connecté" and a blue link for "Mot de passe oublié".
- Connexion: A button with a checkmark icon and the text "Connexion".

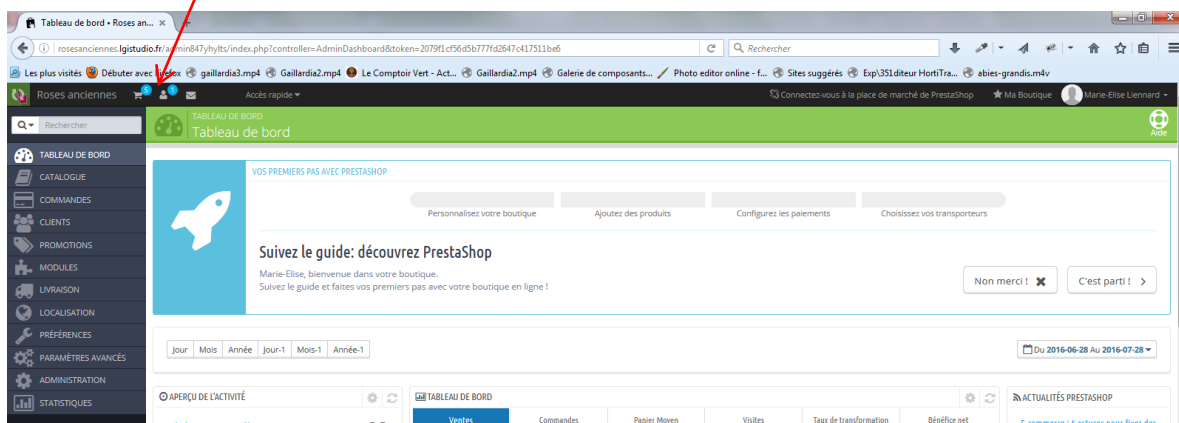
Prestashop : Protections

Pour des raisons de sécurité, nous avons mis en place un système de protection. Nous avons fait en sorte que vous puissiez utiliser Prestashop sans contrainte. Toutefois, si vous constatez un problème de fonctionnement suite à l'une de vos actions, contactez-nous via le portail de service en créant une demande de service.

Prestashop : Présentation de l'interface d'administration

Colonne de gauche : accès rapide aux principales rubriques de l'administration Prestashop.

En haut : des icônes d'accès rapide aux commandes, clients et messages (SAV).



Nous allons détailler ci-dessous les principales rubriques du MENU sinon à gauche.

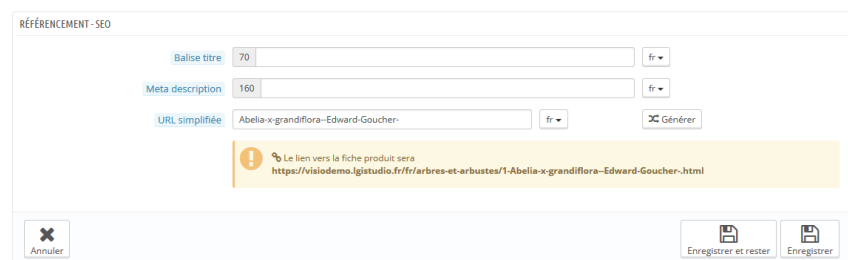
Catalogue

Accès aux produits

Cliquez sur modifier pour accéder à votre fiche produit. L'essentiel des informations est récupéré de Gestcom.

Compléter les balises titre et méta description de vos produits

Pour le moment, la balise titre et la balise meta description (utiles pour le référencement naturel) ne sont pas saisissables dans Gestcom. Donc vous pourrez les compléter dans l'onglet Référencement – SEO de votre fiche produit. La balise titre ne doit pas dépasser 70 caractères (espaces inclus) et la méta description 160 caractères. La balise titre est rempli par défaut par Prestashop et correspond au nom du produit associé au nom de votre boutique. La méta description par défaut est le résumé (ou description courte).



The screenshot shows the "RÉFÉRENCIEMENT - SEO" form with the following fields and options:

- Balise titre: A text input field with "70" and a dropdown menu.
- Meta description: A text input field with "160" and a dropdown menu.
- URL simplifiée: A text input field with "Abelia-x-grandiflora-Edward-Goucher" and a dropdown menu.
- Générer: A button with a refresh icon.
- Information: A yellow box with an exclamation mark icon and the text "Le lien vers la fiche produit sera https://visiodemo.lgistudio.fr/fr/arbres-et-arbustes/1-Abelia-x-grandiflora-Edward-Goucher.html".
- Buttons: "Annuler", "Enregistrer et rester", and "Enregistrer".

Gestion des accessoires


Onglet associations : c'est ici que vous allez renseigner les produits associés à votre produit dans la rubrique Accessoires.

Accessoires


Saisissez les premières lettres du produit et cliquez sur le produit que vous voulez associer au produit sur lequel vous êtes.

Un bloc « Accessoires » (possibilité de renommer ce bloc voir chapitre LOCALISATION / Traductions) apparaît alors dans la fiche produit.

ACCESSOIRES



Rosier buisson gr...
8,60 €



Groseillier
9,00 €

Promotion de type prix spécifique

Dans l'onglet prix, allez dans la partie « prix spécifiques ». Vous y retrouvez l'historique des promotions de type prix spécifique. Cliquez sur Ajouter un prix spécifique.

Pour

Client

Déclinaison

Disponible de jusqu'au

À partir de

Prix du produit (HT) €

Laisser le prix de base

Appliquer une réduction de

Règle	Déclinaison	Devise	Pays	Groupe	Client	Prix fixé	Impact	Période	À partir de (quantité)	Outils
--	Toutes les déclinaisons	Toutes les devises	Tous les pays	Tous les groupes	Tous les clients	--	- 20 %	Du 2016-08-05 00:00:00 Au 2016-08-31 00:00:00	1	<input type="button" value="🗑️"/>
--	Cont.3L - 30/40	Toutes les devises	Tous les pays	Tous les groupes	Tous les clients	--	- 10 %	Du 2016-12-01 00:00:00 Au 2017-01-31 00:00:00	3	<input type="button" value="🗑️"/>
--	Cont.3L - 30/40	Toutes les devises	Tous les pays	Tous les groupes	Tous les clients	--	- 20 %	Du 2016-12-01 00:00:00 Au 2017-01-31 00:00:00	5	<input type="button" value="🗑️"/>



Déclinaison (cas FloWone) : vous pouvez choisir la déclinaison à laquelle vous voulez appliquer cette promotion.

Disponible : dates de disponibilité

A partir de : si différent de 1, le prix promo s'appliquera à partir de la quantité spécifiée et le produit ne sera pas visible dans les promotions.

Prix du produit : ne pas toucher

Appliquer une réduction de : en unités monétaires (5 euros par exemple) ou en pourcentage (10% par exemple)

Restriction de transporteurs par produit

Dans l'onglet livraison, vous pouvez, par exemple, sélectionner un ou plusieurs transporteur pour le produit (donc pour toutes ses déclinaisons – cas FloWone).

Par exemple, si vous voulez exclure un produit d'un mode de transport, vous pourrez sélectionner le ou les transporteurs qui conviennent (case de droite) et exclure le transporteur qui n'est pas adapté (case de gauche).

Transporteurs disponibles	Transporteurs sélectionnés
VisioDém My carrier	
Ajouter →	← Retirer

Joindre des documents (pdf) à vos produits

Allez dans l'onglet Documents joints, puis saisissez un nom de fichier, une description (facultative) et ajouter un fichier pdf.

* Nom du fichier fr ▼

Description fr ▼

Fichier

Mettre un fichier en ligne depuis votre poste de travail (8.00 Mo max.)

Une fois le fichier créé, il apparaît dans la case de gauche ci-dessous. Pour le joindre à votre produit, cliquez sur Ajouter pour qu'il apparaisse dans la case de droite.

Un même document peut être associé à plusieurs produits.

Documents joints disponibles	Documents joints pour ce produit
test	
Ajouter →	← Retirer

Accès aux catégories

Vous accédez aux catégories de premier niveau, telles que vous les avez créées dans FloWone – Vinistoria.

Pour accéder aux catégories du niveau suivant, cliquez sur la catégorie de principale.

Ajouter une image pour une catégorie

Si votre template affiche une image pour les catégories, cliquez sur modifier puis sur Ajouter un fichier à droite de Image, sélectionnez votre image puis Ouvrir. Cliquez sur Enregistrer en bas à droite pour afficher l'image.

Image

Exemple d'affichage sur le site :

Sous-catégories



ARBRES
FRUITIERS



PETITS FRUITS



FRAISIERS

Limitier l'accès d'une catégorie à un groupe de clients

Si vous souhaitez que certaines catégories ne soient visibles que par certains groupes de clients, dans ce cas, cliquez sur Modifier puis tout en bas, sélectionnez le ou les groupes qui doivent pouvoir voir cette catégories et les produits qui y sont affectés. Pour créer des groupes de clients, voir chapitre CLIENTS / Groupes de clients.

Accès des groupes

<input type="checkbox"/>	ID	Nom du groupe
<input checked="" type="checkbox"/>	1	Visiteur
<input checked="" type="checkbox"/>	2	Invité
<input checked="" type="checkbox"/>	3	Client
<input type="checkbox"/>	4	VIP

Suivi

Vous permet de suivre l'état de votre catalogue (nombre de catégories vides, liste des produits avec déclinaisons mais sans quantité disponible à la vente, liste des produits désactivés)

Documents joints

Gestion centralisée des documents joints et associés aux produits. Plutôt que de passer par le produit, vous pouvez créer ici les documents joints disponibles en cliquant soit sur le + soit sur Ajouter un document joint en haut à droite. Le document créé ainsi sera disponible directement dans la fiche produit dans l'onglet Documents joints.

Onglet Commandes

Commandes

Vous retrouvez ici toutes les commandes passées sur votre site. Vous pouvez filtrer les résultats et facilement trouver les commandes que vous recherchez : par exemple, pour identifier les commandes de M. Durand, tapez « Durand » dans le champ client puis cliquez sur Filtrer.

Vous pouvez voir le détail de chaque commande en cliquant sur la ligne ou en cliquant sur le bouton à droite de la commande.

En haut de la page se trouve un rapide résumé de la commande : date de validation, nombre de discussion avec le service client à propos de cette commande, nombre de produits dans la commande et montant total.

Les détails de la commande vous donnent accès à de nombreuses informations :

A gauche, les informations de la commande : état, historique, informations relatives au transport (poids total de la commande, transporteur choisi par le client)

A droite, les informations sur le client : historique de ses achats, adresse de livraison et de facturation

Méthode de paiement utilisée, coût des produits, coût du transport

Divers détails sur les produits commandés.

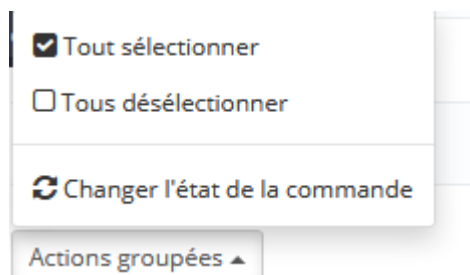
Modifier l'état d'une commande

Etat des commandes :

- A la récupération des commandes dans Gestcom, l'état de la commande est automatiquement changé par « En cours de préparation ».
- A l'expédition de la commande dans Gestcom, l'état de la commande passe à « Expédié ».

Tout autre changement d'état doit être fait manuellement dans Prestashop : 2 possibilités :

- Soit en masse au niveau de la liste des commandes ; sélectionner une ou plusieurs commandes (pour lesquelles vous voulez avoir le même état), puis aller en bas de la page sur le bouton Actions groupées, cliquer dessus et cliquer sur Changer l'état de la commande. Choisissez le nouvel état puis cliquez à nouveau sur le bouton Changer l'état de la commande.



- Soit en rentrant dans la commande dans état, choisir l'état et cliquer sur Mettre à jour l'état.

ÉTAT 2 DOCUMENTS 0

	En cours de préparation	29/06/2017 15:29:56
	En attente de paiement par chèque	29/06/2017 15:26:00

En cours de préparation METTRE À JOUR L'ÉTAT

Saisir un règlement (chèque – virement bancaire)

Allez sur la commande puis allez dans la partie Paiement pour saisir un paiement :

2017-07-20					€	AJOUTER
2017-07-20		CHQ Chèque		15	€	AJOUTER

Choisir le mode de paiement (Chèque ou Virement) en tapant les premières lettres, vous pouvez également saisir une référence et le montant puis cliquez sur Ajouter.

Envoyer un message prédéfini à un client

Une fois que vos messages prédéfinis sont en place, cf chapitre Messages prédéfinis ci-dessous, vous pouvez les envoyer en allant directement sur la commande d'un client :

1. Sélectionnez le message.
2. Modifiez-le si besoin est, afin de le personnaliser pour la commande ou le client.
3. Activez l'option "Montrer au client"
4. Cliquez sur "Envoyer".

MESSAGES 0

Choisissez un message prédéfini Délai

[Configurer les messages prédéfinis](#)

Montrer au client OUI NON

Message

Bonjour,

Malheureusement, un élément de votre commande est actuellement en rupture de stock. Cela peut provoquer un léger retard dans la livraison. Veuillez accepter nos excuses et soyez assurés que nous tâcherons d'y remédier.

Cordialement,

[Voir tous les messages](#) ENVOYER LE MESSAGE

Votre client recevra le message sur le compte e-mail associé à son compte utilisateur. Pour continuer la conversation, rendez-vous dans la page "SAV" du menu "Clients".

Factures

Les factures générées par Prestashop sont désactivées, car c'est dans Gestcom que vous gérez votre facturation.

Bons de livraison

Désactiver dans Prestashop, gérés dans Gestcom.

Avoirs

Désactiver dans Prestashop, gérés dans Gestcom.

Retours produits

Désactiver dans Prestashop.

Etats

Un certain nombre d'états sont prédéfinis par Prestashop. Il vous est possible d'ajouter un nouvel état si un état vous manque pour informer vos clients sur l'avancement du traitement de sa commande. Cf chapitre ci-dessus Commandes - Modifier l'état d'une commande.

Messages prédéfinis

Lorsque vous devez envoyer un message à vos clients en utilisant l'interface Prestashop (sur la page des commandes), vous pouvez choisir d'enregistrer ce message afin de le renvoyer à d'autres clients avec des questions et des commentaires similaires.

Pour ce faire, allez dans la page « Messages prédéfinis » du menu « Commande ». Un message est déjà enregistré par défaut : Délai.

Créer de nouveaux messages prédéfinis

Pour ajouter d'autres messages, cliquez sur le bouton "Ajouter un nouveau message de commande". Vous pouvez également modifier le message par défaut.

MESSAGES PRÉDÉFINIS

* Nom fr ▼

* Message
Malheureusement, un élément de votre commande est actuellement en rupture de stock. Cela peut provoquer un léger retard dans la livraison.
Veuillez accepter nos excuses et soyez assurés que nous tâcherons d'y remédier.
Cordialement,

Le formulaire va à l'essentiel :

- **Nom.** Indiquez l'objet de votre message, afin qu'il soit facilement retrouvable par la suite.
- **Message.** Écrivez le contenu que vous souhaitez envoyer à vos clients.

Une fois ces champs remplis, cliquez sur "Valider".

Vous pouvez créer autant de messages que vous voulez.

Clients

C'est dans ce sous menu que l'on retrouve tous les clients. Il est possible d'exporter les clients.

C'est également dans cet onglet que vous pourrez créer des groupes, afficher les paniers en cours ou gérer le service après-vente.

Accéder à la liste de mes clients

La première page du menu "Clients" vous donne la liste de tous les utilisateurs enregistrés sur votre boutique.

Clients TOUS TEMPS 50% de femmes

Âge moyen TOUS TEMPS 41 ans

Commandes par client TOUS TEMPS 0.5

Inscriptions à la newsletter TOUS TEMPS 1

CLIENTS 2

ID	Titre	Nom	Prénom	Adresse e-mail	Ventes	Activé	Actualités	Opt-in	Immatriculation	Dernière visite	
2	Mme	Dupont	Jeanne	jeanne@exemple.fr	--	✓	✗	✗	Du 25/03/2014	--	Modifier
1	M.	DOE	John	pub@prestashop.com	349,32 €	✓	✓	✓	21/03/2014	24/03/2014 18:27:00	Modifier

Actions groupées ▼

Celle-ci vous donne un bon aperçu de l'ensemble de vos clients, avec quelques détails que vous pouvez utiliser pour trier les comptes ou lancer des recherches :

- Titre de civilité. Il y a 2 titres de civilité par défaut : "M." et "Mme".
- Âge. Pour encore mieux cerner votre clientèle, vous pouvez surveiller l'âge moyen, et proposer des produits qui correspondent plus à leur tranche d'âge.
- Activé. Indique si le compte est actif ou non. Vous pouvez désactiver un compte en cliquant sur la coche verte.
- Newsletter. Indique si le client est inscrit à votre newsletter ou non. Vous pouvez le désinscrire en cliquant sur la coche verte.
- Options. Indique si le client accepte de recevoir des messages de vos partenaires ou non. Vous pouvez le désinscrire en cliquant sur la coche verte. N'inscrivez pas vos clients à ces messages sans leur accord, car cela peut être considéré comme du spam.
- Inscription et dernière connexion peuvent se révéler utile pour trier les comptes.
- Actions. Vous pouvez modifier le compte d'un utilisateur, simplement afficher ses données (dont ses messages, commandes, adresse, bons de réduction, etc.), ou le supprimer définitivement.

IMPORTANT : N'inscrivez pas vos clients à ces messages sans leur accord, car cela peut être considéré comme du spam.

Afficher les informations relatives à un client

Dans le cas où vous voudriez avoir plus d'informations sur un client donné, vous pouvez cliquer sur le bouton "Afficher", situé à la fin de sa ligne dans la liste des clients. Une nouvelle page s'ouvre.

The screenshot shows the customer profile for John Doe (ID: 000001, email: PUB@PRESTASHOP.COM). The profile includes the following details:

- Titre de civilité:** M.
- Âge:** 44 ans (date de naissance: 15/01/1970)
- Date d'inscription:** 21/03/2014 15:48:58
- Dernière visite:** 24/03/2014 18:27:00
- Place parmi les meilleurs clients:** 1
- Langue:** Français (French)
- Inscriptions:** Lettre d'informations (checked), Opt-in (checked)
- Dernière mise à jour:** 21/03/2014 15:48:58
- État:** Actif (checked)

The **COMMANDES** section shows 5 orders:

ID	Date	Paiement	État	Produits	Total payé
1	21/03/2014	Payment by check	Livré	2	61,37 €
2	21/03/2014	Payment by check	En attente du paiement par chèque	3	0,00 €
3	21/03/2014	Payment by check	En attente du paiement par chèque	3	0,00 €
4	21/03/2014	Payment by check	Erreur de paiement	4	0,00 €
5	21/03/2014	Bank Wire	En attente du paiement par virement bancaire	3	0,00 €

The **MESSAGES** section shows 1 message:

État	Message	Envoyé le
open	Bonjour, Malheureusement, un élément de votre commande est actuellement...	26/03/2014 16:31:12

The **BONS DE RÉDUCTION** section shows 0 coupons, with a note: "John DOE ne possède aucun bon de réduction".

The **DERNIÈRES CONNEXIONS** section shows the following data:

Date	Pages vues	Temps total	Origine	Adresse IP
24/03/2014	0		Lien direct	127.0.0.1
21/03/2014	0		prestashop.com	127.0.0.1

Les sections de cette page vous présentent les données clé de cet utilisateur :

- Informations sur le client, son nom et prénom, e-mail, genre, date d'inscription, date de la dernière visite.
- Information par rapport à sa souscription à la newsletter de la boutique et souscription à des publicités d'entreprises partenaires, son âge, date de sa dernière mise à jour, compte actif ou non.
- Note privée de la part des employés de la boutique (vous ou votre équipe).
- Message envoyé par l'utilisateur à l'équipe (via le service après-vente).
- Les groupes auxquels le client appartient.
- Résumé des achats déjà effectués par le client. Montant dépensé, type de paiement, état des commandes. Pour plus d'informations sur chaque commande, cliquez sur le bouton dans la colonne "Actions".
- Résumé des produits qui ont été commandés par un client. Entre autres choses, cela vous permet de savoir quand un client aime beaucoup un certain produit, et donc par exemple de lui créer une réduction pour sa 10e commande. En cliquant sur le produit, vous êtes renvoyé vers la commande à laquelle ce produit est lié.
- Ses différentes adresses.
- Ses bons de réduction disponibles.

- Les paniers que le client a créé (mais pas forcément validé) depuis son inscription. Quand votre client est sur votre site, vous pouvez voir ce qu'il ajoute à son panier en temps réel.
- Sa dernière connexion.

Chercher un client

Aller dans la page "Clients", et utiliser la liste des clients.

En effet, vous pouvez remplir les champs en haut de la liste, afin de filtrer le contenu en fonction des critères suivants : ID, titre de civilité, prénom, nom, adresse e-mail, âge, état du compte, inscription à la newsletter, inscription aux promotions partenaires, date d'inscription, et date de dernière connexion. Saisissez vos critères puis cliquez sur le bouton "Filtre" situé du côté droit du tableau. Vous pouvez ensuite trier la liste en fonction de chaque colonne.

Cliquez sur le bouton "Réinitialiser" pour revenir à la liste complète.

Accès aux adresses des clients

En cliquant sur la page "Adresses", vous aurez accès à la liste des adresses de vos clients (domicile, travail, etc.). Vous pouvez les modifier en cliquant sur le bouton "Modifier", ou les supprimer (non recommandé).

En-dessous de la liste des adresses se trouve un bouton intitulé "Définir les champs requis pour cette section". Il ouvre un formulaire où vous pouvez indiquer si certaines informations sont nécessaires ou non, en cochant les cases appropriées : ainsi, vous pouvez faire en sorte de rendre obligatoires les champs "company" (société) ou "phone number" (numéro de téléphone) lorsque le client crée une nouvelle adresse sur votre boutique.

Groupes de clients

On peut gérer des groupes de clients pour leur appliquer des règles différentes. On ne gère pas la notion de groupes de clients dans l'interface Gestcom / Prestashop.

PrestaShop vous donne la possibilité d'offrir certains privilèges à vos clients, en les assignant à des groupes. Vous pouvez créer autant de groupes de clients que vous le souhaitez, et leur assigner autant de clients que nécessaire. Tout se passe dans la page "Groupes" du menu "Clients".


Par défaut, trois groupes sont répertoriés :

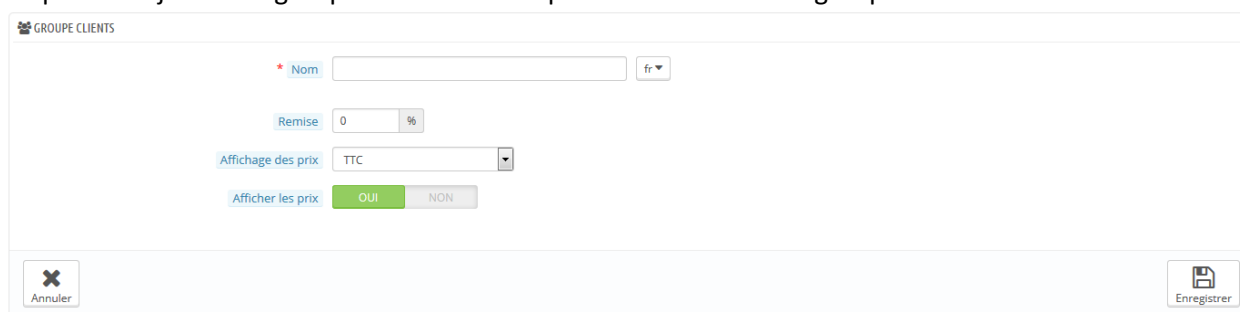
- Visiteur. Tout utilisateur n'ayant pas de compte client ou n'étant pas identifié.
- Invité. Un client qui a passé une commande à l'aide de la commande express (guest checkout) – il faut que cette option soit activée.

- Client. Tout utilisateur ayant créé un compte sur votre boutique, et s'étant identifié.

Ces trois groupes ne peuvent pas être supprimés.

Créer un groupe clients

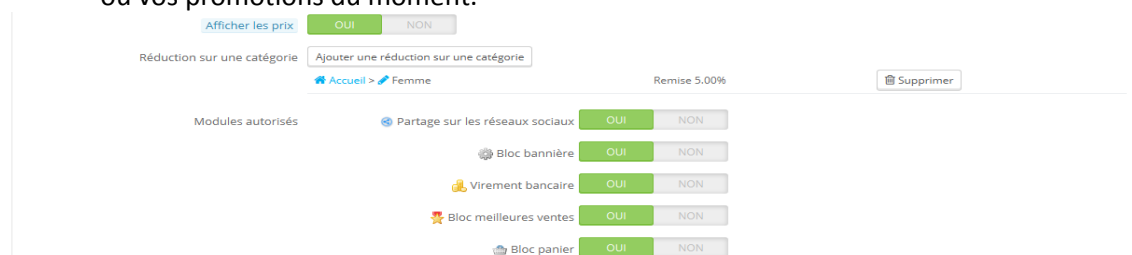
Cliquez sur Ajouter un groupe client ou sur le plus  à droite de groupes.



- Nom. Utilisez un nom court et descriptif.
- Remise (en %). La réduction que vous souhaitez appliquer à tous les produits de votre boutique, pour les membres de ce groupe. Vous pourriez préférer ne pas mettre en place de réduction ici, et passer par des règles paniers. Pour en apprendre plus sur les règles paniers, lisez le chapitre suivant de ce guide, "Mettre en place des promotions".
- Affichage des prix. PrestaShop est souvent utilisé pour des boutiques de commerce interentreprises (secteur B2B). Vous pouvez créer un groupe de clients qui peuvent acheter des produits sans payer de taxes. La liste déroulante vous donne le choix entre "taxes incluses" et "taxes exclues".
- Afficher les prix. Par défaut, tous les utilisateurs d'une boutique peuvent voir vos prix. Vous pourriez préférer que certains membres ne puissent pas les voir. Par exemple, vous pouvez faire en sorte que seuls les membres connectés puissent voir les prix : depuis la liste des groupes, cochez la coche verte de la colonne "Afficher les prix" pour la ligne "Visiteur" afin de la transformer en une croix rouge.

Une fois ces réglages en place, vous pouvez enregistrer le groupe tel-quel, ou ajouter un réglage par module ou par catégorie. Dans ce second cas, après la groupe a été enregistré, rouvrez-le : le formulaire se rechargera avec deux nouvelles options :

- Réduction sur une catégorie. Cliquez sur le bouton "Ajouter une réduction sur une catégorie" pour afficher une nouvelle fenêtre contenant une liste de toutes vos catégories. Vous pouvez en choisir une, et lui appliquer une réduction spécifique qui sera appliquée seulement à ce groupe de clients, et seulement pour cette catégorie. Notez que :
 - Seuls les produits ayant cette catégorie comme catégorie par défaut verront leurs prix affectés par la réduction. Les produits n'ayant cette catégorie que comme catégorie secondaire ne seront pas affectés.
 - La réduction de catégorie remplacera toute autre réduction à laquelle les membres de ce groupe pourraient avoir droit pour cette catégorie.
 - Vous pouvez ajouter autant de catégories que nécessaire à un groupe de clients – ce qui vous permet d'appliquer à ce groupe un jeu totalement différent de réductions en comparaison avec les autres clients, si besoin est.
- Modules autorisés. Cette section vous permet de bloquer l'accès à certains modules pour les membres de ce groupe. Par exemple, vous pourriez préférer que certains clients ne puissent pas voir vos meilleures ventes ou vos promotions du moment.



Vous pouvez ajouter un client à un groupe de votre choix en modifiant les informations du client : depuis la liste des clients (page "Clients" du menu "Clients"), cliquer sur l'icône "Modifier" dans la ligne du client, dans le tableau

"Accès de groupe", sélectionnez le groupe auquel vous souhaitez que votre client appartienne. Si vous lui assignez plusieurs groupes, prenez soin d'indiquer son groupe principal avec l'option "Groupe de clients par défaut".

* Accès de groupe

<input type="checkbox"/>	ID	Nom du groupe
<input type="checkbox"/>	1	Visiteur
<input checked="" type="checkbox"/>	2	Invité
<input checked="" type="checkbox"/>	3	Client


Groupe de clients par défaut

Visiteur


Paniers

PrestaShop contient des fonctionnalités marketing très poussées qui vous permettent de voir les produits que les clients ajoutent à leurs paniers en temps réel. Il y a deux manières de le faire :


1. Allez dans la page "Clients" du menu "Clients", trouvez le client que vous cherchez, et affichez son profil. Faites défiler le profil jusqu'à la section "Paniers", où vous pourrez voir les paniers créés par ce client.
2. Allez dans la page "Paniers" du menu "Clients". Les paniers sont triés par ID. Trouvez le client que vous cherchez.




Taux de transformation
30 JOURS
100%



Paniers abandonnés
AUJOURD'HUI
0



Panier moyen
30 JOURS
51,14 €




Marge nette par visiteur
30 JOURS
49,71 €

PANIER 7

ID	ID commande	Client	Total	Transporteur	Date	En ligne	
--	<input type="text"/>	<input type="text"/>	--	<input type="text"/>	Du <input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="button" value="Recherche"/>
<input type="checkbox"/>	7	Non commandé J. DOE	0,00 €	--	25/03/2014 15:35:45		<input type="button" value="Détails"/>
<input type="checkbox"/>	6	Non commandé J. DOE	50,88 €	My carrier	21/03/2014 15:48:58		<input type="button" value="Détails"/>
	5	J. DOE	69,51 €	My carrier	21/03/2014 15:48:58		<input type="button" value="Détails"/>
	4	J. DOE	50,88 €	My carrier	21/03/2014 15:48:58		<input type="button" value="Détails"/>
	3	J. DOE	0,00 €	My carrier	21/03/2014 15:48:58		<input type="button" value="Détails"/>
	2	J. DOE	56,28 €	My carrier	21/03/2014 15:48:58		<input type="button" value="Détails"/>
	1	J. DOE	31,20 €	My carrier	21/03/2014 15:48:58		<input type="button" value="Détails"/>

Actions groupées

Dans les deux cas, vous pouvez cliquer sur l'icône "Détails" pour consulter les informations du panier de votre client, et utiliser cette information pour améliorer vos performances commerciales.

 Cart #000005
JOHN DOE SUR 21/03/2014
69,51 €

INFORMATIONS CLIENT

John DOE

Compte créé le 21/03/2014

Commandes validées 1




Total payé depuis la création du compte 61,37 €


INFORMATIONS COMMANDE

Commande n°5

Réalisée le 21/03/2014

DÉTAIL DU PANIER

Produit	Prix unitaire	Quantité	Stock	Total
 T-shirts à manches courtes délavés Couleur : Orange, Taille : S Réf. demo_1	16,51 €	1	299	16,51 €
 Blouse Couleur : Noir, Taille : S Réf. demo_2	27,00 €	1	299	27,00 €
 Robe imprimée Couleur : Orange, Taille : S Réf. demo_3	26,00 €	1	298	26,00 €
Total produits				69,51 €
Total				69,51 €

 Conformément au groupe de ce client, les prix sont affichés TTC

Dans la page du panier, l'information la plus importante est affichée dans la section "Détail du panier". Vous pouvez y voir quels produits le client a acheté, leurs prix, la quantité désirée et le montant total du panier.

Gérer les paniers abandonnés

L'abandon de panier signifie souvent qu'une vente a été perdue. La page "Paniers" indique les paniers qui ne sont pas devenus des ventes réelles, et il vous revient de rappeler au client qu'ils peuvent revenir terminer leur achat. Les paniers abandonnés (ou "paniers fantômes") disposent d'un lien de suppression à la fin de chaque ligne, tandis que les paniers sans lien de suppression sont arrivés au bout du processus de commande : l'achat a bien été confirmé et vous êtes censé avoir expédié les produits.

Par défaut, il vous revient de contacter le client à propos de son panier abandonné. Il existe des modules payants qui permettent d'automatiser la relance des paniers abandonnés. Interrogez-nous.

Service Après-Vente

C'est ici que vous retrouvez toutes les questions postées depuis le site internet par vos clients. Une ligne par client et non pas une ligne par message.

On peut autoriser les clients à ajouter une pièce jointe (par exemple pour les problèmes de réception / casse). On peut définir un message par défaut pour gagner du temps dans les réponses.

Pour répondre à un client, on affiche le message et on peut répondre directement par l'interface. Ainsi le client reçoit votre réponse par mail et vous gardez l'historique de tous vos échanges avec vos clients dans Prestashop.

Dans les faits, le formulaire de contact de votre boutique, disponible depuis le lien "Contactez-nous" situé en bas de votre front-office, se présente au client avec deux contacts par défaut : "Service client" et "Webmaster". Le client n'a qu'à choisir la personne ou le service qu'il souhaite contacter, puis à saisir ses informations dans les autres champs. Le message est alors enregistré dans l'outil de gestion SAV de PrestaShop.

ID	Client	E-mail	Type	Langue	État	Employé	Messages	Dernier message
1	John DOE	pub@prestashop.com	--	Français (French)	●	X. Borderie	Bonjour, Malheureusement, un...	26/03/2014 16:31:12

Sur cette page, chaque contact dispose de sa propre section, d'où vous pouvez rapidement voir s'il y a de nouveaux messages (c'est-à-dire des messages non lus). Il y en a deux par défaut, et en ajouter plus déplacera les sections "Signification de l'état" et "Statistiques" vers la gauche et vers le bas.

Ces deux dernières sections sont très pratiques pour votre gestion quotidienne de vos nouveaux messages :

- Signification de l'état. Un simple rappel des codes de couleurs que votre équipe peut appliquer à une discussion.
- Service client : Statistiques. Un aperçu de l'activité globale de votre service client depuis ses débuts.

Plus bas encore, vous trouverez la liste des messages, anciens comme récents.

En bas de page, vous avez accès à deux options, qui s'appliquent à tous vos contacts :

- Autoriser la mise en ligne de fichiers. Spécifie si le client peut joindre un fichier à son message ou non. Cela peut se révéler très utile dans le cas de problèmes graphiques sur votre boutique, car le client peut alors vous envoyer une capture d'écran.
- Message par défaut = modèle par défaut de réponse pour vos employés. Composez un message simple, afin qu'il puisse s'adapter au plus grand nombre de situations, avec un minimum de modification.

Gérer les messages du SAV

Chaque discussion avec un client peut être entièrement gérée par le biais de l'interface très complète de PrestaShop, sans devoir passer par un client de messagerie comme Outlook ou Thunderbird.

FIL DE DISCUSSION: #1

Marquer comme "traité" Marquer comme "en attente 1" (sera traité plus tard) Marquer comme "en attente 2" (sera traité plus tard) Transférer cette discussion à un autre employé

 **John DOE** (pub@prestashop.com) 1 commande(s) validée pour un montant total de 61,37 €
Client depuis : 21/03/2014

 **Xavier Borderie** 26/03/2014 - 16:31
Bonjour, Malheureusement, un élément de votre commande est actuellement en rupture de stock. Cela peut provoquer un léger retard dans la livraison. Veuillez accepter nos excuses et soyez assurés que nous tâcherons d'y remédier. Cordialement.

Dans la liste des discussions, cliquez sur l'une des lignes pour voir les détails de la conversation :

Vous pouvez appliquer une poignée d'actions à la discussion, afin de vous aider à rapidement les trier et donc les traiter plus rapidement. Il y a 4 actions disponibles :

- Marquer comme "traité" ou "Réouvrir". Passer l'état de la discussion de "Ouvert" à "Terminé".
- Marquer comme "en attente 1" et Marquer comme "en attente 2". Ces deux états sont internes : leur signification dépend de votre équipe. Vous pouvez même choisir de ne pas les utiliser, et de ne vous appuyer que sur "Ouvert" et "Terminé".
- Transférer cette discussion à un autre employé. À partir du moment où un employé a commencé à répondre au message d'un client, il devient en charge de la requête de l'utilisateur. Si au cours de la discussion il se trouve qu'un autre employé devrait la prendre en charge, vous pouvez utiliser ce bouton pour le lui attribuer à l'aide d'une liste déroulante. Cet autre employé recevra une notification. Si la personne à laquelle vous voulez transférer cette discussion n'est pas disponible dans la liste, choisissez "Quelqu'un d'autre" dans cette liste et deux options apparaîtront, vous permettant d'indiquer l'adresse e-mail du destinataire et d'ajouter un commentaire à propos de la discussion.
- Répondre au prochain message de cette conversation qui n'a pas encore de réponse.

Vous avez accès aux détails essentiels :

- Nom du client et adresse e-mail, sur lesquels vous pouvez cliquer pour accéder aux informations du client.
- Nombre de commandes, total des dépenses et date d'inscription du client.
- Heure et date du message.
- Enfin, le message lui-même.

Pour répondre à cette discussion, utilisez simplement le formulaire contenant votre message par défaut (tel que configuré dans la section "Options de contact" de la page "SAV"), et cliquez sur "Envoyer"

En bas de la page la section "Historique des commandes et des messages" vous donne une représentation chronologique claire des évènements liés à cette discussion.

HISTORIQUE DES COMMANDES ET DES MESSAGES

Commande #1 21/03/2014 - 15:49
État Erreur de paiement
Plus de détails

Commande #1 25/03/2014 - 15:37
État Livré
Plus de détails

26/03/2014 - 16:31
Message à **John DOE**
Bonjour, Malheureusement, un élément de votre commande est actuellement en rupture de stock. Cela peut provoquer un léger retard dans la livraison. Veuillez...

Contacts

Par défaut, Prestashop gère 2 contacts différents, un webmaster et un autre pour le service client. On peut définir pour chaque contact un email différent si des personnes différentes gèrent ces 2 aspects du suivi client. On peut créer d'autres

Pour faciliter la communication avec vos clients, vous pouvez créer de nombreux comptes de contacts. Par exemple : service client, service technique, service commercial, etc. Cette fonctionnalité permet à vos utilisateurs de directement contacter la bonne personne en fonction de leurs besoins.

Créer de nouveaux contacts

Pour que les messages soient bien envoyés aux bons destinataires, vous devez configurer les contacts de votre boutique.

La page "Contacts" du menu "Clients" vous présente la liste des contacts existants.

Cliquez sur "Ajouter" pour accéder au formulaire de contact :

ID	Titre	Adresse e-mail	Description	
1	Webmaster	xavier.borderie@prestashop.com	Si un problème technique survient sur le site	Modifier
2	Service client	xavier.borderie@prestashop.com	Pour toute question ou réclamation sur une commande	Modifier

- Titre. Le nom du contact : soit le nom d'une personne, soit le nom du service lui-même. Vous pouvez également choisir d'utiliser une phrase, comme "J'ai un problème avec ma commande", "Je veux renvoyer un produit" ou "Proposition de partenariat".
- Adresse e-mail. L'adresse peut être la même que celle d'un autre contact. Qui plus est, tous les contacts peuvent avoir la même adresse si vous n'avez pas vraiment d'équipe – les clients ne le sauront jamais, mais avoir de nombreux contacts peut les aider à avoir confiance en votre boutique, car cela signifie que de nombreuses personnes y travaillent.
- Enregistrer les messages ?. Indiquez si les messages doivent être enregistrés dans l'outil de gestion SAV, ou juste être envoyés par e-mail. Si cette option est désactivée, PrestaShop ne vous aidera pas à gérer les messages pour ce contact. Cela peut se révéler utile pour un contact comme "Proposition de partenariat", car vous pourriez préférer que ces messages arrivent directement dans votre boîte e-mail sans être lisible par toute votre équipe.
- Description. Choisissez une description courte, ne dépassant pas la ligne, car elle est affichée au client sur le formulaire de contact.

Comment les clients peuvent vous contacter

Pour contacter la bonne équipe d'employés depuis votre front-office, le client doit cliquer soit sur le lien "Contact" en haut de la page, ou le lien "Contactez-nous" en bas de la page. Le formulaire de contact s'ouvre alors.

[Contact](#)

SERVICE CLIENT - CONTACTEZ-NOUS

ENVOYEZ UN MESSAGE

Objet: Choisissez

Adresse e-mail: pub@prestashop.com

Référence de commande: Choisissez

Fichier: aucun fichier sélectionné Choisir un

Message

Envoyer >

Le client peut ensuite choisir le service à contacter, saisir son adresse e-mail puis son message. Un menu déroulant lui permet d'indiquer la commande dont il est en train de parler, et même le produit dont il parle.

Titres de civilité

L'outil de gestion des titres de civilité vous permet de mieux définir vos clients : dans la liste des clients, vous pouvez choisir de n'afficher que les clients ayant un titre de civilité donné. Les modules peuvent également exploiter cette fonctionnalité pour offrir certaines fonctionnalités.

ID	Nom	Type	Image	
1	M.	Homme		Modifier
2	Mme	Femme		Modifier

Promotions

Les promotions et bons de réductions jouent un rôle important dans votre relation avec vos clients. De manière générale, les clients apprécient deux choses quand ils font des achats en ligne :

- Se sentir à part.
- Trouver des prix bas.

Ces deux objectifs peuvent être atteints avec les promotions personnalisées, et c'est exactement là que les bons de réduction entrent en jeu – ou plus précisément, les règles de promotion.

Les règles de promotions peuvent prendre deux formes :

- Règles paniers. Ce sont là les successeurs des bons de réduction, tels qu'ils étaient connus dans les versions précédentes de PrestaShop. Pour résumer, ces règles vous permettent de créer des bons de réduction par utilisateur, et bien plus encore.
- Règles de prix catalogue. Vous permet de mettre en place des réductions de prix par catégorie, marque, fournisseur, attribut ou caractéristique. Par exemple, vous pouvez créer une règle qui spécifiera que les clients espagnols appartenant au groupe "Bons clients" ont droit à 10% de réduction sur la catégorie "Matériel électronique" et tous les produits Sony pendant la première semaine du mois de Juillet.

Règles paniers

La différence entre un avoir, un bon de réduction et une règle panier

Un avoir est avant tout une preuve écrite qu'un produit a été retourné. La plupart du temps, le client peut s'en servir comme d'un bon de réduction

Un bon de réduction est un code promotionnel qui n'a pas à être lié à un retour marchandise ou à un remboursement, et peut prendre plus de formes qu'un simple avoir :

- une réduction sur une commande (en pourcentage).
- une réduction sur une commande (un montant précis).
- la livraison gratuite.

Vous pouvez appliquer un bon de réduction à tous vos clients, ou un groupe de clients, ou à un seul client ; vous pouvez également lui donner une date d'expiration.

Une règle de panier est une version améliorée du bon de réduction. En effet, ce système vous permet de :

- Donner un nom à la réduction.
- Autoriser le client à n'utiliser qu'une partie de la réduction.
- Mettre en place des priorités entre règles paniers.
- Indiquer la compatibilité entre règles paniers.
- Faire en sorte que la réduction ne fonctionne qu'avec certains transporteurs.
- Faire en sorte que la réduction ne fonctionne qu'avec une sélection de produits et/ou de catégories et/ou de marques et/ou de fournisseurs et/ou d'attributs... ou tous en même temps si nécessaire !
- Faire en sorte que la réduction comprenne la livraison gratuite et/ou une réduction sur la commande et/ou un produit gratuit... ou tous en même temps si nécessaire !

Dans ce guide, "règle panier" et "bons de réduction" sont synonymes et interchangeables.

La page "Règles paniers" liste les règles actuellement en place, que vous pouvez activer ou désactiver en cliquant sur les icônes de la colonne "État".

ID	Nom	Priorité	Code	Quantité	Jusqu'au	État	
1	Règle panier 1	1	IJQZRGCM	7	01/05/2014 15:00:00		

Créer une nouvelle règle panier

Un bon de réduction peut être créé automatiquement après un retour produit, mais vous pouvez en créer vous-même à n'importe quel moment, en le ciblant de manière très spécifique.

Le formulaire de création dispose de trois onglets, ce qui vous permet de construire vos règles et bons très précisément.

L'onglet Information

Le premier onglet, "Information", contient les identifiants et principaux réglages de la règle.

RÈGLE PANIER

INFORMATIONS | CONDITIONS | ACTIONS

* Nom: Règle panier 1

Description: Ceci est ma première règle panier

Code: IJQZRGCM

Mettre en avant:

Utilisation partielle:

Priorité: 1

État:

- Nom. Le nom apparaîtra pour le public, donc restez sobre.
- Description. La description n'est pas publique. Elle aide vos employés à mieux comprendre pourquoi cette règle a été créée.
- Code. Donnez à votre règle un code unique. Vous pouvez soit en créer un à la main (et donc en profiter pour le rendre lisible, par exemple 1BONPOURJACQUES), soit demander à PrestaShop de générer une chaîne unique en cliquant sur "Générer". Bien entendu, vous pouvez également utiliser n'importe quel générateur de chaîne (comme <http://www.random.org/strings/>). Notez que si vous ne mettez pas de code en place, la règle s'appliquera à tout utilisateur correspondant aux autres conditions de la règle:
- S'il y a un code, le client doit le saisir dans le champ dédié lors du processus de paiement.
- S'il n'y a pas de code, la règle s'applique automatiquement à tous les clients pouvant en profiter.
- Mettre en avant. Si cette option est activée, PrestaShop indiquera au client qu'un bon d'achat correspondant au contenu de son panier est disponible et peut être utilisé.
- Utilisation partielle. Si cette option est désactivée, le bon ne peut être utilisé qu'une fois, même si son montant n'est pas totalement utilisé. Si elle est activée, un nouveau bon sera généré dans le cas où le bon utilisé n'est pas complètement utilisé.
- Priorité. Si un client (ou un groupe de clients) a droit à plus d'un bon, ou si plus d'un bon peuvent être appliqués à une commande, alors PrestaShop appliquera les bons un à un par ordre alphabétique. Vous

pouvez changer cet ordre en mettant une priorité plus basse à votre bon. Par défaut, tous les bons ont une priorité de 1. Si vous réglez la priorité à un chiffre plus élevé, le bon sera appliqué après les bons ayant un chiffre plus bas.

- État. Vous pouvez désactiver et réactiver un bon quand vous l'estimez nécessaire.

Onglet Conditions

Le deuxième onglet, "Conditions", contient un large jeu de possibilités, vous permettant de cibler précisément qui pourra profiter de cette règle.

- Limiter à un seul client. C'est ici que vous indiquez si le bon que vous créez est destiné à un seul client. Par exemple, si vous avez un délai de livraison et que vous souhaitez faire un geste commercial, vous pouvez créer un bon pour ce client que lui ou elle seul peut utiliser. Pour rapidement trouver le client, saisissez les premières lettres de son prénom, nom ou adresse e-mail dans le champ textuel. Si ce champ reste vide, PrestaShop en comprendra que la règle s'applique à n'importe quel client... à moins que vous n'ayez spécifié un groupe de client comme condition supplémentaire (voir la case "Sélection de groupes de clients" plus bas).
- Valide. La validité par défaut est d'un mois, mais vous pouvez réduire ce délai à une semaine ou même une journée.
- Montant minimum. Le montant minimal d'une commande à partir duquel la règle s'applique. Le bon ne sera applicable que si la commande du client dépasse le montant indiqué. Vous pouvez choisir d'inclure ou non les taxes et frais de port dans ce montant.
- Quantité totale disponible. Vous permet de régler la quantité de bon générés : mettez soit "1" si le bon est destiné à un seul client, ou n'importe quel nombre si le bon est destiné aux premiers qui l'utilisent.
- Quantité disponible par utilisateur. Vous pouvez configurer le nombre de fois ou un bon peut être utilisé par un même utilisateur. Ce nombre doit être au moins égal à la quantité totale disponible ci-dessus.
- Si ce nombre est inférieur que la quantité totale disponible, alors un seul client ne sera pas en mesure de tous les utiliser.
- Laissez-le à "1" pour faire en sorte que chaque client ne puisse utiliser le bon qu'une fois. Dans ce cas, assurez-vous que le bon s'applique à un groupe plutôt qu'à un seul client.
- Les cases à cocher en bas de la section sont très importantes, car elles vous aident à filtrer encore plus ce à quoi ou à qui la règle s'applique.
 - Sélection de transporteurs. Vous pouvez faire en sorte que le client ne puisse accéder à cette règle que s'il choisit un transporteur spécifique pour ses colis.
 - Sélection de groupes de clients. Une option très utile. Grâce à l'outil de création de groupes de PrestaShop, vous pouvez créer des réductions qui ne s'appliquent qu'à une sélection de clients, et y ajouter d'autres conditions à l'aide de l'outil de création de règles paniers.
 - Compatibilité avec les autres règles paniers. Par défaut, une commande peut bénéficier de plusieurs règles de paniers simultanément. Avec cette option, vous pouvez indiquer à PrestaShop que cette règle ne peut pas être combinée à d'autres règles. Cette option n'apparaît que si vous avez déjà au moins une autre règle enregistrée.

- Sélection de produit. Un autre outil très utile, qui vous permet de créer des bons automatiques pour les commandes contenant certains produits précis. Cet outil est expliqué en détail ci-après.

L'option "Sélection de produit" ouvre un tout nouveau formulaire, et vous permet de créer non seulement des bons par produit, mais également par catégorie, par marque, par fournisseur et même par attribut. Qui plus est, vous pouvez combiner ces possibilités afin de préciser votre ciblage client autant que possible.

Par exemple, vous pouvez créer des bons automatiques pour vos clients de la forme "Achetez 3 produits Apple pour avoir la livraison gratuite !" Il s'agit réellement d'un outil dans l'outil de création de règles paniers, et son usage est assez spécifique. Vous pouvez ajouter autant de sélection de produits que nécessaire en suivant le parcours suivant :

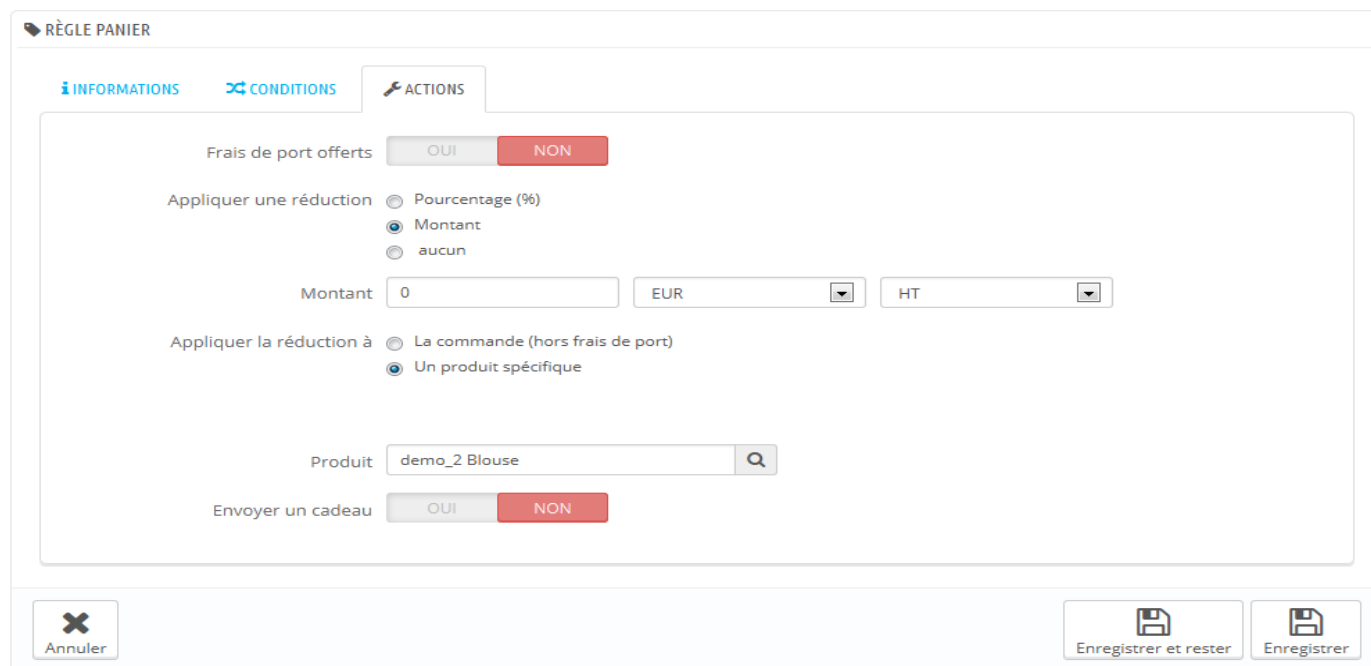
1. Cliquez sur le lien "Sélection de produit" pour ajouter une nouvelle section.
2. Indiquez le nombre de produits nécessaires pour que la réduction s'applique.
3. Ajoutez au moins une règle, du type que vous souhaitez : produits, attributs, catégories, marques, fournisseurs. Vous pouvez ajouter autant de règles par sélection de produit que vous le souhaitez, et même une seule par type si nécessaire.
4. En cliquant sur "OK", une nouvelle ligne est ajoutée à la sélection. Pour chaque type, vous devez donner des détails sur le contenu auquel la règle s'applique. Cliquez sur le lien "Choisir" et une fenêtre s'ouvre listant le contenu disponible pour ce type (produits, catégories...). Déplacez le contenu du panneau de gauche à celui de droite en utilisant le bouton "Ajouter", puis fermez la fenêtre en cliquant sur le "X" en haut à droite de celle-ci. Si un seul contenu est sélectionné, le champ du contenu affichera son nom ; autrement, il indiquera le nombre de contenus sélectionnés.

Vous pouvez ajouter autant de règles que nécessaire au sein d'une sélection. Ces règles s'accumulent : soit elles s'appliquent toutes, soit la promotion n'est pas appliquée.

Les sélections de produits fonctionnent indépendamment : vous pouvez en ajouter autant que nécessaire, et elles n'auront aucun impact entre elles. Cela vous permet de créer tout un ensemble de produits auxquels la règle panier s'applique.

Onglet Actions

Le troisième et dernier onglet, "Actions", vous permet de décider de la promotion elle-même.



- Frais de port offerts. Cette règle offre les frais de port aux utilisateurs qui peuvent l'appliquer.
- Appliquer une réduction.
- Pourcentage (%). Cette règle applique un pourcentage du prix total de la commande. Par exemple, admettons que la commande coûtera 200€ avant l'application des taxes. Si l'on donne à la règle une valeur de 15%, les clients bénéficiant de la règle ne paieront plus que 170€ (avant les taxes et les frais de port).

- **Montant.** Cette règle applique une réduction monétaire sur la commande totale. Par exemple, mettons que la commande coûtera 200€ avant l'application des taxes. Si l'on donne à la règle une valeur de 20€, les clients bénéficiant de la règle ne paieront plus que 180€ (avant les taxes et les frais de port).
- **Aucune.** La règle n'applique aucune réduction sur la commande. Choisir cette option fait disparaître la section suivante, "Appliquer la réduction à".
- **Appliquer la réduction à :**
 - La commande (hors frais de port). La commande s'applique à toute la commande.
 - Un produit spécifique. Vous pouvez choisir le produit spécifique auquel la réduction s'applique : saisissez les premières lettres du produit, et choisissez dans la liste les noms correspondants.
 - Le produit le moins cher. Disponible uniquement pour l'option "En pourcentage (%)".
 - Le(s) produit(s) sélectionné(s). Le client peut choisir à quels produits la réduction doit être appliquée. Disponible uniquement pour l'option "En pourcentage (%)".
- **Envoyer un cadeau.** Vous pouvez choisir d'offrir un cadeau sous certaines conditions (et donc ne pas faire de réduction). Un champ apparaît : saisissez les premières lettres du produit, et choisissez dans la liste les noms correspondants.

Une fois que vous avez tout enregistré, vous pouvez envoyer le code du bon à vos clients, ou laisser le système des règles paniers s'en occuper automatiquement, selon vos réglages.

Le bon apparaîtra dans la page "Règles paniers" du menu "Promotions". Vous pouvez l'effacer ou le modifier quand vous le souhaitez. Si le bon est configuré pour un groupe ou un client en particulier, alors il apparaîtra sur le front-office, dans la section "Mes bons de réduction" du compte de l'utilisateur ainsi que dans le panier (s'il le souhaite). Ils peuvent alors choisir quel bon appliquer à leur commande.

ID	Nom	Priorité	Code	Quantité	Date d'expiration	État	
5	test2	1	test2	1	10/06/2017 10:00:00	✓	Modifier
4	test 1	1	test1	1	10/06/2017 09:00:00	✓	Modifier
3	promo 4 acheté 5ème offert	1		998	01/01/2017 12:00:00	✓	Modifier
2	test kdo	1	K6EJCYMV	13	01/01/2017 12:00:00	✓	Modifier
1	V1C408	1	V1C408	1	02/11/2016 15:58:14	✓	Modifier

Les règles paniers qui s'appliquent à tous les utilisateurs n'apparaissent pas dans la page "Mes bons de réduction" du client : il doit les connaître afin de les appliquer. Il vous revient de les tenir au courant des promotions publiques. Afin d'appliquer une règle panier, le client doit se rendre dans son panier et saisir le bon dans le champ "Bon de réduction" et cliquer sur "Ajouter". Le client ne pourra pas appliquer le bon si l'achat est déjà validé.



Produit	Description	Disp.	Prix unitaire	Quantité	Total	
	Robe imprimée SKU : demo_3 Couleur : Orange, Taille : S	Disponible	31,20 €	1	31,20 €	
BONS DE RÉDUCTION						
<input type="text"/>					<input type="button" value="ok"/>	
Total produits TTC :					31,20 €	
TOTAL					31,20 €	

[← Continuer mes achats](#)

[Commander >](#)

Une fois appliqué, le résumé du panier affiche l'impact du bon sur le montant de la commande.

Couleur : Orange, Taille : S					
10% sur tous les produits jusqu'au 4 avril 2014		-3,12 €	1	-3,12 €	
BONS DE RÉDUCTION				Total produits TTC :	31,20 €
				Total bons d'achats TTC :	-3,12 €

RÈGLE PANIER

INFORMATIONS CONDITIONS ACTIONS

* Nom fr ▼

Description

Code Générer

Attention ! Si vous ne remplissez pas ce champ, la réduction s'appliquera automatiquement aux clients concernés.

Mettre en avant OUI NON

Utilisation partielle OUI NON

Priorité

État OUI NON

Annuler Enregistrer et rester Enregistrer

Règles de prix catalogue

Les règles de prix catalogue vous permettent d'assigner des réductions par catégorie, marque, fournisseur, attribut ou caractéristique. Comme son nom le sous-entend, ce type de règle s'applique à un ensemble de produits ; il ne peut être utilisé pour un seul produit. Si vous avez besoin d'appliquer une promotion à un seul produit, vous devez passer par une règle panier ou un prix spécifique (dans l'onglet "Prix" de la page de modification du produit). Par exemple, vous pouvez créer une règle qui spécifiera que les clients espagnols appartenant au groupe "Bons clients" ont droit à 10% de réduction sur la catégorie "Matériel électronique" et tous les produits Sony pendant la première semaine du mois de Juillet.

La page "Règles de prix catalogue" liste les règles actuellement en place, que vous pouvez activer ou désactiver en cliquant sur les icônes de la colonne "État". Si vous souhaitez désactiver une règle, changez simplement sa date de fin pour la mettre à la veille.

Créer une nouvelle règle de prix catalogue

La page du formulaire de création dispose de deux sections, vous permettant de construire précisément vos règles.

Règles de prix catalogue

Le premier formulaire est facile à comprendre.

§ RÈGLES DE PRIX CATALOGUE

* Nom

Devise

Pays

Groupe

* À partir de la quantité

Montant HT

Laisser le prix de base

Du

Au

Type de réduction

Réduction avec ou sans taxes

* Réduction

Receive Clipboard - 92%

C'est ici que vous indiquez qui profite de la règle, quel en sera la réduction, et d'autres détails.

- Nom. Le nom apparaîtra pour le public, donc restez sobre.
- Devise. La règle ne s'applique que si le client a choisi de payer avec une monnaie donnée.
- Pays. La règle ne s'applique que si le client est d'un pays donné.
- Groupe. La règle ne s'applique que si le client appartient à un groupe donné.
- À partir de la quantité. La règle ne s'applique que si la commande a au moins un nombre donné de produits correspondants.
- Prix (TTC). Le nouveau prix du produit. Vous pouvez ainsi remplacer le prix public du produit qui correspond aux règles mises en place. Par défaut, la règle s'applique sur le prix de base.
- À partir du et Jusqu'au. La règle ne s'applique que durant cette période.
- Type de réduction. La réduction peut soit être un montant précis, soit un pourcentage du montant total de la commande.
- Réduction. La valeur de la réduction. En fonction du type de réduction ci-dessus, indiquer "10.0" signifiera soit "10€ en moins" (en fonction de la devise par défaut), soit "10% en moins". La réduction sera indiquée dans la facture finale.

Vous pouvez bien sûr combiner toutes ces règles.

Conditions

La section "Condition" est là où vous définissez les produits auxquels la règle de prix catalogue s'applique. Elle n'apparaît que si vous cliquez sur le bouton "Ajouter un nouveau groupe de conditions".

Les conditions sont construites à partir de groupes de conditions, ce qui signifie que vos réglages de la section "Règles de prix catalogue" ci-dessus peuvent être appliqués à de nombreuses gammes de produits. Les conditions se regroupées de manière inclusive : il faut que toutes les conditions s'appliquent pour que la règle de prix catalogue s'applique. Ce qui explique la mention "ET". En revanche, les groupes de conditions sont exclusifs : il suffit qu'un seul groupe s'applique pour que la règle de prix catalogue s'applique. Ce qui explique la mention "OU".

Le groupe de conditions par défaut est vide. Vous pouvez ajouter des conditions à l'aide des menus déroulants dans la partie inférieure de la section :

- Choisissez une catégorie ou tout autre type de sélection, puis cliquez sur le bouton "Ajouter la condition".
- La condition s'affichera dans le groupe de conditions. Vous pouvez mettre de nombreuses conditions dans un groupe de conditions.
- Une fois qu'un groupe est terminé et que vous voulez créer un nouveau groupe de conditions, cliquez sur "Ajouter un nouveau groupe de conditions". Un nouveau groupe apparaît alors, que vous pouvez remplir de la même manière.

Par défaut, les nouvelles conditions sont ajoutées au groupe de conditions qui a été créé en dernier. Si vous avez besoin d'ajouter des conditions à un groupe précédent, cliquez sur ce groupe pour le mettre en surbrillance, puis ajoutez vos conditions. Vous ne pouvez pas pour le moment supprimer un groupe des conditions.

Modules

Aller dans Modules / Modules.

Rechercher un module spécifique

- Champ de recherche. Les modules sont affichés au fur et à mesure de votre saisie, ce qui rend la recherche plus intuitive et rapide.

- Sélecteurs de tri. La liste se recharge automatiquement quand vous faites une sélection, et affiche les modules en fonction de vos réglages.
 - Installés et non installés. La plupart du temps, vous voudrez faire un réglage sur un module installé, ou installer un module. Ce filtre est sans doute le plus utilisé.
 - Activés et désactivés. Les modules installés sont les seuls configurables, d'où l'intérêt de ce sélecteur.
 - Auteurs. Vous pouvez filtrer les modules par auteur. Par défaut, seul "PrestaShop" est disponible, mais au fur et à mesure que vous ajouterez les modules d'autres auteurs, ce sélecteur saura se montrer très utile.

Sur la gauche se trouve une liste de toutes les catégories de modules avec le nombre de modules de chaque catégorie. Cliquez sur une catégorie pour n'afficher que les modules de celle-ci.

Les modules peuvent prendre l'un des quatre états suivants :

- Non-installé.
- Installé mais désactivé.
- Installé et activé.
- Installer et activé, mais avec des avertissements.

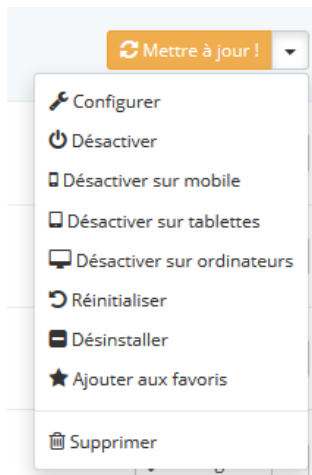
Effectuer des actions sur les modules



IMPORTANT : dans votre cas, cliquer sur Configurer, et éviter de mettre à jour les modules.

Voici les actions disponibles en fonction de l'état du module :

- Modules désinstallés :
 - Installer. Cette action déclenchera l'installation du module sur votre boutique PrestaShop. Le module sera automatiquement activé. Il se peut qu'il ajoute de nouvelles options à votre back-office.
 - Ajouter aux favoris. Cette action ajoutera le module à votre liste de favoris.
- Modules installés :
 - Configurer. Certains modules disposent d'une page de configuration. Dans ce cas, ils affichent un lien "Configurer" pour accéder à une nouvelle interface, d'où vous pourrez ajuster leurs réglages.
 - Désactiver. Lors de son installation, un module est activé par défaut. Vous pouvez le désactiver, ce qui enlèvera ses options de votre back-office mais conservera ses réglages en vue d'une possible réactivation.
 - Désactiver sur mobile. Cette action désactivera la vue front-office du module pour les appareils mobiles (smartphones, etc.).
 - Désactiver sur tablettes. Cette action désactivera la vue front-office du module pour les tablettes.
 - Désactiver sur ordinateurs. Cette action désactivera la vue front-office du module pour les ordinateurs.
 - Réinitialiser. Cette action remet les réglages par défaut de ce module.
 - Ajouter aux favoris. Cette action ajoutera le module à votre liste de favoris.
 - Supprimer. Cette action enlèvera le module de la liste des modules, et effacera ses fichiers et dossiers de votre serveur.



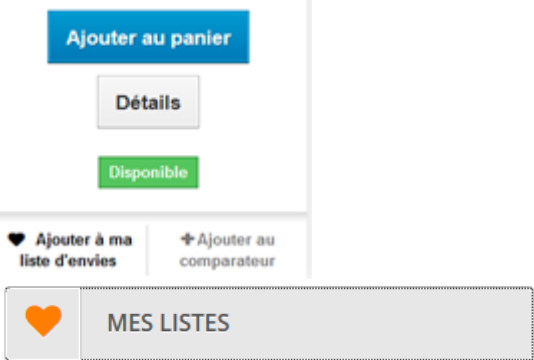

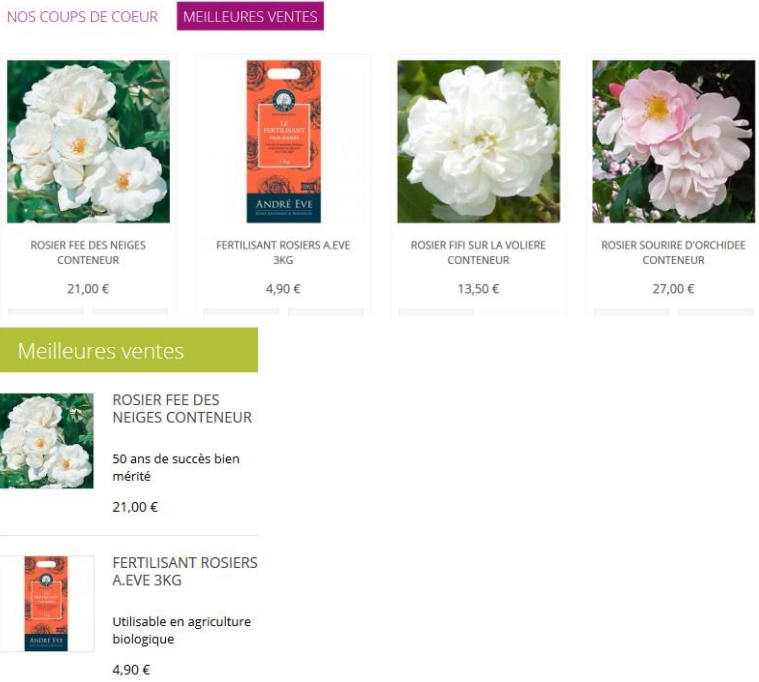
Liste des modules natifs les plus importants

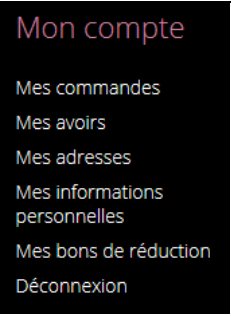

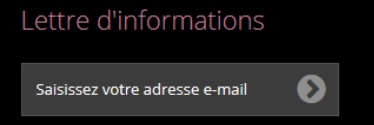
Les modules natifs sont des modules qui sont installés par défaut par Prestashop et qui sont gratuits. Il est également possible d'installer des modules complémentaires (gratuits ou payants selon le cas) et téléchargeables depuis Prestashop Addons, cf chapitre suivant.


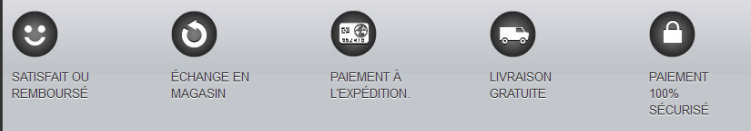

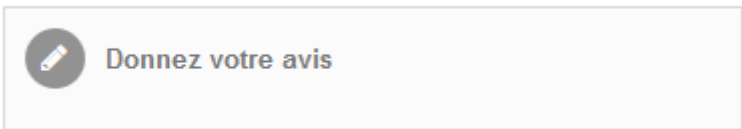

IMPORTANT : Tous ces modules ne sont pas nécessairement activés chez vous.

Nom du module	Fonctionnalité	Commentaires / Exemple de présentation
Alertes Email	Info client par email (lors d'une nouvelle commande, quand un produit rentre en stock) + info administrateur (nouvelle commande, rupture de stock...);	C'est ici que l'on renseigne les adresses emails de réception de ces notifications. L'alerte en cas de rupture de stock n'est pas activée.
Bloc bannière	Permet d'afficher une bannière dans l'en-tête du site. Image et lien personnalisables. 1 seule image possible.	
Bloc Catégories	Ajoute un bloc proposant une navigation au sein de vos catégories (pied de page)	
Bloc CMS	Ajoute un bloc avec plusieurs liens vers des pages CMS (footer et colonne de gauche)	




<p>Bloc CMS d'informations client</p>	<p>Ajoute un bloc d'information client sur votre boutique.</p>	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 60%;"> <p> Nos engagements En savoir plus</p> <p> Les liens Je découvre les partenaires de Roses anciennes</p> <p> Fleurs de France Le signe de reconnaissance des végétaux produits en France. En savoir plus</p> <p> Plante Bleue La certification horticoles française environnementale et sociale</p> </div> <div style="width: 35%; text-align: center;"> <p>Rendez-vous visite à Chamerolles</p> <p>Ouverture du lundi au samedi de 9h à 18h. Et 7/7 jusqu'au 2 juillet 2017.</p>  <p>Plan d'accès</p> </div> </div>
<p>Bloc Contact</p>	<p>Affiche des informations supplémentaires à propos du service client (téléphone, email)</p>	<div style="background-color: black; color: white; padding: 5px; text-align: center;">  Appelez-nous au : 02.38.30.01.30 </div>
<p>Bloc devises</p>	<p>Ajoute un bloc permettant au client de choisir sa devise</p>	
<p>Bloc des derniers produits vus</p>	<p>Affiche les derniers produits consultés par votre client (colonne)</p>	<div style="background-color: #92d050; padding: 5px; margin-bottom: 10px;">Déjà vus</div> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 25%;">  </div> <div style="width: 70%;"> <p>ROSIER ACADEMIE D'ORLEANS® eveflor CONTENEUR</p> <p>La plus médaillée de nos créations</p> </div> </div> <hr/> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 25%;">  </div> <div style="width: 70%;"> <p>ROSIER A CHACUN SON EVEREST® evestri CONTENEUR</p> <p>Notre grimpant le plus primé</p> </div> </div>
<p>Bloc Facebook Like Box</p>	<p>Affiche un bloc pour s'inscrire à votre page Facebook.</p>	<p style="color: #4a69bd;">Suivez-nous sur Facebook</p> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 10px; background-color: #f0f2f1;"> <div style="display: flex; align-items: center;">  </div> </div>
<p>Bloc informations client</p>	<p>Ajoute un bloc qui affiche des informations sur le client (panier, compte, déconnexion)</p>	<p>Pas de configuration, uniquement activation /désactivation Laisser activé</p>
<p>Bloc Informations de contact</p>	<p>Ajoute un bloc contenant les informations de contact de votre boutique</p>	<div style="background-color: black; color: white; padding: 10px;"> <p>Informations sur votre boutique</p> <p> Les Roses Anciennes Andre EVE , Domaine du Château de Chamerolles 301 route de Courcy - Gallerand 45170 CHILLEURS AU BOIS France</p> <p> Appelez-nous au : 02.38.30.01.30</p> <p> E-mail : info@roses-anciennes-eve.com</p> </div>
<p>Bloc liens</p>	<p>Ajoute un bloc avec des liens additionnels.</p>	

Bloc liens permanents	Ajoute un bloc qui affiche des liens permanents (contact, plan du site, etc.).	
Bloc liste d'envies	Ajoute un bloc gérant les listes d'envies.	
Bloc des logos de paiement	Ajoute un bloc qui affiche tous vos logos de paiement.	
Bloc logos des modules de paiement	Affiche sur la page produit les logos des solutions de paiement disponibles.	
Bloc Magasins	Affiche une image avec un lien vers la fonctionnalité de localisation de boutique de PrestaShop.	
Bloc meilleures ventes	Affiche les produits les plus vendus (page d'accueil + colonne)	

Bloc Mon compte	Affiche un bloc contenant des liens vers les différentes pages du compte du client	Pas de configuration, uniquement activation /désactivation Laisser activé
Bloc Mon compte dans le pied de page	Affiche le bloc Mon compte dans le pied de page (footer)	 <p>Pas de configuration, uniquement activation /désactivation Laisser activé</p>
Bloc mots-clés	Ajoute un bloc contenant vos mots-clés de produit.	Utilise la notion de mots clés présente dans la fiche produit (Méta mots clés dans FloWone – Vinistoria) Affiche un bloc dans la colonne de gauche avec la liste des mots clés, nombre de mots clés et affichage aléatoire paramétrables en cliquant sur Configurer.
Bloc navigation à facettes	Gestion des filtres par catégorie (colonne)	
Bloc Newsletter	Affiche un bloc d'abonnement à la newsletter (en général footer)	 <p>Paramétrage de l'abonnement et récupération des inscrits</p>
Bloc Nouveaux produits	Affiche un bloc présentant les produits ajoutés récemment, cf paramètres / produit : nombre de jours pendant lequel un produit est considéré comme nouveau (à côté de NOS COUPS DE CŒUR + colonne de gauche)	
Bloc panier	Attention Ajax, pas compatible avec tous les thèmes, affiche les produits que les clients ont ajoutés à leur panier	Pas de configuration, uniquement activation /désactivation Laisser activé


Bloc Promotions	Ajoute un bloc en page d'accueil affichant les produits en promotion (à côté de NOS COUPS DE CŒUR + colonne de gauche)	
Bloc publicités	Ajoute un bloc affichant une publicité. Image et lien à personnaliser ; 1 seule image possible.	<p>Classe de grammes</p> <p>Conifères</p> <p>Aquatiques</p> 
Bloc réassurance	Ajoute un bloc pour afficher des informations pour rassurer vos clients	
Bloc recherche rapide	Installé et activé par défaut	
Bloc sélecteur de langue	Ajoute un bloc permettant à vos clients de sélectionner la langue de votre boutique.	
Bloc social	Affiche les icônes des réseaux sociaux (footer) ; indiquer les liens correspondants	<p>Nous suivre</p> 
Chèque	Ce module vous permet d'accepter des paiements par chèque.	
Commentaires produits	Autoriser les utilisateurs à publier des avis et à noter les produits sur des critères spécifiques.	
Configurateur de thème	Configurer les principaux éléments de votre thème Dimensions des images, cf annexe 2	

Customer loyalty and rewards	Propose un programme de fidélité à vos clients	Ce programme de fidélité est propre à Prestashop et n'est pas interfacé avec FloWone – Vinistoria.
Date of delivery	Afficher une date approximative de livraison	
Diaporama (image slider) pour votre page d'accueil	Diaporama en page d'accueil Dimensions des images, cf annexe 2	
Google Sitemaps	Génère votre fichier sitemap pour Google	
Google Analytics	Gagnez en visibilité sur des indicateurs clés liés à vos clients en utilisant Google Analytics.	
Menu haut horizontal	Permet de gérer les liens à afficher dans le menu principal du site (liens internes et externes)	
Module Envoyer à un ami	Affiche un lien sur la page produit « Envoyer à un ami »	
Module Partage sur les réseaux sociaux	Affiche des boutons de partage sur les réseaux sociaux (Twitter, Facebook, Google+ et Pinterest) sur chaque page produit.	
Produits dans la même catégorie	Ajoute un bloc sur la fiche produit pour afficher des produits de la même catégorie.	


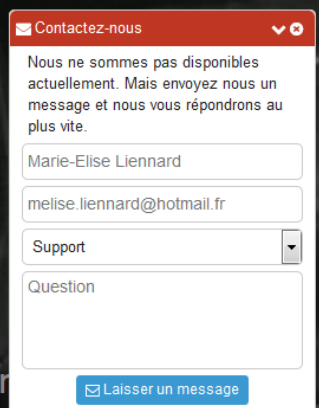
Produits mis en avant sur la page d'accueil	Affiche vos produits phares dans la colonne centrale de votre page d'accueil. (NOS COUPS DE CŒUR)	
Programme de parrainage	Intègre un programme de parrainage à votre boutique	
Vente croisée	Ajoute une section : Les clients qui ont acheté ce produit ont également acheté... sur toutes les pages produit.	
Virement bancaire	Accepter les paiements par virement.	
Watermark	Protégez vos images avec un filigrane	

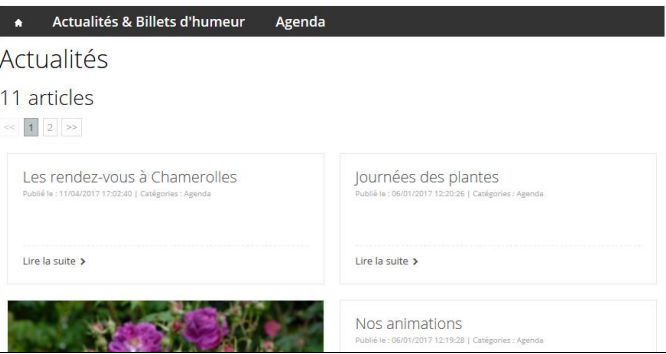
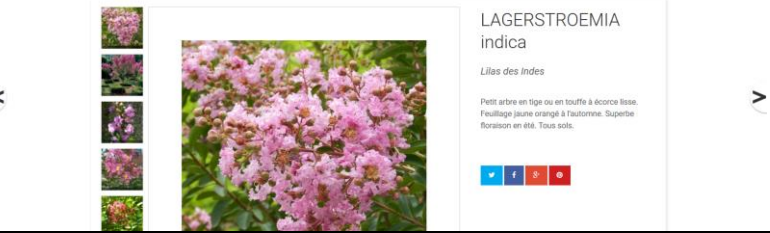
Liste des principaux modules complémentaires (optionnels)

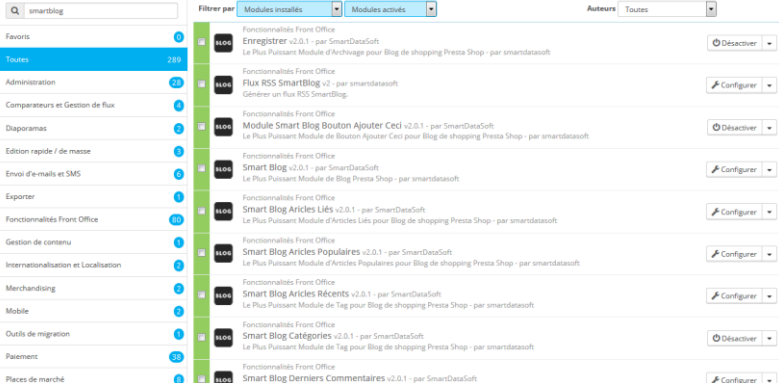
Ci-dessous quelques exemples de modules optionnels installés sur les sites que nous avons réalisés. Il est tout à faire possible que certains de ces modules n'aient pas été installés sur votre site.

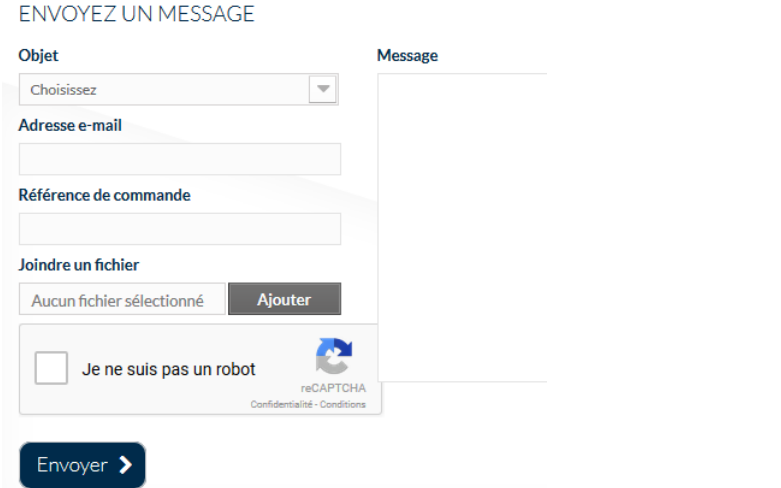
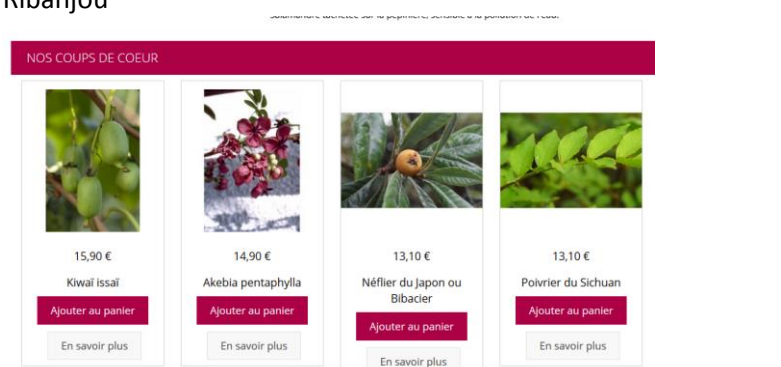
Nom du module	Fonctionnalité	Commentaires
Directive européenne des Cookies (bandeau et bloqueur)	Afficher un bandeau de cookies et bloquer les cookies jusqu'à l'obtention du consentement des visiteurs	Ne pas désactiver (module obligatoire) 
Multi Features	Permet d'utiliser plusieurs	Ne pas désactiver (module obligatoire)

	caractéristiques pour les produits au lieu d'un seul	
Adult Birthday	Permet d'interdire l'inscription de client mineur	
Afficher les déclinaisons	Ajoute un tableau qui permet d'afficher les déclinaisons sur le front office	
Associez des images à vos caractéristiques	Ce module vous permet d'associer des images (icônes) à vos caractéristiques.	
Belvg Customer Attributes	Le module Prestashop Attributs clients et champs d'inscription vous permet de créer de nouveaux attributs et de les ajouter comme champs supplémentaires sur la page d'inscription et de compte client.	COCHET
Chronopost ChronoRelais	Prise en charge du transporteur Chronopost et des points relais Chrono Relais	
CMS meta title	Permet de spécifier un titre différent du nom de la page CMS	Module complémentaire, dans le cadre d'une prestation Référencement naturel
DataSheetPro	Organiser vos caractéristiques (critères) par rubrique	CORME ROYAL

FRANCE EXPRESS ON DEMAND - Logos v1.0.0 - par GEODIS	Permettez à vos clients de choisir leur date de livraison	
Déclinaison de produit par défaut	Ce module permet de planifier automatiquement la déclinaison par défaut du produit	
DPD France	Proposez à vos clients les services de livraison rapides et fiables de DPD	
E-transactions	En une seule intégration, offrez plusieurs méthodes de paiement, bénéficiez d'une page de paiement personnalisée et sécurisée, multi-langues et multi-devises et offrez le paiement à la livraison ou en 3 fois sans frais pour vos clients.	Module de paiement du Crédit Agricole
Flux Sociaux TM	Module pour les Flux Sociaux.	Spécifique template n°3. Remplace Bloc social (module natif).
Form maker	Gestion du formulaire de demande de catalogue	<p>COMMANDER NOTRE CATALOGUE GRATUIT</p> <p>Pour recevoir GRATUITEMENT une copie papier de notre catalogue de produits, veuillez remplir le formulaire ci-dessous. Les éléments identifiés par un astérisque (*) sont obligatoires.</p> <p>Civilité *</p> <p><input type="radio"/> Madame <input type="radio"/> Monsieur <input type="radio"/> --</p> <p>Nom *</p> <input type="text"/> <p>Prénom *</p> <input type="text"/> <p>Adresse *</p> <input type="text"/> <p>Complément d'adresse</p> <input type="text"/>
Gestion des frais de port gratuit	Gérez vos offres de gratuités de frais de port par zone, par transporteur et bien plus encore. Affichez un bloc incitant vos clients à compléter leur panier.	<p>Profitez des frais de port gratuit</p> <p> Adresse : France, 49100, Angers</p> <p>Plus que 116,00 € d'achat pour profiter des frais de port offert. Le montant de vos achats doit dépasser un minimum de 170,00 €</p>
Live Chat Pro	Module de Chat.	

Page d'accueil TM du Carrousel de Produits	Carrousel pour les produits de la page d'accueil	Spécifique template n°3.
Payline	Avec la solution de paiement en ligne sécurisée Payline, recrutez et fidélisez vos cyber-consommateurs : plus de ventes, moins de fraudes, sur tous les canaux, partout !!!!	
PayPal	Acceptez le paiement par cartes de crédits (CB, Visa, MasterCard, Amex, Aurore, Cofinoga, 4 stars) avec PayPal.	
PayPlug	La solution de paiement en ligne la plus simple : inscription gratuite, sans abonnement.	
Prestablog	Un module blog sur votre boutique en ligne. Les billets sont à créer dans le menu PRESTABLOG disponible dans la colonne de gauche. Image : 410x275 pixels	
Product carrier	Sélectionner le transporteur disponible pour tous vos articles	
Produit Suivant/Précédent	Permet de naviguer d'un produit à l'autre par l'ajout de flèches produit suivant / produit précédent	
Redirections 301, 302, 303 des URLs - SEO	Créez un nombre illimité de redirections 301, 302 et 303.	Module complémentaire, dans le cadre d'une prestation Référencement naturel
Regenerate Category Tree	Permet de régénérer votre arborescence après une publication	Suite à une publication, il peut arriver que votre catalogue n'affiche pas toutes vos catégories, dans ce cas, aller sur ce module et régénérer le catalogue et vérifier que tout soit rentrer dans l'ordre. Si la régénération du catalogue n'a pas fonctionnée, alors contactez-nous.
Retrait au magasin	Que les clients collectent et paient leur achat en magasin	

Smart Blog	Le Plus Puissant Module de Blog Presta Shop. Plusieurs modules existent, contenant tous Smart Blog (taper Smart Blog dans votre recherche)	<p>Spécifique template n°3.</p>  <p>The screenshot shows a search for 'smartblog' in the PrestaShop module manager. The search results are filtered by 'Modules installés' and 'Modules actifs'. The results list various modules such as 'Enregistrer v2.0.1', 'Flux RSS SmartBlog v2', 'Module Smart Blog Bouton Ajouter Credi v2.0.1', 'Smart Blog v2.0.1', 'Smart Blog ARICLES LIÉS v2.0.1', 'Smart Blog ARICLES POPULAIRES v2.0.1', 'Smart Blog ARICLES RÉCENTS v2.0.1', 'Smart Blog Catégories v2.0.1', and 'Smart Blog Derniers Commentaires v2.0.1'. Each module entry includes its name, version, author, and a 'Configurer' or 'Désactiver' button.</p>
Atos	Module de paiement Atos SIPS	Comptoir des vins d'ailleurs
Couche Leo Slider pour votre page d'accueil	Gestion du diaporama	Template personnalisé Comptoir des vins d'ailleurs.
Leo Blog gestion + modules associés	Gérer le contenu du blog, gestion des articles et les catégories du blog dans la colonne de gauche BLOG MANAGEMENT	Template personnalisé Comptoir des vins d'ailleurs.
Leo Bootstrap megamenu	Gestion du menu.	Template personnalisé Comptoir des vins d'ailleurs.
Leo Gérer Widget	Equivalent du configurateur de thème (gestion des blocs présents sur la page d'accueil).	Template personnalisé Comptoir des vins d'ailleurs.
Google Merchant Center	Permet de charger vos produits sur Google Shopping.	Morand
Google Tag Manager Enhanced ecommerce (ua) - pro	Ajoute un Datalayer amélioré et personnalisé sur chaque pages de votre boutique afin de connecter n'importe quel autre service facilement (Analytics, Fb Pixel, Adwords ...).	Morand
Google translation	Sélectionner les langues dans lesquelles vous voulez traduire de façon automatique votre site (environ 60 langues au choix)	
CB Worldline	Module de paiement de la Société générale	

Recaptcha	Ajoute un captcha pour les formulaires de contact de Prestashop	
PayZen	Module de paiement	
Module CM-CIC / Monetico Paiement en une fois	Module de paiement Crédit mutuel et CIC	
Products on cms	Ajouter un bloc de produits sur les pages cms, définir des blocs types et les pages cms sur lesquelles vous voulez que ces blocs apparaissent.	
Module Colissimo Webservice (ex. Flexibilité) - Officiel	Colissimo Web Service permet d'offrir une page conviviale et ergonomique de sélection des modes de transports ainsi que l'ensemble des offres Colissimo France et Europe. Un service de livraison en 48h à domicile ou en point retrait.	

Installer un module complémentaire

L'achat des modules complémentaires se fait via la plateforme <http://addons.prestashop.com/fr/>.

C'est depuis Prestashop Addons que l'on télécharge le module en .zip. Il faut au préalable créer un compte sur Prestashop Addons.

IMPORTANT : N'hésitez pas à nous contacter avant d'installer un nouveau module car il peut arriver que certains modules ne soient pas compatibles entre eux.

Une fois que vous êtes en possession du fichier zip, aller dans Modules / Modules puis cliquer sur Ajouter un nouveau module en haut à droite.

MODULES
Liste des modules

VÉRIFIER LES MISES À JOUR AJOUTER UN NOUVEAU MODULE AIDE

VOS PREMIERS PAS AVEC PRESTASHOP

Personnalisez votre boutique | Ajoutez des produits | Configurez les paiements | Choisissez vos transporteurs

Suivez le guide: découvrez PrestaShop

Marie-Elise, bienvenue dans votre boutique.
Suivez le guide et faites vos premiers pas avec votre boutique en ligne!

Non merci! ✕ | C'est parti! >

Sélectionner le fichier zip en question et charger le module.

AJOUTER UN NOUVEAU MODULE

Le fichier contenant le module doit être soit une archive ZIP (.zip) soit un fichier "tarball" (.tar, .tar.gz, .tgz).

Fichier du module

Choisissez un fichier

Charger le module

Une fois le module chargé, cliquer sur Installer.

Filtrer par Installés et non installés | Activés & désactivés

Auteurs Toutes

Fonctionnalités Front Office

MultiFeatures v1.1.1 - par Silbersaiten

Permet d'utiliser plusieurs caractéristiques pour les produits au lieu d'un seul

Installer

actions groupées

Certains modules sont directement activés et ne nécessitent aucune configuration. Les fonctions disponibles par la suite sont : supprimer, désinstaller, désactiver sur tablette, smartphone ou ordinateurs et réinitialiser (quand le module dysfonctionne, la première chose à faire est de le réinitialiser).

D'autres modules, en revanche, nécessitent d'être configurés ; dans ce cas, on a accès aux mêmes fonctions que précédemment et à la fonction Configurer. Chaque module a sa propre configuration.

Configurer

- Désactiver
- Afficher sur mobiles
- Désactiver sur tablettes
- Désactiver sur ordinateurs
- Réinitialiser
- Désinstaller
- Ajouter aux favoris
- Supprimer

Positions sur le front-office

La position du module en front-office correspond à la manière et l'endroit où le module s'affichera sur le thème de votre boutique.




L'ordre dans lequel les modules apparaissent sur votre thème peut être personnalisé, car vous pouvez par exemple souhaiter que le bloc d'un module soit placé plus haut (ou plus bas) dans une section par rapport à d'autres. Pour modifier la position d'un module, il faudra aller sur la page "Positions" du menu "Modules". Dans les faits, cela vous permet d'attacher un module à l'un des nombreux points d'accroche disponibles dans le thème actuel, sans écrire de code.

La page "Positions" affiche tous les points d'accroche disponibles, ainsi que leurs modules correspondants. Beaucoup des points d'accroche sont vides par défaut, mais les plus utilisés ont facilement une douzaine de modules (le point d'accroche displayHeader a 33 modules par défaut).

Les points d'accroche les plus utilisés sont : DisplayHome (page d'accueil), Display LeftColumn (colonne de gauche), DisplayFooter (pied de page), DisplayHeader (entête).

displayLeftColumn
This hook displays new elements in the left-hand column

16 Modules

1	 Bloc meilleures ventes - v1.8 Ajoute un bloc qui affiche les meilleures ventes de la boutique.	Modifier
2	 Bloc navigation à facettes - v2.2 Affiche un bloc avec les filtres de la navigation à facettes	Modifier
3	 Bloc magasins - v1.3 Affiche une image avec un lien vers la fonctionnalité de localisation de boutique de PrestaShop.	Modifier
4	 Bloc fabricants - v1.4 Ajoute un bloc avec les fabricants/marques.	Modifier
5	 Bloc Mon compte - v1.4 Affiche un bloc avec des liens relatifs au compte du client.	Modifier
6	 Bloc nouveaux produits - v1.1 Ajoute un bloc proposant les derniers produits ajoutés.	Modifier

En haut de la page, un menu déroulant vous permet de n'afficher que les points d'accroche qui vous intéressent. Par défaut, cette liste n'affiche que les points d'accroche sur lesquels vous pouvez positionner des fonctions. Cochez la case "Afficher les points d'accroche invisibles" affiche tous les points d'accroche, même ceux sur lesquels vous ne pouvez rien positionner.

L'en-tête de chaque tableau de point d'accroche affiche le nom du point d'accroche, son nom technique, et le nombre de modules attachés. Le tableau liste tous les modules attachés.

Les modules sont présentés dans l'ordre avec lequel ils apparaissent sur le point d'accroche.

Déplacer un module sur un point d'accroche

Il existe deux manières de déplacer un module à l'intérieur d'un point d'accroche :

- Cliquez sur la flèche montante ou descendante. La page sera réactualisée et affichera le nouvel ordre.
- Glissez et déposez la ligne correspondant au module :

1. Placez le curseur sur le numéro de position, le curseur deviendra une croix fléchée.
2. Bougez le curseur jusqu'à la position désirée : la ligne du module sera déplacée vers cette position.
3. Relâchez maintenant le bouton de la souris : la position est maintenant enregistrée.

Pour la plupart des modules, la greffe peut être effectuée facilement depuis le back-office. Certains modules nécessitent de modifier le code afin de transplanter le module.

Attacher un module à un point d'accroche : la greffe

Au sein de PrestaShop, l'action de "greffer" un module consiste à l'attacher à un point d'accroche. Vous pouvez greffer un module à plus d'un point d'accroche.

Deux choses à savoir avant de greffer un module :

1. Certains modules sont conçus pour ne pouvoir être greffés qu'à certains points d'accroche.
2. Certains points d'accroche sont conçus pour n'accepter que certains modules.

De fait, restez conscient que vous ne pouvez pas toujours greffer n'importe quel module à n'importe quel point d'accroche.

Assurez-vous de désactiver le cache lorsque vous testez les effets d'un nouveau module sur le front-end. Vous pouvez le désactiver en vous rendant sur la page "Performances" du menu "Paramètres avancés".

Le processus de greffe dispose de sa propre interface :

1. Allez sur la page "Positions" du menu "Modules".
2. Cliquez sur le bouton "Greffer un module" en haut à droite. L'interface de greffe s'affiche. De nombreux modules sont disponibles. Vous pouvez revenir sur votre choix plus tard au besoin.
3. Dans la liste déroulante "Module", choisissez le module que vous voulez greffer.
4. Dans la liste déroulante "Greffer le module sur", choisissez l'emplacement où vous voulez que le module soit greffé.
5. Dans le champ "Exceptions", saisissez le nom du (des) fichier(s) correspondant aux pages sur lesquelles vous ne voulez pas voir le module apparaître. Vous pouvez faire une sélection multiple en cliquant sur les fichiers tout en maintenant la touche Ctrl pressée. Désélectionnez les fichiers de la même manière : Ctrl+clic.

6. N'oubliez pas d'enregistrer vos modifications.

GREFFER UN MODULE

* Module: Affichage HTML simple

* Greffer le module sur: actionAdminControllerSetMedia

Exceptions

Fichiers pour lesquels le module ne sera pas affiché
Veuillez saisir chaque nom de fichier séparé par une virgule (",").
Vous pouvez également cliquer sur le nom du fichier dans la liste ci-dessous, et même faire une sélection multiple en gardant la touche Ctrl pressée tandis que vous cliquez, ou choisir un ensemble de noms de fichiers en gardant la touche Shift pressée tandis que vous cliquez.

PERSONNALISÉ
COEUR
address
addresses
attachment
auth
bestsales
cart
category
changecurrency
rms

Le menu déroulant "Greffer le module sur" vous aide à savoir où le module peut être greffé.

Même si la liste déroulante donne une vision complète des points d'accroche disponible, elle peut ne pas être forcément très claire quand il s'agit de trouver un point en particulier. N'hésitez pas à essayer un autre point si le résultat de votre sélection ne donne pas le résultat attendu. La liste donne quelques détails : certains modules ont une description après leur nom, par exemple "Add fields to the form 'attribute value'" pour displayAttributeForm. Parcourez les tous pour trouver le bon point d'accroche.

Modifier un module greffé

Chaque module dispose de deux boutons à la droite de sa ligne : un pour modifier ses réglages, l'autre pour supprimer le module.

Les réglages d'un module se font dans la même interface que celle utilisée pour greffer un module. La différence principale revient à ce que vous ne pouvez modifier les champs "Module" et "Greffer le module sur", qui sont désactivés et grisés. Vous ne pouvez modifier que le réglage des exceptions, qui fonctionne tel que décrit pour la méthode "Attacher un module à un point d'accroche" ci-dessus. Bien que vous ne puissiez pas modifier les champs "Module" et "Greffer le module sur", ils peuvent servir de rappels pour la position actuelle du module, si vous vouliez le replacer par la suite.

GREFFER UN MODULE

* Module: Bloc navigation à facettes

* Greffer le module sur: actionAttributeDelete (Deleting an attributes features value)

Exceptions

Fichiers pour lesquels le module ne sera pas affiché
Veuillez saisir chaque nom de fichier séparé par une virgule (",").
Vous pouvez également cliquer sur le nom du fichier dans la liste ci-dessous, et même faire une sélection multiple en gardant la touche Ctrl pressée tandis que vous cliquez, ou choisir un ensemble de noms de fichiers en gardant la touche Shift pressée tandis que vous cliquez.

PERSONNALISÉ
COEUR
address
addresses
attachment
auth
bestsales
cart
category
changecurrency

Pour déplacer un module vers un autre point d'accroche, vous devez utiliser l'interface de greffe :

1. Cliquez sur le bouton "Greffer un module" en haut à droite. L'interface de greffe s'affiche.
2. Dans la liste déroulante "Module", choisissez le module que vous voulez déplacer.
3. Dans la liste déroulante "Greffer le module sur", choisissez l'emplacement où vous voulez que le module soit greffé.
4. Dans le champ "Exceptions", saisissez le nom du (des) fichier(s) correspondant aux pages sur lesquelles vous ne voulez pas voir le module apparaître.
5. Enregistrez vos modifications. La liste des points d'accroche apparaît.
6. Rendez-vous sur le point d'accroche où vous avez greffé le module : il devrait y apparaître. Modifiez sa position si besoin est.
7. Rendez-vous sur le point d'accroche d'origine du module, et cliquez sur l'icône de suppression afin d'enlever ce module de ce point. Cela évite qu'un même module apparaisse deux fois.

Vérifiez toujours sur votre front-office que le module apparaît effectivement là il le doit.

Enlever un module d'un point d'accroche.

Il y a deux manières d'enlever un module d'un point d'accroche :

- Enlever un seul module : cliquez sur l'icône de suppression, à droite sur la ligne du module.
- Enlever plusieurs modules : sélectionnez les modules en cochant leurs cases respectives, situées à droite sur la ligne de chaque, puis cliquez sur le bouton "Dégreffer la sélection", situé en haut et en bas de la liste des points d'accroche.

Paramètres de paiement

Avec PrestaShop, vous pouvez accepter les transactions en provenance de nombreuses méthodes de paiement, comme les chèques, les virements bancaires, le paiement à la réception, et de nombreux modules de partenaires tels que PayPal, Skrill, Hipay, etc.


Sur la page "Paiement", vous pouvez trouver les sections suivantes :

- Liste des modules. Un simple raccourci vers la section "Paiement" de la liste des modules, sur la page "Modules". Vous pouvez installer les modules directement depuis cette page.
- Trois sections "restrictions" :
 - Restrictions des devises. Choisissez les devises que vos modules de paiement peuvent accepter.
 - Restrictions des groupes. Choisissez quels groupes d'utilisateurs peuvent utiliser une méthode de paiement donnée.
 - Restrictions des pays. Choisissez les pays dont les utilisateurs peuvent utiliser une méthode de paiement donnée.

Restrictions des modules de paiement par rapport aux devises

En fonction de la méthode de paiement, les options proposées à un client peuvent changer. Vous pouvez limiter le choix des méthodes de paiement disponibles en fonction des devises disponibles : vous pourriez préférer que les clients puissent payer avec n'importe quelle devise avec PayPal, mais que ceux utilisant Skrill ne puissent utiliser que le dollar, par exemple.

RESTRICTIONS DES DEVISES		
<i>Veillez cocher la case de la ou des devises pour lesquelles vous voulez rendre disponible(s) le(s) module(s) de paiement.</i>		
Restrictions des devises	CHQ Chèque	Virement bancaire
Euro (EUR)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Pound (GBP)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Devise du client	--	--
Devise par défaut	--	--



Par défaut, une devise est disponible pour votre boutique. S'il vous en faut plus, suivez ce processus :

1. Dans la page "Localisation" du menu "Localisation", importer le pack de localisation du pays utilisant la devise qui vous intéresse. Par exemple, les États-Unis pour le dollar américain, le Royaume-Uni pour la Livre Sterling, etc.
2. Dans la page "Devises" du menu "Localisation", activer les devises que vous venez d'importer.

Si vous avez besoin de restreindre l'usage d'un module en fonction de la devise d'un utilisateur, cochez simplement les cases qui s'appliquent à votre cas et cliquez sur "Enregistrer les restrictions".

Comme vous pouvez le constater, en fonction de la méthode de paiement, le choix de devises pour le client va différer :

- Pour certains, comme Paiement à la livraison, vous ne pouvez pas changer les réglages par défaut.
- Pour d'autres, comme Virement bancaire, Paiement par chèque, Skrill, Ogone, etc., vous pouvez changer tous les réglages, sauf "Devise du client" et "Devise par défaut de la boutique", qui reste dans leur état par défaut.
- Enfin, pour d'autres modules comme Hipay ou Paypal, vous pouvez changer tous les réglages, mais vous ne pouvez choisir qu'une option entre "Devise du client" et "Devise par défaut de la boutique", pas les deux à la fois.

Le client peut configurer sa devise à l'aide du menu déroulant au haut de chaque page du front-office.

Vous pouvez configurer la devise par défaut de la boutique depuis la page "Localisation", dans le menu "Localisation".

Si vous modifiez la devise par défaut après avoir configuré vos premiers produits, vous devrez remettre en place les prix de tous les produits. Vous devez vous décider sur la devise par défaut avant de créer les premiers produits.

Restrictions des modules de paiement par rapport aux groupes

Vous pouvez limiter le choix des modules de paiement en fonction de certains groupes de clients.

Restrictions des groupes	CHQ Chèque	Virement bancaire
Visiteur	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Invité	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Client	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
VIP	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Par exemple, disons que vous préférez que les clients non-professionnels payent par PayPal, Skrill et Hipay, et que les professionnels ne payent que par virement bancaire. En fonction du type de client et de vos choix, les clients ne pourront payer qu'avec les méthodes de paiement que vous avez choisi pour eux.

Restrictions des modules de paiement par rapport aux pays

Vous pouvez limiter le choix des méthodes de paiement en fonction du pays d'origine de votre client. Par exemple vous pouvez décider qu'en France, en Espagne et en Allemagne, vous acceptez toutes les méthodes de paiement ; tandis qu'en Italie, au Royaume-Uni ou en Suisse, les clients ne pourront payer que par virement bancaire.

Restrictions des pays	CHQ Chèque	Virement bancaire
Afghanistan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Afrique du Sud	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Åland, Îles	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Albanie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Algérie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Allemagne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Andorre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Le tableau liste tous les pays connus. S'il en manque un, vous pouvez l'ajouter en passant par la page "Pays", dans le menu "Localisation".

Ici encore, tout comme la restriction par devise, les options disponibles varient en fonction du module de paiement.

- Pour certains, vous ne pouvez choisir que votre propre produit.
- Pour d'autres, vous ne pouvez choisir que les pays reconnus par le service : Autriche, Belgique, France, etc.
- Tous les autres modules de paiement par défaut devraient marcher avec tous les pays.

Trouvez le pays que vous recherchez dans la liste alphabétique, puis cochez les cases pour sélectionner ou non les méthodes de paiement que vous souhaitez rendre disponibles aux clients du pays en question. Une fois que tous les paramètres seront configurés, cliquez sur le bouton "Enregistrer", situé en bas de la page. Par défaut, tous les modules de paiement installés sont configurés pour le pays de la boutique.

Livraison

La manière dont vous choisissez d'expédier vos produits est un élément clé de la gestion et du succès de votre boutique. Vous devez prendre en compte la grande variété des méthodes disponibles, qui mélangent transporteurs, taxes régionales et internationales, poids et prix du produit lui-même, etc.

Le prix de livraison est calculé à l'aide d'une méthode parmi les deux disponibles :

- prix total de la commande, **ou**
- poids total de la commande. Dans ce cas, vous devrez toujours indiquer le poids d'un article dans Gestcom.


Les réglages du transport fonctionnent de concert avec les réglages locaux de votre installation PrestaShop, accessible depuis l'onglet "Localisation". C'est ici que vous pourrez modifier les zones géographiques, les pays, les

devises, etc. Ainsi, parcourez en profondeur le menu "Localisation", qui est expliqué dans le chapitre suivant du présent guide, "Comprendre les réglages locaux". Par exemple, pour créer un transporteur complet dans PrestaShop, vous devez clairement définir vos zones géographiques ; cela se fait dans la page "Zones" du menu "Localisation".

Gérer les transporteurs

Vous devez enregistrer des transporteurs dans votre installation de PrestaShop – c'est-à-dire indiquer clairement qui va livrer vos produits. Cela permettra à vos clients de choisir un transporteur au mieux, en fonction de ses zones de livraison, de ses frais et de ses dates.

La page "Transporteurs" vous présente une liste de tous vos transporteurs actuels. D'ici, vous pouvez directement changer leur état, indiquer s'ils sont inclus dans vos promotions "livraison gratuite", et modifier leur position quand ils sont affichés pour l'utilisateur.

ID	Nom	Logo	Délai	État	Transporteur gratuit	La position	
1	PS16		Retrait au magasin	✓	✓	0	Modifier
2	My carrier		Livraison le lendemain!	✓	✗	1	Modifier

Les nouveaux transporteurs peuvent être ajoutés en cliquant sur le bouton "Créer un transporteur". Cela ouvre un nouvel écran avec deux options :

- Utilisez un de nos modules transporteur recommandés. Nous vous recommandons fortement d'enregistrer vos transporteurs en passant par un module de transporteur : cela accélérera largement le processus, et les réglages seront bien plus précis.
- Créer un transporteur. Si vous ne pouvez pas trouver un module pour votre partenaire de livraison, que ce soit dans les modules natifs ou sur la place de marché PrestaShop Addons, alors il vous faut enregistrer votre transporteur vous-mêmes à l'aide de l'assistant de création : cliquez sur "Créer un transporteur" pour ouvrir cet outil.

CRÉER UN TRANSPORTEUR

?

Votre boutique en ligne doit disposer d'un transporteur enregistré dans PrestaShop à partir du moment où vous expédiez vos produits. Cela signifie envoyer vos paquets par le service de Poste local, ou avoir un contrat avec un transporteur privé, qui en retour expédiera vos paquets à vos clients. Pour que PrestaShop puisse suggérer le transporteur le plus adéquat à vos clients lors de leur procédure d'achat, vous devez enregistrer tous les transporteurs avec lesquels vous avez choisi de travailler.

PrestaShop est fourni avec un certain nombre de modules de transporteurs que vous pouvez activer. Vous pouvez également acheter des modules de transporteurs sur la place de marché PrestaShop Addons. Des modules recommandés sont listés ci-dessous : installez le module qui correspond à votre transporteur, et configurez-le !





Si il n'existe pas de module pour votre transporteur, alors vous pouvez enregistrer ce transporteur vous-même à l'aide des informations qu'il vous aura transmises : frais d'expédition, zones régionales, limites en tailles et en poids, etc. Cliquez sur le bouton "Ajouter un nouveau transporteur" ci-dessous pour ouvrir l'Assistant des transporteurs, qui vous aidera à enregistrer un nouveau transporteur en quelques étapes.

Note : ne créez PAS un nouveau transporteur s'il existe déjà un module pour celui-ci ! Utiliser un module vous permet une configuration beaucoup plus rapide et correcte !

Créer un transporteur personnalisé

Utilisez cet outil pour permettre à PrestaShop de savoir comment un nouveau transporteur fonctionne. Vous pouvez configurer ses frais d'expédition, ses zones régionales, ses limites en poids et en tailles, etc.

UTILISEZ UN DE NOS MODULES TRANSPORTEUR RECOMMANDÉS

	So Colissimo - Officiel v2.9.1 - by Prestashop - Officiel PrestaShop vous présente So-Colissimo : découvrez dès maintenant la nouvelle solution de livraison de La Poste, exclusivement dédiée à l'e-commerce En savoir plus	<input type="button" value="Installer"/>
	TNT Express France v1.9.10 - by Prestashop - Officiel Ce module vous est offert par TNT Express En savoir plus	<input type="button" value="Installer"/>
	Expedito I-Net v2.3.2 - by Prestashop - Produits Phares Le module Expedito I-Net / Expinet pour PrestaShop vous permet de bénéficier des services Expedito I-Net qui est une solution informatisée de préparation et gestion des envois En savoir plus	<input type="button" value="199,99 €"/>
	UPS Suivi de livraison v1.0.1 - by Prestashop - Produits Phares N°1 de la distribution de colis aux Etats-Unis, UPS est un acteur incontournable pour l'e-commerce En savoir plus	<input type="button" value="99,99 €"/>

Créer un nouveau transporteur à l'aide de l'assistant Prestashop

Dans cette section, nous allons créer un transporteur de A à Z. Vous pouvez créer autant de transporteurs que nécessaire. Si un transporteur propose plusieurs services de livraison, vous devriez créer autant de transporteurs dans PrestaShop, et les différencier par leur nom.

Nombre d'informations demandées par les formulaires de PrestaShop doivent vous être fournies par vos transporteurs une fois que vous avez un compte chez eux, ou que vous êtes en contrat direct avec eux. Vérifiez auprès d'eux afin de vous assurer que tout est configuré correctement.

Pour créer un nouveau transporteur, cliquez sur le bouton "Créer" de la page "Transporteurs". Cela ouvrira l'Assistant de Création de Transporteur.

Premier volet : paramètres généraux

Vous allez commencer par décrire le transporteur, en donnant les informations dont le client aura besoin pour reconnaître et choisir le transporteur qu'il préfère.

The screenshot shows the first step of the PrestaShop transporteur creation wizard, titled "1 Paramètres généraux". The form contains the following fields:

- Nom du transporteur**: PrestaLivraison
- Délai de livraison**: Deux à trois jours ouvrés
- Vitesse**: 7
- Logo**: A file selection button labeled "Chisissez un fichier". Below it, the text reads: "Format JPG, GIF, PNG. Taille du fichier 8.00 Mo max. Taille actuelle indéfini."
- URL de suivi**: http://exempl.com/track.php?num=@

Voici les informations que vous devez saisir :

- **Nom du transporteur.** Le nom du transporteur est public, donc utilisez le nom officiel. Si vous avez plusieurs transporteurs PrestaShop pour les services de livraison d'un même transporteur, vous pourrez les différencier par le nom. Vous pouvez également y ajouter une description du service. Par exemple, vous pourriez utiliser "PrestaLivraison – 500 kg et plus".
- **Délai de livraison.** L'estimation du temps qu'il faut au transporteur pour livrer votre produit, écrit en français. Cette information est affichée durant la commande. Elle aidera vos clients à choisir leur transporteur en fonction du temps qu'ils sont prêts à attendre pour recevoir leur achat. Les clients acceptent souvent de payer plus cher pour recevoir un colis plus rapidement. Vous devez remplir le champ dans toutes les langues disponibles, notamment celle par défaut.
- **Vitesse.** Le champ "Délai de livraison" peut contenir n'importe quel texte, et n'est donc pas utilisé pour comparer les transporteurs entre eux. Le réglage "Vitesse" vous permet de donner une note au transporteur, de 0 (très lent) à 9 (très rapide). Cette valeur est ensuite utilisée pour comparer les transporteurs entre eux en fonction de leur rapidité, et aider les clients à choisir celui qu'ils préfèrent.
- **Logo.** Le fait d'avoir un logo aide les clients à plus rapidement différencier les transporteurs. PrestaShop redimensionnera votre image afin de tenir dans le formulaire de commande. Le logo apparaîtra sur chaque volet de l'Assistant, afin de vous rappeler quel transporteur vous êtes en train de modifier/créer.
- **URL.** Ce champ doit être rempli avec l'adresse de suivi fournie par votre transporteur (s'il en a une). Par exemple, le service postal français, La Poste, propose l'adresse suivante : http://www.colissimo.fr/portail_colissimo/suivreResultat.do?parcelnumber=@. Quand le client choisi sont transporteur, il recevra l'adresse que vous avez saisie dans ce champ, avec le signe "@" remplacé par le numéro de suivi fourni par le transporteur, ce qui lui permettra de cliquer sur le lien et voir où en est sa livraison.

Cliquez sur "Suivant" pour accéder au deuxième volet.

Deuxième volet : destination d'expédition et coûts

1 Paramètres généraux

2 Destinations d'expédition et coûts

3 Taille, poids et groupes associés

4 Récapitulatif

Ajouter les frais de manutention

Livraison gratuite

Facturation En fonction du prix total.
 En fonction du poids total.

Taxe

Comportement hors tranches

Plages

	Sera appliquée lorsque le poids est >=	kg 0	kg 5	kg 10
	Sera appliquée lorsque le poids est <	kg 5	kg 10	kg 20
All	<input type="checkbox"/>	€	€	€
Africa	<input type="checkbox"/>	€	€	€
Asia	<input type="checkbox"/>	€	€	€
Central America/Antilla	<input type="checkbox"/>	€	€	€
Europe	<input checked="" type="checkbox"/>	€ 2	€ 4	€ 8
Europe (non-EU)	<input type="checkbox"/>	€	€	€
North America	<input checked="" type="checkbox"/>	€ 5	€ 10	€ 20
Oceania	<input type="checkbox"/>	€	€	€
South America	<input type="checkbox"/>	€	€	€

Ce panneau présente tout d'abord une poignée de réglages :

- Ajouter le frais de manutention. Ajoute ou enlève les frais de manutention du prix du transporteur.
- Livraison gratuite. Si cette option est activée, vous ne pourrez pas indiquer de prix de livraison.

Si cette option est désactivée, vous pourrez modifier les tranches et les coûts par pays dans le formulaire plus bas.

- Facturation. Au moment de facturer le client pour le transport, PrestaShop peut appliquer deux comportements, que vous devez configurer en fonction de la manière dont votre transporteur gère sa facturation (donc lisez bien leur documentation) :
 - En fonction du prix total. La facturation dépend du prix total de la commande.
 - En fonction du poids. La facturation dépend du poids total de la commande.
- Taxe. Indique sur le transporteur requiert une taxe locale afin de livrer, et le cas échéant, laquelle. La taxe doit déjà avoir été créée dans PrestaShop (ce qui se fait dans la page "Taxes" du menu "Localisation").
- Comportement hors tranches. Au cas où le transporteur choisi n'a pas de coût d'expédition en place pour la zone ou le poids requis, vous pouvez indiquer la manière dont PrestaShop doit réagir. Vous avez deux options :
 - Prendre la tranche la plus grande. PrestaShop prendra la tranche la plus chère et appliquera ses conditions.
 - Désactiver le transporteur. PrestaShop ne proposera pas ce transporteur, étant donné qu'il ne livrera probablement pas cette commande.

Vient ensuite la section importante : la création des tranches du transporteur. C'est une étape très importante, car PrestaShop a besoin de cette information pour présenter au client les transporteurs qui peuvent effectivement livrer sa commande. En effet, en fonction du prix total ou du poids total de la commande, certains transporteurs ne seront pas disponibles tandis que d'autres ne le seront que pour certaines valeurs. Vous devez donc remplir ces tranches très précisément, et de préférence en suivant la documentation de chaque transporteur.

C'est ici que l'Assistant de Création de Transporteur prend tout son sens. Avec cette interface, vous pourrez construire les tranches de prix ou de poids (en fonction de votre sélection dans l'option "Choix de la tranche" ci-dessus), une tranche après l'autre, en appliquant vos prix pour chaque zone à chaque tranche.

La création de chaque tranche ne nécessite que quelques étapes :

1. Mettre en place les limites inférieures et supérieures de la tranche que vous êtes en train de créer. En fonction de votre choix de type de tranche, celle-ci affichera "Sera appliquée lorsque le poids est" ou "Sera appliquée lorsque le prix est" pour la limite inférieure, et "Sera appliquée lorsque le poids est" ou "Sera appliquée lorsque le prix est" pour la limite supérieure.
Notez que la limite inférieure est incluse (\geq), tandis que la limite supérieure est exclue ($<$). Cela signifie que la limite supérieure d'une tranche doit avoir la même valeur que la limite inférieure de la tranche suivante, car les deux ne se superposent pas.
2. Indiquez les prix. Dès que les limites inférieures et supérieures sont en place, PrestaShop rend le champ "Toutes" disponible. Il s'agit d'un champ spécial : toute valeur que vous y saisissez sera répliquée dans tous les champs des zones géographiques disponibles, sans action de votre part. Vous pouvez ensuite modifier la valeur de chaque zone individuellement. Cochez la case de chaque zone dans laquelle le transporteur livre pour cette tranche. Si le transporteur ne livre pas dans cette zone géographique pour la tranche actuelle, assurez-vous bien que la case est décochée.
3. Créez la tranche. Cliquez sur le bouton "Ajouter une nouvelle tranche". PrestaShop ajoutera une nouvelle colonne de champs pour les zones. À nouveau, mettez en place les limites inférieures et supérieures de cette tranche, puis indiquez les prix par zone.

Cliquez sur "Suivant" pour accéder au troisième volet.

Troisième volet : taille, poids et groupes associés

1 Paramètres généraux 2 Destinations d'expédition et coûts 3 Taille, poids et groupes associés 4 Récapitulatif

Hauteur maximum du paquet (cm)

Largeur maximum du paquet (cm)

Profondeur maximum du paquet (cm)

Poids maximum du paquet (kg)

Accès de groupe

<input type="checkbox"/>	ID	Nom du groupe
<input checked="" type="checkbox"/>	1	Visiteur
<input checked="" type="checkbox"/>	2	Invité
<input checked="" type="checkbox"/>	3	Client

Ce volet présente deux jeux d'options :

- Hauteur/Largeur/Profondeur/Poids maximum du paquet. Vous pouvez indiquer le poids et la taille minimal et maximal d'un transporteur, des informations essentielles pour choisir correctement. La valeur à utiliser pour les unités par défaut de poids et de dimension, tels que configurées dans la page "Localisation" du menu "Localisation".
- Groupe d'accès. Il se peut que vous ne vouliez donner accès à ce transporteur qu'aux membres d'un groupe précis. Cette option vous en donne la possibilité.

Cliquez sur "Suivant" pour accéder au quatrième et dernier volet.

Quatrième volet : récapitulatif

NOM DU TRANSPORTEUR **PRESTALIVRAISON**

Le transporteur est **payant** et le délai de livraison affiché est : **Deux à trois jours ouvrés.**

Le coût d'envoi est calculé **en fonction du poids**, et la règle de taxe **Aucune taxe** est appliquée.

Ce transporteur peut livrer des commandes de **0 kg à 20 kg**. Si la commande est hors de cette tranche, le comportement est défini comme : **prendre la tranche la plus grande.**

Ce transporteur sera proposé pour les zones

Europe
North America

Et il sera proposé pour les groupes de clients suivants

Visiteur
Invité
Client

Activé

OUI

NON

Ce dernier volet vous donne une vue d'ensemble de vos réglages pour ce transporteur.

Si certains réglages ne sont pas bons, vous pouvez revenir aux volets précédents en cliquant soit sur le bouton "Précédent", soit directement sur l'onglet du panneau. Si vous souhaitez enregistrer ce transporteur comme brouillon pour le moment afin d'y revenir plus tard, désactivez-le à l'aide de l'option "Activé" en bas du volet final. Dans tous les cas, cliquez sur le bouton "Terminer" pour enregistrer votre travail, et créer le transporteur.

Ajouter un nouveau transporteur à l'aide d'un module transporteur

L'installation de PrestaShop propose bon nombre de modules gratuits, parmi lesquels se trouve une poignée de module transporteur que vous pouvez installer aussitôt, pour les principaux transporteurs nationaux et internationaux.

Les transporteurs proposés dépendent de la configuration initiale de votre boutique : si vous avez déclaré être basé en France, vous n'aurez pas les mêmes modules que si vous étiez basé aux États-Unis !

Sur l'écran "Ajouter un nouveau transporteur", vous pouvez choisir entre créer un transporteur à l'aide de l'Assistant, ou utiliser l'un de nos modules transporteur recommandés. Il est fortement recommandé d'enregistrer vos transporteurs en passant par un module de transporteur : cela accélérera largement le processus, et les réglages seront bien plus précis.

En fonction du module, vous pouvez soit cliquer sur le bouton "Install" et laisser PrestaShop faire le plus gros du travail, soit cliquer sur le bouton de mise en panier. Dans le second cas, vous serez envoyé sur la place de marché Addons, où vous pouvez acheter le module. Une fois celui-ci acheté, vous pouvez l'installer et le configurer.

Préférences de livraison

La seconde page du menu "Livraison" vous donne accès aux réglages les plus généraux du transport dans PrestaShop.

Cette page présente des réglages des frais de manutention :

MANUTENTION

?

- Si vous mettez ces paramètres à 0, ils seront désactivés.
- Les bons de réduction ne sont pas pris en compte lors du calcul de la gratuité des frais de port.

Frais de manutention € (HT)

Frais de port offerts à partir de €

Frais de port offerts à partir de kg

Enregistrer

- **Frais de manutention.** Saisissez les frais de manutention par commande, qui seront ajoutés au prix total de la commande. Ces frais sont différents des coûts d'expédition : il s'agit de ce qu'il vous en coûte de récupérer des colis, les emballer et les expédier. Si vous n'avez pas de coûts, mettez 0€.

- Frais de port offerts à partir de. Indiquez un prix ou un poids à partir duquel les clients profiteront de la livraison gratuite. Par exemple, vous pourriez offrir les frais de port quand la commande dépasse les 250€. Si vous ne souhaitez pas offrir la livraison, laissez ces champs à 0.

La section "Options des transporteurs" vous donne accès à trois réglages, qui ont un impact sur le front-office afin d'aider le client à faire un choix :

OPTIONS DES TRANSPORTEURS

Transporteur par défaut

Le transporteur proposé par défaut dans votre boutique

Trier

Ce tri par défaut ne sera disponible que sur le front-office.

Ordonner de manière

Ce tri par défaut ne sera disponible que sur le front-office.

Enregistrer

- Transporteur par défaut. Si vous avez plus d'un transporteur dans votre système, vous pourriez préférer en promouvoir un en particulier auprès de vos clients. Outre les transporteurs eux-mêmes, cette liste déroulante comporte deux options contextuelles :
 - Le meilleur prix. En fonction du montant de la commande, de son poids et de la zone d'expédition, PrestaShop choisira le transporteur le plus intéressant pour le client.
 - La meilleure note. Les notes de transporteurs permettent d'identifier les transporteurs les plus rapides. PrestaShop affichera le transporteur ayant, dans le contexte de la commande, le délai de livraison le plus court.
- Tri par défaut des transporteurs. Quand les clients se voient présentés un choix de transporteurs, vous pouvez choisir de trier la liste soit en fonction des frais de port, soit de leur position dans la liste ci-dessus.
- Ordre par défaut des transporteurs. Ce réglage indique l'ordre dans lequel les transporteurs sont triés :
 - Si les réglages sont sur "Prix" et "Croissant", alors les transporteurs seront affichés du moins cher au plus cher.
 - Si les réglages sont sur "Position" et "Décroissant", alors les transporteurs seront affichés depuis celui en haut de la liste, jusqu'à celui tout en bas.

Localisation : comprendre les réglages locaux

Cela permet de déterminer à qui et où vous voulez vendre.

Par défaut l'installation du site est faite en français et tout est paramétré pour une vente en France, hors cas particulier (Morand, Roses anciennes).

Pour le moment, l'interface Gestcom / Prestashop ne fonctionne qu'en français. Si le client veut un site en plusieurs langues, il faudra qu'il gère le multilingue directement dans Prestashop. On peut ajouter autant de langues que l'on souhaite, dès que l'on active une nouvelle langue, on a la possibilité de traduire (via des drapeaux) tous les champs traduisibles dans les différentes langues actives.

Localisation

La page principale du menu "Localisation" vous permet de configurer les unités utilisées pour vos produits.

Par défaut, tout est paramétré sur le pays où se situe le siège de votre entreprise.

Paramètres

Cette section regroupe 4 réglages locaux de première importance :

- Langue par défaut. Il s'agit de la langue principale de votre boutique. Ce réglage aura une influence sur la langue de votre back-office (y compris la langue principale de vos produits), ainsi que sur le front-office. Notez que la langue du front-office peut s'adapter aux réglages du navigateur web du visiteur.
- Pays par défaut. Là où se trouve votre société. Si vous avez des filiales dans de nombreux pays, utilisez le pays de la filiale principale, et le pays d'origine de la société.

- Devise par défaut. La devise dans laquelle les prix des produits sont configurés. D'autres devises peuvent être ajoutées en important la devise d'un pays. Notez que si vous changez la devise par défaut alors que vous avez déjà mis en place les prix de certains produits, vous devrez mettre à jour tous les prix manuellement. Assurez-vous de faire ce réglage une bonne fois pour toute.
- Fuseau horaire. Votre propre fuseau horaire. Particulièrement utile par exemple pour les promotions quotidiennes : vous savez exactement quand elles commencent et se terminent.

PARAMÈTRES

Langue par défaut: Français (French)

Définir la langue depuis le navigateur:

Définir la langue du navigateur comme langue par défaut

Pays par défaut: France

Définir le pays par défaut d'après la langue du navigateur:

Définir le pays selon la langue du navigateur

Devise par défaut: Euro

Fuseau horaire: Europe/Paris

Unités locales

Les unités physiques présentées dans cette section (poids, distance, volume, dimension) sont utilisés à la fois pour vos fiches produit et pour vos propres besoins d'emballage – en définitive, elles sont un point essentiel de votre relation avec votre transporteur.

UNITÉS LOCALES

* Unité de poids: Kg

* Unité de distance: mi

* Unité de volume: L

* Unité de dimension: cm

Ces valeurs peuvent être mises en place quand vous importez un pack de localisation pour un pays, mais vous pouvez les modifier manuellement après importation. Par exemple, si vous préférez utiliser des centilitres au lieu de litres, modifiez la valeur par défaut de "L" à "cL".

Les champs doivent utiliser les symboles du Système international d'unités (http://fr.wikipedia.org/wiki/Syst%C3%A8me_international_d%27unit%C3%A9s).

Langues

PrestaShop a été conçu pour être multilingue : il y a une langue par défaut (celle utilisée lors de l'installation), et de nombreuses autres sont disponibles en téléchargement.



La page "Langues" gère les langues que vous utiliserez dans le back-office et sur votre boutique.

Cette page affiche les langues déjà installées sur votre boutique, avec quelques informations : code ISO, code de la langue, format de date (courte et complète).

Vous pouvez activer ou désactiver une langue simplement en cliquant sur l'icône dans la colonne "Activé".

Pour ajouter une langue, il suffit d'importer le pack de localisation d'un pays qui utilise cette langue (dans la page "Localisation"). S'il se trouve que cela ne marche pas, ou que vous avez besoin de quelque chose de plus adapté à vos besoins, vous pouvez ajouter une nouvelle langue manuellement, en utilisant le formulaire qui se trouve derrière le bouton "Créer".

ATTENTION : L'interface Gestcom – Prestashop ne fonctionne qu'en français. Les autres langues sont à gérer directement et manuellement dans Prestashop.

ID	Drapeau	Nom	Code ISO	Code de langue	Format de date	Format de date (complet)	Activé	
1		Français (French)	fr	fr-fr	d/m/Y	d/m/Y H:is	<input checked="" type="checkbox"/>	Modifier
2		English (United States)	en	en-us	m/d/Y	m/d/Y H:is	<input checked="" type="checkbox"/>	Modifier

Créer une nouvelle langue

Créer une nouvelle langue signifie que vous devez traduire l'intégralité des textes du front-end de PrestaShop, son back-end, ses modules, etc., au risque d'utiliser les chaînes anglaises par défaut. La traduction se fait avec l'outil de la page "Traductions", dans le menu "Localisation".

Vous pouvez également créer une nouvelle langue afin mieux intégrer un pack de langue que vous auriez téléchargé depuis le site de PrestaShop.

LANGUES

* Nom

* Code ISO

* Code de langue

* Format de date

* Format de date (complet)

* Drapeau

Image "Aucune image"

Langue Right-to-Left

État

Pour créer une nouvelle langue, vous devez remplir autant de champs du formulaire que possible :

- Nom. Le nom est public. Si vous créez la langue pour des besoins régionaux, vous devriez l'indiquer dans le nom. Par exemple, "Français (Québec)".
- Code ISO. Saisissez le bon code à deux lettres ISO 639-1. Vous trouverez plus d'information sur http://fr.wikipedia.org/wiki/Liste_des_codes_ISO_639-1. Si vous importez un pack de langue, ce code doit correspondre exactement à celui du pack.
- Code langue. Saisissez le bon code de langue à quatre lettres, sous la forme xx-yy, xx étant le code ISO de la langue (le même que ci-dessus) et yy étant le code ISO 3166-1 alpha-2 du pays (http://fr.wikipedia.org/wiki/ISO_3166-1). Vous trouverez plus d'information sur Wikipédia : http://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89tiquette_d%27identification_de_langues_IETF.
- Format de date. Les pays ne partagent pas toujours les mêmes représentations des dates (voir sur Wikipédia : http://en.wikipedia.org/wiki/Date_format_by_country (en anglais)). Ainsi, que votre boutique affiche la date 02/08/12, un client aux États-Unis comprendra "le 8 février 2012", tandis qu'un client en France comprendra "le 2 août 2012". C'est pourquoi il est important d'indiquer le format de date lié à votre langue. Les lettres utilisées doivent être celles de la fonction date() de PHP : <http://php.net/manual/fr/function.date.php>.
- Format de date (complet). La même chose que le format de date ci-dessus, mais en incluant le format des heures et minutes.
- Drapeau. Mettez en ligne une image du drapeau qui correspond le mieux à la langue que vous voulez ajouter. Elle devrait être au format 16*16. Nous vous recommandons d'utiliser un des drapeaux du jeu d'image gratuit FamFamFam Flags : <http://www.famfamfam.com/lab/icons/flags/>.

- Image "Aucune image". Mettez en ligne une image qui sera affichée quand le produit n'a pas encore de photo. Cette image est simplement une image vierge avec pour seul contenu le texte "Aucune image" ou "Aucune image disponible" dans la langue créée. Cette image doit être au format 250*250 pixels. Vous pouvez trouver des exemples d'images "Aucune image" dans le dossier /img/l de votre installation de PrestaShop.
- Langue RTL. Certaines langues s'écrivent de droite à gauche, notamment celles écrites en alphabet arabe ou hébreu (voir http://fr.wikipedia.org/wiki/Texte_bidirectionnel). Quand un thème PrestaShop est bien codé, il est capable de gérer les langues RTL - à partir du moment où il est clairement configuré pour.
- État. Vous pouvez désactiver une nouvelle langue jusqu'à ce que vous ayez tout traduit.

Une fois que votre langue a été créée et activée, vous pouvez importer son pack de langue. Pour ce faire, rendez-vous dans la page "Traductions" du menu "Localisation" et utilisez l'outil "Importez un pack de langue manuellement".

Enfin, assurez que tout fonctionne : rendez-vous sur le front-office de votre boutique, et cliquez sur les drapeaux tout en haut. De la même manière, les clients pourront choisir une autre langue en utilisant ces icônes.

Zones

Les zones de PrestaShop sont une liste des régions du monde (<http://en.wikipedia.org/wiki/Subregion> (en anglais)). Elle simplifie la catégorisation des pays.

ID	Zone	Activé	Actions
1	Europe	✓	Modifier
2	North America	✓	Modifier
3	Asia	✓	Modifier
4	Africa	✓	Modifier
5	Oceania	✓	Modifier
6	South America	✓	Modifier
7	Europe (non-EU)	✓	Modifier
8	Central America/Antilla	✓	Modifier

Si besoin, vous pouvez créer d'autres zones : cliquez sur "Créer" pour afficher le formulaire de création.

Tout ce dont vous avez besoin est un nom et un état, indiquant par exemple que vous ne voulez pas autoriser la livraison en Océanie. En mode multiboutique, vous pouvez également associer la zone à une sélection de boutiques.

Pays

Votre installation PrestaShop doit connaître tous les pays existants afin que vos clients puissent indiquer où ils vivent dans le monde.

Il y a environ 200 pays dans le monde, mais PrestaShop en propose 244. Cela s'explique par le fait que certains comptes des régions outremer qui font partie intégrante du pays. Par exemple, les départements français connus formellement sous le nom de DOM (Guadeloupe, Martinique, Mayotte, La Réunion, et Guinée Française) ont de nos jours le même statut que les régions métropolitaines françaises. De la même manière, Hawaï et l'Alaska sont des états des États-Unis à part entière. Cependant, envoyer un colis en Guadeloupe ne signifie pas l'envoyer en France, ne serait-ce que pour les frais de port. De fait, la liste des prix de PrestaShop sépare le pays de la région.

ID	Pays	Code ISO	Indicatif téléphonique	Zone	Activé	
1	Allemagne	DE	+49	Europe	<input type="checkbox"/>	Modifier
2	Autriche	AT	+43	Europe	<input type="checkbox"/>	Modifier
3	Belgique	BE	+32	Europe	<input type="checkbox"/>	Modifier
4	Canada	CA	+1	North America	<input type="checkbox"/>	Modifier
5	Chine	CN	+86	Asia	<input type="checkbox"/>	Modifier
6	Espagne	ES	+34	Europe	<input type="checkbox"/>	Modifier
7	Finlande	FI	+358	Europe	<input type="checkbox"/>	Modifier
8	France	FR	+33	Europe	<input checked="" type="checkbox"/>	Modifier
9	Grèce	GR	+30	Europe	<input type="checkbox"/>	Modifier
10	Italie	IT	+39	Europe	<input type="checkbox"/>	Modifier

Par défaut, seul votre propre pays est activé. Vous devez les activer un à un, en fonction des besoins de vos clients. Si vous ne savez pas lesquels activer, fiez-vous aux statistiques par pays de vos visiteurs. En bas de la liste, la section "Préférences pays" vous permet de n'afficher en front-office que les pays couverts par vos transporteurs. Nous vous recommandons d'activer ce réglage, car il évite que vos clients aient à faire défiler une longue liste de pays avant de trouver le leur.

PRÉFÉRENCES PAYS

Restreindre les pays sur la boutique par les pays desservis par les transporteurs actifs

Ajouter un nouveau pays

Normalement, PrestaShop dispose déjà de tous les pays existants dans sa base de données. Mais dans le cas où de nouveaux apparaissent, vous devez les ajouter.

PAYS

* Pays

* Code ISO

* Indicatif téléphonique

Devise par défaut

Zone

Requiert un code postal ?

* Format du code postal

Indiquez le format du code postal : utilisez L pour une lettre, N pour un nombre, et C pour le code ISO 3166-1 alpha-2 du pays. Par exemple, NNNNN pour les États-Unis, la France, la Pologne et beaucoup d'autres ; LNNNNLL pour l'Argentine, etc. Si vous ne voulez pas que PrestaShop vérifie le code postal de ce pays, laissez-le vide.

Format de l'adresse

Champs disponibles pour les adresses (cliquez pour avoir plus d'informations)

▼ CLIENT ▼ ENTREPÔT ▼ PAYS ▼ ETAT ▼ ADRESSE

Utiliser la dernière mise en page enregistrée

Activé

Contient des états

Requiert un numéro d'identification fiscale ?

Afficher le label de la taxe (ex. : "TTC")

- Pays. Le nom officiel du pays que vous voulez créer, dans toutes les langues reconnues par votre boutique. Vérifiez sur la page Wikipédia du pays si vous n'êtes pas certain du nom.
- Code ISO. Le code ISO-3166 du pays, que vous pouvez trouver sur la page officielle de l'ISO : [http://www.iso.org/iso/fr/home/standards/country_codes/country_names_and_code_elements.htm?=-](http://www.iso.org/iso/fr/home/standards/country_codes/country_names_and_code_elements.htm?=).

- Indicatif téléphonique. Le numéro d'appel international, que vous pouvez trouver sur cette page Wikipédia : http://fr.wikipedia.org/wiki/Liste_des_indicatifs_t%C3%A9l%C3%A9phoniques_internationaux_par_pays.
- Devise par défaut. Vous pouvez utiliser la devise par défaut de la boutique (telle que configurée dans la page "Localisation" du menu du même nom), ou l'une des autres devises installées. Souvenez-vous qu'en cas de besoin, vous pouvez ajouter une nouvelle devise depuis la page "Devises".
- Zone. La région du globe à laquelle ce pays est rattaché. En cas de besoin, vous pouvez ajouter de nouvelles zones depuis la page "Zones", sous le menu "Localisation".
- Requiert un code postal?. Indique si l'utilisateur vivant dans ce pays doit indiquer ou non son code postal lors de l'inscription sur votre boutique.
- Format du code postal. Vous pouvez également donner plus de détails sur le format du code postal (ou zip code). Si vous ne mettez rien, PrestaShop acceptera n'importe quelle valeur et ne vérifiera rien. Utilisez les codes suivants pour le code postal : "L" pour une lettre, "N" pour un chiffre, et "C" pour le code ISO du pays (tel qu'entré dans le champ ci-dessus). Si vous ne connaissez pas le format du code postal du pays, vous pouvez le chercher sur la page Wikipédia dédiée : http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_postal_codes (en anglais). Ne faites pas de copier/coller de la notation de Wikipédia ! Par exemple, Wikipédia indique "AAA 999*" pour Malte, alors que la notation PrestaShop devrait être "LLL NNNN" (sans le * final).
- Format de l'adresse. Donne des détails sur la manière dont l'adresse doit être affichée aux clients. Vous pouvez cliquer sur les différents liens d'assistance sur le côté du champ texte afin d'ajouter d'autres champs. En utilisation réelle, ces champs sont automatiquement remplacés par les données du compte de l'utilisateur. Vos modifications ne sont enregistrées qu'une fois que vous avez enregistré la page entière. Si vous avez fait une erreur, vous pouvez toujours utiliser l'un des boutons d'assistance en bas du formulaire, en fonction de la situation.
- Activé. Un pays désactivé ne sera pas suggéré au visiteur qui veut créer un compte.
- Contient des états/régions. Indique si le pays a des "états" ou non. Cette option rajoute un champ au formulaire de création d'adresse de PrestaShop. Notez que les "états" peuvent être des régions, des provinces, des départements... n'importe quoi qui soit compatible avec les usages du service postal.
- Requiert un numéro d'identification fiscale ? et Afficher le label de la taxe. Le numéro d'identification fiscale est un numéro d'identification utilisé par les services du fisc du pays lors de l'application des impôts. Tous les pays n'en ont pas besoin, et certains n'en ont même pas. Renseignez-vous auprès des services fiscaux du pays.
- Association de boutique. Vous pouvez ne rendre un pays disponible que pour certaines boutiques, par exemple une boutique locale.

États

Par "États", PrestaShop sous-entend les divisions administratives de premier niveau d'un pays. Aux États-Unis, ce sont des states ; en Italie, des regioni (singulier : regione) ; en France, des régions ; au Royaume-Uni, des regions. Par défaut, PrestaShop vous propose un ensemble d'états : 54 états territoires des États-Unis, 13 provinces et territoires canadiens, 31 estados mexicains, 24 provincias argentines, 34 provinsi indonésiennes et 110 province italiennes (singulier : provincia).

ID	Nom	Code ISO	Zone	Pays	Activé	
1	Alabama	AL	North America	États-Unis	✓	Modifier
2	Alaska	AK	North America	États-Unis	✓	Modifier
3	Arizona	AZ	North America	États-Unis	✓	Modifier
4	Arkansas	AR	North America	États-Unis	✓	Modifier
5	California	CA	North America	États-Unis	✓	Modifier
6	Colorado	CO	North America	États-Unis	✓	Modifier
7	Connecticut	CT	North America	États-Unis	✓	Modifier
8	Delaware	DE	North America	États-Unis	✓	Modifier
9	Florida	FL	North America	États-Unis	✓	Modifier
10	Georgia	GA	North America	États-Unis	✓	Modifier

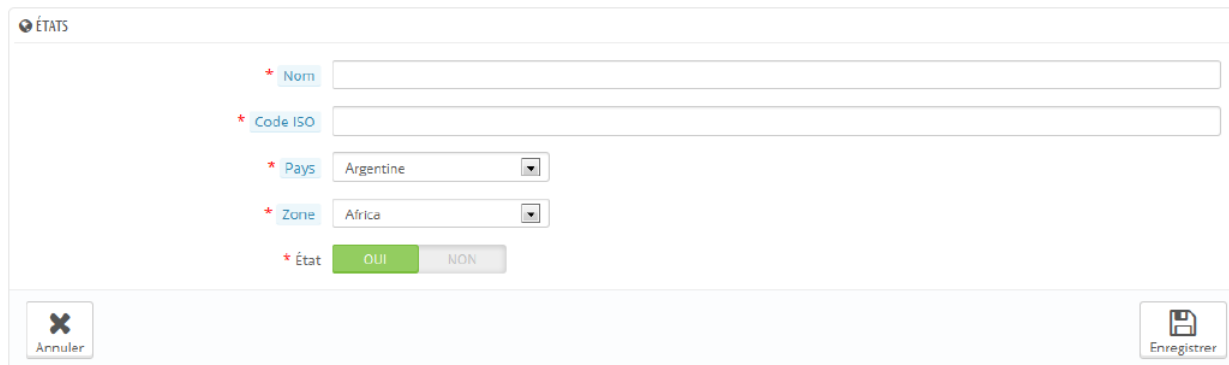
Avoir des états correctement définis dans votre base de données vous permet de mieux représenter les possibilités de livraison de vos transporteurs. Ces états peuvent également se révéler essentiels pour le calcul des règles de taxes, selon le pays. Il est donc important d'enregistrer toutes les divisions administratives si elles sont importantes

pour vos transporteurs. Vous pouvez trouver une liste de ces divisions sur cette page Wikipédia : http://en.wikipedia.org/wiki/Table_of_administrative_divisions_by_country (en anglais).

Le formulaire d'adresse de PrestaShop ne liste à l'heure actuelle que les états qui sont disponibles pour le client. De fait, assurez-vous de créer une liste raisonnée lorsque vous ajoutez du contenu à votre liste d'états. C'est la raison pour laquelle la liste actuelle ne contient que des provinces italiennes (divisions administratives de second niveau) et non des régions (divisions administratives de premier niveau).

Ajouter un nouvel état

Créons un nouvel état. Cliquez sur le bouton "Créer" pour ouvrir le formulaire de création.



- **Nom.** Le nom de l'état, tel qu'il doit être affiché sur les factures et le colis. Il faut donc l'écrire dans la langue du pays de l'état.
- **Code ISO.** Le code ISO-3166-2 de l'état : allez sur cette page Wikipédia : http://fr.wikipedia.org/wiki/ISO_3166-2, Cliquez le code à deux lettres du pays de l'état, Sur la page qui s'ouvre, trouvez le code de l'état (il devrait être dans une liste de cette page, ou directement dans le texte pour les pays les plus petits), S'il y en a un, enlevez le préfixe du pays afin d'obtenir un code à moins de 4 caractères. Par exemple, le code ISO 3166-2 complet du Devon, au Royaume-Uni, est "GB-DEV". Utilisez simplement "DEV" en tant que code ISO – il est déjà rattaché au pays par la liste déroulante "Pays" de PrestaShop (étape suivante).
- **Pays.** Indiquez le pays de l'état à l'aide de la liste déroulante.
- **Zone.** Indiquez la zone géographique du pays à l'aide de la liste déroulante. Faites attention à ne pas choisir la mauvaise zone, car PrestaShop risquerai alors de ne plus s'y retrouver entre ses réglages de pays et de zones.
- **État.** Un état désactivé ne sera pas proposé comme option quand vos visiteurs tenteront de créer un nouveau compte.

Devises

Il n'y en a qu'une par défaut : celle de votre pays.

Important : L'interface Gestcom – Prestashop ne peut gérer qu'une seule devise, celle utilisée par défaut dans Gestcom.

Taxes

Les taxes correspondent aux taxes existantes dans Gestcom. Si vous avez besoin de créer une nouvelle taxe, contactez-nous.

Traductions

C'est ici que l'on traduit ou que l'on modifie la traduction des différentes expressions (en front office, des modules...) que l'on retrouve sur le site. Si par exemple, on veut changer la formulation utilisée par défaut comme « J'ai lu les conditions générales de vente et j'y adhère sans réserve. » par « Je déclare être majeur et avoir lu les conditions générales de vente que j'accepte sans réserve. »

PrestaShop vous fournit un outil complet de traduction pour votre boutique. Il vous permet d'ajouter et de modifier les traductions de vos pages. Ainsi, vous êtes véritablement maître de votre boutique, et pouvez gérer la traduction des chaînes sans avoir à attendre que les traducteurs officiels publient leurs corrections.


Même si vous ne souhaitez pas utiliser les corrections des traducteurs, vous pourriez vouloir changer la formulation qu'ils ont utilisé (moins formelle, moins verbeuse, etc.), et personnaliser les différents textes disponibles. Ce faisant,

vous adaptez votre site web à votre public : par exemple, une boutique de vêtements hip-hop n'utilisera pas les mêmes expressions qu'une boutique de vente de montres de luxe.

Modifier une traduction

L'outil le plus important de la page "Traductions" se trouve dans la section "Modifier les traductions". C'est ici que vous choisissez la traduction à modifier, afin de potentiellement en réécrire toutes les phrases si besoin était.


MODIFIER LES TRADUCTIONS

 Vous pouvez modifier les traductions de chacune des portions de texte de PrestaShop.
Choisissez une section (comme Back-office ou Modules), ensuite choisissez la langue que vous souhaitez modifier.

Type de traduction

Sélectionnez votre thème

Choisissez votre langue

 Modifier

Sélection la partie de la traduction actuelle que vous voulez modifier :

- Traductions du front-office. Le texte que vos clients voient en parcourant votre boutique.
- Traductions du back-office. Le texte que vous voyez dans les pages d'administration de votre boutique
- Traductions des messages d'erreur. Les messages d'erreur qui peuvent apparaître sur votre front-office.
- Traductions des noms des champs. Les noms des champs des formulaires, tant dans le front-office que le back-office.
- Traductions des modules installés. Les chaînes utilisées par les modules installés. Note que les modules qui sont présents mais pas installés n'apparaîtront pas dans l'outil.
- Traductions des fichiers PDF. Les chaînes utilisées par le générateur de fichiers PDF : factures, bons de livraison, etc.
- Traductions des modèles d'e-mails. Les chaînes utilisées par les e-mails envoyés par PrestaShop.




Certaines catégories ont une seconde liste déroulante, qui donne les thèmes disponibles, Les thèmes PrestaShop ont leurs propres chaînes, mais peuvent aussi avoir leurs propres modules, modèles de PDF et d'e-mail. Cette liste déroulante vous permet donc de choisir le thème avec lequel vous souhaitez travailler.

Une fois votre sélection faite, cliquez sur le drapeau de la langue pour laquelle vous souhaitez modifier la traduction. Une longue page s'ouvre alors. Elle contient la centaine de chaînes disponibles pour cette catégorie, parfois divisées en dizaines de groupes de champs.

▼ LIVE_EDIT - 11 EXPRESSIONS

▼ 404 - 8 EXPRESSIONS

Page not found	=	<input type="text" value="Page non trouvée"/>
This page is not available	=	<input type="text" value="Page introuvable"/>
We're sorry, but the Web address you've entered is no longer available.	-	<input type="text" value="La page que vous avez demandée n'existe plus."/>
To find a product, please type its name in the field below.	=	<input type="text" value="Pour rechercher un produit, saisissez son nom dans le champ ci-dessous"/>
Search our product catalogs	=	<input type="text" value="Cherchez un produit dans notre catalogue :"/>
Ok	=	<input type="text" value="Ok"/>
Home	-	<input type="text" value="Accueil"/>
Home page	=	<input type="text" value="Page d'accueil"/>

 Annuler  Enregistrer et rester  Enregistrer

▼ ADDRESS - 26 EXPRESSIONS

Par défaut, seuls les groupes de champs ayant des chaînes non traduites sont ouverts. Si vous souhaitez tous les ouvrir, cliquez deux fois sur le bouton en haut à gauche : une fois pour fermer tous les groupes, et une seconde fois pour tous les ouvrir. Vous pouvez également ouvrir et fermer les groupes de champs un par un en cliquant sur leur titre.

La modification d'une traduction est très facile :


- Ouvrez le groupe de champs,
- Modifiez son contenu,
- Cliquez soit sur le bouton "Enregistrer les modifications et rester" pour préserver vos modifications tout en continuant à modifier cette catégorie, soit sur "Enregistrer les modifications" et revenir à la page "Traductions".

Il existe des chaînes contiennent des variables, comme %s, %d, %1\$s, %2\$d, etc.

Quand vous trouvez une chaîne avec une telle variable, cela signifie que PrestaShop la remplacera avec une valeur dynamique avant d'afficher la chaîne traduite. Par exemple, dans la chaîne "Your order on %s is complete.", %s sera remplacé par le nom de la boutique. C'est pourquoi vous devez conserver cette variable dans votre traduction finale. Par exemple, en français il faudra la traduire en "Votre commande sur %s a bien été enregistrée."

Techniquement, les variables empêchent de couper les chaînes en deux. Ainsi, dans les versions précédentes de PrestaShop, "Your order on %s is complete." aurait été coupée en deux : "Your order on" et "is complete." Bien que la traduction littérale de chacune de ces phrases fonctionne pour certaines langues, cela rendait la traduction impossible pour de nombreuses autres langues, notamment les langues bidirectionnelles comme l'arabe ou l'hébreu. Grâce à ces variables, de telles chaînes sont maintenant totalement traduisibles.

Certains champs peuvent avoir une icône d'avertissement à droite. Cela indique les chaînes avec variable. Vous pouvez cliquer sur l'icône pour avoir des informations. Dans le cas d'une chaîne avec variable, vous devriez vous assurer que le contenu de cette variable se trouvera dans le bon flot de la phrase, et éviter les traductions littérales. Les variables numérotées (%1\$s, %2\$d, etc.) permettent aux traducteurs de réordonner les variables au sein de la chaîne tout en maintenant les informations de chacune. Ainsi, le traducteur français pourra au choix traduire "Order #%1\$d from %2\$s" en "Commande n°%1\$s du %2\$s" ou "Le %2\$s, commande n°%1\$s".

Next	=	<input type="text" value="Suivant"/>	
Showing %1\$d - %2\$d of %3\$d items	=	<input type="text" value="Résultats %1\$d - %2\$d sur %3\$d."/>	
Showing %1\$d - %2\$d of 1 item	=	<input type="text" value="Résultats %1\$d - %2\$d sur 1."/>	

Fonctionnements spécifiques

La plupart des catégories de traduction présentent leurs chaînes de la même manière : les chaînes sont rassemblées en groupes que vous pouvez ouvrir ou fermer en cliquant sur leur titre. Le titre indique le nombre d'expressions que le groupe contient, et quand c'est le cas, le nombre d'expressions manquantes, entre parenthèses et en rouge.

Trois catégories ne correspondent pas à cette description :

- Messages d'erreur. Les chaînes ne sont pas rassemblées en groupes, elles sont présentées toutes ensemble.
- Fichiers PDF. Il n'y a qu'un groupe, "PDF".
- Modèles d'e-mails. Les chaînes sont rassemblées en groupes, mais ce ne sont plus de simples champs texte. Chaque e-mail dispose de deux modèles : un au format HTML, avec une mise en page et de la couleur, et un au format texte brut. Tandis que la version texte brut peut être modifiée directement dans le champ textuel, la version HTML ne peut être modifiée qu'en cliquant sur le bouton "Modifier ce modèle d'e-mail" situé en bas de la prévisualisation. Ce clic remplace la prévisualisation par un champ Wysiwyg (what you see is what you get), avec un éditeur complet (basé sur TinyMCE : <http://www.tinymce.com/>). En plus de modifier le texte, vous pouvez retoucher la mise en page comme bon vous semble. Vous pouvez par exemple changer les couleurs afin de s'adapter au style de votre boutique. Note que les modèles d'e-mails contiennent des variables, tels que {lastname} or {shop_name}, que PrestaShop remplace par la valeur réelle lors de l'envoi de l'e-mail. Assurez-vous de les conserver dans la traduction.



Préférences

Le menu "Préférences" vous permet de configurer et d'affiner certains détails de votre installation. Cela prend en compte de nombreux aspects très différents de votre boutique, depuis les réglages techniques jusqu'à l'amélioration de l'expérience des utilisateurs.

IMPORTANT : Tous les réglages présents dans les sous onglets du menu Préférences ont été effectués par nos soins. Vérifiez auprès de nous avant de les modifier car vos modifications pourraient impacter le bon fonctionnement de l'interface Gestcom / Prestashop.

Paramètres généraux

La page des paramètres généraux présente une poignée de réglages spécifiques qui ne peuvent être mis dans d'autres menus. Ils sont néanmoins essentiels :

- Activer le SSL. SSL signifie "Secure Sockets Layer", et comprend le TSL (pour "Transport Layer Security"). Les deux sont des protocoles Internet cryptographiques, qui sécurisent les échanges sur le Web.
- Améliorer la sécurité du front-office. Cette option ajoute des jetons de sécurité (tokens) à votre boutique afin d'en améliorer la sécurité. Dans les faits, chaque adresse devient spécifique à la session du client, et ne peut être utilisée telle quelle dans un autre navigateur, protégeant ainsi toutes les informations qui auraient pu être stockées durant cette session.
- Autoriser les iframes sur les champs HTML. Cette option vous permet de mettre des iframes dans les champs textuels, tels que les descriptions de produits. Les IFrames sont des éléments HTML qui permettent de charger du contenu externe dans le contenu propre de la page. Nous vous recommandons de laisser cette option désactivé, sauf en cas de besoin réel.
- Règle d'arrondi. Une fois les taxes et promotions appliquées, il se peut que le prix final aie trop de décimales, par exemple 42.333333333 €. La règle d'arrondi est utilisée lors du calcul final du prix (taxes, promotions, etc.). Trois modes sont disponibles :
 - supérieur. Arrondi au centième supérieur : 42.333333333 devient 42.34
 - inférieur. Arrondi au centième inférieur : 42.333333333 devient 42.33.
 - classique. Arrondi en fonction de la valeur : centième supérieur si au-dessus de .5, centième inférieur si en dessous de .5.

ATTENTION : compatibilité avec Gestcom.

- Activité principale de la boutique. Il se peut que vous ayez mal configuré l'activité de la boutique lors de l'installation. Vous pouvez changer ce paramètre ici.

Commandes

Les réglages de la page de préférences "Commandes" s'appliquent aux commandes faites par les clients, ainsi que quelques autres détails, comme la gestion des cadeaux.

Paramètres généraux

- Type de processus de commande. Par défaut, le client doit parcourir 5 étapes pour venir à bout du processus d'achat, chacune sur une page différente. Cependant, vous pouvez choisir d'afficher toutes ces étapes sur une seule page. Cette page sera plus longue, mais certains clients peuvent préférer cette approche.
- Activer la commande express. Autorise les visiteurs non-enregistrés à faire une commande, sans devoir créer de compte.
- Montant total minimum requis pour valider une commande. Indique le montant minimum d'achat à avoir dans son panier pour pouvoir lancer une commande. Si la valeur du champ n'est pas atteinte, le client ne peut pas passer commande. Si vous ne voulez pas de montant minimal, saisissez "0".
- Envoi différé. Si vous activez l'option "Autoriser la commande de produits hors stock" (page de préférences "Produits"), vous pouvez faire en sorte que les produits soient expédiés au fur et à mesure qu'ils sont disponibles, avec autant de colis que nécessaire (selon le bon jugement de votre équipe). Par défaut, PrestaShop divisera la commande en deux : les produits disponibles sont envoyés aussitôt, tandis que les autres sont placés dans une seconde commande, en attente de validation.
- Conditions générales de vente. Oblige vos clients à accepter les conditions de vente de votre boutique avant de valider la commande. Page CMS de conditions d'utilisation. Le texte des conditions de vente de votre boutique doit être placé dans une page de contenu statique (une page CMS). Sélectionnez la page en question afin que PrestaShop donne le bon lien à vos clients.

Options des emballages cadeaux

- Proposer des emballages cadeaux. Fait en sorte que PrestaShop propose un emballage cadeau au client, et donne la possibilité d'ajouter un message imprimé. C'est une option essentielle pour les personnes qui veulent envoyer des cadeaux depuis votre site.
- Tarifs emballages cadeaux. Indiquez le prix de votre service d'emballage.
- Taxe des emballages cadeaux. Au besoin, indiquez la taxe locale à laquelle ce service est lié. Vous pouvez ajouter de nouvelles taxes depuis la page "Taxes" du menu "Localisation".
- Proposer des emballages recyclés. De nombreux clients apprécient ce type de service.

Produits

Cette page contient les préférences se rattachant à la manière dont vos produits sont gérés et affichés par PrestaShop.

Produits (général)

- Mode catalogue. Activer le mode catalogue signifie que vous transformez votre boutique en une simple galerie de produits, n'offrant aucune possibilité d'achat. Si on active le mode catalogue, les fonctions marchandes (ajout au panier, affichage du prix) sont désactivées.
- Comparaison de produits. Réglez le nombre maximal de produits qui peuvent être sélectionnés pour être comparés entre eux.
- Nombre de jours durant lesquels un produit est considéré comme "nouveau". Quand vous ajoutez un produit à votre boutique, il est considéré comme étant nouveau, et se trouve dans le bloc "Nouveaux produits" et la page du même nom. Ce champ vous permet de préciser le nombre de jours durant lesquels un produit est considéré comme nouveau. Cette option vous permet donc de mieux contrôler la manière dont vous gérez les nouveautés de votre boutique. La page des nouveaux produits est surtout visitée par les clients réguliers. Quand on ajoute un nouveau produit à Prestashop (c'est-à-dire un produit qui n'a jamais été créé avant), Prestashop gère lui-même la nouveauté du produit et affiche nouveau sur le produit. On peut déterminer pendant combien de jour Prestashop considère ce produit comme nouveau après sa publication. Mettre 0 pour désactiver cette fonctionnalité.
- Redirection après avoir ajouté un produit au panier. Vous pouvez soit renvoyer le client vers la page précédente, soit vers le récapitulatif du panier.
- Taille maximale de la description courte. Votre produit dispose de deux descriptions : une description courte ou une classique. La courte, qui apparaît dans les moteurs de recherche et la description du produit dans la catégorie, est limitée à 400 caractères par défaut, mais cette option vous permet de changer cette valeur. 0 signifie qu'il n'y a pas de limite.
- Remises des quantités basées sur. Définit sur quelle base (produits ou déclinaisons) sont calculés les remises de quantité.

Pagination

- Produits par page. Indique le nombre de produits affichés sur les pages de vos catégories.
- Tri par défaut. Indique l'ordre des produits dans les catégories de votre boutique. 8 choix sont possibles :
 - Article ou nom du produit. Affiche vos produits par ordre alphabétique de leurs noms.
 - Prix du produit. Affiche vos produits en fonction de leurs prix.
 - Date d'ajout. Affiche vos produits en fonction de leurs dates d'ajout.
 - Date de modification. Quand vous modifiez un produit, sa date de modification est changée. Cette option les fait apparaître par ordre de modification.
 - Position dans la catégorie. Affiche vos produits tels qu'ils sont positionnés au sein de la catégorie, dans le catalogue. La position d'un produit peut être changée directement dans le catalogue de votre boutique en utilisant les flèches de positionnement. Ainsi, vous pouvez placer vos produits de la manière la plus à même de provoquer une vente.
 - Fabricant ou marque. Affiche vos produits par ordre alphabétique du nom de leurs marques.
 - Quantité du produit. Affiche vos produits par quantité en stock.
 - Référence du produit.
- Ordre par défaut. L'option ci-dessus peut être arrangée par ordre croissant ou décroissant.

Page produit

- Afficher les quantités disponibles sur la page produit. En activant cette fonctionnalité, vos visiteurs peuvent voir la quantité disponible en stock de chaque produit. Vous pouvez utiliser cette information pour doper les ventes quand le stock est bas. Les quantités affichées sont pour les attributs et déclinaisons sélectionnés.
- Afficher les dernières quantités lorsque celles-ci sont inférieures à. Vous pouvez choisir d'afficher une notification quand le stock disponible d'un produit atteint une certaine limite. Cette option se montre particulièrement utile pour pousser à l'achat. Le texte et la position de la notification dépendent du thème ; dans le thème par défaut, la notification annonce "Attention : dernières pièces disponibles !", et est affiché directement sous le champ "Quantité".
- Activer JqZoom au lieu de Thickbox sur les pages produits. Par défaut, le fait de cliquer sur l'image d'un produit affiche une version plus grande de cette image sur la page. En activant cette option, les visiteurs pourront toujours cliquer sur l'image afin de zoomer dessus, mais une version zoomée apparaîtra également au survol de la souris.
- Afficher les attributs indisponibles sur la fiche produit. Votre produit peut être fait de nombreux attributs et déclinaisons : couleur, taille, capacité, etc. Les attributs peuvent être modifiés dans la page "Attributs" de votre menu "Catalogue". Lisez le chapitre "Un aperçu du catalogue" pour en apprendre plus sur les attributs, et savoir pleinement les utiliser. Quand au moins un attribut n'est plus disponible, vous avez deux possibilités :
 - Premièrement : laisser cette préférence active. Par exemple : le produit "iPod Shuffle" n'est plus disponible en couleur "Bleu". En laissant cette option activée, la déclinaison du produit restera visible sur votre boutique. Un message indique alors que le produit n'est plus disponible pour l'option choisie, et invite les clients à en choisir une autre. Si vous avez activé l'option "Autoriser la commande de produits hors stock" (voir ci-dessous), alors ils pourront malgré tout commander cette déclinaison.
 - Deuxièmement : désactiver cette préférence. Si la déclinaison "Bleu" du produit "iPod Shuffle" n'est plus disponible, cette sélection n'est plus affichée sur le front-office, et les clients ne peuvent donc plus la sélectionner. Cette option vous aide à clairement afficher la disponibilité de vos produits.
- Afficher le bouton "ajouter au panier" lorsque le produit a des attributs. Cette option empêche vos clients d'ajouter des produits directement depuis la page de catégorie, si le produit a des déclinaisons. Cela oblige le client à se rendre sur la page du produit et à choisir une déclinaison, au lieu d'ajouter celle par défaut au panier. Notez que les produits qui n'ont pas de déclinaisons auront toujours un bouton "Ajouter au panier" sur la page de catégorie.
- Séparateur des attributs dans les liens des produits. Choisissez le séparateur, entre "-" et ",".
- Afficher le prix réduction comprise. Dans le tableau récapitulatif des réductions en fonction du volume, afficher le prix après réduction au lieu d'afficher le pourcentage de réduction.
- Stocks produit

- Autoriser la commande de produits hors stock. Si un produit n'est plus disponible en stock, le client peut quand même le commander.
- Activer la gestion des stocks. Cette option vous donne à accès un gestionnaire de stock basique : vous pouvez régler la quantité actuelle d'un produit, et laisser PrestaShop diminuer ce nombre à chaque commande, et en rajouter à chaque commande annulée et produit retourné. Par défaut, vous devriez laisser cette fonctionnalité activée, car la désactiver affecte l'intégralité du gestionnaire d'inventaire de votre boutique. À ne désactiver que si vous n'avez aucun inventaire physique – par exemple, si vous ne vendez que des produits dématérialisés.

Clients

- Type de processus d'enregistrement. Vous pouvez autoriser les visiteurs à créer un nouveau compte sans devoir immédiatement donner une adresse postale, ou les obliger à donner une telle adresse dès leur inscription. La première option permet au client de créer un compte plus rapidement, ce qui ne peut être que positif, mais cela ajoute un écran lors du processus de commande, ce qui peut les rebuter. D'un autre côté, la deuxième option rallonge le processus de création d'un compte, mais au moins auront-ils déjà une adresse enregistrée lorsque viendra le moment de passer commande.
- Numéro de téléphone. De la même manière, vous pouvez imposer à vos clients de donner leur numéro de téléphone. Disposer d'un numéro de téléphone peut se révéler extrêmement pratique, car il vous permet de contacter le client directement. Cependant, certains clients n'aiment pas donner ce type d'information. Si vous sélectionnez "Non", le champ "Numéro de téléphone" apparaîtra quand même dans le formulaire de création d'adresse, mais il ne sera plus obligatoire.
- Réafficher le panier après identification. Si le client a déjà créé un panier qu'il n'a pas validé, vous pouvez le lui afficher lors de sa prochaine connexion à la boutique.
- Envoyer un e-mail après la création du compte. Vous pouvez faire en sorte que PrestaShop envoie un e-mail à chaque création d'un compte utilisateur, avec un résumé de ses informations (e-mail, mot de passe) après son inscription.
- Régénération du mot de passe. Vous pouvez choisir de choisir la fréquence avec laquelle un client peut générer un nouveau mot de passe pour son compte. Par défaut, il est de 360 minutes – 6 heures.
- Activer le mode B2B. Le mode B2B ajoute une poignée de fonctionnalités à votre boutique. Les clients ne sont plus considérés comme des individus, mais comme des sociétés, et donc de nouvelles options apparaissent :
 - le profil client a de nouveaux champs liés aux informations professionnelles,
 - les prix peuvent être cachés à certains groupes,
 - les prix peuvent être personnalisés pour chaque utilisateur pour l'ensemble du catalogue ou pour certaines catégories,
 - les factures sont générées manuellement,
 - etc.

Thèmes

Cette page vous permet de gérer efficacement vos thèmes.

La première section de cette page vous sert de rappel du thème que vous utilisez actuellement, avec ses informations :

- Nom du thème ;
- Version du thème ;
- Nom, site web et adresse e-mail de l'auteur du thème ;
- Miniature du thème.

Cette section vous donne également accès à une poignée d'outils qui vous aident à rapidement personnaliser votre thème actuel : logo d'en-tête, d'e-mail et de factures, favicon, icône de magasin, etc. Ces outils sont regroupés ainsi :

- Personnaliser ce thème. Un lien vers le Configurateur de thème (à condition que le module Configurateur de thème soit installé et activé) ;
- Configurez votre thème. Un lien vers les paramètres avancés du thème ;
- Quatre onglets avec les options d'apparence du thème :
 - Logo. Le logo qui apparaîtra sur toutes les pages de votre boutique.
 - Logos pour les factures et les e-mails. Les logos qui apparaîtront respectivement sur les factures de votre boutique, et vos e-mails de notification.

- Icônes. La favicône de votre boutique (affichée dans la barre d'adresse de votre navigateur web) et l'icône de magasin (utilisée dans la carte des magasins pour indiquer où un magasin se trouve).
- Mobile. Le logo qui apparaîtra sur toutes les pages de votre boutique, lorsque vous y accédez par le biais d'un support mobile. Vous pouvez également choisir d'activer ou désactiver de manière sélective votre version mobile (si elle existe) pour les téléphones mobiles, les tablettes, ou les deux. L'option "Activer le thème mobile" vous permet d'utiliser le thème mobile par défaut. Avec ce thème, n'importe quel marchand utilisant PrestaShop peut rendre sa boutique accessible aux appareils mobiles : depuis le page d'accueil jusqu'au processus de paiement, en passant par les pages produit et le tunnel de conversion.

Notez bien que vous pouvez cliquer sur les cases comme vous le souhaitez, mais que ces réglages sont principalement à titre d'information, et que les thèmes ne sont pas toujours capables de s'adapter à vos choix !

SEO & URL

Les outils sur cette page vous permettent d'améliorer la présence de votre site PrestaShop sur les moteurs de recherche, et donc d'atteindre plus de clients potentiels.

SEO signifie "search engine optimization" (soit "Optimisation pour les moteurs de recherche"). Il s'agit d'un ensemble de techniques et de meilleures pratiques créées dans le but d'améliorer le référencement d'un site web sur les moteurs de recherche.

Les outils de cette page vous aident à améliorer la position de votre site PrestaShop dans les recherches Internet, et donc à vous apporter plus de clients potentiels.

URL signifie "uniform resource locator" (soit "localisateur uniforme de ressource"). Il s'agit de l'adresse en ligne d'une page web.

Par défaut, les adresses les plus profondes de PrestaShop (c'est à dire les pages spécifiques plutôt que le nom de domaine) ne donnent pas vraiment d'information ni à l'acheteur, ni aux moteurs de recherche : une adresse comme `http://www.myprestashop.com/product.php?id_product=27` n'aide pas le visiteur à savoir quel produit se trouve sur cette page. Les URL simplifiées (ou "Friendly URLs") permettent d'améliorer cela, en donnant par exemple `http://www.myprestashop.com/2-music-players/27-ipod-nano-green`.

Comme vous pouvez le voir dans le second exemple ci-dessus, les catégories comme les produits peuvent disposer d'une URL simplifiée : dans l'exemple ci-dessus, `id_category=2` 2-music-players, et `id_product=27` devient 27-ipod-nano-green. Bien que le numéro d'identifiant ne peut pas être enlevé par défaut, les mots peuvent aussi bien être générés pour le nom de la catégorie/du produit, qu'écrits à la main. Tout se passe directement dans la page de configuration du produit ou de la catégorie (dans le menu "Catalogue") : l'adresse simplifiée peut se trouver directement dans la page principale de configuration d'une catégorie, et dans l'onglet "SEO" de la page de configuration d'un produit.

Il y a d'autres pages individuelles que PrestaShop installe et qui pourront certainement bénéficier d'adresses simplifiées : les pages CMS, les pages de compte de l'utilisateur, les pages ayant un contenu généré automatiquement. La page "SEO & URL" vous donne la liste de ces pages, et vous permet de modifier leurs URL simplifiées ainsi que leurs balises méta (titre, description, mot-clé).

Réglages SEO de la page d'accueil

Ainsi, pour changer les balises méta de la page d'accueil, vous devez simplement ouvrir la page "SEO & URL", cliquer sur la page "index" et de là vous pouvez librement modifier les informations importantes sur le SEO.

Quelques conseils :

- Le titre par défaut de la page d'accueil est le nom de la boutique, et donc le champ titre de l'index est vide. Si vous mettez du contenu dans le champ, le titre complet de la page d'accueil sera "<votre contenu> - <le nom de votre boutique>". Le nom de la boutique est configuré pour sa part lors de l'installation de PrestaShop, et peut être formé dans la page de préférence "Coordonnées & magasins", à l'aide de l'option "Nom de la boutique" de la section "Coordonnées".
- Utilisez une description courte : un paragraphe de texte suffit.
- Pour ajouter un mot-clé, cliquez dans le champ "Ajouter un tag" et validez en appuyant sur la touche Envoyé. Vous pouvez enlever des mots-clés en cliquant sur la croix rouge.
- Vous n'avez pas à ajouter une URL réécrite s'il n'y en a pas déjà une.

Notez que si votre boutique a déjà été indexée par Google ou n'importe quel autre moteur de recherche, l'apparition de vos modifications dans les résultats de recherche peut prendre du temps. Soyez patient.

Génération du fichier robots.txt

Un fichier robots.txt vous permet de bloquer des robots et autres logiciels automatiques qui parcourent le Web afin d'y trouver plus de pages à ajouter au serveur de leur société. Vous voudrez sûrement donner les pleins accès à certains robots, comme ceux de Google ou de Yahoo!, tandis que d'autres devront trouver porte fermée, comme les robots de spam, les voleurs de contenus, les collecteurs d'adresse e-mails, etc. Notez que les robots les plus malicieux ne respectent pas les directives de ce fichier, qui ne sont pas imposées.


L'outil de génération de robots.txt de PrestaShop crée simplement un fichier avec des directives d'exclusion pour les fichiers et dossiers qui ne sont pas censés être publics, et ne devraient donc pas être indexés. Ces directives s'appliquent donc à tous les robots, bons et mauvais : le fichier généré utilise la chaîne "User-agent: *"
En cliquant sur le bouton "Générer le fichier robots.txt", vous remplacez tout fichier robots.txt par le nouveau. Ainsi, si vous souhaitez ajouter vos propres règles, faites-le après que PrestaShop ait généré le fichier.

CMS ou comment gérer vos pages de contenu

PrestaShop vous permet de créer des pages de contenu aussi simplement que pour créer des pages produit, en utilisant l'outil CMS. Les pages seront présentées aux clients dans le bloc "Information" de la page d'accueil, et dans le menu du site.

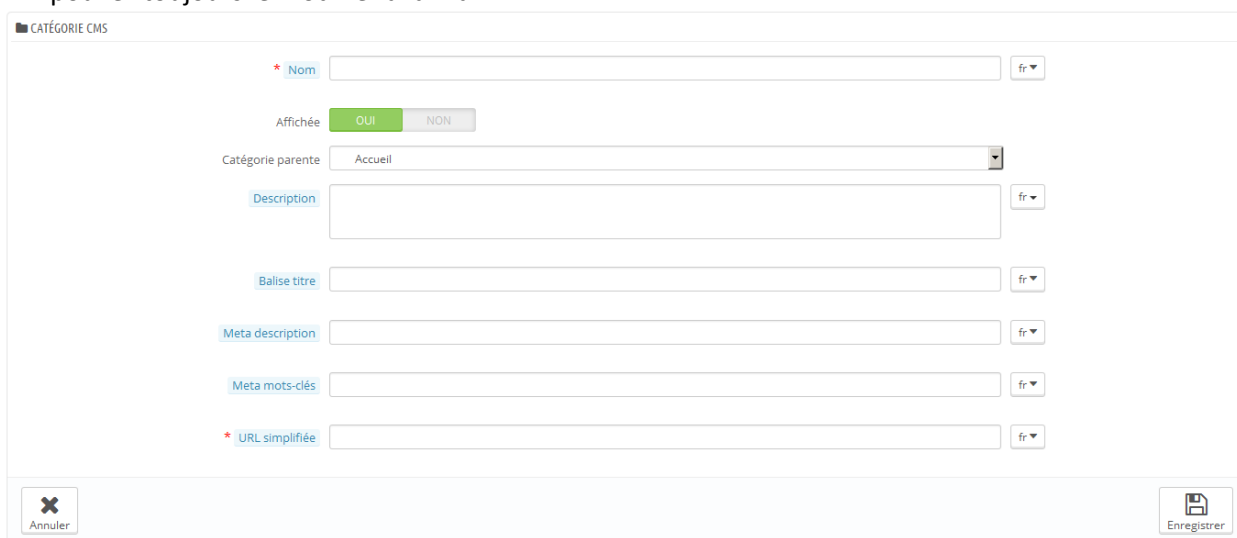
La page "CMS" vous présente toutes les pages de contenu qui ont déjà été créées pour votre boutique, pour la catégorie courante (par défaut, la page d'accueil est la seule catégorie).

Créer une catégorie CMS

Cliquez sur le bouton "Ajouter une nouvelle catégorie CMS"  pour créer une catégorie – qui est en fait une sous-catégorie de la catégorie racine, "Accueil". Vous pouvez créer autant de catégories que nécessaire.

Le formulaire est assez simple :

- Nom. Utilisez un nom court et clair.
- Affichée. Stipule si la catégorie et ses pages sont accessibles au public ou non.
- Catégorie parente. La catégorie sous laquelle celle-ci est placée. Par défaut "Accueil". Vous pouvez utiliser autant de niveaux de catégories que nécessaire.
- Description. Pensez bien à remplir ce champ dans toutes les langues, car certains thèmes affichent cette information aux clients.
- Méta titre. Le nom de la catégorie, telle qu'affichée par le navigateur.
- Méta description. Sert à décrire le contenu de cette catégorie pour les moteurs de recherche.
- Méta mots-clés. Utilisé par les moteurs de recherche afin de comprendre les types d'information qui composent votre catégorie.
- URL simplifiée. Simplifie le travail des moteurs de recherche, ainsi que la lecture des visiteurs qui tombent sur votre catégorie. Ce champ est rempli automatiquement lorsque vous entrez le nom de la catégorie, mais vous pouvez toujours le modifier à la main.

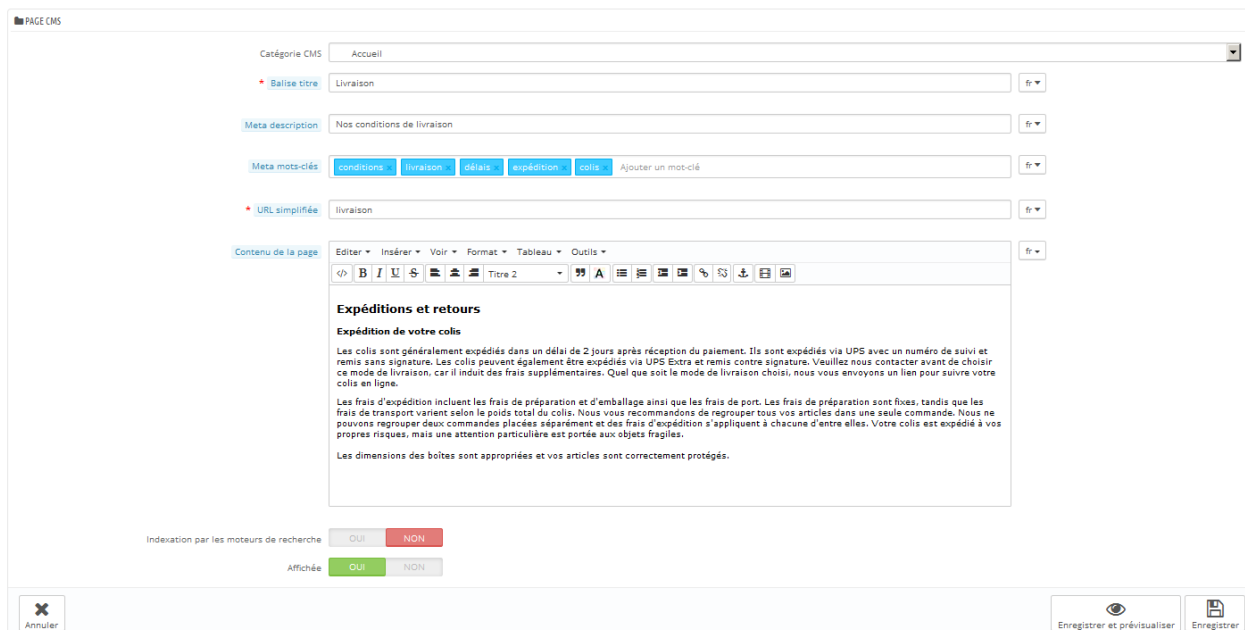




Pour créer une nouvelle page CMS, cliquer sur bouton en haut à droite :

Pour modifier une page déjà existante, cliquer sur le titre de la page ou à droite sur le bouton Modifier.

- Catégorie CMS. La catégorie par défaut est la page d'accueil de votre boutique. Si vous voulez mettre cette page dans une autre catégorie, vous devez d'abord la créer.
- Méta titre. Le nom de la page, telle qu'affiché par le navigateur.
- Méta description. Sert à décrire le contenu de cette page pour les moteurs de recherche.
- Méta mots-clés. Utilisé par les moteurs de recherche afin de comprendre les types d'information qui composent votre page.
- URL simplifiée. Simplifie le travail des moteurs de recherche, ainsi que la lecture des visiteurs qui tombent sur votre page. Ce champ est rempli automatiquement lorsque vous entrez le nom de la page, mais vous pouvez toujours le modifier à la main.
- Contenu de la page. Voici le contenu principal de votre page. Il s'agit d'un éditeur WYSIWYG, et vous pouvez y mettre autant de contenu que nécessaire, même des images ou des vidéos à l'aide des boutons "Insérer une image" et "Insérer un média incorporé".
- Indexation par les moteurs de recherche. Indique si les moteurs de recherche doivent prendre cette page en compte ou non.
- Affichée. Vous pouvez choisir de ne rendre la page publique qu'une fois que vous avez terminé de la relire, pour la garder sous forme de brouillon pour le moment. Un brouillon n'est pas visible du public.
- En cliquant sur le bouton "Enregistrer et prévisualiser", vous pourrez voir la page dans le contexte graphique de votre boutique.
- Une fois que tous les champs sont remplis, cliquez sur "Enregistrer". Si la page est active, vous pourrez voir le résultat immédiatement sur votre boutique en ligne.



L'éditeur WYSIWYG

Vous disposez de quelques outils ressemblant à ceux que vous pouvez trouver sur Word par exemple : mettre en gras, en italique, ajouter un lien, insérer une image...

On accède au code html de l'article via Outils / Code source.

Pour faire certaines mises en page, on pourra passer par la création d'un tableau.

Les images

Avant toute chose, il faut préparer la ou les images que vous voulez ajouter sur votre page. Il est fortement déconseillé d'ajouter une image trop lourde ou trop grande et de la redimensionner directement grâce à l'éditeur. Il faut redimensionner votre image au préalable grâce à Photoshop ou tout autre logiciel de redimensionnement (Paint, Pixlr Editor (logiciel gratuit en ligne)). L'image doit être le plus léger possible pour limiter le temps de chargement des pages ; ce qui peut d'une part nuire à la navigation de vos clients et d'autre part nuire au référencement naturel.


En Annexe 1, un guide d'utilisation du Pixlr Editor.

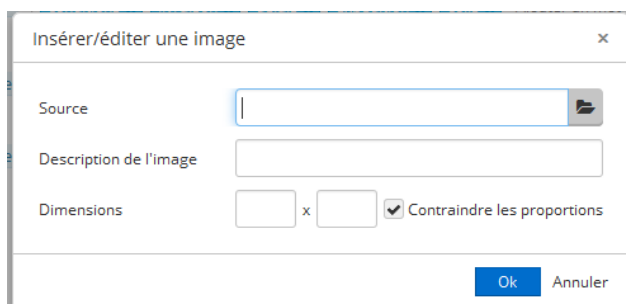
La largeur d'affichage totale de votre site est d'environ 1000 pixels. Donc inutile de mettre en ligne des images de plus de 1000 pixels. N'hésitez pas tester différents formats.

La résolution de vos images pour un usage web : 72 dpi à 96 dpi, inutile de mettre des images en haute résolution (300 dpi) beaucoup trop lourde pour un usage web.

Pour insérer ou modifier une image,


Se placer à l'endroit du contenu où vous souhaitez positionner votre image ou sélectionner l'image déjà en place sur

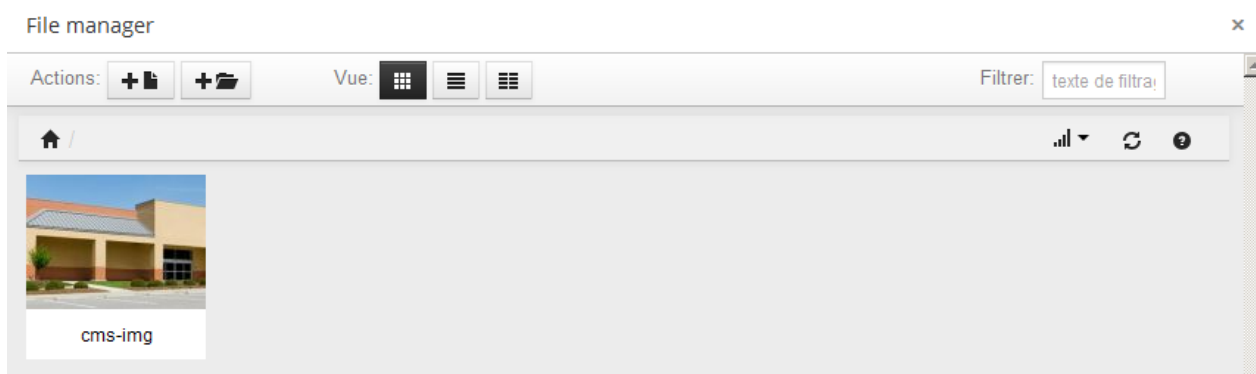
la page puis cliquer sur Insérer puis Insérer une image ou sur l'icône présente à droite dans la barre d'outils .



La fenêtre ci-dessus apparaît. Les champs sont déjà remplis si vous êtes en modification d'image, ils sont vides sinon.

Cliquez sur l'icône dossier à droite de source pour sélectionner l'image ou la mettre en ligne. La fenêtre File manager s'ouvre, vous y trouvez toutes les images déjà en ligne et vous pouvez créer des dossiers ou importer

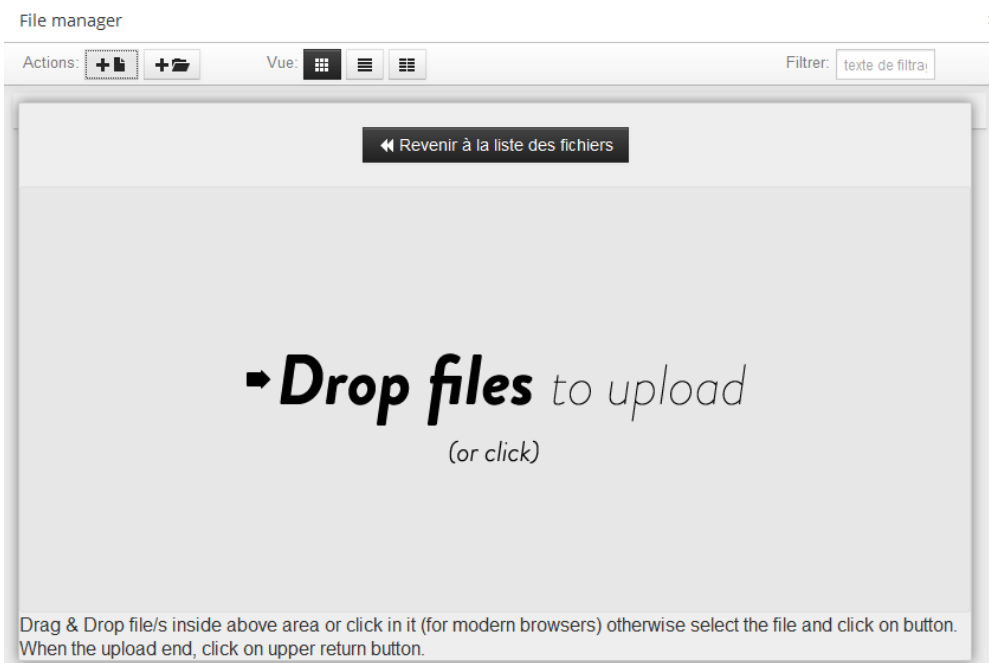
directement une image .



Si l'image est déjà en ligne, sélectionnez le bon dossier puis cliquez sur l'image en question.

Si l'image n'est pas encore en ligne, placez-vous dans le bon dossier ; au besoin créez-le, en cliquant sur l'icône « Nouveau Dossier ».

Pour mettre en ligne une nouvelle image, cliquez sur l'icône « Envoyer un fichier »



Vous pouvez faire glisser l'image que vous souhaitez mettre en ligne ou cliquez dans la zone grise pour aller chercher votre image sur votre ordinateur.

Une fois l'image uploadée, cliquer sur Revenir à la liste des fichiers. L'image est désormais présente, vous pouvez la sélectionner pour l'insérer sur votre page en cliquant sur l'image en question. Ajouter une description de l'image (référencement naturel) puis cliquer sur OK.

Insérer/éditer une image x

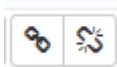
Source

Description de l'image

Dimensions x Contraindre les proportions

Les liens

Pour ajouter un lien sur une image ou du texte, sélectionnez l'image ou le texte en question puis cliquez sur la première icône ci-dessous. L'icône de droite vous permet de supprimer le lien qui a été affecté à ce texte ou cette image.



La fenêtre suivante apparaît :

Insérer un lien x

Url

Cible ▼

button style ▼

Vous pouvez spécifier l'url vers laquelle vous souhaitez rediriger votre lecteur. Vous pouvez également mettre un lien vers une image ou vers un fichier pdf en cliquant sur l'icône dossier. Il faudra dans ce cas mettre en ligne l'image

ou le fichier en question.

La notion de cible est très importante : en sélectionnant « Nouvelle fenêtre » le lien s'ouvre dans une nouvelle fenêtre et votre lecteur reste donc sur votre site. C'est très important si vous voulez faire un lien vers un site externe.

Vérifier toujours en ligne le résultat et ajuster au besoin. Car il arrive très souvent que le rendu dans l'éditeur ne soit pas le même que celui que l'on a sur le site au final.

Pour exploiter ces contenus sur le site, cf chapitre installation et configuration des modules natifs.

Images

La page de préférences "Images" vous permet de configurer les diverses tailles d'images telles que vues par vos clients sur la boutique. Vous pouvez activer une taille d'image pour un contenu spécifique directement depuis la liste des tailles.

Régénérer les miniatures

Il se peut que vous ne soyez pas satisfait de la taille des images miniatures de votre boutique. Cette section vous permet de toutes les régénérer – ou seulement celles liées à un type particulier de contenu :

1. Modifiez les réglages de tailles d'images dans le tableau en haut de la page de préférences "Images".
2. Sélectionnez les contenus dont vous voulez que les images soient régénérées.
3. Indiquez si les miniatures précédentes doivent être conservées ou non.
4. Cliquez sur le bouton "Régénérer les miniatures".

Coordonnées & magasins

Ce paramétrage est intéressant quand le client a un ou des magasins physiques. On peut créer autant de magasins que nécessaire.

On peut afficher un lien Nos magasins en bas de page dans le Bloc Informations.

On a aussi un module qui permet d'afficher dans la colonne de gauche un bloc Nos magasins.

Liste des magasins

Vous accédez ici à la liste de vos magasins.

Ajouter un nouveau magasin

Comme d'habitude, cliquez sur le bouton "Créer" pour ouvrir le formulaire de création.

Remplissez autant de champs que possible, car ces informations seront affichées en ligne au sein d'une carte.

Le champ "Latitude / Longitude" est très important, vous pouvez obtenir ces informations grâce à Google Map.

Faites en sorte d'ajouter une photo du magasin, car elle aidera vos clients à le trouver une fois dans la rue.

Enfin, les heures d'ouverture sont une information essentielle d'un magasin physique, et vous devriez être aussi précis que possible.

Paramètres

- Affichage dans le pied de page. Par défaut, PrestaShop affiche un lien vers le localisateur de magasin dans le pied de la page, intitulé "Nos magasins". Dans le thème par défaut, il apparaît dans le bloc "Information", sous les pages offrant des listes de produits générées (meilleures ventes, nouveaux produits, promotions, etc.). Vous pouvez choisir de ne pas faire apparaître ce lien dans ce bloc.
- Afficher dans le sitemap. Vous pouvez choisir d'ajouter un lien "Nos magasins" dans la page de sitemap de votre boutique, page qui liste toutes les pages de votre site (à ne pas confondre avec le fichier Google Sitemap, qui sert au référencement).
- Affichage simplifié de la page de localisation de magasin. L'outil de localisation de magasin se présente sous la forme d'une carte interactive avec un moteur de recherche. Vous pouvez choisir de simplifier cette interface en n'affichant qu'une liste de magasins.
- Latitude par défaut et Longitude par défaut. La position de départ de votre carte. Très utile si vous avez plusieurs magasins et que vous voulez avant tout envoyer vos clients sur une zone précise.

Coordonnées

Cette section vous permet de donner plus de détails sur votre société plutôt que sur un magasin en particulier. Vous devriez remplir tous les champs avec les informations sur votre siège social, car c'est très certainement l'adresse à laquelle les clients écriront, voire se rendront.

La plupart de ces informations sont évidentes, mais certains champs doivent être attentivement remplis :

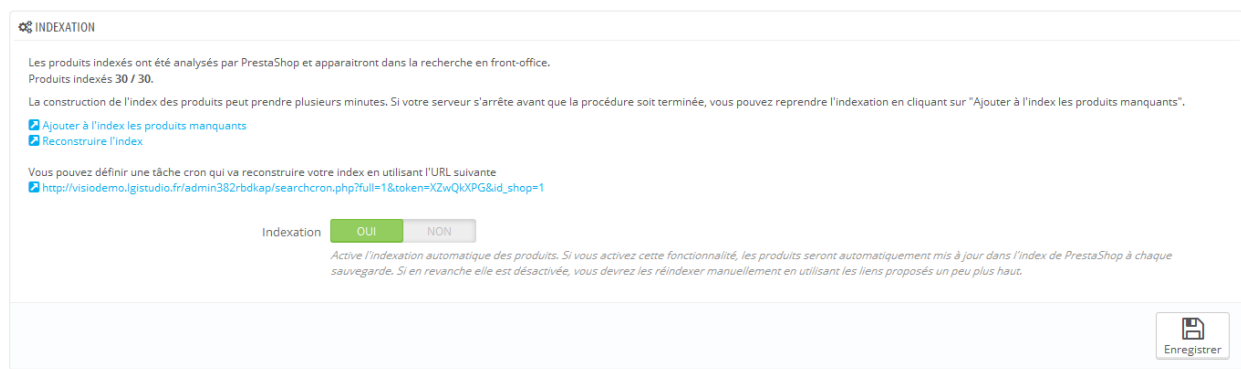
- Téléphone. Utilisez le numéro de contact de votre boutique. Si vous préféreriez que les clients ne vous appellent pas, ne mettez rien dans ce champ.
- Adresse e-mail de la boutique. L'adresse officielle de votre société. Utilisez l'adresse générale de contact de votre société, celle qui envoie des e-mails à vos clients.
- Immatriculation. Donnez le numéro d'enregistrement légal de votre société, qui dépend du système légal de votre pays (SIRET en France, Duns number aux USA, CNPJ au Brésil, etc.). Cela prouve que vous êtes une société officiellement déclarée, ce qui vous permet de gagner la confiance de vos clients.
- Adresse du magasin, Code postal, Ville, État, Pays. Utilisez l'adresse de contact officielle de votre société. L'option "État" n'apparaît que si le pays sélectionné a des états dans votre base de données (par le biais de la page "États" du menu "Localisation").
- Téléphone. Le numéro de contact officiel de votre société. Si vous préférez que les utilisateurs ne vous contactent pas, ne mettez rien ici.
- Fax. Le numéro de fax officiel de votre société.

Rechercher

On gère ici les alias, c'est très utile pour les fautes de frappe dans le moteur de recherche. Par exemple : tarriquet pour tariquet.

On paramètre ici tous les aspects de la recherche, en général laisser les paramètres par défaut.

Il peut arriver que certains produits ne ressortent pas dans le moteur de recherche, c'est qu'ils ne sont pas indexés. Dans ce cas, on lira Produits indexés : 28/30. Il faut cliquer sur Ajouter à l'index les produits manquants.



INDEXATION

Les produits indexés ont été analysés par PrestaShop et apparaîtront dans la recherche en front-office.
Produits indexés 30 / 30.

La construction de l'index des produits peut prendre plusieurs minutes. Si votre serveur s'arrête avant que la procédure soit terminée, vous pouvez reprendre l'indexation en cliquant sur "Ajouter à l'index les produits manquants".

Ajouter à l'index les produits manquants
 Reconstruire l'index

Vous pouvez définir une tâche cron qui va reconstruire votre index en utilisant l'URL suivante
 http://visiodemo.lgstudio.fr/admin382rbdkap/searchcron.php?full=1&token=XZwQkXPG&id_shop=1

Indexation OUI NON

Active l'indexation automatique des produits. Si vous activez cette fonctionnalité, les produits seront automatiquement mis à jour dans l'index de PrestaShop à chaque sauvegarde. Si en revanche elle est désactivée, vous devrez les réindexer manuellement en utilisant les liens proposés un peu plus haut.

Enregistrer

Préférences de la recherche

La page "Recherche" vous permet de configurer les fonctionnalités de recherche de votre boutique.

Liste d'alias

Quand vos clients lancent une requête sur le moteur de recherche interne de votre boutique, ils peuvent faire des erreurs. Si PrestaShop n'affiche pas les bons résultats, la fonctionnalité "alias" peut s'en occuper. Vous êtes ici en mesure d'enregistrer des mots contenant des erreurs de syntaxe, et de les faire pointer vers les bons produits.

Pour créer un nouvel alias utile, vous devriez d'abord trouver les erreurs de vos clients les plus courantes :

1. Rendez-vous sur l'onglet "Recherches de la boutique" de la page "Statistiques", dans le menu du même nom. Vous pouvez y découvrir les mots saisis par vos clients, dont les plus fréquentes erreurs.
2. Prenez les plus fréquentes, et ajoutez-les à votre liste d'alias, afin de les faire pointer vers les bons produits.
3. Cliquez sur le bouton "Créer" de la page de préférence "Recherche".

Le formulaire de création est très simple : indiquez l'erreur que vous voulez voir corrigée, et le mot correct qui y correspond.

Par exemple, supposons que vos visiteurs utilisent fréquemment "letceur" ou "lecture" plutôt que "lecteur". Vous pouvez créer un alias pour chacune de ces erreurs, et leur faire correspondre "lecteur". Les alias sont en place dès qu'ils sont enregistrés.

Indexation

Cette section fournit des informations sur le nombre de produits qui sont accessibles au moteur de recherche interne à votre boutique, et les compare au nombre de produits présents dans la base de données. Si les valeurs ne

correspondent pas, vous devez sélectionner l'option "Ajouter à l'index les produits manquant". Seuls les nouveaux produits seront indexés. Si vous avez fait de nombreuses modifications à des produits déjà indexés, vous pourriez préférer reconstruire l'intégralité de votre index. Le processus "Reconstruire l'index" prend plus de temps, mais il est exhaustif.

Options de recherche

Cette section vous permet de configurer le comportement du moteur de recherche interne à votre boutique :

- Taille de mot minimum. Vous pouvez choisir le nombre de caractères minimal à partir duquel un mot est enregistré dans l'index de recherche, et donc peut être trouvé par vos clients. Cette fonctionnalité vous permet d'éliminer les mots courts de la recherche, tels que les prépositions ou les articles (le, et, de, etc.).
- Mots à ne pas indexer. Vous pouvez choisir les mots qui ne doivent pas être trouvables pour vos clients. Saisissez-les directement dans le champ, séparés par "|".

Poids

PrestaShop vous permet de prioriser certaines données quand une recherche est lancée sur votre boutique. Comme indiqué dans cette section, le "poids" d'un mot représente son importance et sa pertinence pour le classement des produits lorsqu'un client lance une nouvelle recherche. Un élément disposant d'un poids égal à 8 aura 4 fois plus de valeur qu'un élément au poids égal à 2.

Par exemple, par défaut "Poids du nom du produit" est à 6, "Poids des tags" est à 4, et "Poids de la description courte" ainsi que "Poids de la description longue" sont à 1. Cela signifie qu'un produit avec "ipod" dans son nom apparaîtra plus haut dans les résultats de recherche qu'un autre produit n'ayant "ipod" que dans ses tags. De son côté, un produit n'ayant "ipod" que dans l'une de ses descriptions aura le classement le plus bas des résultats. De nombreux facteurs peuvent ainsi se voir assigner un poids : description courte, catégorie, tags, attributs, etc. Vous vous rendrez compte que les résultats peuvent être inversés simplement en changeant le poids de certains champs. L'affinement de ces réglages sera surtout visible sur les catalogues ayant de nombreuses références. Vos changements sont pris en compte dès qu'ils sont enregistrés.

Maintenance

Cette page de préférence très simple se révélera extrêmement utile quand il vous faudra apporter des modifications à votre boutique sans que vos clients n'en souffrent. Par exemple, si vous ajoutez plusieurs produits à la fois, ou si vous souhaitez changer de thème et faire des tests de votre côté avant d'ouvrir votre site au grand public.

Cette page dispose de deux options :

- Activer la boutique. Vous pouvez utiliser cette option pour désactiver temporairement votre boutique, typiquement lorsque vous devez faire une action de maintenance sur votre boutique.
- IP de maintenance. L'IP de maintenance donne accès à votre boutique à certaines personnes même si celle-ci est en désactivée. Cela signifie que vous pouvez empêcher l'ensemble d'Internet d'accéder à votre boutique, mais laisser malgré tout certaines machines utilisées par les membres de votre équipe et vous-même à accéder à la boutique. Pour connaître l'adresse IP d'une machine, utilisez le site <http://www.whatismyip.com/> depuis cette machine. Cliquez sur le bouton "Ajouter mon IP" pour autoriser votre ordinateur actuel. Si vous souhaitez ajouter plus d'une adresse IP, séparez-les par des virgules ",".

Géolocalisation

Contactez-nous si vous souhaitez mettre en place la géolocalisation car cela nécessite un accès FTP à votre site.

La géolocalisation est "un procédé permettant de positionner un objet (une personne, etc.) sur un plan ou une carte à l'aide de ses coordonnées géographiques". Dans notre cas, elle nous sert à découvrir la position d'un visiteur en utilisant l'adresse IP de son ordinateur et d'autres outils. L'un de ces usages est de pouvoir bloquer les visiteurs en provenance de certaines villes ou certains pays.

Paramètres avancés

Email

On retrouve tous les emails envoyés par le site (alerte, commande, envoyer à un ami, alerte stock...).

Administration

Employés

La page d'administration "Employés" liste tous les comptes utilisateurs ayant accès au back-office de votre boutique. Le SuperAdmin a accès à toutes les fonctionnalités de PrestaShop, sans restriction.

Vous devez vous assurer de créer un nouveau compte d'employé pour chaque employé actuel qui a quoi que ce soit à voir avec votre activité en ligne. Cela signifie que vous ne devriez jamais avoir un compte à usage général, que tout le monde peut utiliser, car vous avez besoin de garder une trace de qui a fait quoi sur votre boutique. En effet, les employés peuvent modifier les commandes, et accepter les paiements et remboursements des clients, et vous avez besoin de savoir qui a fait quoi. Avoir un compte d'administration personnel pour chaque employé est une excellente manière de vous assurer que votre équipe gère votre boutique de manière responsable.

Ajouter un nouvel employé



Le bouton "Créer" vous amène au formulaire de création d'employé.

Il dispose d'une douzaine de réglages :

- Prénom et Nom. Les clients ne voient pas ces noms, mais ils peuvent se révéler utiles pour savoir qui a fait quoi sur votre boutique.
- Mot de passe. Faites en sorte de ne pas utiliser un mot de passe trop simple. Vous ne voudriez pas qu'un inconnu puisse trop facilement le deviner.
- Se connecter à PrestaShop. Vous pouvez lier votre installation de PrestaShop à serveur central de PrestaShop.com afin de recevoir des conseils et astuces de la part de l'équipe PrestaShop.
- Adresse e-mail. Si vous l'y autorisez, l'employé peut recevoir les e-mails des clients et les notifications de PrestaShop sur sa propre adresse. Elle peut aussi servir d'identifiant de connexion.
- Page par défaut. Vous pouvez décider de la page qui s'affiche lorsque l'utilisateur se connecte à l'administration.
- Langue. La langue par défaut de l'utilisateur, car si votre société travaille en français, vos logisticiens sont peut-être dans un autre pays. Assurez-vous d'ajouter les langues nécessaires dans la page "Langues" du menu "Localisation".
- Thème. Le back-office de PrestaShop peut utiliser un autre thème que celui par défaut, et vous pouvez choisir lequel ici.
- Orientation du menu principal du Back-Office. Chaque employé peut configurer l'affichage du menu à sa manière, en haut de l'écran ou sur la gauche.
- État. Vous pouvez désactiver un compte temporairement ou définitivement. Cela vous permet de créer des comptes temporaires, par exemple lorsque vous avez besoin d'aide pendant les vacances ou les périodes de grosses ventes.
- Profil de permission. Il est très important d'assigner le bon profil à chaque compte d'employé. Un profil est lié à tout un ensemble de permissions et de droits d'accès, et il vous faut impérativement connaître ceux qui existent déjà, listés dans la page "Profils" du menu "Administration" (voir ci-dessous pour plus d'information). Le profil détermine à quelle partie du back-office l'employé a accès. Par exemple, quand un employé se connecte, seules les pages qui ont été rendues accessibles à ce profil sont affichées. C'est un réglage très important.

Options des employés

La section en bas de la page "Employés", juste sous la liste des employés, dispose de deux options :

- Délai minimum avant de pouvoir régénérer le mot de passe. Vous permet de régler la fréquence à laquelle un employé peut changer son mot de passe.
- Mémorisation de la dernière langue utilisée dans les formulaires. Si l'option est activée, elle permet aux employés de régler leur propre langue par défaut pour les formulaires.

Profils

PrestaShop vous permet de confier des tâches et d'octroyer des droits à chaque employé qui vous aide à gérer votre boutique. Par exemple, l'administrateur aura accès à la boutique entière sans restriction, tandis qu'un employé n'aura accès qu'au catalogue ou aux commandes.

Par défaut, quatre profils sont prêts à être utilisés :

- SuperAdmin. C'est le profil le plus élevé : il peut accéder à tout et dispose de tous les droits sur l'installation de PrestaShop.
- Logisticien. Les employés chargés d'emballer et d'expédier les commandes. Ne peuvent accéder qu'aux commandes, aux transporteurs et aux pages de gestion du stock, ainsi qu'à une partie des pages du catalogue et des pages des clients.
- Traducteur. Les employés chargés de traduire le contenu textuel de la boutique. Ils peuvent accéder aux produits et catégories, au contenu CMS et à la page "Traductions".
- Commercial. Votre service commercial, s'il y en a un. En plus des droits d'accès du traducteur, ils peuvent également accéder aux pages des clients, aux modules et au service web, ainsi qu'à certaines statistiques.

Vous pouvez voir le détail des droits d'accès de chaque profil en parcourant la page "Permissions".

IMPORTANT : Le profil SuperAdmin ne peut pas être supprimé, juste renommé. Les permissions du SuperAdmin ne peuvent pas être changées : le profil dispose simplement de tous les droits pour tous les critères.

Statistiques

Google analytics

Nous avons mis en place un suivi Google Analytics pour votre site. Si vous voulez y avoir accès, si ce n'est pas déjà fait créer un compte google et communiquer nous votre identifiant, nous vous donnerons accès à votre suivi Google Analytics.

Vous pourrez ainsi voir le nombre de visiteur, les mots clés saisis, la part du référencement naturel...

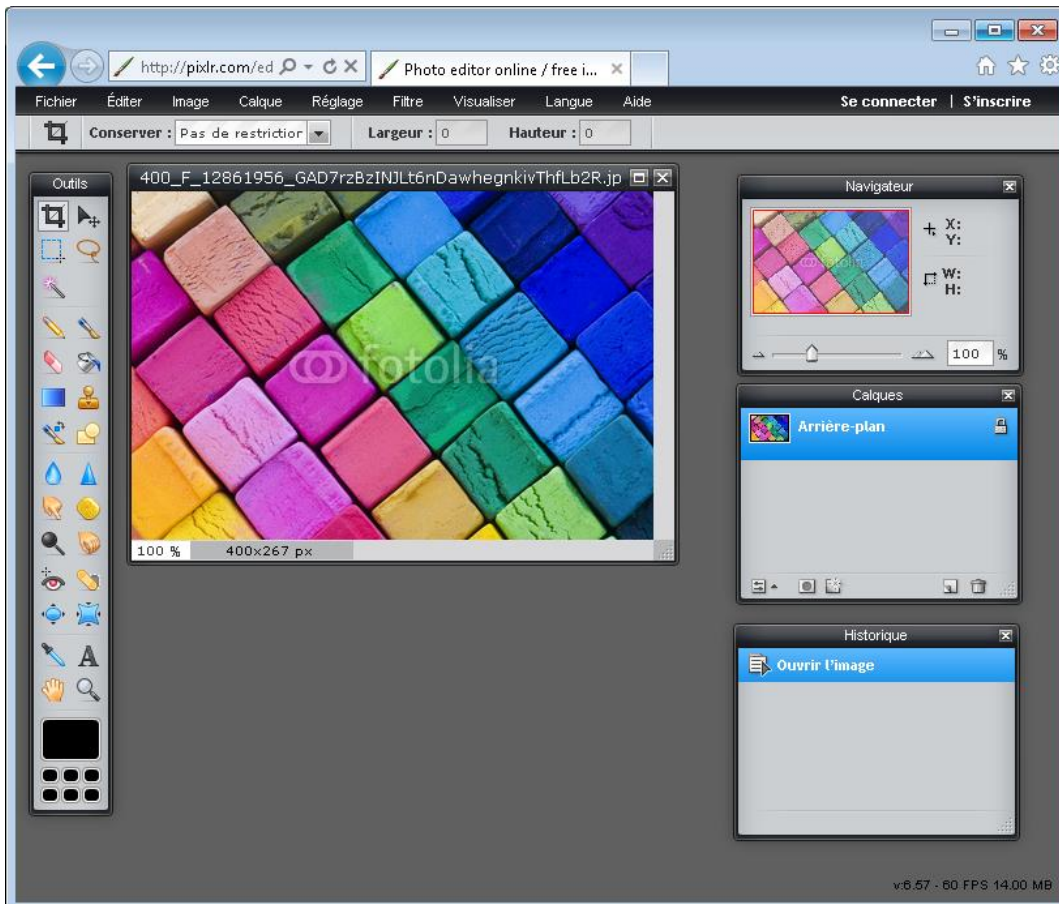
Référencement naturel

Pour information, nous proposons des prestations complémentaires d'optimisation de votre référencement naturel.

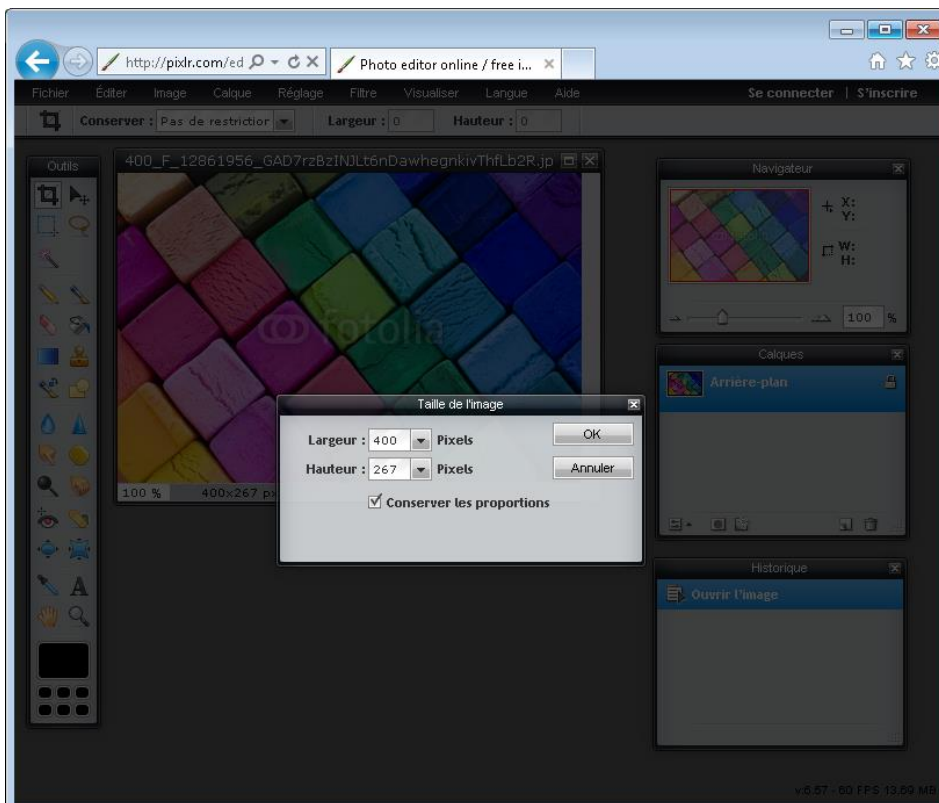
L'optimisation technique est incluse dans le devis mais l'optimisation éditoriale est optionnelle et proposée dans un devis complémentaire. N'hésitez pas à nous contacter.

ANNEXE 1 : Guide d'utilisation pixlr editor

Une l'image choisie, connectez-vous sur <http://pixlr.com/editor/> pour la redimensionner. Il est toujours préférable d'intégrer dans vos articles ou dans votre diaporama des images préalablement redimensionnées.



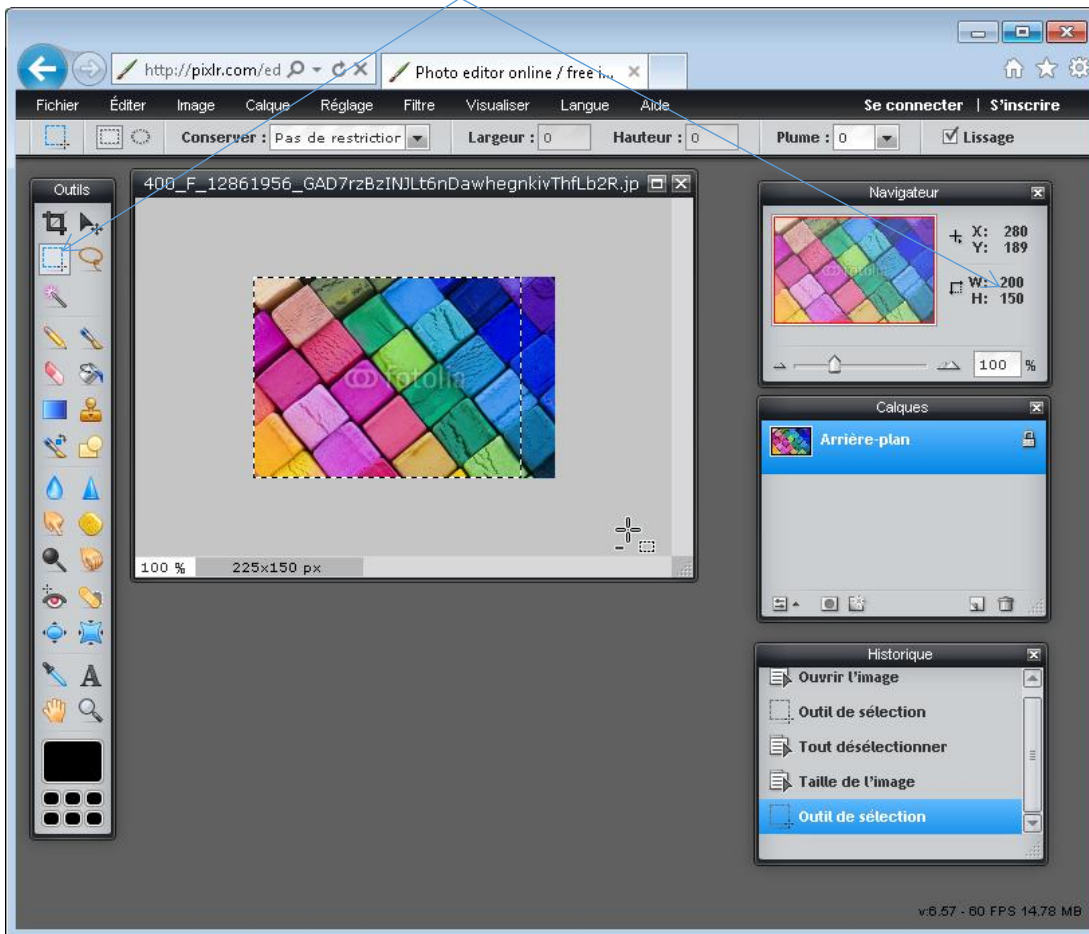
Ouvrir l'image que vous voulez mettre en ligne, puis aller dans le menu « Image » puis taille de l'image. Une fenêtre apparaît.



Si l'image est trop haute ou trop large, utiliser l'outil de sélection qui permet de sélectionner une partie de l'image selon les dimensions souhaitées (indiquées en pixels).

Puis ensuite, cliquer sur Image puis Recadrer.

Et enfin, cliquer sur Fichier, enregistrer au format JPG.



ANNEXE 2 : Dimensions des images présentes sur les sites réalisés par LGI studio

	Template	Diaporama	Bloc (top)	Bloc (home)	Bloc CMS
CROUX	1	779 px x 394 px	381px x 193px	777px x 199px 383px x 199px	
COMPTOIR DES VINS D'AILLEURS	personnalisé				
NAEGELY	2	1170 px x 353 px	295px x 185px		250px x 180px
LE LOUPP	3	1600 px x 450 px			
JULLIEN FRERES	3	1600 px x 383 px	381px x 195px		
COCHET	1	780px x 440px			
DAMIDEAUX	1	780px x 422px	381px x 208px		
MORAND	3	1900 px x 450 px		470 px x 300 px	
ROSES ANCIENNES	2	1170 px x 350 px	379 px x 194 px	379 px x 233 px	300px x 200px
VINEBIOZ	personnalisé				
CORME ROYAL	3	1920 px x 426 px			
ESSENCIAGUA	2	1200 px x 450 px	370 px x 246 px	-	-
VEGETAL 85	3	1900 px x 400 px	-	-	-
JARDIN ST PIERRE	3	1600px x 300px	370 px x 210 px	-	-
RIBANJOU	2	1200 px x 420 px		383px x 250px	

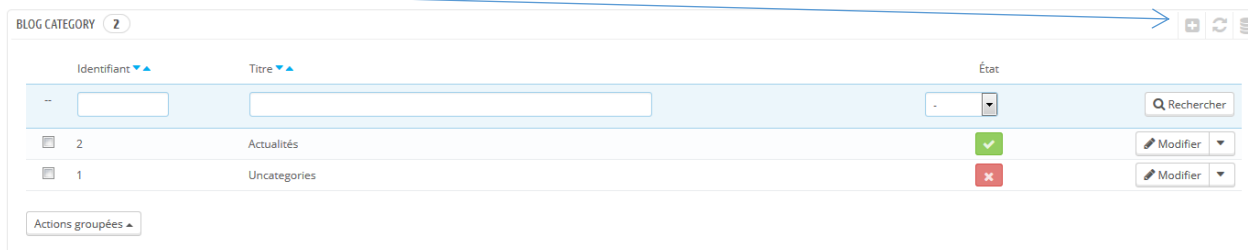
ANNEXE 3 : Cas particulier du template n° 3 avec blog intégré

Pour le template n°3, un module blog est intégré. Un blog est un vrai atout pour le référencement naturel.

Dans la colonne de gauche, allez tout en bas dans l'onglet BLOG.

Blog Category

Vos articles de Blog peuvent être classés dans plusieurs catégories (par exemple Agenda, Actualités...). Nous avons créés pour vous les principales catégories. Toutefois, si vous souhaitez en ajouter de nouvelles, il suffit de cliquer sur le + en haut à droite.

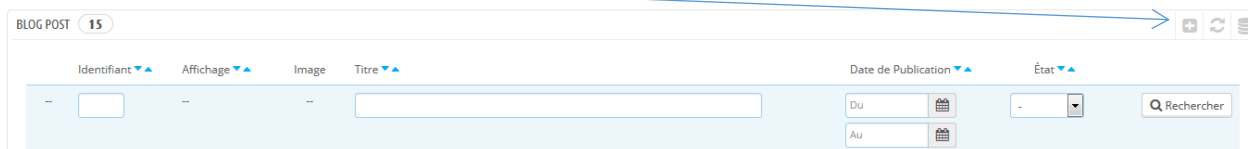


Blog Comments

Il est possible de permettre à vos clients de saisir des commentaires sur vos articles. Si vous activez cette option, vous pourrez visualiser ici tous les commentaires postés.

Blog Post

C'est ici que vous administrez vos posts ou articles. Vous pouvez modifier un post déjà existant ou en créer un nouveau en cliquant sur le + en haut à droite.



Pour créer un post, voici les champs à compléter :

Titre du Blog : titre principal

Description : texte qui apparaît sur la page du post ; il s'agit d'un éditeur WYSIWYG : mise en forme du texte, insertion d'images et de liens

Image caractéristique : image principale du post qui apparaît sur le page d'accueil

Catégorie du Blog : indispensable

Mot Clé Méta : pas indispensable

Description courte : apparaît sur la page d'accueil et sur la page liste des posts

Description méta : utile au référencement naturel

Réécriture du lien : très IMPORTANT, espaces, accents et caractères spéciaux interdits.

Tag : si vous utilisez le module

Commentaires : à activer si vous le souhaitez

Etat : oui pour actif

Mis en avant : pas utile

Image Type

Définit les formats par défaut des images liées au blog.

Les modules

Aller dans Modules / Modules puis taper SmartBlog dans la zone de recherche.

Le module principal est SmartBlog, cliquer sur Configurer. C'est ici que vous paramétrez votre Blog (nom, commentaires, nombre d'articles par page...).

Le module qui permet d'afficher les articles en page d'accueil est SmartBlog Home Latest ; vous y définissez le nombre d'articles à afficher (multiple de 2 obligatoire).

Smart Blog Articles Récents : permet d'afficher dans la colonne de gauche un bloc présentant les derniers articles publiés.

ANNEXE 4 : Foire aux questions

1- Suite à une publication, il manque des catégories dans mon menu ou certaines catégories m'amènent sur une page 404 ?

Aller dans Modules / Modules puis recherche le Module Regenerate CatTree. Régénérer votre arborescence et vérifiez si votre menu est redevenu fonctionnel. Il peut arriver qu'à la publication d'une offre, le menu ne soit plus fonctionnel mais ce module permet de rétablir l'arborescence en un clic.

2- Le visuel de certains de mes produits n'apparaît pas sur le site ?

Tout d'abord, assurez-vous que votre descriptif dans Horti / Viti On Line – Horti / Viti Book soit rattaché à une image et que cette image soit cochée pour l'usage FloWone / Vinistoria.

Si oui, allez dans FloWone / Vinistoria puis synchroniser le descriptif en question (via l'article – onglet Horti / Viti Book ou via le produit Prestashop : clic droit synchroniser le descriptif XOL).

Puis retentez la publication de votre offre.

Si l'image n'apparaît toujours pas, contactez-nous via le portail de services et créez une demande de service.

3- Comment modifier mes pages de contenu comme les mentions légales ou qui sommes-nous ?

Il faut aller dans Préférences puis CMS ? cf chapitre Préférences / CMS

ANNEXE 5 : Exporter les abonnés à la Newsletter

Aller dans Modules / Modules puis rechercher Newsletter dans le moteur de recherche. Cliquer sur Configurer du module Bloc Newsletter.

Vous retrouvez ici tous les inscrits à la Newsletters, qu'ils soient clients ou non.

ID	Sexe	Nom	Prénom	E-mail	Abonné	Abonné le	
1	M	DOE	John	pub@prestashop.com	✓	13/12/2013	Afficher
2	--	liennard	Marie-Elise	marie-elise.liennard@vivelevegetal.fr	✓	16/10/2015	Afficher
4	Mme	Liennard	Marie-Elise	melise.liennard@hotmail.fr	✓	19/10/2015	Afficher
12	Mme	Lgistudio	Test	test@lgistudio.com	✓	14/04/2017	Afficher
13	Mme	Mutter	Rachel	rachel.mutter@lgistudio.com	✓	14/04/2017	Afficher
N1	--	--	--	philippe.verot@graineinfo.fr	✓	02/11/2015	Afficher
N3	--	--	--	marieelise.liennard@gmail.com	✓	18/04/2016	Afficher
N4	--	--	--	marie-elise.liennard@lgistudio.com	✓	14/04/2017	Afficher


Et vous pouvez les exporter sous format csv :

EXPORT CUSTOMERS' ADDRESSES

Customers' country
Filter customers by country.

Newsletter subscribers
Filter customers who have subscribed to the newsletter or not, and who have an account or not.

Opt-in subscribers
Filter customers who have agreed to receive your partners' offers or not.

 [Exporte un fichier CSV](#)

ANNEXE 6 : Cas particulier du module PrestaBlog

Dans la colonne de gauche, aller dans PRESTABLOG. C'est ici que vous allez gérer vos catégories de Blog et vos articles.

Aller dans le menu Gestion des contenus :

Articles : vous pourrez modifier (crayon) ou supprimer (poubelle) un article déjà existant ou en créer un nouveau.

Id	Prévisualiser	Date	Image	Titre	Lu	Commentaires	Produits liés	Slide	Activer	Actions
12		11/04/2017 17:02:40	-	Les rendez-vous à Chamerolles	958	-	-	✗	✓	
11		06/01/2017 12:20:26	-	Journées des plantes	791	-	-	✗	✓	
10		06/01/2017 12:19:54		Nouvelle collection des rosiers racines nues est en ligne !	292	-	-	✗	✓	
9		06/01/2017 12:19:28	-	Nos animations	141	-	-	✗	✓	
8		06/01/2017 12:18:51	-	Faites le plein de cadeaux !	108	-	-	✗	✓	
7		06/01/2017 12:17:56		Nouvel établissement près du Château de Chamerolles	357	-	-	✗	✓	
6		06/01/2017 12:09:35		Premier prix au concours des rosiers Paris-Bagatelle en 2015	126	-	-	✗	✓	
5		06/01/2017 12:04:18		Adieu André !	178	-	-	✗	✓	

En création d'un nouvel article, compléter à minima : Titre, Activer = oui, ajouter une image principale, Le contenu (éditeur WYSIWYG, cf chapitre plus haut), cocher la catégorie puis enregistrer.

Commentaires : si option activée

Catégories : Vous pouvez modifier vos catégories (crayon), supprimer (poubelle) ou créer une nouvelle catégorie.

Id	Image	Titre	Meta Title	Permissions des groupes	Articles liés	Activer	Actions
1	-	Actualités & Billets d'humeur	Actualités & Billets d'humeur	Visiteur, Invité, Client	7	✓	
2	-	Agenda	Agenda	Visiteur, Invité, Client	4	✓	

Dans le menu Configuration, vous gérez les options : commentaires, présentation du blog... Normalement, ces paramètres ont été effectués par nos soins.

Dans Modules/ Modules, si vous tapez PrestaBlog dans le moteur de recherche, vous retrouvez tous les modules relatifs au Blog.