



PrestaShop **1.5**

GUIDE UTILISATEUR OFFICIEL

Ce livre est édité par PrestaShop S.A. (<http://www.prestashop.com/>).

PrestaShop
55 rue Raspail
92300 Levallois-Perret

Dépôt légal : Décembre 2012.

ISBN 978-1-291-22036-0

Guide de l'utilisateur PrestaShop 1.5

PrestaShop propose une interface complète et intuitive, donnant accès à des centaines de fonction standard que vous pouvez adapter ou personnaliser afin de répondre au mieux à vos besoins spécifiques.

Ce guide utilisateur vous aidera à vous familiariser avec toutes les fonctionnalités de PrestaShop. Il vous apprendra également à gérer efficacement votre site PrestaShop. Tandis que la majorité du contenu est destinée aux propriétaires de boutique en ligne, le premier chapitre sert d'introduction à l'interface utilisateur, ce qui peut se révéler utile pour tous.

Vous pouvez poser vos questions directement sur notre forum,
<http://www.prestashop.com/forums/>

Table des matières

<i>Guide de l'utilisateur PrestaShop 1.5</i>	5
Formation	15
Personnaliser votre boutique	17
Parcourir le front-office	19
LE THEME PAR DEFAULT.....	19
PARCOURIR LES PAGES DE LA BOUTIQUE	21
CREER UN COMPTE CLIENT.....	39
ACHETER UN PRODUIT	41
TROUVER UN MAGASIN.....	46
Se connecter au back-office de PrestaShop	49
Premiers pas avec PrestaShop 1.5	53
PRESENTATION DE L'INTERFACE	53
PREPARER VOTRE BOUTIQUE	59
Ajouter des produits et des catégories de produits	71
CREER UNE CATEGORIE	72
GERER ET AJOUTER DES PRODUITS DANS LE CATALOGUE.....	76

CREER UN PACK DE PRODUITS	107
CREER UN PRODUIT TELECHARGEABLE / DEMATERIALISE	108
Un aperçu du catalogue	111
PRODUITS	111
CATEGORIES	111
SUIVI	111
ATTRIBUTS ET VALEURS	113
CARACTERISTIQUES	115
MARQUES	116
FOURNISSEURS	120
SCENES	123
TAGS	126
DOCUMENTS JOINTS	129
Gérer les commandes	131
COMMANDES	131
VOIR LE DETAIL DES COMMANDES	136
FACTURES	148
RETOURS PRODUITS	150
BONS DE LIVRAISON	152
CREER UN AVOIR	153
STATUTS	154

MESSAGES PREDEFINIS	157
Gérer les clients	161
VOS CLIENTS.....	161
ADRESSES	168
GROUPES.....	168
PANIER	171
SERVICE APRES-VENTE	172
CONTACTS	177
TITRES DE CIVILITE.....	179
Mettre en place des promotions.....	181
REGLES PANIER	181
REGLES DE PRIX CATALOGUE	190
Gérer les transporteurs	195
TRANSPORT	195
TRANSPORTEURS	198
TRANCHES DE PRIX.....	204
TRANCHES DE POIDS.....	205
Comprendre les réglages locaux	209
LOCALISATION.....	209
LANGUES	213
ZONES.....	216

PAYS.....	217
ÉTATS	220
DEVISES.....	222
TAXES	225
REGLES DE TAXE	229
TRADUCTIONS	231
Gérer les modules et les thèmes	239
MODULES.....	239
CATALOGUE DE MODULES & THEMES	244
INSTALLER DES THEMES.....	248
POSITIONS	253
PAIEMENT.....	261
Configurer les modules natifs.....	267
ADMINISTRATION	268
PUBLICITE ET MARKETING.....	273
STATISTIQUES ET ANALYSES	276
FACTURATION.....	278
PROCESSUS DE COMMANDE.....	278
GESTION DU CONTENU	278
EXPORT	278
ENVOI D'E-MAILS	279

FONCTIONNALITES FRONT-OFFICE	279
INTERNATIONALISATION ET LOCALISATION	299
MERCHANDISING.....	299
OUTILS DE MIGRATION.....	299
PAIEMENT.....	300
SECURITE DES PAIEMENTS	307
PRIX & PROMOTION	309
MODIFICATION RAPIDE / DE MASSE	310
RECHERCHE ET FILTRES.....	310
REFERENCEMENT - SEO.....	310
TRANSPORTEUR ET LOGISTIQUE	312
DIAPORAMAS	316
GUIDES D'ACHATS.....	316
PLACES DE MARCHÉ	317
RESEAUX SOCIAUX	318
AUTRES MODULES	318
Comprendre les préférences.....	319
GENERALES	319
COMMANDES	321
PRODUITS	324
CLIENTS	328

THEMES	329
SEO & URLs	334
CMS - GERER LE CONTENU STATIQUE.....	339
IMAGES	342
DEPLACER LES IMAGES.....	346
COORDONNEES & MAGASINS.....	347
RECHERCHE.....	353
MAINTENANCE	357
GEOLOCALISATION.....	358
Comprendre les paramètres avancés.....	361
INFORMATIONS	361
PERFORMANCES.....	362
E-MAIL	368
IMPORT	370
SAUVEGARDE BDD.....	376
SQL MANAGER	378
LOG	383
SERVICE WEB.....	384
Administrer le back-office.....	387
PREFERENCES	387
QUICK ACCESS.....	390

EMPLOYES.....	392
PROFILS.....	395
PERMISSIONS.....	397
MENUS	399
Comprendre les statistiques	403
STATS.....	403
MOTEURS DE RECHERCHE.....	413
SITES AFFLUENTS	415
Gestion avancée des stocks	421
CONCEPTS GENERAUX.....	421
UTILISATION DE LA NOUVELLE GESTION DES STOCKS	422
PRESENTATION DES INTERFACES BACK-OFFICE DE GESTION DES STOCKS	424
REGLES DE GESTION	442
Gérer plusieurs boutiques	447
COMMENT SAVOIR SI VOUS AVEZ BESOIN DU MODE MULTIBOUTIQUE	447
UN SEUL BACK OFFICE POUR PLUSIEURS BOUTIQUES FRONT-OFFICE	448
UTILISER LE MODE MULTIBOUTIQUE	451
EXEMPLES D'UTILISATIONS EN MULTIBOUTIQUE	459
GERER LES PAGES CMS EN MODE MULTIBOUTIQUE	460
GERER LES PROMOTIONS EN MODE MULTIBOUTIQUE	460
MULTIBOUTIQUE ET WEBSERVICE.....	461

Formation

Le guide de l'utilisateur est un manuel d'utilisation pratique du logiciel PrestaShop. Si vous voulez en savoir plus, PrestaShop propose différentes sessions de formation. Elles sont disponibles pour tous ceux qui veulent se perfectionner et maîtriser le logiciel PrestaShop.

Nous proposons trois différentes formations, adaptées à vos besoins et à vos connaissances:

- **Formation utilisateur.** Maîtrisez l'utilisation quotidienne de PrestaShop, et familiarisez-vous avec toutes les fonctions du logiciel. Cette formation est destinée aux commerçants qui gèrent leur boutique en ligne avec PrestaShop.
Durée de la formation : un jour.
- **Formation d'intégration.** Maîtrisez la mise en page de la boutique en ligne PrestaShop, et apprenez ses nuances pour mieux intégrer une création personnelle.
Durée de la formation : deux jours.
- **Formation développeur.** Pour comprendre parfaitement l'architecture du logiciel PrestaShop, et être capable de développer vos propres fonctions spécifiques.
Durée de la formation : deux jours.
- **Formation avant-vente.** Construisez votre argumentaire commercial et connaissez parfaitement le potentiel du logiciel PrestaShop. *Cette formation est destinée aux agences certifiées.*
Durée de la formation : un jour.

Si vous désirez recevoir plus d'informations et les conditions de participation aux formations, rendez-vous sur la page

<http://www.prestashop.com/fr/formation-prestashop>.

Personnaliser votre boutique

Ce guide vous prendra par la main tout du long des nombreux onglets et fonctionnalités d'une installation PrestaShop standard. En plongeant dans PrestaShop, vous explorerez de nombreux réglages et possibilités, et la puissance de PrestaShop se révélera peu à peu à vous.

Vous apprendrez bientôt que vous pouvez aller plus loin qu'une installation standard. En effet, par défaut votre boutique ne dispose que d'un thème et d'une centaine de modules, mais vous pouvez installer de nombreux autres thèmes et modules en fonction de vos besoins, afin d'améliorer votre boutique et de le faire vôtre.

Les créateurs de thèmes et de modules mettent leurs créations en ligne sur le site PrestaShop Addons, à l'adresse <http://addons.prestashop.com/>, qui est la seule place de marché PrestaShop officielle, où les propriétaires peuvent trouver de nombreuses manières d'étendre et améliorer leur boutique.

L'inscription est gratuite, et beaucoup d'excellents ajouts sont également gratuits. Naviguez au sein de des nombreuses catégories, lancez une recherche sur un mot-clé, puis achetez et téléchargez l'ajout de votre choix, et installez-le sur votre boutique – soit dans le dossier `/modules` de votre installation PrestaShop, soit dans le dossier `/themes`.

Vous n'avez pas besoin d'être un expert PrestaShop pour vous lancer à la recherche d'ajouts : vous pouvez dès maintenant parcourir plus de mille modules et plus de 700 thèmes, en vous rendant sur <http://addons.prestashop.com> !

Parcourir le front-office

Le front-office d'une boutique, ce sont les pages que vos clients parcourent. C'est l'interface, les produits, les images, les descriptions, l'intégralité du processus d'achat, etc.

En tant que client, vous ne verrez que le front-office d'une boutique durant votre navigation sur ses pages et l'achat de produits.

En tant que marchand, vous devez connaître l'interface publique de votre boutique comme votre poche, non seulement parce qu'il est important de connaître votre boutique de A à Z, mais également parce qu'il vous faut savoir reconnaître les remarques de vos clients, le nombre de pages et de clics qu'ils voient défiler pendant une session typique d'achat, les endroits où ils pourraient être bloqués et pour lesquels vous devez pouvoir fournir des solutions, etc.

Le thème par défaut

Par défaut, PrestaShop dispose d'un thème complet, utilisant des dégradés de gris sur un fond blanc. Ce design simple a été créé délibérément ainsi afin de pouvoir s'adapter au plus grand nombre de boutique : vente de voitures, de photographies, d'antiquités... Lors de sa conception, l'objectif était qu'il soit facile à naviguer, ergonomique et respectueux de standards. Il est complet, a été testé par des milliers de boutiques, et a fait ses preuves.

Si vous avez installé PrestaShop avec ses données de démonstration, vous verrez des produits Apple.

Guide de l'utilisateur PrestaShop 1.5
20

Bien que le propriétaire d'une boutique puisse changer le thème front-office de sa boutique n'importe quand, grâce au grand nombre de thèmes disponibles sur la place de marche PrestaShop Addons (<http://addons.prestashop.com/>), ce chapitre sera basé uniquement sur le thème par défaut.

Notez bien que nous ne décrivons dans ces pages que le thème par défaut avec les réglages et modules par défaut. Activer d'autres modules, ou bien évidemment changer de thème, peut considérablement affecter l'aspect graphique d'une boutique.

Parcourir les pages de la boutique

Que le client arrive par la page d'accueil en tapant directement l'adresse de la boutique dans son navigateur, ou par une page interne par le biais d'un moteur de recherche, il aura toujours de nombreuses manières de parcourir votre catalogue de produits.

L'en-tête

L'en-tête correspond à la zone de contenu accessible depuis toutes les pages du front-office.



Il contient certains outils et liens essentiels, qui s'appliquent à l'ensemble de la boutique :

- **Logo de la boutique.** Un clic sur le logo ramène le client à la page d'accueil, depuis n'importe quelle page. Le nom de la boutique par défaut est "YourLogoHere", soit "VotreLogolci". C'est une manière de vous pousser à utiliser votre propre logo plutôt que celui de PrestaShop (comme c'était souvent le cas avec le thème par défaut précédent).
- **Le moteur de recherche.** De nombreux clients préfèrent chercher un produit spécifique eux-mêmes par le biais du moteur de recherche, plutôt que de devoir parcourir les catégories de produits. Parfois, c'est même la seule manière dont un client parcourt une boutique en ligne.

- **Contact et Plan du site.** Ces deux liens amènent l'utilisateur à des pages spécifiques, hors du contexte d'achat : contacter les administrateurs de la boutique, et afficher une liste complète de ses pages publiques.
- **Favoris.** Il ne s'agit pas vraiment d'un lien, mais d'une action JavaScript : en la cliquant, le navigateur du client lui proposera d'ajouter la boutique en favoris. Le client peut ensuite choisir de valider la proposition ou non.
- **Le sélectionneur de devises.** Le client peut choisir la devise dans laquelle la boutique affiche les prix. C'est un excellent moyen de comparer les prix avec ceux d'autres boutiques internationales.
- **Panier : (vide).** Un court rappel d'état actuel du panier du client. Parfois le client peut sélectionner quelques produits tandis qu'il navigue dans les pages du site, et les oublier après quelques pages. Il est de fait essentiel de toujours lui faire garder en mémoire sa sélection.
- **Bienvenue, XXX.** PrestaShop invite ici le visiteur à se connecter en entrant ses identifiants. Si le client est déjà connecté, l'affichage sera "Bienvenue, (prénom)", le prénom étant un lien vers le compte du client.
- **Identifiez-vous.** Ce lien propose au visiteur de se connecter à l'aide de ses identifiants, ou de créer un compte. Une fois connecté, le client arrive sur sa page "Mon compte".
Si le client est déjà connecté, le texte du lien devient "Déconnexion".

L'en-tête change très peu tout du long du processus de visite et d'achat.

Le panier

La section essentielle de l'en-tête est le panier. Par défaut, il est replié afin de ne montrer que le nombre de produits qu'il contient. Le client peut cliquer sur ce texte pour accéder à la page "Mon panier", à partir de laquelle il pourra lancer le processus d'achat.

L'interface de ce bloc change quand le client fait passer sa souris au-dessus du panier : il se déplie pour afficher les noms de tous les produits ajoutés. La ligne de chaque produit contient sa quantité, la déclinaison choisie (s'il y a lieu), et le prix. Si besoin, le client peut supprimer un produit d'un seul clic.

Le bas du bloc ajoute les coûts de livraison et le prix total de la commande, accompagné d'un bouton "Commander", à partir duquel le processus d'achat peut commencer.

Le pied de page

Le pied de page donne accès à quelques-unes des pages qui pourraient être les plus intéressantes pour l'utilisateur.



- Le bloc "Mon compte", contenant des liens vers les principales du compte de l'utilisateur (ou la page de connexion) :
 - **Mes commandes.** Toutes les commandes passées ou en cours.
 - **Mes avoirs.** Toute commande annulée donne droit à un avoir, qui peut être utilisé pour de futures commandes.
 - **Mes adresses.** Un client peut avoir plusieurs adresses pour varier ses options de livraison.
 - **Mes informations personnelles.** Prénom, nom, adresse e-mail, adresse physique, numéro de téléphone, date de naissance : toutes les informations utiles d'un client.
 - **Mes bons de réduction.** Tous les bons de réduction qui n'ont pas encore été utilisés.
 - ***Mes produits favoris*.** Un client peut mettre des produits en favoris, pour l'acheter plus tard. Ils sont stockés ici.
- Le bloc "Information", contenant :
 - Trois liens vers des listes de produits :
 - Promotions : toutes les promotions en cours.
 - Nouveaux produits : les produits qui ont été récemment ajoutés au catalogue.
 - Meilleures ventes : les produits les plus populaires.
 - Quatre liens vers des pages d'informations :
 - Nos magasins

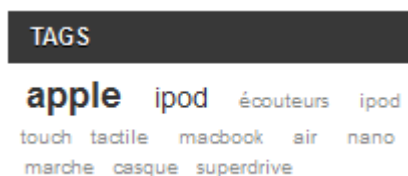
- Contactez-nous
- Conditions d'utilisation
- À propos
- Le bloc "Nous suivre", contenant des liens vers les comptes Facebook et Twitter de votre boutique, et un lien vers le flux RSS de vos pages CMS.
- Le bloc "Contactez-nous", contenant l'adresse, le numéro de téléphone et l'adresse e-mail de votre société.

Notez bien que tout ce contenu peut être modifié par le propriétaire de la boutique.

La colonne de gauche

La colonne de gauche du thème par défaut ne change guère tandis que le client circule et valide ses achats, car elle sert principalement de réceptacle pour la navigation et les liens secondaires.

Bloc Tags



Le propriétaire du magasin peut indiquer un ensemble de balises pour chaque produit. Une étiquette est un mot clé non-hiérarchique, également décrit comme métadonnées: il n'est pas affiché sur la page produit car il n'apporte aucune information utile, mais elle peut s'avérer très utile lors de la construction des listes thématiques - comme une étiquette nuage, où les tags les plus courants sont écrits dans une police plus grande que les plus rares.

Bloc Catégories



Une catégorie permet de trier les éléments de manière hiérarchique : elle peut contenir des sous-catégories, ce que permet de créer un parcours de catégories de la plus généraliste à la plus spécifique.

Une boutique PrestaShop peut avoir autant de catégories et sous-catégories que nécessaire, avec un nombre infini de produits dans une catégorie donnée. Toutes les catégories sont en réalité de sous-catégories de la catégorie-racine, "Accueil".

La catégorie est également la seule liste de produits où l'utilisateur peut comparer les produits entre eux, en les sélectionnant et en cliquant sur le bouton "Comparer".

Déjà vus

Affiché uniquement si le client a regardé la page d'au moins un produit durant la session actuelle.



Ce bloc sert de rappel des produits que l'utilisateur a déjà parcouru, et offre un raccourci vers ceux-ci dans le cas où il souhaiterait revenir en arrière.

Bloc Fournisseurs



Le client peut choisir d'afficher tous les produits en provenance d'un même fournisseur, quel que soit leurs types ou leurs prix.

Bloc Fabricants

Le client peut choisir d'afficher tous les produits en provenance d'un même fabricant, quel que soit leurs types ou leurs prix.

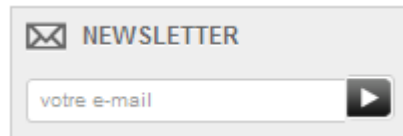
Bloc CMS

Ce bloc permet à PrestaShop de lister les pages statiques écrites par le propriétaire de la boutique : information de livraison, mention légales, conditions d'utilisation... Ce ne sont pas des pages permettant de vendre des produits, mais leur contenu est suffisamment important pour justifier d'être toujours accessibles.

Bloc Publicité

Par défaut, ce bloc contient une image menant au site officiel de PrestaShop. Vous pouvez en modifier les réglages pour promouvoir le site d'un ami ou une autre boutique.

Bloc Newsletter



Les clients peuvent s'inscrire à votre lettre d'information directement depuis ce formulaire.

La colonne de droite

La colonne de droite du thème par défaut change très durant la visite du site. Ses blocs sont toujours disponibles, depuis n'importe quelle page.

Bloc Nouveaux Produits

Ce bloc présente les derniers produits ajoutés à votre boutique, avec un lien vers leurs pages respectives.

NOUVEAUX PRODUITS

**Écouteurs à isolation sonore Shure SE210**

Les écouteurs à isolation sonore ergonomiques et légers offrent la...

[Lire plus](#) ▶

Housse portefeuille en cuir (iPod nano) - Noir/Chocolat

Cet étui en cuir tendance assure une protection complète contre les...

[Lire plus](#) ▶

iPod touch

Interface multi-touch révolutionnaireÉcran panoramique couleur de 3,5...

[Lire plus](#) ▶

MacBook

MacBook vous offre la liberté de mouvement grâce à son boîtier résistant...

[Lire plus](#) ▶

MacBook Air

MacBook Air est ultra fin, ultra portable et ultra différent de tout le...

[Lire plus](#) ▶

» Tous les nouveaux produits

Bloc Promotions

PROMOTIONS



iPod Nano

~~199,00 €~~

189,05 €

-5%

» Toutes les promos

Ce bloc donne un aperçu rapide des promotions en cours (s'il y en a), avec les prix original et le prix réduit.

Bloc Nos Magasins



Ce bloc contient un lien vers l'outil de localisation des magasins, qui permet à vos clients de trouver le magasin le plus proche. C'est un outil essentiel pour votre société si vous avez effectivement des magasins avec pignon sur rue. Autrement, vous pouvez facilement désactiver cet outil – et ce bloc.

Bloc Contactez-Nous



Il est essentiel d'avoir bien en vue, sur chaque page, le numéro de téléphone de votre service client.

La section centrale

C'est ici que tout se passe. La section centrale change constamment pour s'adapter aux choix du client.

La page d'accueil

La page d'accueil par défaut présente une vue globale de la boutique et des possibilités offertes aux clients. Un carrousel d'image (*slider*) sert d'introduction à la boutique.



Ce carrousel est suivi d'un bloc "Produit phares", qui présente quatre des produits que le vendeur a choisi de mettre en avant, que ce soit pour leur nouveauté ou pour leur prix.

PRODUITS PHARES			
			
iPod Nano	iPod shuffle	MacBook	iPod touch
Nouveau design. Nouvelles fonctionnalités. Désormais en 8 et...	iPod shuffle, le baladeur le plus portable du monde, se...	MacBook vous offre la liberté de mouvement grâce à son boîtier...	Interface multi-touch révolutionnaire Écran panoramique...
Voir ▶	Voir ▶	Voir ▶	Voir ▶
189,05 €	79,00 €	1 400,00 €	289,00 €

Pour la plupart, les internautes arriveront sur votre boutique par le biais d'un moteur de recherche, directement sur la page d'un produit ou d'une catégorie de produits. Ceux qui arriveront sur la page d'accueil ne sont pas forcément la majorité, et c'est la raison pour laquelle elle devrait être conçue pour les nouveaux utilisateurs, avec une introduction en bonne et due forme.

Pages listant les produits

Catégories, tags, fabricants, recherche, réductions, meilleures ventes ou nouveaux produits : PrestaShop dispose de nombreux parcours pour parvenir à un produit, mais en définitive le client verra toujours une mise en page cohérente des listes de produits, selon leur contexte.

🏠 > iPods

iPods

Il y a 3 produits.






Il est temps, pour le meilleur lecteur de musique, de remonter sur scène pour un rappel. Avec le nouvel iPod, le...

[Plus ▶](#)

Comparer

Tri

	<p>iPod Nano</p> <p>Nouveau design. Nouvelles fonctionnalités. Désormais en 8 et 16 Go. iPod nano, plus rock que jamais.</p>	<p>PRIX RÉDUIT !</p> <p>189,05 €</p> <p>Ajouter au panier</p> <p>Voir le produit ▶</p>
	<p>iPod shuffle</p> <p>iPod shuffle, le baladeur le plus portable du monde, se clippe maintenant en bleu, vert, rose et rouge.</p>	<p>79,00 €</p> <p>Ajouter au panier</p> <p>Voir le produit ▶</p>
	<p>iPod touch</p> <p>Interface multi-touch révolutionnaire Écran panoramique couleur de 3,5 pouces Wi-Fi (802.11b/g) 8 mm d'épaisseur Safari, YouTube, iTunes Wi-Fi Music Store, Courrier, Cartes, Bourse, Météo, Notes</p>	<p>289,00 €</p> <p>Ajouter au panier</p> <p>Voir le produit ▶</p>

Comparer

Tri

Malgré la variété des contenus, les mises en page de ces listes restent très similaires, afin de ne pas bousculer les nouveaux venus :

- Miniature à gauche ;
- Nom et description dans la section centrale ;

- Prix, disponibilité, bouton "Ajouter au panier" et lien vers la page du produit à droite.

Cet affichage des listes permet aux clients d'apprécier en un clin d'œil les principales informations des produits quand ils savent déjà tout ce qu'il y a à savoir sur un produit, ce qui leur permet de se décider plus rapidement.

Un clic sur "Ajouter au panier" déclenche une animation, déplaçant la miniature du produit sur le bloc Panier.

En-tête de catégorie : image et scène

Les catégories peuvent disposer d'une image accompagnée d'un message d'introduction, tous les deux définis par l'administrateur.

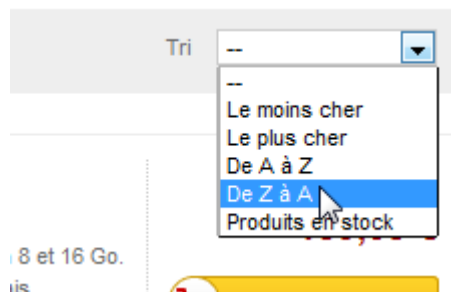


Ce n'est pas le cas par défaut, mais vous pouvez remplacer l'image de la catégorie par une "scène", c'est à dire une image cliquable (ou "image map" en anglais). Chaque catégorie peut disposer d'un nombre illimité de scènes, et l'utilisateur peut passer de l'une à l'autre de l'outil situé en-dessous.

Une scène est simplement une image dont certaines parties sont cliquables. PrestaShop place un symbole "+" sur zones. La scène peut contenir autant de liens que nécessaires.

Tri des produits

L'affichage des produits par catégorie ou par fabricant peut être trié par prix, nom ou disponibilité.




Notez bien que l'affichage par tag ne permet pas un tel tri.

Comparaison des produits

Les produits d'une catégorie peuvent être comparés entre eux grâce à la case à cocher "Comparer" (à gauche de la miniature). C'est la seule manière de comparer des produits, ce qui est logique étant donné qu'il serait compliqué de comparer des produits n'étant pas d'une même catégorie (donc ayant des différences techniques). Bien entendu, cela signifie que vous devez mettre dans une même catégorie que les produits comparables.

Comparer Tri --


☒


iPod Nano

Nouveau design. Nouvelles fonctionnalités. Désormais en 8 et 16 Go. iPod nano, plus rock que jamais.

PR

1

 Ajouter

[Voir l](#)

☒



iPod shuffle

iPod shuffle, le baladeur le plus portable du monde, se clippe maintenant en bleu, vert, rose et rouge.

NOUVEAU

 Ajouter

[Voir l](#)

☒


iPod touch

Interface multi-touch révolutionnaireÉcran panoramique couleur de 3,5 poucesWi-Fi (802.11b/g)8 mm d'épaisseurSafari, YouTube, iTunes Wi-Fi Music Store, Courrier, Cartes, Bourse, Météo, Notes

NOUVEAU

2

 Ajouter

[Voir l](#)

Comparer Tri --

À condition que les informations sur les produits soient complètes et cohérentes, la page de comparaison affichera une ligne pour chaque caractéristique comparable. C'est extrêmement utile, surtout pour les produits similaires mais ayant des différences techniques.

Par défaut, les clients peuvent comparer jusqu'à trois produits à la fois, mais vous pouvez changer ce réglage dans les pages des préférences produits.

Pages produits

🏠 > iPods

iPods

Il y a 3 produits.



Il est temps, pour le meilleur lecteur de musique, de remonter sur scène pour un rappel. Avec le nouvel iPod, le...

[Plus ▶](#)

Comparer

Tri



iPod Nano

Nouveau design. Nouvelles fonctionnalités. Désormais en 8 et 16 Go. iPod nano, plus rock que jamais.

PRIX RÉDUIT !

189,05 €

[Ajouter au panier](#)

[Voir le produit ▶](#)



iPod shuffle

iPod shuffle, le baladeur le plus portable du monde, se clippe maintenant en bleu, vert, rose et rouge.

79,00 €

[Ajouter au panier](#)

[Voir le produit ▶](#)



iPod touch

Interface multi-touch révolutionnaire Écran panoramique couleur de 3,5 pouces Wi-Fi (802.11b/g) 8 mm d'épaisseur Safari, YouTube, iTunes Wi-Fi Music Store, Courrier, Cartes, Bourse, Météo, Notes

289,00 €

[Ajouter au panier](#)

[Voir le produit ▶](#)

Comparer

Tri

C'est ici que toutes les informations saisies par le propriétaire de la boutique sont mises à disposition de l'utilisateur. En fonction de la mise en page du thème, une page produit peut être très complète, avec de nombreuses informations, et présenter simplement les faits essentiels. Le thème par défaut est typique, en cela que sa particularité la plus proéminente est les images du produit, avec un outil de défilement en-dessous.

A côté des images se trouvent deux blocs :

- Un bloc "Description rapide", donnant les informations principales du produit présenté sous la forme d'un texte libre.
- Un bloc "Ajouter au panier", avec la possibilité de choisir parmi les différentes variations disponibles (telles que définies par le propriétaire de la boutique) et la quantité à commander.

En bas de la page produit se trouvent des onglets, les deux présents par défaut étant :

- **En savoir plus.** C'est ici que le client trouvera la description complète du produit, telle que saisie par le vendeur. Le contenu de ce bloc est un texte libre.
- **Fiche technique.** *Cet onglet n'apparaît que si le marchand a mis des informations dans la section "Caractéristiques" du produit.* C'est ici que PrestaShop liste toutes les fonctionnalités en détails telles que présentes dans la base de données. Ces données sont également utilisées quand il s'agit de comparer deux produits. De fait, le contenu de cet onglet est écrit de manière très lapidaire : ce ne sont que des faits bruts, loin du texte libre du bloc "En savoir plus".

La page Panier


En cliquant sur le bouton "Panier" du bloc "Panier" dans la colonne de droite, ou sur le symbole du caddie dans l'en-tête, le client accède à la page "Récapitulatif de la commande".

★ > Votre panier

Récapitulatif de la commande



Votre panier contient 1 produit

PRODUIT	DESCRIPTION	RÉF.	PRIX UNITAIRE	QTÉ	TOTAL	
	iPod shuffle Couleur : Vert	--	79,00 €	<input type="text" value="1"/>	79,00 €	SUPPRIMER
Total produits TTC :					79,00 €	
Total frais de port TTC :					2,39 €	
Total HT :					68,05 €	
Total taxes :					13,34 €	
Bon de réduction <input type="text"/>					OK	
					TOTAL :	
						81,39 €

MON ADRESSE

JOHN DOE
MY COMPANY
16, MAIN STREET
2ND FLOOR
75002 PARIS
FRANCE
0102030405

MON ADRESSE

JOHN DOE
MY COMPANY
16, MAIN STREET
2ND FLOOR
75002 PARIS
FRANCE
0102030405

« Continuer mes achats


Suivant »

Celle-ci se trouve être la première étape du processus de commande, comme l'annonce le fil d'Ariane présenté en haut, indiquant les étapes suivantes du processus :

1. **Résumé.** Le client s'assure que sa commande ne contient que les produits qu'il a choisis, ni plus ni moins.
2. **Identifiez-vous.** Si le client n'est pas connecté, PrestaShop lui demande de se connecter ou de créer un compte. Si le client est déjà connecté, le processus passe directement à la page suivante.
3. **Adresse.** Le client choisit l'adresse où la commande doit être envoyée, parmi celles qu'il a enregistrées dans PrestaShop.
4. **Frais de port.** Le client choisit sa méthode d'expédition, et d'autres options d'expédition.

5. **Païement.** Cette page résume l'ensemble des choix du client, avec le prix final de sa commande (cette fois avec les frais d'envoi). Il doit choisir sa méthode de paiement.

Le client peut revenir à une étape précédente à n'importe quel moment, en cliquant sur son titre.

 Le processus standard de commande comprend 5 étapes, et autant de pages. Vous pouvez choisir d'afficher toutes ces étapes sur une seule page : dans le back-office, ouvrez la page des préférences des commandes, et modifiez l'option "Type de processus de commande" pour passer de "Standard (5 étapes)" à "One page check out".

La page du panier donne un aperçu succinct mais complet des éléments présents dans le panier : image miniature, nom, fonctionnalités, disponibilité, prix et possibilité de modifier la quantité.

Le prix de la commande est ensuite détaillé en-dessous, comprenant les coûts des taxes et de la livraison, et si cela était le cas, un indicateur du bon de réduction qui a été utilisé. Plus en dessous, les adresses du client sont présentées.

En cliquant sur "Suivant", le client poursuit le processus de commande.

Créer un compte client

Parce qu'il s'agit de l'un des premiers points de fuite des nouveaux clients sur les sites de commerce en ligne, PrestaShop fait en sorte de simplifier le plus possible le processus de création de compte.

En cliquant sur les liens "Votre compte" ou "Identifiez-vous", le visiteur arrive sur la page de connexion, où il peut remplir l'un des deux formulaires :

- Créer un compte ;
- Se connecter à un compte existant.

[🏠](#) > [Identifiant](#)

Identifiez-vous

CRÉEZ VOTRE COMPTE	DÉJÀ ENREGISTRÉ ?
<p>Saisissez votre adresse e-mail pour créer votre compte.</p> <p>Adresse e-mail <input type="text"/></p> <p>Créez votre compte</p>	<p>Adresse e-mail <input type="text" value="pub@prestashop.com"/></p> <p>Mot de passe <input type="password" value="*****"/></p> <p>Mot de passe oublié ? Identifiez-vous</p>

La première étape pour créer un nouveau compte client consiste à saisir son adresse e-mail dans le formulaire et à le valider. Cela l'emmène à page de création de compte elle-même. Deux blocs d'information doivent être remplis afin de créer un compte :

- **Vos informations personnelles.** Tout ce qui peut servir à identifier le client de manière précise : prénom, nom, e-mail (déjà saisi), date de naissance ;
- **Confidentialité des données clients.** En s'inscrivant sur votre site, le visiteur doit accepter votre politique de gestion des données. Le thème par défaut vous donne un exemple, mais c'est à vous de l'écrire, car c'est un lien légal entre vous et vos clients.

🏠 > Identifiant

Créez votre compte

VOS INFORMATIONS PERSONNELLES

Civilité ☐ M. ☐ Mme ☐ Mlle

Prénom *

Nom *

E-mail *

Mot de passe *

(5 caractères min.)

Date de naissance

☐ S'inscrire à la newsletter

☐ Recevez les offres spéciales de nos partenaires

CONFIDENTIALITÉ DES DONNÉES CLIENTS

☐ Les informations personnelles que nous collectons sont destinées à mieux répondre à vos demandes et traiter vos commandes. Vous disposez à tout moment d'un droit d'accès, de modification et de suppression de vos informations personnelles que vous pouvez exercer via la page "mon compte" de ce site internet.

*Champs requis

S'inscrire

Une fois enregistré, le client est envoyé sur la page "Mon compte", où il peut déjà voir les pages auxquelles il a accès : historique des commandes, avoirs, bons de réduction, et l'accès aux informations qu'il vient de donner.


⚠ Parmi les liens disponibles, le client trouvera "Ajouter ma première adresse". il s'agira de l'adresse d'expédition pour ce client – il peut en avoir beaucoup plus.

Acheter un produit

Presque toutes les pages d'une boutique en ligne présentent un lien "Ajoute au panier" pour un produit donné, et affichent un résumé du contenu dudit panier. Cela permet de motiver le client à lancer sa commande.

Le processus d'achat sur un site PrestaShop peut suivre différent cheminements, mais ils amènent toujours à la même conclusion, appelée le "tunnel de conversion" dans le jargon de l'e-commerce (en anglais, "conversion

funnel", ou "entonnoir de conversion") : à partir du moment où le panier est plein et le client commence à lancer sa commande, il doit valider une suite d'écrans jusqu'à ce que sa commande soit validée et en cours de traitement.

 On appelle cela un entonnoir de conversion parce que de nombreuses boutiques en ligne perdent des clients à cause de ce processus, qui peut s'avérer être long, compliqué ou se faire sur un trop grand nombre d'écrans de validation. Lisez la page de Wikipédia en anglais à ce sujet: http://en.wikipedia.org/wiki/Conversion_funnel.

Ce processus est lancé quand le client clique soit sur le bouton "Commander" du bloc Panier (sur n'importe quelle page), soit sur le bouton "Suivant" sur le récapitulatif de commande (sur la page "Mon panier"), et suivra toujours la même séquence d'écrans.

1. *(si le visiteur n'est pas connecté)* Le écran d'authentification, d'où le visiteur peut soit créer un compte, soit se connecter.
2. L'adresse du choix de page. Si le compte de l'utilisateur n'a pas d'adresse enregistrée, celui-ci voit directement s'afficher le formulaire de création d'adresse.

 Une commande nécessite deux adresses :

- L'adresse de facturation, qui doit être liée à la méthode de paiement ;
- L'adresse de livraison, où la commande doit être envoyée.

Adresses

1. RÉSUMÉ 2. IDENTIFIEZ-VOUS 3. ADRESSE 4. FRAIS DE PORT 5. PAIEMENT

Choisissez une adresse de livraison : Mon adresse

☒ Utiliser la même adresse pour la facturation

VOTRE ADRESSE DE LIVRAISON	VOTRE ADRESSE DE FACTURATION
JOHN DOE MY COMPANY 16, MAIN STREET 2ND FLOOR 75002 PARIS FRANCE 0102030405	JOHN DOE MY COMPANY 16, MAIN STREET 2ND FLOOR 75002 PARIS FRANCE 0102030405
» Mettre à jour	» Mettre à jour

[Ajoutez une nouvelle adresse](#)

Si vous voulez nous laisser un message à propos de votre commande, merci de bien vouloir le renseigner dans le champ ci-contre

« Précédent [Suivant »](#)

Si le client veut faire envoyer sa commande à une adresse autre que celle de facturation, il peut décocher la case "Utiliser la même adresse pour la facturation" et soit sélectionner une adresse parmi celles déjà saisie, ou bien en saisir une nouvelle.

Si le client remarque une erreur dans une adresse, il peut la corriger en cliquant sur son lien "Mettre à jour".

3. La page de livraison. C'est ici que le client doit choisir parmi les options de livraison et d'emballage.
 - Il faut absolument accepter les conditions de vente du site.
 - En fonction de ce que la boutique propose, le client peut choisir un paquet en matière recyclée et un emballage cadeau pour la commande (avec en option un petit mot imprimé).

- Le client DOIT choisir un transporteur pour passer à l'étape suivante.

★ > Frais de port

Frais de port

1. RÉSUMÉ 2. IDENTIFIEZ-VOUS 3. ADRESSE 4. FRAIS DE PORT 5. PAIEMENT

Choisissez votre mode de livraison

CHOISISSEZ UNE OPTION DE LIVRAISON POUR L'ADRESSE : MON ADRESSE

	My carrier Livraison le lendemain !	2,39 € TTC
--	--	------------

Conditions générales de vente

☐ J'ai lu les conditions générales de vente et j'y adhère sans réserve. (Lire les Conditions générales de vente)

« Précédent Suivant »

4. La page de règlement.

Le client peut choisir plusieurs options de paiement, en fonction de ce que le vendeur a mis en place. Le client clique sur la méthode choisie, et en fonction de celle-ci, il est soit envoyé vers le gestionnaire du fournisseur tiers, ou bien vers une page de PrestaShop où l'utilisateur peut saisir les détails nécessaires, comme la validation avant d'afficher le chèque ou les informations bancaires.

Les chèques et les cartes de crédit sont les options les plus courantes, mais PrestaShop facilite l'ajout de méthodes de paiement utilisant PayPal, Google Checkout ou d'autres fournisseurs tiers. Rendez-vous dans la page "Modules" du back-office pour découvrir tous les modules de paiement disponibles par défaut, et découvrez-en de nombreux autres sur le site Addons : <http://addons.prestashop.com/>.

5. Une fois que le client a tout validé, il atteint la page de résumé.

🏠 > Votre méthode de paiement

Choisissez votre méthode de paiement


1. RÉSUMÉ


2. IDENTIFIEZ-VOUS

3. ADRESSE


4. FRAIS DE PORT

5. PAIEMENT

PRODUIT	DESCRIPTION	DISP.	PRIX UNITAIRE	QTÉ	TOTAL
	iPod shuffle Couleur : Vert	--	79,00 €	1	79,00 €
Total produit TTC :					79,00 €
Total transport TTC :					2,39 €
					TOTAL :
					81,39 €



PAYER PAR CHÈQUE (TRAITEMENT PLUS LONG)



PAYER PAR VIREMENT BANCAIRE (TRAITEMENT PLUS LONG)

« Précédent

Celle-ci commence par "Votre commande sur (nom de la boutique) est terminée". En fonction de la méthode de paiement choisie, certaines informations finales peuvent être envoyées au client, avec une notification de la confirmation par e-mail et un lien vers la page de support. Le client **doit** cliquer sur "Je confirme ma commande" afin de la

voir validée.

▲ > Paiement par virement bancaire

Récapitulatif de commande



Paiement par virement bancaire



Vous avez choisi de régler par virement bancaire.

Voici un bref récapitulatif de votre commande :

- Le montant total de votre commande s'élève à 81,39 € TTC

- Nous acceptons la devise suivante pour votre paiement : Euro

Nos coordonnées bancaires seront affichées sur la page suivante.

Veuillez confirmer votre commande en cliquant sur "Je confirme ma commande".

Autres moyens de paiement

Je confirme ma commande

Commande instantanée

Quand un utilisateur non connecté remplit son panier de produits et clique sur le bouton "Commander", la page d'authentification présente également deux sections : "Commande instantanée" et "Adresse de livraison".

La commande instantanée (ou "commande express") permet aux visiteurs d'acheter des produits sans devoir forcément créer un compte. PrestaShop a toujours besoin de certaines informations essentielles pour la livraison ou le paiement, mais l'utilisateur n'aura jamais à donner de mot de passe.

Vous pouvez désactiver la commande instantanée en passant par le back-office, dans la page des préférences de commandes, avec l'option "Activer la commande express (*guest checkout*)".

Trouver un magasin


L'une des importantes fonctionnalités de PrestaShop est la possibilité d'obtenir une liste géolocalisée de tous les magasins physiques auxquels la boutique est liée. Si l'option est activée (comme avec la boutique de démonstration), un clic sur le bloc "Nos magasins" ouvre une page avec une carte, un formulaire de recherche et un sélecteur de zoom.

[🏠](#) > Nos magasins

Nos magasins

Saisissez un lieu (ex. : un code postal, une adresse, une ville ou un pays) afin de trouver les boutiques les plus proches.

Votre adresse :

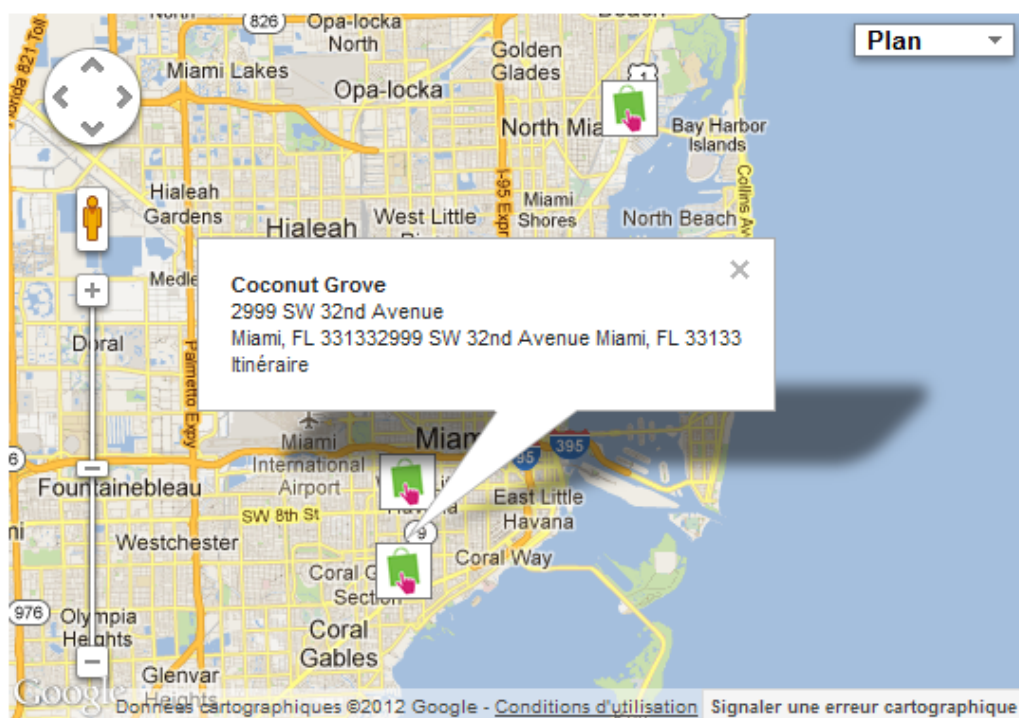
Rayon :  km

Rechercher

Sur cette carte, les magasins sont indiqués avec le logo de la boutique. Un clic sur ce logo amène une fenêtre pop-up qui révèle l'adresse complète et le numéro de téléphone, ainsi que les heures d'ouvertures, le tout comme indiqué par le propriétaire du site.

En bas de la page, un tableau liste les magasins les plus proches de l'adresse demandée par l'utilisateur.

3 boutiques trouvées - voir les résultats :



N°	MAGASIN	ADRESSE	DISTANCE
1	Dade County	3030 SW 8th St Miami Miami, FL 33135	3 km
2	Coconut Grove	2999 SW 32nd Avenue Miami, FL 33133	6 km
3	N Miami/Biscayne	12055 Biscayne Blvd Miami, FL 33181	12 km

Se connecter au back-office de PrestaShop

Dans ce guide utilisateurs, nous utilisons "back-office" pour désigner le panneau d'administration de votre installation de PrestaShop. Vous passerez la majeure partie de votre temps sur ce panneau, car tout ce qui est affiché pour l'utilisateur est géré directement depuis le back-office :

ajoute/modification/retrait de produits, gestion des transporteurs, création de packs et de bons d'achat, gestion du SAV, amélioration de la boutique, etc.

Durant le processus d'installation, PrestaShop vous a demandé de modifier le nom de votre dossier d'administration, de `/admin` à un nom unique pour votre boutique (par exemple, `/admin789`), ceci pour des raisons de sécurité. Utilisez ce nom de dossier pour accéder à votre back-office, par exemple <http://www.myprestashop.com/admin789> .

Vous arriverez ainsi sur la page de connexion vers le panneau de contrôle de votre boutique.

PS15

Adresse e-mail :

 identifiant@monprestashop.com

Mot de passe :

 ●●●●●●●●

Connexion

[Mot de passe perdu ?](#)

© 2005 - 2012 Copyright by PrestaShop. all rights reserved.

Saisissez l'adresse e-mail et le mot de passe que vous avez choisi quand vous avez installé PrestaShop. Cliquez sur "Se connecter", et vous serez dirigé vers la page d'accueil du back-office, ou le panneau de contrôle de votre boutique.

PS15

1

2

3

tout

Accès rapide

J Border

Mes Préférences

Déconnexion

Voir Ma Boutique

Catalogue

Commandes

Clients

Promotions

Transport

Localisation

Modules

Préférences

Paramètres avancés

Administration

Stats

Tableau de bord

Vidéo

Bienvenue sur PrestaShop

PRESTASHOP

Avec PrestaShop, vivez une aventure e-commerce passionnante en toute simplicité. Rapide, performante et personnalisable, adoptez la solution PrestaShop et profitez de ses 275 fonctionnalités pour un monde d'opportunités sans limite. Découvrez la solution qui a déjà conquis plus de 120 000 marchands à travers le monde !

Liens rapides

Produits récemment vendus

Nouvelle commande

Nouvelle règle de prix pour le catalogue

Nouveau produit

Nouveau module

Nouvelle règle de prix pour le panier

Nouvelle page CMS

Paniers abandonnés

PayPal

Acceptez les paiements en ligne avec PayPal.

Colissimo

Installez votre module So Colissimo et livrez vos clients !

Pour bien commencer...

Réécriture d'URL

Cache & compression navigateur

Optimisation Smarty

Concaténation, Compression & Cache

Boutique activée

Index reconstruit après mise à jour

htaccess mis à jour

PrestaShop

Découvrez le dernier guide officiel :

Guide utilisateur PrestaShop 1.5

Commander le guide utilisateur en version papier

Toute la documentation

Participez au forum Prestashop & découvrez une communauté active !

[Aller à forums.prestashop.com](#)

Améliorez votre Boutique avec de nouveaux templates & modules

[Aller à addons.prestashop.com](#)

Actualités de PrestaShop !

Voir plus

2 000 000 de téléchargements pour...

Il y a 5 ans, PrestaShop voyait le jour. Depuis, notre société a grandi pour devenir la solution e-commerce Open Source la plus populaire en perm...

Quelques conseils de design la...

Améliorer la qualité de son code

Etwin - un site e-commerce...

Consultez notre dernière newsletter

Devenez Fan de PrestaShop sur Facebook

Suivez-nous sur Twitter

Le conseil du jour proposé par

Importance de la livraison

66% des e-acheteurs considèrent que les conditions de livraison constituent un élément déterminant dans le choix du site marchand.

Baromètre FEVAD - Médiamétrie/NatRatings, juin 2007

Envie d'en savoir plus ?

Vos indicateurs

Statistiques mensuelles

Voir plus

Ventes

0,00 €

Inscriptions

1

Commandes

0

Pages produits vues

0

Service client

Voir plus

Fils de discussion non lus

0

Fils de discussion en cours

0

Fils de discussion fermés

0

Total de fils

0

Statistiques / Ventes de la semaine

Voir plus

1.0

0.5

0.0

-0.5

-1.0

17/10/2012

18/10/2012

19/10/2012

20/10/2012

21/10/2012

22/10/2012

23/10/2012

Ventes + Tva (EUR)

ID Client

État

Total

Action

1 John DOE

En attente du paiement par chèque

526,37 €

PrestaShop™ 1.5.2.0

Temps de chargement : 1.236s

Questions / Renseignements / Formations

+33 (0)1-40.18.30.04 de 09h à 18h

[Contact](#)
[Bug Tracker](#)
[Forum](#)

A partir de cette étape, vous pouvez commencer à configurer votre boutique et proposer des produits à vos clients.

Lisez le chapitre suivant, "Premiers pas avec PrestaShop 1.5", pour comprendre les différentes sections du back-office.

Guide de l'utilisateur PrestaShop 1.5

51

Premiers pas avec PrestaShop 1.5

Vous avez installé PrestaShop, et êtes connecté à votre back-office. Il vous faut maintenant prendre le temps de configurer PrestaShop, et vous assurez que tout y est bien en place, validé et prêt à prendre vos premières commandes.

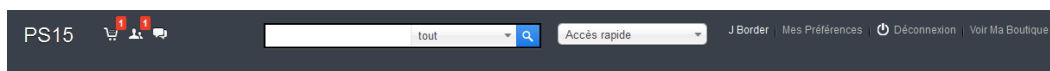
PrestaShop facilite grandement la création d'une boutique en ligne, mais pas au moins de pouvoir se mettre à vendre des produits dès les premières minutes suivant l'installation : ici, vous avez affaire à des produits, des clients, et surtout à réel échange de devises, qui devront circuler de vos client vers votre compte bancaire. De toute évidence, vous préféreriez qu'aucune faille ne vienne empêcher les transactions d'être validées, les produits d'être trouvés dans votre entrepôt et envoyés à vos clients sans erreur, ou même que quoi que ce soit d'inattendu n'arrive sans que vous ne soyez tenu au courant.

Nous avons créé ce chapitre afin de vous aider lors de cette découverte de PrestaShop. Suivez nos indications, mais restez conscients que vous devriez lire tous les chapitres du guide utilisateur pour comprendre pleinement votre nouvel outil e-commerce !

Présentation de l'interface

Prenez le temps d'appréhender le tableau de bord – c'est à dire, la première page que vous voyez en vous connectant au back-office. Non seulement vous donne-t-elle un résumé de tout ce que vous devez savoir sur votre boutique à un instant T, avec des liens vers les pages les plus utiles, mais par ailleurs, en tant que nouvel utilisateur de PrestaShop, elle vous donne quelques conseils à propos de réglages auxquels vous devez faire attention.

La barre supérieure

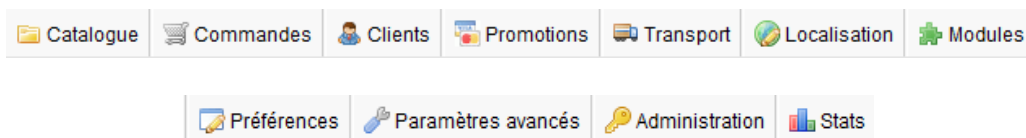


En haut de la page se trouve une barre sombre contenant une poignée de liens :

- **(nom de votre boutique).** Vous permet de revenir au tableau de bord depuis n'importe quelle page.
- **Icône de caddie.** Ouvre un encadré vous présentant les nouvelles commandes depuis la dernière fois que vous avez cliqué sur cette icône. Une infobulle rouge donne le nombre de nouvelles commandes. De là, vous pouvez soit afficher l'une des commandes, soit aller à la liste de commandes.
- **Icône de personne.** Ouvre un encadré vous présentant les nouveaux clients inscrits depuis la dernière fois que vous avez cliqué sur cette icône. Une infobulle rouge donne le nombre de nouveaux inscrits. De là, vous pouvez soit afficher la page de l'info des clients, soit aller à la liste des clients.
- **Bulles de dialogue.** Ouvre un encadré vous présentant les nouveaux messages reçus par le service clientèle depuis la dernière fois que vous avez cliqué sur cette icône. Une infobulle rouge donne le nombre de messages. De là, vous pouvez soit afficher l'un des messages, soit aller à la page du SAV.
- **Moteur de recherche avec un sélecteur indiquant "tout".** Vous permet de lancer une recherche sur l'ensemble de votre boutique, y compris les pages du back-office s'il vous ne vous souvenez pas où se configure une option.
- **Accès rapide.** Un menu regroupe des raccourcis vers certaines des pages les plus utiles, que vous pouvez modifier dans la page "Accès rapide" du menu "Administration".
- **(votre nom).** Un simple rappel du compte avec lequel vous êtes connecté.
- **Liens "Mes Préférences".** Ouvre la page de préférence de votre compte utilisateur actuel, d'où vous pouvez régler certaines options, comme la langue du back-office ou votre mot de passe.
- **Déconnexion.** Vous déconnecte du compte actuellement utilisé.
- **Voir Ma Boutique.** Ouvre un nouvel onglet de votre navigateur avec la page d'accueil de votre boutique.

Les menus

Lors de vos activités quotidiennes d'administrateur de boutique, vous aurez régulièrement à parcourir les nombreuses pages et options du back-office.



Chaque menu correspond à un ensemble donné de tâches :

- **Catalogue.** C'est le cœur de votre boutique, là où vous aller ajouter vos produits, créez des catégories, configurer vos transporteurs et fournisseurs...
- **Commandes.** Dès qu'un client commence à ajouter des produits à son panier, vous verrez les premières commandes arriver dans ce menu, avec les factures qui les accompagnent. C'est également à partir de ce menu que vous gérerez vos retours de marchandise, vos avoirs et le service client par commande.
- **Clients.** Ce menu vous donne accès à toutes les informations sur vos clients. Vous pouvez modifier leurs adresses, créer des groupes d'utilisateurs afin de leur appliquer des promotions spécifiques, gérer le service après-vente, et même ajouter de nouveaux titres de civilité si besoin est.
- **Promotions.** Ce menu à part vous permet de créer rapidement des bons de réduction et des promotions par le biais d'un jeu de règles.
- **Transports.** Tout ce qui concerne l'expédition de vos colis, notamment les coûts de transport.
- **Localisation.** Vous aide à configurer votre boutique avec des éléments locaux, tels que la langue et les traductions, la monnaie, les unités de mesure, les taxes et règles de taxes, et les entités géographiques.
- **Modules.** Multipliez la puissance et l'utilité de votre boutique en ajoutant des modules, dont une centaine est déjà disponible dans l'installation par défaut, et de nombreux sont disponibles à l'achat sur le site Addons. C'est également dans ce menu que vous gérerez vos thèmes, où vous placerez les éléments de vos modules sur votre thème. Enfin, une dernière page vous permet d'appliquer des réglages globaux à vos modules de paiement.
- **Préférences.** PrestaShop est une solution e-commerce très configurable, et vous pouvez modifier quasiment tous ces comportements à l'aide de ce jeu de pages de préférences.
- **Paramètres avancés.** Contient des liens vers des outils et des pages d'informations qui sont trop particuliers pour tenir dans d'autres menus,


tels que les réglages du service web, l'outil de sauvegarde de la base de données, ou la page d'amélioration des performances, entre autres.

- **Administration.** Voici tous les réglages relatifs au back-office lui-même. Par exemple, le contenu du menu "Accès rapide", la liste de vos employés et leurs droits d'accès, et l'ordre des menus, entre autres.
- **Stats.** Ce menu vous donne accès à un grand nombre de statistiques et graphique que sont récupérés et générés par PrestaShop.

Ce sont là les menus par défaut. Notez que des modules peuvent ajouter de nouveaux menus, de nouvelles pages aux menus existants, ou de nouvelles options aux pages existantes.

Par ailleurs, un menu n'est disponible que si une option est mise en place :

- **Stock.** Ce menu vous donne accès à une nouvelle fonctionnalité de PrestaShop 1.5, où vous pouvez gérer vos entrepôts, les mouvements de votre stock et vos commandes de réapprovisionnement. Ce menu n'est accessible que si l'option "Activer la gestion des stocks avancée" est validée. Elle se trouve dans la section "Stocks produit" de la page de préférence "Produits".

 Pendant les versions bêta de PrestaShop 1.5, la gestion du mode multiboutique se faisait depuis son propre menu, nommé "Boutiques". La page de gestion a depuis été déplacée dans le menu "Paramètres avancés", sous le nom "Multiboutique". Vous pouvez faire apparaître cette page, en validant l'option "Activer le multiboutique" de la page de préférences générales.

Cette page vous donne accès à une autre nouvelle fonctionnalité de PrestaShop 1.5, qui vous permet de gérer un grand nombre de boutique à partir d'une même installation de PrestaShop. Découvrez cette fonctionnalité dans le chapitre "Gérer plusieurs boutiques" de ce guide.

Tous les menus par défaut, dont celui de gestion avancée des stocks, sont expliqués en détail dans ce guide de l'utilisateur.








Le tableau de bord



Explorons maintenant le contenu du tableau de bord lui-même. Il peut paraître encombré au nouvel utilisateur, mais vous découvrirez vite qu'il offre un excellent résumé des activités quotidiennes de votre boutique d'un coup d'oeil.


La colonne de gauche

Cette colonne s'ouvre avec une poignée de raccourcis, qui mènent aux pages les plus utiles à l'instant présent. Ces boutons devraient vous aider à vous démarrer vos activités quotidiennes sur PrestaShop, car ce sont souvent les pages les plus utilisées. Deux bannières ferment cette section.

Liens rapides

 Produits récemment vendus	 Nouvelle commande	 Nouvelle règle de prix pour le catalogue	 Nouveau produit
 Nouveau module	 Nouvelle règle de prix pour le panier	 Nouvelle page CMS	 Paniers abandonnés


 Acceptez les paiements en ligne avec
 PayPal.



 Installez votre module So Colissimo et
 livrez vos clients !

Suivent 4 sections : deux qui présentent des informations, et deux qui renvoient vers du contenu extérieur.

Pour bien commencer...

- ✗ Réécriture d'URL
- ✗ Cache & compression navigateur
- ⚠ Optimisation Smarty
- ⚠ Concaténation, Compression & Cache
- ✓ Boutique activée
- ✓ Index reconstruit après mise à jour
- ✓ .htaccess mis à jour

PrestaShop

Découvrez le dernier guide officiel :
[Guide utilisateur PrestaShop 1.5](#)
[Commander le guide utilisateur en version papier](#)
[Toute la documentation](#)
 Participez au forum Prestashop & découvrez une communauté active !
[Aller à forums.prestashop.com](#)


Améliorez votre Boutique avec de nouveaux templates & modules
[Aller à addons.prestashop.com](#)

Actualités de PrestaShop !

[Voir plus](#)

- 2 000 000 de téléchargements pour...
Il y a 5 ans, PrestaShop voyait le jour. Depuis, notre société a grandi pour devenir la solution e-commerce Open Source la plus populaire en permett...
- Quelques conseils de design : la...
[Améliorer la qualité de son code](#)
- B'twin : un site e-commerce...
- Consultez notre dernière newsletter
- Devenez Fan de PrestaShop sur Facebook
- Suivez-nous sur Twitter

Le conseil du jour proposé par LA POSTE


Donnez le choix à vos clients

93% des e-acheteurs jugent utiles, et 41% indispensable, d'avoir le choix entre plusieurs modes de livraison.

Etude omnibus IFOP – novembre 2010

Envie d'en savoir plus ?

À ce stade de la découverte de PrestaShop, la section la plus intéressante est celle nommée "Pour bien commencer...", qui affiche l'état de sept réglages clé devant être pris en charge pour obtenir une boutique bien faite. L'état est présenté avec un jeu de couleurs classique : vert pour "tout est en place", jaune/orange pour "conseil", rouge pour "impératif". Nous explorerons ces liens dans la section "Préparer votre boutique" ci-dessous.

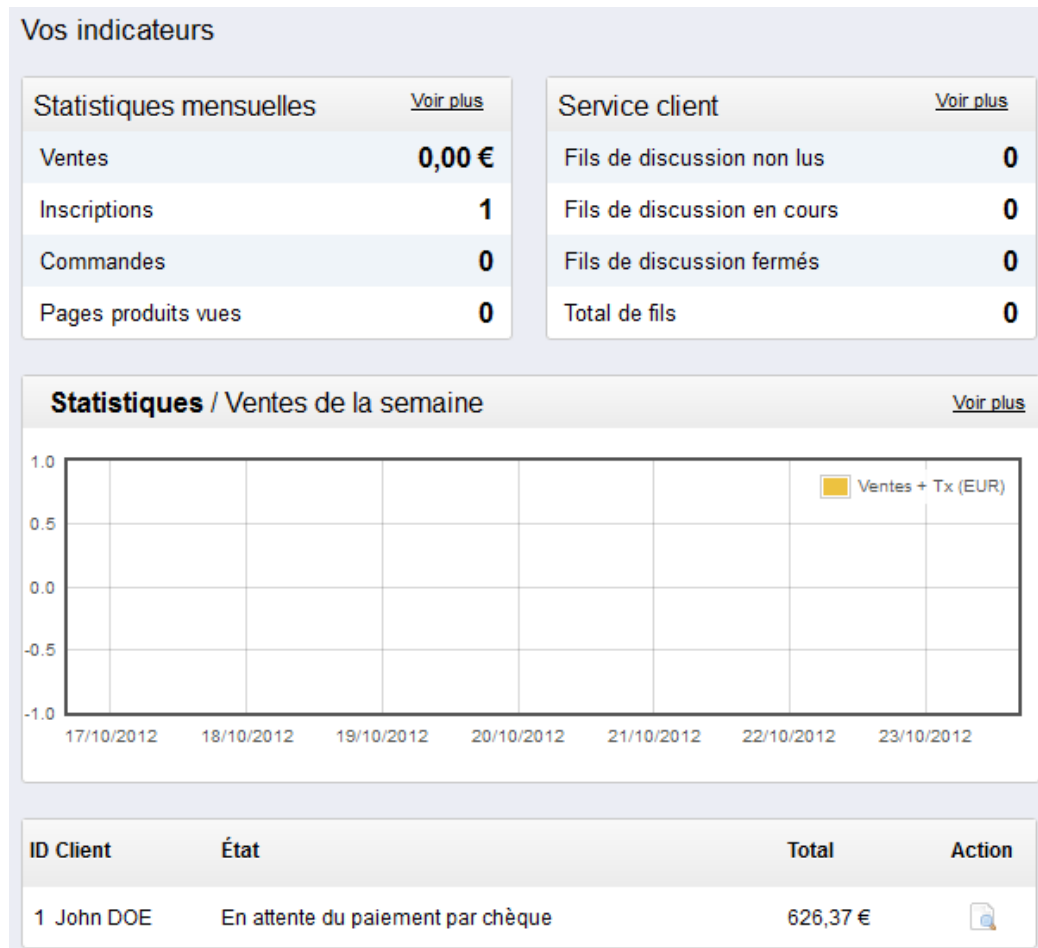
La boîte "PrestaShop" vous donne quelques liens utiles vers ce guide utilisateur (l'édition en ligne), son édition papier et le site de documentation lui-même, de même que des liens vers les forums communautaires et le site Addons, où vous pourrez acheter et vendre des modules et des thèmes.

La boîte "Actualités de PrestaShop" vous donne les dernières nouvelles en provenance du blog officiel.

Enfin, une boîte est dédiée aux messages de nos partenaires.

La colonne de droite

Dans cette colonne se trouve le véritable aspect "tableau de bord" de cette page d'accueil : vous y trouverez les données les plus importantes relatives aux activités quotidiennes de votre boutique, avec un graphique de l'évolution des ventes et une liste des dernières commandes. Chaque fois que vous vous connecterez à votre back-office, la première chose que vous regarderez est cet espace, afin de voir comment les nombreux évoluent. C'est ici que vous voyez réellement votre boutique vivre.



Préparer votre boutique

Vous avez maintenant une vision assez bonne de l'étendue des capacités de PrestaShop, et celles-ci peuvent sembler écrasantes. Ce chapitre va donc vous

montrer les premiers éléments de configuration à mettre en place avant de lancer votre boutique. Vous pouvez configurer votre boutique de nombreuses manières, mais les étapes présentées ici sont essentielles pour n'importe quelle boutique.

Désactiver votre boutique

Nous allons partir du principe que vous venez tout juste d'installer PrestaShop, et comptez l'utiliser en mode monoboutique.

Désactiver votre boutique signifie que vous serez le seul à y avoir accès tout du long de votre mise en place du site : changer le thème, installer des modules, ajouter des produits et régler leurs prix et les taxes, configurer des transporteurs... Cette opération s'appelle "la mise en maintenance de la boutique."

The screenshot shows a configuration panel for maintenance mode. At the top, there's a section titled "Activer la boutique" (Activate the shop) with two radio buttons: "Oui" (Yes) which is selected, and "Non" (No). Below this, a text box contains instructions: "Activez ou désactivez votre boutique. Désactivez votre boutique pendant que vous effectuez la maintenance. Veuillez noter que le webservice ne sera pas désactivé pour autant et que vos données seront toujours accessibles par ce biais." (Activate or deactivate your shop. Deactivate your shop while you perform maintenance. Please note that the webservice will not be deactivated for this and that your data will always be accessible through this.) Below the text box, there's a section titled "IP de maintenance" (Maintenance IP) with an empty text input field and a button labeled "Ajouter mon IP" (Add my IP). At the bottom, another text box provides instructions: "Adresses IP autorisées à accéder au front-office même si la boutique est désactivée. Utilisez une virgule (",") pour les séparer (par exemple, 42.24.4.2,127.0.0.1,99.98.97.96)" (Authorized IP addresses to access the front-office even if the shop is deactivated. Use a comma (",") to separate them (for example, 42.24.4.2,127.0.0.1,99.98.97.96)).

Dans votre back-office, rendez-vous dans la page "Préférences / Maintenance". Il contient deux réglages :

- **Activer la boutique.** Choisissez "Non", et votre page d'accueil passera en mode de maintenance.
- **IP de maintenance.** C'est ici que vous devez saisir votre propre adresse IP, afin de toujours pouvoir accéder à votre boutique et parcourir les pages, pour vérifier que tout est bien en place.

✓ Si vous avez déjà mis en place votre thème et vos produits, vous pouvez simplement passer votre boutique en mode Catalogue. Ainsi, vos visiteurs pourront parcourir les pages de votre boutique, mais aucun prix ne sera affiché, et ils ne pourront rien acheter tant que vous ne serez pas sorti du mode Catalogue.





























Pour activer le mode Catalogue, rendez-vous dans la page "Préférence / Produits", dont c'est le premier réglage.

Mode catalogue :  ☐ Oui  ☒ Non

Lorsque ce paramètre est activé, toutes les fonctionnalités de vente sont désactivées

Effacer le contenu de la boutique par défaut

L'installation par défaut de PrestaShop comprend une poignée de produits, pour la plupart des produits Apple accompagné d'accessoires tiers. Leur seul intérêt est de vous permettre d'explorer et comprendre la mise en place d'une boutique fonctionnelle. Après avoir appris les subtilités des liens entre produits, catégories, commandes et clients, vous devriez effacer tout ce contenu initial afin de partir d'une base saine et propre.

ID	Photo	Nom	Référence	Catégorie	Prix de base	Prix final	Quantité	État	Actions
1		iPod Nano		iPods	124,58 €	141,55 €	160	✓	  
2		iPod shuffle		iPods	66,05 €	79,00 €	120	✓	  
3		MacBook Air		Portables	1 504,18 €	1 799,00 €	400	✓	  
4		MacBook		Portables	1 170,57 €	1 400,00 €	75	✓	  
5		iPod touch		iPods	241,64 €	289,00 €	120	✓	  
6		Housse portefeuille en cuir (iPod nano) - Noir/Chocolat		Accessoires	25,04 €	29,95 €	25	✓	  
7		Écouteurs à isolation sonore Shure SE210		Accessoires	124,58 €	149,00 €	15	✓	  

Supprimer la sélection

Vous devez donc effacer toutes les données par défaut, c'est à dire :

- les produits et leurs...
 - catégories
 - attributs
 - caractéristiques
 - marques
 - fournisseurs
 - scènes
 - tags
- les commandes


- les messages liés aux commandes
- les clients
 - leurs paniers
- les transporteurs
 - les tranches de prix
 - les tranches de poids
- les pages de contenu CMS (à effacer ou à adapter aux besoins de la boutique)

Ainsi, vous devez parcourir les nombreux écrans du back-office et y effacer le contenu un élément après l'autre.

Supprimer l'iPod Touch

L'iPod Touch de l'installation par défaut est lié à une commande d'exemple (faite par le client John Doe). De fait, ce produit ne peut pas être effacé tant que la commande ne l'a pas été.

Pour supprimer l'iPod Touch, vous devez donc supprimer la commande par défaut.

-  Effacer ces données ne vous prendra qu'une poignée de minutes, mais vous préféreriez peut-être ne pas avoir à le faire du tout. Dans ce cas, vous pouvez réinstaller la boutique, et choisir de ne pas y installer les produits de démo lors du processus d'installation : relancez l'installateur, et dans l'écran "Configuration de la boutique", choisissez "Non" pour l'option "Installer les produits de démo". À NE FAIRE QUE SI VOUS N'AVEZ ENCORE RIEN CONFIGURÉ DANS VOTRE BOUTIQUE.

Notez par ailleurs que vous perdez du contenu par défaut utile, comme les contacts par défaut ou le contenu CMS, que vous devrez recréer vous-même. Il peut donc être préférable d'effacer les données une à une à la main que de réinstaller...

Configurer les informations de votre boutique

Maintenant que vous disposez d'une boutique propre, vous pouvez commencer à en prendre possession, et cela implique de tout mettre à votre goût, à commencer par vos informations personnelles et vos préférences.

Réglages de base de la boutique

Vous devriez faire attention aux réglages suivants, qui sont important car ils ont un impact direct sur le front-office.

✓ Un module se configure très facilement :

- Allez dans le menu "Modules".
- Saisissez le nom du module (ou même une partie) dans le moteur de recherche des modules. Les résultats devraient s'afficher dès que vous saisissez des lettres.
- Une fois que vous avez trouvé le bon module, cliquez sur son bouton "Configurer", et suivez les instructions.

Réglage	Description	Emplacement dans le back-office
Nom de la boutique	Défini votre marque, notamment auprès des moteurs de recherche.	Menu "Préférences", page "Coordonnées & magasins", puis dans la section "Coordonnées", modifiez le champ en question.
Logo de la boutique	Défini votre marque visuellement, également sur vos factures.	Menu "Préférences", page "Thèmes", section "Apparence", puis changez les différents logos.
Devise par défaut de la boutique	La monnaie dans laquelle vous allez saisir les prix par défaut de vos produits.	Menu "Localisation", page "Localisation", section "Configuration".
Informations du SAV	Affiché sur le front-office, dans la colonne de droite.	Module "Bloc contact".
Informations de contact	Affiché sur le front-office, dans le pied de page.	Module "Bloc infos contact".
Publicité	Image affichée sur le front-office, colonne de gauche.	Module "Bloc publicité".



















Carrousel d'images (slider)	Le carrousel d'image est généralement placé au centre de la page d'accueil, et est donc une signature visuelle forte de votre boutique et de vos produits.	Module "Carrousel d'image (slider)".
Page CMS	Il s'agit des pages statiques, telles que les pages "À propos", "Livraison", "Mentions légales", "Conditions générales de vente" et "Paiement sécurisé". La plupart d'entre elles ont un contenu par défaut, que vous devez adapter à vos besoins ; d'autres sont vides, et vous devez ajouter votre propre texte.	Menu "Préférences", page "CMS", puis modifiez et créez des pages selon vos besoin.


Ce sont là les modifications à faire qui sont les plus visibles sur votre front-office – au moins pour le thème par défaut.

Langues de la boutique

PrestaShop peut fonctionner dans de nombreuses langues, à la fois côté client et côté administration. Chaque champ textuel du back-office est accompagné d'une icône de drapeau, qui indique la langue actuelle, et sur lequel vous pouvez cliquer pour insérer le contenu de ce champ dans une autre langue.

Par défaut, PrestaShop n'est installé qu'avec une langue : celle utilisée lors de l'installation. Vous pouvez facilement en ajouter d'autres : dans le menu "Localisation", choisissez la page "Langues". Celle-ci s'ouvre avec un tableau des cinq langues disponibles : anglais, allemand, espagnol, français et italien. La langue actuellement activée est indiqué avec une coche verte, tandis que les autres ont une croix rouge. Cliquez sur n'importe quelle de ces croix rouge pour activer la langue correspondante.

ID	Logo	Nom	Code ISO	Code langue	Format de date	Format de date (complet)	Activé	Actions
--	--						--	--
1		English (English)	en	en-us	m/j/Y	m/j/Y H:i:s	✗	 
2		Português (Portuguese)	br	pt-br	d/m/Y	d/m/Y H:i:s	✗	 
3		Deutsch (German)	de	de	d.m.Y	d.m.Y H:i:s	✗	 
4		Español (Spanish)	es	es	d/m/Y	d/m/Y H:i:s	✗	 
5		Français (French)	fr	fr	d/m/Y	d/m/Y H:i:s	✓	 
6		Italiano (Italian)	it	it	d/m/Y	d/m/Y H:i:s	✗	 

 Vous pouvez activer les 5 langues si vous estimez que votre boutique en a besoin, mais gardez en mémoire que vous devrez traduire votre contenu pour toutes les langues disponibles : nom du produit, description, tags, nom de catégorie, contenu statique, réglages de modules, etc.

Seules 5 langues sont disponibles par défaut. Vous pouvez en ajouter autant que nécessaire. Découvrez comment dans la chapitre "Comprendre les réglages locaux".

Informations sur les employés

Si des personnes vous aident à gérer votre boutique, qu'il s'agisse de votre conjoint, d'amis ou d'employés payés, il vous faut leur créer un compte personnel d'administration, ne serait-ce que pour savoir qui a lancé une action donnée (prise de commande, par exemple). L'autre avantage est que vous pouvez leur créer des profils précis, avec des droits d'accès précis pour les pages d'administration : par exemple, il se peut que vous préfériez limiter l'accès à vos statistiques, vos factures ou vos paiements.

Pour créer un profil d'employé", allez dans le menu "Administration", ouvrez la page "Employés", et cliquez sur le bouton "Créer". Donnez-lui un nom, comme "Martin Dupont" ou "Responsable commandes", et enregistrez le profil. Maintenant que vous disposez d'un compte réel, vous pouvez lui assigner des permissions spécifiques, réservées aux activités de ce profil. Si besoin est, un profil peut être utilisé par autant de personnes que nécessaires – mais nous vous recommandons d'en créer un par personne.

Pour assigner des permissions à un profil d'employé, allez dans la page "Permissions" du menu "Administration", et choisissez le profil que vous venez de créer. Une longue liste de permissions apparaît alors. Par défaut, un nouveau profil ne peut pas faire grand-chose. Il vous revient de faire les réglages précis que correspondent aux besoins quotidiens de ce profil. Cela peut s'avérer laborieux, mais c'est nécessaire.

SuperAdmin	Menus	<input type="checkbox"/> Voir	<input type="checkbox"/> Ajouter	<input type="checkbox"/> Modifier	<input type="checkbox"/> Supprimer	<input type="checkbox"/> Tout
Administrateur	Accueil	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Logisticien	Pages CMS	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Traducteur	Catégories CMS	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Commercial	Générateur de déclinaisons	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Recherche	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Boutiques	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	URLs de boutique	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Catalogue	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	» Produits	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	» Catégories	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	» Suivi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	» Attributs et Valeurs	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	» Caractéristiques	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	» Marques	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	» Fournisseurs	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	» Scènes	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	» Tags	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	» Documents joints	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Commandes	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	» Commandes	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Modules	<input type="checkbox"/> Voir	<input type="checkbox"/> Configurer
» Virement bancaire	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
» Bloc publicité	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
» Bloc meilleures ventes	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
» Bloc panier	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
» Bloc catégories	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
» Bloc CMS	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
» Bloc contact	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
» Bloc infos contact	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
» Bloc devises	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
» Bloc confidentialité des données clients	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
» Bloc langues	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
» Bloc fabricant	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
» Bloc Mon compte	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
» Bloc Mon compte dans le pied de page	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
» Bloc nouveaux produits	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
» Bloc newsletter	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
» Bloc logo de paiement	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
» Bloc liens permanents	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
» Bloc réassurance	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Configurer les méthodes de paiement

Vous ouvrez une boutique pour gagner de l'argent, et cela ne peut se faire que si vous utilisez au moins un module de paiement. 16 modules sont disponibles dans l'installation par défaut, que vous pouvez installer et configurer (à partir de la catégorie "Paiement" de la page des modules, dans le menu "Modules"), et leur créer des restrictions (dans la page "Paiement" du menu "Modules"). Pour de nombreux modules, vous devrez créer un compte sur le service pour lequel ils ont été conçus.

Le chapitre "Faire fonctionner les modules natifs" vous explique tout sur ces modules dans sa section "Paiement".

Vous pouvez installer d'autres modules en les téléchargeant depuis le site Addons : <http://addons.prestashop.com/fr/4-modules-paiement-prestashop>.

i Le paiement par chèque ou par virement bancaire sont les deux seules méthodes installées par défaut. Si vous choisissez de les conserver, vous **devez** les configurer avec vos informations : ordre du chèque et adresse où l'envoyer, détails bancaires (compte, IBAN, BIC, etc.).


Vous pouvez configurer ces deux méthodes de paiements en passant par les modules "Virement bancaire" et "Chèque", que vous trouverez la catégorie "Paiement" de la liste de modules.

Configurer le transport

Les produits vendus sur votre boutique doivent être expédiés à vos clients – à moins que vous ne vendiez que des produits téléchargeables, auquel cas le menu "Transport" ne vous sera pas d'une grande utilité.

Que vous expédiez vos produits à courrier normal ou que vous disposiez d'un contrat chez un transporteur, vous devez enregistrer cette information dans PrestaShop.

Le chapitre "Gérer le transport de ce guide" vous apprendre tout ce qu'il y a à savoir sur ce menu.

 Le retour marchandise n'est pas activé par défaut. Si vous voulez autoriser vos clients à vous renvoyer des produits et à recevoir un bon d'achat ou un remboursement en retour, vous devez activer l'option "Activer les retours" qui se trouve dans la page "Retours produits" du menu "Commandes".

Choisir votre thème

Votre boutique doit disposer de son propre pour se distinguer des autres et être reconnaissable au premier coup d'œil. La dernière chose que vous voulez est que les visiteurs confondent votre boutique avec une autre.

Il a des nombreux thèmes à acheter sur le site Addons :
<http://addons.prestashop.com/fr/3-themes-prestashop>.

Vous pouvez également créer votre propre thème, ou le faire créer par un développeur. Pour savoir comment, rendez-vous sur le Guide du Designer, sur <http://doc.prestashop.com/>.

Une fois votre thème installé, vous devriez en parcourir toutes les pages afin de le connaître par cœur et de pouvoir aider les clients perdus.

Vous pouvez et même devez personnaliser certains aspects du thème, à commencer par le logo dans ses différentes variations (en-tête, e-mail, facture, etc.). Pour ce faire, rendez-vous sur la page "Thèmes" du menu "Préférences".


Choisir vos modules

L'installation par défaut de PrestaShop comprend une centaine de modules. Ils sont très variés : statistiques, bloc du front-office, paiement, expédition... Vous devriez les explorer pleinement, afin de voir lesquels vous souhaitez activer, et lesquels vous préférez garder désactivés.

Lisez les chapitres "Gérer les modules" et "Faire fonctionner les modules natifs" pour en apprendre plus.

Vous trouverez par ailleurs de nombreux modules sur le site Addons :

<http://addons.prestashop.com/fr/2-modules-prestashop>.

 Chaque fois que vous activez et configurez un module, assurez-vous qu'il fonctionne bien avec le thème que vous avez choisi, dans le cas où ses fonctionnalités ont un impact sur le front-office.

Créer des produits et des catégories de produits

Lisez le chapitre "Ajouter des produits et des catégories de produits".

Créer du contenu statique

Si vous ne l'avez pas déjà fait, prenez le temps d'écrire le contenu de quelques pages CMS, soit pour celles qui sont déjà disponibles dans l'installation par défaut, soit pour celles que vous estimez nécessaire de créer.

Certaines pages existent déjà, mais leur contenu doit être vérifié et revérifié, car ces pages peuvent avoir un impact fort sur le statut légal de votre boutique, entre autres choses.

Les pages par défaut sont "À propos", "Conditions d'utilisation", "Mentions légales", "Livraison", "Paiement sécurisé". Certaines d'entre elles ont du contenu par défaut, que vous devez adapter à vos besoins ; les autres sont vides, et vous devriez y mettre du texte.

Pour modifier ces pages, allez dans la page "CMS" du menu "Préférences", puis choisissez la page que vous voulez modifier, ou en créez-en de nouvelles.

Vous pouvez créer autant de pages que nécessaire.

Construire votre menu

Maintenant que vous disposez de catégories de produit et de pages CMS, vous pouvez les ranger dans un ordre logique ou cohérent dans le menu de votre boutique.

Pour ce faire, vous devez passer par le menu "Menu Haut horizontal", qui se trouve dans la catégorie "Fonctionnalités front-office" de la liste de modules. Activez-le si ce n'est pas déjà le cas, puis configurez-le : enlevez les pages ou catégories qui ne vous semblent pas nécessaires, ajoutez-y d'autres pages, et déplacez le contenu jusqu'à être satisfait de votre menu.

Activez votre boutique

Maintenant que tout est fait, vous pouvez enfin lancer publiquement votre boutique.

Allez dans la page "Maintenance" du menu "Préférences", et modifiez deux réglages :

- **Activer la boutique.** Remettez-le à "Oui".
- **IP de maintenance.** Retirez l'adresse IP. Cette modification est facultative : votre boutique marchera même si vous laissez votre IP dans le champ.

Votre boutique devrait maintenant être prête à accueillir ses premiers visiteurs... et prendre ses premières commandes !

Ajouter des produits et des catégories de produits

La base d'une boutique PrestaShop est son catalogue, qui contient des produits et des catégories de produits. Construire et améliorer votre catalogue est la principale manière de faire vivre votre site aux yeux des clients. C'est ici que votre boutique prend forme, que vous créez effectivement du contenu, et donc que vous donnez de la valeur à votre boutique en ligne.

Ajouter des produits, ce n'est pas seulement coller une image, un peu de texte et valider votre contenu. Cela veut dire connaître votre produit par cœur : prix, poids, taille, caractéristiques, spécifications, détails, marque, fournisseur, et tant d'autres choses. Vous ne pouvez pas vous lancer dans l'ajout d'un produit à votre catalogue sans savoir exactement ce que vous souhaitez présenter au client, et donc vous devez avoir une idée précise de ce qui compose vos produits, et la manière dont ces informations seront affichées dans le thème. Cela signifie également connaître parfaitement l'interface publique de votre boutique (son thème), afin de remplir tous les champs nécessaires dans votre back-office.

Le catalogue de votre boutique est accessible en cliquant sur la page "Produits" du menu "Catalogue". C'est ici que vous pourrez gérer tous vos produits.

Les pages de ce menu sont rangées par ordre d'importance dans la gestion quotidienne d'une boutique : en effet, il est probable que vous passez plus de temps à ajouter/modifier/supprimer des produits qu'à ajouter des fournisseurs ou mettre en place des scènes.

✔ Quand vous ajoutez votre premier produit, vous devez garder en tête une certaine organisation :

- **Dans quelle catégorie va-t-il ?** Vous devez en premier lieu mettre en place la hiérarchie de catégories de votre boutique, avec des catégories et sous-catégories clairement en place.

- **Qui est sa marque ?** Si vous le faites vous-mêmes, enregistrez votre propre marque dans l'interface dédiée.
- **Qui est votre fournisseur pour ce produit ?** Si vous le faites vous-mêmes, enregistrez votre propre fournisseur dans l'interface dédiée.
- Avez-vous sa description, ces caractéristiques, ses images et ses autres détails sous la main ? Plus votre client en sait sur le produit, plus il est à même de prendre une décision.

Vous pouvez commencer à ajouter des produits avec un minimum d'information, puis revenir les modifier autant de fois que nécessaire. Cependant, avant de lancer votre boutique, vous devriez au moment avoir ces informations sous la main.


Créer une catégorie

Il est essentiel de disposer de catégories, car elles vous permettent de regrouper les produits équivalents. Ainsi, les clients peuvent facilement s'y retrouver parmi vos nombreux produits, et limiter leur recherche quand ils cherchent un type particulier de produit. Une catégorie permet également de facilement comparer des produits, grâce à l'outil de comparaison de PrestaShop.

Vous devriez créer une catégorie à partir du moment où vous avez au moins deux produits qui dispose de caractéristiques équivalentes. Les produits d'une même catégorie doivent être comparables, voire interchangeables. Gardez cela en tête quand vient le moment d'ajouter de nouveaux produits ou de créer de nouvelles catégories.







✓ Lors de la création d'une catégorie de produits, vous devez vous concentrer sur un aspect : **les produits de cette catégorie doivent être comparables**. C'est non seulement utile pour vos clients, mais c'est également une nécessité pour l'outil de comparaison de produits.

Toutes les catégories que vous créerez seront en fait des sous-catégories de "Accueil", la catégorie racine, qui ne peut être effacée.

 Vous pouvez choisir de ne pas créer de catégorie et de grouper tous les produits dans une seule catégorie globale, "Accueil". Cependant, vos clients ne pourront pas comparer les produits.


Vous pouvez également décider que vous n'êtes pas intéressé par l'outil de comparaison et préférez construire vos catégories comme bon vous semble. Dans ce cas, nous vous conseillons de désactiver l'outil de comparaison : aller dans la page de préférences des produits, et mettez le champ "Préciser ici le nombre maximum de produits qui peuvent être sélectionnés pour la comparaison de produits" à 0.



Les catégories sont gérées dans la page "Catégories" du menu "Catalogue".

ID	Nom	Informations complémentaires	Position	Affichée	Actions
--				--	--
3	iPods	Il est temps, pour le meilleur lecteur de musique, de remonter sur scène pour un rappel. Avec le nouvel iPod, le monde est votre scène.		✓	 
4	Accessoires	Tous les accessoires à la mode pour votre iPod		✓	 
5	Portables	Le tout dernier processeur Intel, un disque dur plus spacieux, de la mémoire à profusion et d'autres nouveautés. Le tout, dans à peine 2.59 cm qui vous libèrent de toute entrave. Les nouveaux portables Mac réunissent les performances, la puissance et la connectivité d'un ordinateur de bureau. Sans la partie bureau.		✓	 


Pour créer une catégorie, cliquez sur le bouton "Ajouter une catégorie à la racine".



Pour créer une sous-catégorie de n'importe quelle catégorie (même la racine), cliquez sur le bouton "Ajouter".

Nom : 

Affichée : ☒  ☐ 

Catégorie parente : Tout réduire | Tout développer

-  ☒ Accueil
- ☐ iPods
- ☐ Accessoires
- ☐ Portables

Catégorie d'accueil : ☐  ☒ 





Description : 

Image :


Mettre en ligne le logo de la catégorie à partir de votre ordinateur

Balise de titre : 


Méta description : 

Méta mots-clés : 

Pour ajouter un tag, cliquez dans le champ, écrire quelque chose, puis appuyez sur "Entrée"

URL simplifiée : 

Les deux formulaires sont quasiment identiques, en cela que le second propose deux champs supplémentaires permettant de choisir la catégorie-mère, et d'indiquer si la catégorie créée devrait être la nouvelle catégorie racine.

 Assurez-vous de remplir chaque champ dans toutes les langues utilisées par votre boutique. Pour ce faire, cliquez sur l'icône de drapeau à côté du champ et choisissez le drapeau correspond à la langue du texte que vous voulez saisir.

Tout d'abord, vous devez mettre en place les informations générales :

- **Nom.** Nommez la catégorie, puis indique si elle doit être affichée (c'est-à-dire si vous souhaitez la rendre aussitôt disponible pour vos visiteurs).

Par exemple, vous pourriez vouloir remettre à plus tard l'ouverture de la catégorie, tant que tous ses produits n'y ont pas été placés.

- **Catégorie parente.** Si vous souhaitez créer une sous-catégorie appartenant à une catégorie autre la page d'accueil, vous pouvez la choisir dans ce sélecteur.
- **Catégorie d'accueil.** Peut-être souhaitez-vous faire de cette catégorie la nouvelle catégorie d'accueil, en lieu et place de "Accueil".
- **Description.** Vous devriez remplir ce champ, car non seulement révélera-t-il utile pour vous et vos employés, mais certaines thèmes peuvent également s'en servir, par exemple en l'affichant pour vos clients.
- **Image.** Cliquez sur le bouton "Parcourir..." pour mettre en ligne une image représentative de la catégorie, à partir de votre ordinateur.

Les prochains champs sont dédiés à l'optimisation pour les moteurs de recherche (*Search Engine Optimization*, ou "SEO"). Ces informations vous aideront à améliorer la visibilité de votre catalogue au sein des moteurs de recherche.

- **Balise de titre.** Le titre qui apparaîtra dans les moteurs de recherche quand une recherche est faite par le client.
- **Meta description.** Une présentation du site en quelques lignes, dans le but d'attirer l'attention du client. Elle apparaîtra dans les résultats de recherche.
- **Meta mots-clés.** Les mots clés que vous devez définir afin que votre site soit référencé par les moteurs de recherche. Vous pouvez en définir plusieurs, séparés par des virgules. Vous pouvez également définir des expressions, en prenant soin de les mettre entre guillemets.
- **URL simplifiée.** Cela vous permet de réécrire l'adresse web de vos catégories comme vous le souhaitez.

Par exemple, au lieu d'avoir une adresse comme

http://www.myshop.prestashop.com/category.php?id_category=3, vous pouvez avoir

<http://www.myshop.prestashop.com/123-nom-de-la-catégorie>.

Dans ce cas, vous devez simplement indiquer dans le champ "URL simplifiée" les mots (séparés par des tirets) que vous voudriez voir apparaître au lieu du "nom-de-la-catégorie".

- **Accès pour le groupe.** Restreint l'accès à la catégorie et à ses produits pour certains acheteurs. Pour y accéder, ces acheteurs doivent





























appartenir à un groupe d'utilisateurs. Consultez les fonctions de groupes dans l'onglet "Clients" pour plus d'informations.

Une fois que vous avez terminé de configurer vos catégories, enregistrez-la, et vous pouvez commencer à y placer des produits.

Gérer et ajouter des produits dans le catalogue

Vous pouvez gérer les produits de votre boutique par le biais de la page "Produits" du menu "Catalogue". Vous pouvez voir les produits existants et quelques détails.

Page 1 / 1 | Afficher 50 / 7 résultat(s) Réinitialiser Filtre

ID	Photo	Nom	Référence	Catégorie	Prix de base	Prix final	Quantité	État	Actions
1		iPod Nano		iPods	124,58 €	141,55 €	160	✓	  
2		iPod shuffle		iPods	66,05 €	79,00 €	120	✓	  
3		MacBook Air		Portables	1 504,18 €	1 799,00 €	400	✓	  
4		MacBook		Portables	1 170,57 €	1 400,00 €	75	✓	  
5		iPod touch		iPods	241,64 €	289,00 €	120	✓	  
6		Housse portefeuille en cuir (iPod nano) - Noir/Chocolat		Accessoires	25,04 €	29,95 €	25	✓	  
7		Écouteurs à isolation sonore Shure SE210		Accessoires	124,58 €	149,00 €	15	✓	  

Supprimer la sélection

Pour ajouter de nouveaux produits, cliquez sur la bouton "Créer". Un formulaire apparaît, avec de nombreux onglets dans la colonne de gauche.

Dans les sections suivantes, nous explorerons chaque onglet un à un. Nous commencerons par le premier onglet, qui permet de saisir les informations générales sur le produit.

Les boutons globaux de la page produit

Dès que vous nommez votre produit, la page produit présente trois boutons dans sa barre supérieure:

- **Enregistrer.** Ce bouton enregistre toutes les modifications que vous avez apportées à n'importe quel des onglets du produit, puis vous ramène à la liste des produits.

- **Enregistrer et rester.** Ce bouton enregistre toutes les modifications que vous avez apportées à n'importe quel des onglets du produit, mais vous laisse sur la page du produit en cours de création. C'est particulièrement utile si vous souhaitez changer d'onglet sans perdre les modifications apportées à l'onglet en cours, ou si vous voulez appliquer vos modifications immédiatement.
- **Retour à la liste.** Vous ramène simplement à la liste des produits, sans enregistrer aucune de vos modifications.



Dès que vous enregistrez le produit, avec n'importe quel bouton, d'autres boutons apparaissent dans la page produit :

- **Supprimer ce produit.** Enlève de la base toutes les données concernant le produit en cours, y compris ses images, ses déclinaisons, ses caractéristiques, etc.
- **Dupliquer.** Crée une copie exacte du produit en cours. C'est particulièrement utile si vous souhaitez utiliser le produit en cours comme base pour un nouveau produit, sans devoir tout recréer à la main. Par exemple, deux produits peuvent être très différents, mais avoir les mêmes associations de produits, les mêmes transporteurs, ou le même fournisseur.

⚠ Si vous souhaitez créer différentes versions d'un même produit, du fait de leurs différences en termes de couleur, de capacité, de taille, etc., alors vous devriez mettre en place des déclinaisons de produit plutôt que de dupliquer le produit X fois. Voir l'onglet "Déclinaisons, qui est expliqué dans la section "Ajouter des déclinaisons de produit" de ce chapitre.

- **Prévisualiser.** Affiche la page d'accueil de votre produit. C'est non seulement pratique, mais par ailleurs cela marche avec les produits désactivés (onglet "Information").
- **Ventes.** Vous renvoie vers la page "Détail produit" du tableau de statistiques (menu "Stats"), qui vous présente des vues et de ventes du produit.



Remplir les informations globales sur le produit

Le premier onglet contient les informations de base sur le produit.

Catalogue > Produits > Modifier Retour à la liste


Le produit n'a pas de nom. Vous devez saisir un nom pour la langue par défaut avant de pouvoir enregistrer le produit.

Information	Informations globales sur le produit
Prix	Type : <input checked="" type="radio"/> Produit <input type="radio"/> Pack <input type="radio"/> Produit dématérialisé (services, réservations et produits téléchargeables)
Référencement	Nom : <input type="text"/> État : <input checked="" type="radio"/> Activé <input type="radio"/> Désactivé
Associations	Visibilité : <input type="text" value="Partout"/>
Transport	Options : <input checked="" type="checkbox"/> disponible à la vente
Déclinaisons	<input checked="" type="checkbox"/> afficher le prix
Quantités	<input type="checkbox"/> exclusivité web (non vendu en magasin)
Images	Condition : <input type="text" value="Neuf"/>
Caractéristiques	
Personnalisation	
Documents joints	Récapitulatif : <small>(apparaît dans les listes de produits et sur le haut de la page du produit)</small>
Fournisseurs	

La première ligne est essentielle : indiquez si le produit est un pack (une déclinaison d'au moins deux produits existants), un produit dématérialisé (fichier téléchargeable, service, ...), ou tout simplement un produit normal, envoyé par transporteur. Pour le moment, nous ne parlerons que de la première de ces trois options, et traiterons des packs et produits dématérialisés dans leurs propres sections de ce chapitre.

Vous commencez avec quatre champs de texte :

- **Nom.** La première chose à faire est de nommer le produit. Le nom apparaîtra dans les résultats des moteurs de recherche. À côté du champ, vous trouverez un drapeau, ce qui vous permet de choisir la langue dans laquelle vous souhaitez modifier ou créer le nom.

 Vous **devez** donner au produit un nom dans au moins la langue par défaut avant de pouvoir l'enregistrer. Vous ne serez pas en mesure d'enregistrer jusqu'à ce qu'il ait un nom - et de nombreux autres onglets exigent que le produit soit enregistré afin d'être accessible.

- **Référence.** C'est votre propre référence interne. Il peut s'agir d'un nombre, ou d'une référence à son emplacement dans votre stock ou de son fournisseur, ou tout ce qui le rend unique. Facultatif.
- **EAN13** ou **JAN**. Ces chiffres sont de codes-barres, qui sont utilisés dans le monde entier afin d'identifier les produits. Vous pouvez utiliser soit un EAN13 ou soit un JAN.
 - Un EAN13 est à 13 chiffres du produit numéro international. À lire sur Wikipedia : http://fr.wikipedia.org/wiki/Code-barres_EAN.
 - Un JAN est spécifique au Japon, mais est compatible avec l'EAN international. À lire sur Wikipedia : http://en.wikipedia.org/wiki/Japanese_Article_Number (en anglais).
- **UPC.** Un code-barres à 12 chiffres, et le premier du genre, généralement utilisé en Amérique du Nord, au Royaume-Uni, en Australie et en Nouvelle-Zélande. À lire sur Wikipedia : http://fr.wikipedia.org/wiki/Code_universel_des_produits.

Le côté droit présente quatre options :

- **État.** Si vous préférez que le produit ne soit pas immédiatement rendu disponible à la vente, choisissez "Désactivé".
- **Visibilité.** Vous pouvez par ailleurs rendre le produit uniquement accessible par certains chemins :
 - **Partout.** Les clients peuvent découvrir le produit en explorant le catalogue, en cherchant le produit dans le moteur de recherche, ou directement en utilisant son adresse web.
 - **Catalogue uniquement.** Les clients peuvent découvrir le produit en explorant le catalogue ou directement en utilisant son adresse web.
 - **Recherche uniquement.** Les clients peuvent découvrir le produit en cherchant le produit dans le moteur de recherche, ou directement en utilisant son adresse web.
 - **Nulle part.** Les clients ne peuvent arriver sur le produit qu'en utilisant son adresse web. Ils ne le trouveront pas en explorant le

catalogue ni en utilisant le moteur de recherche. Cela vous permet de créer des produits privés, auxquels seuls quelques clients privilégiés peuvent avoir accès, ne serait-ce que temporairement (vous pouvez modifier cette option à n'importe quel moment).

- **Options.** Quelques options spécifiques :
 - **disponible à la vente.** Si vous décochez cette case, les clients ne pourront ajouter ce produit à leur panier. Vous obtiendrez donc un affichage de type catalogue limité à ce produit (en référence à la préférence "Mode Catalogue").
 - **afficher le prix.** Si l'option "disponible à la vente" ci-dessus est activée, vous pouvez choisir d'afficher le prix malgré tout, même si les clients ne pourront pas acheter le produit.
 - **exclusivité web (non vendu en magasin).** Si votre société dispose de magasins en dur, cette option peut s'avérer très utile : elle signale au client que le produit ne peut être acheté qu'en ligne, ce qui évitera la venue en magasin de clients qui vérifient le prix en ligne puis font le trajet pour éviter les frais de port.
- **Condition.** Toutes les boutiques en ligne ne font pas que vendre des produits neufs. Cette option vous permet d'indiquer l'état du produit :
 - **Neuf.** Le produit est neuf, vendu dans son emballage d'origine intact.
 - **Occasion.** Le produit a déjà été vendu au moins une fois, et a probablement été utilisé par quelqu'un d'autres – c'est au moins une seconde main. Il devrait être vendu dans son emballage d'origine, qui peut être scellé avec du scotch.
 - **Reconditionné.** Le produit a été renvoyé à votre boutique pour une raison ou une autre (rayures, cabossage ou autre forme de dommage purement cosmétique et n'affectant pas les performances ou l'utilité du produit).

Ces quelques détails en place, vous pouvez ajouter une description à votre produit.

Il est essentiel de décrire un produit, que ce soit pour le client (plus il a d'information, mieux c'est) ou pour les moteurs de recherche (la description vous aidera à apparaître dans plus de requêtes de recherche).

Les deux champs de description n'ont pas les mêmes usages :

- Le **premier champ** vous permet d'écrire une rapide description, qui apparaîtra dans les moteurs de recherche et dans la description du produit dans les pages de catégorie. Ce champ est limité à 400 caractères.
- Le **second champ** vous permet d'écrire une description complète de votre produit, qui apparaîtra directement sur la page produit. L'éditeur de texte vous donne accès à un grand nombre d'options pour créer une description visuellement agréable (police, taille, couleur, etc.). Si le second champ n'est pas limité en caractères, évitez cependant de trop en mettre : efforcez-vous de ne mettre que les informations essentielles de manière convaincante, et votre produit en sortira grandi.

Dans le champ "Tags", saisissez les mots-clés qui aideront vos clients à trouver ce qu'ils recherchent.



Différence avec PrestaShop 1.4

PrestaShop 1.4 vous permettait d'indiquer la marque du produit directement sur cette page. Dans la version 1.5, ce réglage a été déplacé dans l'onglet "Associations" à gauche. De même pour le champ "Catégorie par défaut", les catégories associées, et le champ "Accessoires".

La version 1.4 permettait également d'indiquer la taille et le poids avec l'emballage final. Dans la version 1.5, ces réglages peuvent être trouvés dans l'onglet "Transport" à gauche.

Le champ "Emplacement" de la version 1.4 se trouve désormais dans l'onglet "Entrepôts" à gauche, qui n'est disponible que si vous avez activé la gestion avancées des stocks (menu "Préférences", page "Produits", section "Stocks produit").

Une fois que vous avez saisi toutes ces informations, enregistrez votre travail pour revenir à la liste des produits. Si vous cliquez plutôt sur "Enregistrer et rester", vous pourrez continuer à travailler sur le produit en cours.

Déterminer le prix d'un produit

La section Prix peut être intimidante au premier abord, avec des champs qui s'influencent les uns les autres, et les taxes à prendre en compte. Tout ce passe dans l'onglet "Prix" à gauche.

Information

Prix

Référencement

Associations

Transport

Déclinaisons

Quantités

Images

Caractéristiques

Personnalisation

Documents joints

Fournisseurs

Prix de vente du produit

Vous devez saisir soit le prix hors taxe de vente au détail, soit le prix de détail avec la taxe. Le champ de saisie sera automatiquement calculé.

Prix d'achat HT : 0.00 €
Le prix d'achat auquel vous avez commandé le produit

Prix de vente HT : 0.00 €
Le prix de vente hors taxe du produit

Règle de taxe : FR Taux standard (19.6%)

Prix de vente TTC : 0.00 €

Prix HT à l'unité : 0.00 € par soit 0.00 € par avec taxes
ex. : 15 € / kg

☐ Affiche une icône "En solde" sur la page produit ainsi qu'en texte sur les pages catégories

Prix de vente final : 0.00 €

Prix spécifiques

Vous pouvez définir des prix spécifiques pour des clients appartenant à différents groupes, différents pays...

Règle	Déclinaison	Devise	Pays	Groupe	Client	Prix fixé	Impact	Période	À partir de (quantité)	Action
Aucun prix spécifique										

Gestion des priorités

Parfois un client peut être concerné par plusieurs règles de prix spécifiques simultanément. Les priorités vous permettent de décider quelle règle sera appliquée.

Priorités : > > >

☐ Appliquer à tous les produits

Déterminez le prix qui apparaîtra dans votre boutique en suivant les instructions suivantes :

- **Prix d'achat Hors-taxe.** Cela vous permet de connaître instantanément votre prix de gros (votre prix d'usine), et ainsi de le comparer avec votre prix de vente afin de calculer facilement votre marge.
- **Prix de vente Hors-taxe.** Le prix de votre produit avant l'application des taxes.
- **La règle de taxe.** La taxe applicable au produit. Choisissez parmi les différents taux que vous avez mis en place.
Pour créer de nouveaux taux de taxation, cliquez sur le bouton "Créer". La création de taxe se passe dans la page "Taxes" du menu "Localisation". Tout est expliqué dans le chapitre "Comprendre les réglages locaux" de ce guide.
- **Écotaxe (TTC).** La valeur de l'écotaxe pour ce produit. Cette valeur est déjà incluse dans le prix de vente. Vous êtes censé déclarer cette taxe à l'agence de taxation de votre pays.
Notez que ce champ n'est pas affiché par défaut. Si vous devez ajouter une écotaxe, vous devez l'indiquer à PrestaShop : dans le menu

"Localisation", ouvrez la page "Taxes", et dans la section des options en bas de page, activez le réglage "Utiliser l'écotaxe".

- **Prix de vente TTC.** Le prix du produit avec les taxes incluses. Vous pouvez modifier la valeur, cela modifiera automatiquement le champ "Prix d'achat HT" en fonction du taux de taxation de choisi.
- **Prix HT à l'unité.** Cela vous permet de vous conformer aux législations locales qui requièrent que les produits soient affichés avec leur prix unitaire.

Par exemple, si vous vendez un pack de 6 canettes de soda, vous devrez alors remplir ce champ avec le prix par canette, et indiquer "canette" dans le second champ. La description sur la même ligne se modifiera en fonction. Le champ "par" peut correspondre à n'importe quelle unité, les plus fréquentes étant "litre", "fl oz" (once liquide), "sterling" (livre anglaise), "kg" (kilogramme), "gallon", etc.

- ***Affiche une icône "En solde" *** Cochez cette case pour indiquer que le produit est en solde, sur la fiche produit et sur le texte dans la liste des produits. Un logo apparaîtra en dessous du produit. Vous pouvez modifier ce logo en changeant le fichier suivant :

themes/default/img/onsale_fr.gif

✓ Vous pouvez remplir le champ "Prix de vente final" et choisir la règle de taxe à appliquer, et le prix de détail HT sera calculé automatiquement. L'opération opposée est aussi possible.


Une fois ces informations saisies, vous avez fait les grands fondamentaux de votre page produit. Vous pouvez enregistrer vos modifications et aussitôt voir votre produit en vente sur votre boutique !


Mais ne vous arrêtez pas en si bon chemin, car il y a encore de nombreux détails que vous pouvez voire devez ajouter à votre produit pour rendre la page produit plus utile pour vos utilisateurs.

Gérer les réductions de prix

Vous pouvez modifier le prix final de vente d'un produit en fonction de la quantité qu'achète un client, de son groupe de client, de son pays, etc. Pour ce faire, passez par la section "Prix spécifiques" de l'onglet "Prix". Cliquez sur "Ajouter un nouveau prix spécifique" pour faire apparaître un formulaire.

Prix spécifiques

 Vous pouvez définir des prix spécifiques pour des clients appartenant à différents groupes, différents pays...

 Annuler le nouveau prix spécifique

Pour : Toutes les devises > Tous les pays > Tous les groupes

Client : Tous les clients

Disponible à partir de : à

À partir de 1 l'unité

Prix de vente du produit HT : 0.00 €

Laisser le prix de base ☒

Appliquer une remise de : 0.00 ---

La réduction est appliquée après les taxes

Règle	Déclinaison	Devise	Pays	Groupe	Client	Prix fixé	Impact	Période	À partir de (quantité)	Action
Aucun prix spécifique										

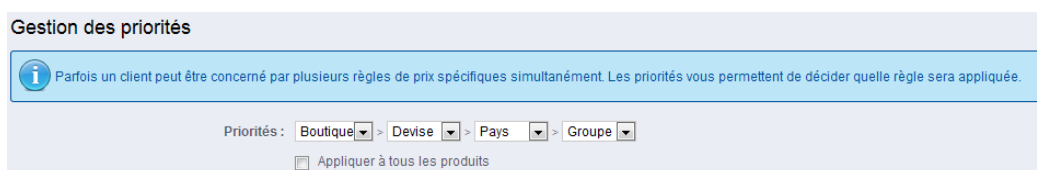
- **Pour.** Vous permet d'être le plus précis possible sur les groupes auxquels le prix s'applique, y compris la monnaie, le pays et même le groupe de client (qui sera abordé plus tard dans ce chapitre).
- **Client.** Vous pouvez être encore plus précis et indiquer que la réduction que vous créez sera réservée à certains clients et uniquement eux : saisissez les premières lettres de leur prénom ou nom, et choisissez les comptes ciblés.
- **Disponible à partir de.** Vous permet de définir la plage de dates durant lesquelles le prix réduit sera activé. Un clic dans chaque champ ouvrira un sélecteur de date, ce qui vous simplifie le processus.
- **À partir de [] unité.** Indique le nombre de produits achetés à partir duquel la réduction est appliquée. Par défaut, il s'agit de "1", ce qui signifie dès le premier achat.
- **Prix de vente du produit HT.** Ici, vous pouvez indiquer un prix arbitraire, sans devoir passer par des calculs ou vous baser sur le prix normal. Laissez ce champ à "0" pour vous baser sur le prix par défaut.
- **Laisser le prix de base.** Cochez cette case pour remettre à zéro le champ "Prix de vente du produit HT" et vous empêcher de le modifier.
- **Appliquer une remise de.** La réduction sera appliquée une fois que le client aura choisi une quantité. Utilisez le sélecteur pour indiquer le type de réduction que vous voulez appliquer (soit un montant précis, soit un pourcentage du prix normal).

Une fois que vous avez saisi les différents réglages, cliquez sur "Enregistrer et rester" : le résumé de votre réduction apparaîtra sous le formulaire, dans un

tableau. Si vous souhaitez la supprimer, cliquez sur l'icône "poubelle" dans le tableau.

Gérer les priorités de prix

Un client peut correspondre à plusieurs prix et plusieurs règles de réduction, même si vous avez pris le temps de créer des règles très précises, avec des groupes personnalisés et même des boutiques créées spécifiquement (dans un contexte multiboutique). PrestaShop vous permet donc en plus de définir des règles de priorités afin de n'appliquer qu'une seule règle de réduction pour ces clients.



Vous pouvez modifier les réglages par défaut de PrestaShop en passant par la section "Gestion des priorités" : vous pourriez par exemple vouloir que le groupe soit plus important que la monnaie utilisée.

L'ordre d'importance par défaut est :

1. Boutique (dans un contexte multiboutique),
2. Devise,
3. Pays,
4. Groupe.

La case à cocher finale vous permet de mettre à jour les réglages de tous les produits. Si la case à cocher reste vide, vos modifications ne s'appliqueront alors qu'au produit en cours.

Améliorer la position de votre produit dans les moteurs de recherche (Référencement - SEO)

Pour améliorer votre liste de produits et augmenter la visibilité de votre boutique, nous vous suggérons de remplir soigneusement les différents champs SEO : balises, méta descriptions, mots-clés et URL simplifiée...

Information	Référencement
Prix	
Référencement	
Associations	
Transport	
Déclinaisons	
Quantités	
Images	
Caractéristiques	
Personnalisation	
Documents joints	
Fournisseurs	

Balise de titre : 
Titre de la fiche produit ; laisser vide pour utiliser le nom du produit

Méta description : 
Une phrase de description

Méta mots-clés : 
Mots-clés séparés par une virgule

URL simplifiée : 
 URL simplifiée basée sur le nom du produit
 Le lien vers la fiche produit sera : <http://127.0.0.1/ps15x-demo/lang/9-test.html>

✓ L'acronyme "SEO" signifie "Optimisation pour les moteurs de recherche". À lire sur Wikipedia : http://fr.wikipedia.org/wiki/Optimisation_pour_les_moteurs_de_recherche.

Découvrez les 50 bonnes pratiques SEO pour l'e-commerce ! Téléchargez et lisez notre livre blanc sur le référencement naturel : <http://www.prestashop.com/fr/livre-blanc-seo>.

Pour accéder à ces informations, ouvrez l'onglet "Référencement" à gauche

Les champs de cette page vous permettent d'optimiser directement la visibilité de votre catalogue sur les moteurs de recherche.

- **Balise de titre.** C'est le champ le plus important, étant donné que le titre apparaîtra sur les moteurs de recherche. Restez très factuel : vous devez convaincre l'utilisateur du moteur de recherche de cliquer sur votre lien plutôt que sur un autre parmi les résultats. Faites en sorte d'avoir un titre unique à ce produit pour l'ensemble de votre boutique.
 - Bon exemple : "Levi's 501® Original Jeans - Bleu délavé - Taille normale".
 - Mauvais exemple : "Item #02769869B bestseller".
- **Méta description.** Une présentation du produit en quelques lignes (dans l'idéal, moins de 155 caractères), afin d'attirer l'attention du client. Elle apparaîtra dans les résultats de recherche, en fonction de la recherche elle-même : certains moteurs de recherche choisissent de n'afficher que

les mots recherchés dans le contexte du contenu de la page. Assurez-vous de faire une description unique à ce produit sur votre site.


- **Méta mots-clés.** Vous pouvez en saisir plusieurs, séparés par des virgules, ainsi que des expressions, qui doivent être marquées entre guillemets. Par exemple : pantalon, jeans, "blue jeans", denim.
- **URL simplifiée.** Voici un autre champ extrêmement important. Il vous permet de réécrire l'adresse de votre produit. Par exemple, au lieu d'avoir une adresse de type
http://www.myprestashop.com/index.php?id_product=8&controller=product

...vous pouvez avoir :

<http://www.myprestashop.prestashop.com/8-nom-du-produit.html> .

Vous devez simplement indiquer dans le champ "URL simplifié" les mots (séparés par des tirets) que vous souhaitez voir apparaître au lieu du nom par défaut.

Le bouton "Générer" vous permet de facilement obtenir un URL simplifiée basée sur le nom du produit. Une fois générée, vous pouvez modifier l'URL produit comme bon vous semble.

 Les URL simplifiées ne fonctionnent que si la réécriture d'URL est activée. Vous pouvez le faire dans la page de préférences "SEO & URLs", dans la section "Configuration des URL".

Vous en apprendrez plus sur cette page de préférence dans le chapitre "Comprendre les préférences" de guide.

Gérer les associations du produit

Créer des associations pour votre produit signifie le coupler avec d'autres contenus de votre base de données :

- Des catégories de produits,
- Autres produits (des accessoires),
- Une marque.

Catégories de produits

La section "Catégories associées" vous permet de choisir les catégories dans lesquelles le produit devrait apparaître. Vous pouvez en choisir plus d'une, mais gardez en tête que pour le client, il est préférable que le produit se trouve uniquement au milieu de produit équivalents en comparables. De faire, vous devriez éviter de choisir la catégorie racine, et préférer les sous-catégories. Par exemple, la catégorie "Téléphone" peut comprendre des sous-catégories de marques (Apple, Samsung, Nokia, etc.) ainsi que de "caractéristiques" (simple, multimédia, smart-phone). C'est à vous d'indiquer la catégorie la plus utile à vos clients.

Si vous estimez devoir créer une nouvelle catégorie, enregistrez l'état actuel de votre produit avant de cliquer sur le bouton "Créer une nouvelle catégorie". La création de catégorie est expliquée au début du présent chapitre.

La section "Catégorie par défaut" est particulièrement utile quand un produit est disponible dans plusieurs catégories. Ce réglage sert principalement à clarifier la catégorie où ranger le produit quand un client arrive sur votre boutique en passant par un moteur de recherche, étant donné que le nom de la catégorie peut apparaître dans l'adresse web du produit.




Produits phares

En cochant la case "Accueil", vous avez la possibilité de mettre le produit en avant sur la page d'accueil de votre site – à condition que votre thème le permette. Pour retirer un produit de la liste "Produits phares", décochez simplement la case "Accueil".

Accessoires

Le champ "Accessoires" vous permet de choisir des produits pertinents à associer avec ce produit, qui sera suggéré aux clients qui regardent la page produit (si le thème le permet). Saisissez les premières lettres d'un produit et sélectionnez-le. Ce produit sera ajouté en-dessous du champ.

Vous pouvez associer un produit à autant de produits que vous jugez nécessaire. Cliquez sur l'icône de poubelle pour supprimer une association. Une association ne va que dans un sens : le produit associé n'aura pas d'association créée vers le produit en cours dans sa page de configuration.

 L'ajout et suppression d'un accessoire ne sont pas automatiquement enregistrés ! N'oubliez donc pas de cliquer sur le bouton "Enregistrer".

Marque

Un produit ne peut être associé qu'à une seule marque. Choisissez-en une dans le sélecteur, ou enregistrez une nouvelle marque si besoin est (mais n'oubliez pas d'enregistrer l'état actuel du produit avant de cliquer sur "Créer une nouvelle marque").

La création de marque est expliquée dans le chapitre suivant, "Un aperçu du catalogue".

Évaluer les coûts de transport : taille, poids, transporteur

Les coûts de transport ne sont pas à négliger : ils peuvent facilement doubler le prix final d'une commande, et vous devriez être très clairs à leurs propos – les clients détestent les mauvaises surprises.

Information	Transport
Prix	
Référencement	
Associations	
Transport	
Déclinaisons	
Quantités	
Images	
Caractéristiques	
Personnalisation	
Documents joints	
Fournisseurs	

Longueur (du paquet) : cm

Hauteur (du paquet) : cm

Profondeur (du paquet) : cm

Poids (du paquet) : kg

Frais de port supplémentaires (par unité) : € HT
La taxe du transporteur sera appliquée.

Transporteurs :

PS15
My carrier

Si aucun des transporteurs n'est sélectionné, tous les transporteurs pourront être utilisés pour expédier ce produit.

L'onglet "Transport" vous permet d'indiquer de précieux détails sur l'emballage du produit :

- **Longueur, Hauteur, Profondeur, Poids** : Vous devez vous efforcer de remplir chacun de ces champs, car connaître la taille et le poids d'un paquet est non seulement utile pour vous, mais également aux transporteurs, car PrestaShop peut choisir automatiquement un transporteur en fonction de ces réglages. Une fois que PrestaShop (ou le client) a choisi un transporteur, le prix final de la commande est affiché pour le client.
- **Frais de port supplémentaires**. Une indication qui peut vous être très utile, par exemple pour les produits particulièrement délicats ou compliqués à emballer, ou ceux très lourds.
- **Transporteurs**. Vous pouvez choisir de n'autoriser ce produit à être expédié que par un seul transporteur. Vous pouvez même en choisir deux ou trois et en laisser un de côté : gardez la touche Shift pressée tout en cliquant sur le nom d'un transporteur pour l'ajouter à votre sélection.

Ajouter des déclinaisons du produit

Vous vous arriverez certainement de vendre le même produit sous différentes versions : globalement le même nom, mais ces versions peuvent différer par leur couleur, leur capacité, la taille de leur écran, et d'autres attributs. La plupart du temps, ces attributs sont réunis : vous pourriez avoir la version rouge du produit disponible avec capacité de 1 Go ou 2 Go, ou avec écran 12" ou 15".

C'est pourquoi PrestaShop appelle ces versions "déclinaisons": votre stock de produits peut être fait de plusieurs variantes d'un produit, qui en effet ne sont tout simplement des déclinaisons spécifiques de ses attributs.

✓ Vous ne pouvez pas créer de déclinaison si vous n'avez pas des attributs de produit enregistrés dans PrestaShop.

Par ailleurs, vous ne devriez pas créer de déclinaisons pour les caractéristiques à partir desquelles vos clients ne peuvent faire de choix.


La création d'attribut se fait dans la page "Attributs et Valeurs" du menu "Catalogue", et est expliqué en détail dans le chapitre suivant, "Un aperçu du catalogue".

















































Différences avec PrestaShop 1.4


Les quantités de produits déclinés sont gérées dans l'onglet "Quantités" à gauche, qui est une nouveauté de PrestaShop 1.5.

Information
Prix
Référencement
Associations
Transport
Déclinaisons
Quantités
Images
Caractéristiques
Personnalisation
Documents joints
Fournisseurs

Ajouter ou modifier des déclinaisons de produit

ou utiliser le  Générateur de déclinaisons de produit de façon à créer automatiquement les combinaisons

Déclinaisons	Impact	Poids	Référence	EAN-13	UPC	Actions
Capacité - 16Go, Couleur - Bleu	41,81 €	0.000000kg				  
Capacité - 8Go, Couleur - Bleu	0,00 €	0.000000kg				  
Capacité - 16Go, Couleur - Jaune	41,81 €	0.000000kg				  
Capacité - 8Go, Couleur - Jaune	0,00 €	0.000000kg				  
Capacité - 16Go, Couleur - Metal	41,81 €	0.000000kg				  
Capacité - 8Go, Couleur - Metal	0,00 €	0.000000kg				  
Capacité - 16Go, Couleur - Noir	41,81 €	0.000000kg				  
Capacité - 8Go, Couleur - Noir	0,00 €	0.000000kg				  
Capacité - 16Go, Couleur - Orange	41,81 €	0.000000kg				  
Capacité - 8Go, Couleur - Orange	0,00 €	0.000000kg				  
Capacité - 16Go, Couleur - Rose	41,81 €	0.000000kg				  
Capacité - 8Go, Couleur - Rose	0,00 €	0.000000kg				  
Capacité - 16Go, Couleur - Vert	41,81 €	0.000000kg				  
Capacité - 8Go, Couleur - Vert	0,00 €	0.000000kg				  
Capacité - 16Go, Couleur - Violet	41,81 €	0.000000kg				  
Capacité - 8Go, Couleur - Violet	0,00 €	0.000000kg				  



La ligne en bleu est la déclinaison par défaut.
Une déclinaison par défaut doit être désignée pour chaque produit.


Lors de la création d'un produit dématérialisé (voir plus loin dans ce chapitre), vous pouvez mettre en ligne différents fichier pour chaque déclinaison. Dans PrestaShop 1.4, vous deviez mettre toutes les combinaisons dans un fichier Zip, et le client les téléchargeait toutes.

Vous pouvez créer vos déclinaisons comme bon vous semble, et PrestaShop vous y aide en vous proposant deux manières d'en créer.

Méthode manuelle

Cette méthode vous permet de créer des déclinaisons l'une après l'autre. De fait, elle est réservée soit aux produits avec peu de déclinaisons, soit aux produits avec des déclinaisons très précises, qui ne peuvent être créées suffisamment précisément avec la méthode automatique (voir la section suivante).

Ajouter ou modifier des déclinaisons de produit

ou utiliser le  Générateur de déclinaisons de produit de façon à créer automatiquement les combinaisons

Attribut :

Valeur :

Référence : EAN-13 : UPC :

Prix d'achat : € (laisser vide si le prix ne change pas)

Impact sur le prix :

Impact sur le poids :


Impact sur le prix à l'unité : de € /

Quantité minimale :

La quantité minimale pour commander ce produit (définir 1 pour désactiver cette fonctionnalité)

Date de disponibilité :

La date de disponibilité du produit lorsqu'il n'est plus en stock

Image : 

Par défaut : ☐ Faire de cette déclinaison celle par défaut pour ce produit

L'ajout de différentes déclinaisons à votre produit se fait en quelques étapes. Cliquez sur le bouton "Nouvelle déclinaison", situé en haut de la page, au niveau du bouton "Enregistrer". Un formulaire apparaît :

- Pair Attribut-valeur.
 1. Choisissez l'attribut depuis le sélecteur, tel que "Couleur" par exemple.
 2. Choisissez la valeur d'attribut que vous souhaitez inclure, "bleu" par exemple.
 3. Cliquez sur le bouton "Ajouter" et l'attribut apparaîtra dans le rectangle sélecteur.

Vous pouvez ajouter autant de paires attribut-valeur que nécessaire pour parvenir à votre déclinaison.

Vous ne pouvez ajouter qu'une paire par attribut : il est impossible de mettre en place à la fois "Couleur : bleu" et "Couleur : rouge" ; si c'est une nécessité, vous devez alors créer de nouveaux attributs, comme "Couleur principale" et "Couleur secondaire".

Vous pouvez supprimer une paire attribut-valeur en la sélectionnant puis en cliquant sur le bouton "Effacer".

- **Référence, EAN13 UPC &.**
 - Si nécessaire, indiquer la référence de la déclinaison et les références EAN13 et/ou UPC dans chaque champ, comme si vous étiez en train de créer un tout nouveau produit dans PrestaShop. Ces chiffres peuvent être utilisés par votre entrepôt ou votre opérateur : assurez-vous de remplir ces champs, ils sont souvent essentiels pour votre entreprise.
- **Prix d'achat.** Ce champ est utile si le prix initial du produit change simplement parce qu'il s'agit d'une déclinaison.
- **Impact sur le produit initial.** Si la déclinaison est censée avoir un impact sur le prix du produit, son poids ou son prix à l'unité, choisissez le menu approprié, sélectionnez "Augmentation" ou "Réduction" en fonction du contexte, et remplissez le champ qui apparaît avec la valeur de cet impact.
- **Éco-participation.** La valeur de l'écotaxe spécifique à cette déclinaison.
- **Quantité minimale.** Vous préférerez peut-être que cette déclinaison ne puisse être vendue que par lot. Utilisez ce champ pour définir le nombre d'articles minimal.
- **Date de disponibilité.** S'il ne s'agit que d'une déclinaison temporaire ou promotionnelle, vous pouvez indiquer les dates de début et fin de sa mise en vente.
- **Image.** Les images qui sont liées au produit initial (telles que mises en ligne à l'aide du formulaire de l'onglet "Images" sur la gauche) sont présentées. Cochez la case des images qui représentent le mieux cette combinaison.
- **Par défaut.** Cochez cette case si vous souhaitez que cette déclinaison devienne le produit principal.

Une fois que vous aurez saisi tous les détails de la déclinaison, enregistrez le produit à l'aide du bouton "Enregistrer et rester". Votre déclinaison s'affichera dans le tableau en bas de l'écran.


Différences avec PrestaShop 1.4

PrestaShop 1.4 proposait un sélecteur de couleur en bas de sa liste de déclinaisons, avec laquelle vous pouviez choisir la couleur à afficher (ou non) sur la page produit.

Avec PrestaShop 1.5, cette option a été déplacée et améliorée. Lors de la création d'un nouvel attribut (dans la page "Attributs et Valeurs" de l'onglet "Catalogue"), vous pouvez utiliser le sélecteur "Type d'attribut" pour choisir si le thème doit afficher un sélecteur, une liste de bouton, ou un sélecteur de couleur.

Méthode avancée

Si vous avez trop de produits différents ou de variétés, vous pouvez utiliser le "Générateur de déclinaisons de produit". Cette fonction vous permet de générer automatiquement toutes les déclinaisons et possibilités.

 Générateur de déclinaisons de produits

Capacité

- 2Go
- 4Go
- Disque dur SSD (solid-state drive) de 64 Go
- Disque dur PATA de 80 Go à 4 200 tr/min
- 80 Go : 20 000 chansons
- 160 Go : 40 000 chansons
- 8Go
- 16Go
- 32Go

Couleur

- Metal
- Bleu
- Rose
- Vert
- Orange
- Noir
- Violet
- Jaune
- Rouge

ICU

- Intel Core 2 Duo à 1,6 GHz
- Intel Core 2 Duo à 1,8 GHz

Ajouter Supprimer

Le générateur de combinaisons est un outil qui vous permet de créer facilement une série de combinaisons en sélectionnant les attributs associés. Par exemple, si vous vendez des T-shirts, en 3 tailles différentes et 2 couleurs différentes, le générateur va créer 6 combinaisons pour vous.

Vous êtes actuellement en train de générer des combinaisons pour le produit suivant: iPod Nano

Étape 1: Sur le côté gauche, sélectionnez les attributs que vous souhaitez utiliser (en maintenant la touche "CTRL" de votre clavier et de valider en cliquant sur "Ajouter")

Capacité	Impact sur le prix du produit (€)		Impact sur le poids du produit (kg)
8Go	HT : 0	TTC : 0	0
16Go	HT : 41.806	TTC : 50.00	0

Couleur	Impact sur le prix du produit (€)		Impact sur le poids du produit (kg)
Metal	HT : 41.806	TTC : 50.00	0
Bleu	HT : 0	TTC : 0	0
Rose	HT : 41.806	TTC : 50.00	0
Vert	HT : 41.806	TTC : 50.00	0
Orange	HT : 41.806	TTC : 50.00	0
Noir	HT : 41.806	TTC : 50.00	0
Violet	HT : 41.806	TTC : 50.00	0
Jaune	HT : 41.806	TTC : 50.00	0

Étape 2 (optionnelle): Sélectionnez une quantité et une référence par défaut pour toutes les combinaisons que le générateur va créer pour ce produit


Quantité par défaut : 0

Référence par défaut :

Enfin, cliquez sur "Générer ces combinaisons"

Générer ces combinaisons

Cliquez sur "Générateur de déclinaisons de produit" pour ouvrir une nouvelle page.

 Une fenêtre d'avertissement apparaîtra, vous demandant "Êtes-vous sûr de vouloir perdre les informations du produit que vous venez d'entrer ?". Cela signifie que votre produit possède déjà une déclinaison. Si vous répondez par la positive, cela effacera la déclinaison qui existe déjà. Faites attention !

Vos groupes d'attributs se trouvent sur le côté droit de cette page. Sélectionnez les attributs en cliquant sur leur nom (si vous souhaitez en sélectionner plusieurs à la fois, utilisez la touche Ctrl en cliquant), puis cliquez sur "Ajouter". Par exemple, vous pouvez choisir les attributs "Bleu", "Vert", et "32 Go".

Une fois les attributs sélectionnées, insérez la quantité de chaque produit dans le champ "quantité" en haut de la page. **Attention, les quantités doivent être les mêmes pour chaque déclinaison.** Par exemple, 200 produits dans chaque déclinaison = 2 couleurs * 1 capacité disque * 200 = 400 produits en tout. Vous pouvez ajouter une référence pour vos besoins administratifs. Cliquez sur le bouton "Générer", et un tableau apparaîtra sous chaque déclinaison, vous permettant de modifier leurs éventuels prix spécifiques.

Comme vous pouvez le voir, le générateur de déclinaisons vous aide à gagner du temps quand vous avez un grand nombre d'attributs à assembler, comme les tailles et les matériaux. Il créera automatiquement toutes les associations possibles, qui apparaîtront alors sous l'onglet "Déclinaisons" de la fiche produit (si le thème le permet).

Si vous ne souhaitez pas conserver toutes les déclinaisons générées, ou si elles ne sont en fait pas toutes exactement les mêmes (références différentes, prix, dates de disponibilité...), vous pouvez en supprimer (icône poubelle) ou en modifier (icône de fichier). L'icône de l'étoile jaune permet d'indiquer que cette déclinaison deviendra la version par défaut.

Gérer les quantités de produit

Cet onglet est une nouveauté de PrestaShop 1.5. Auparavant, vous deviez gérer vos quantités soit dans l'onglet "Information", soit dans l'onglet "Déclinaison" si vous aviez plusieurs versions du produit. Tout est désormais dans une seule et même page.

Personnalisation

Documents joints

Fournisseurs

Quantités disponibles à la vente

☐ Je veux utiliser la gestion des stocks avancée pour ce produit - L'activation préalable de la gestion avancée du stock est requise.

☐ Les quantités disponibles pour ce produit sont synchronisées sur le stock physique (utilisable) en entrepôts - L'activation préalable de la gestion avancée du stock, globalement, pour ce produit, est requise.

☒ Je veux définir mes quantités manuellement

Quantité	Nom
10	iPod Nano - Capacité - 16Go, Couleur - Bleu
10	iPod Nano - Capacité - 8Go, Couleur - Bleu
10	iPod Nano - Capacité - 16Go, Couleur - Jaune
10	iPod Nano - Capacité - 8Go, Couleur - Jaune
10	iPod Nano - Capacité - 16Go, Couleur - Metal
10	iPod Nano - Capacité - 8Go, Couleur - Metal
10	iPod Nano - Capacité - 16Go, Couleur - Noir
10	iPod Nano - Capacité - 8Go, Couleur - Noir
10	iPod Nano - Capacité - 16Go, Couleur - Orange
10	iPod Nano - Capacité - 8Go, Couleur - Orange
10	iPod Nano - Capacité - 16Go, Couleur - Rose
10	iPod Nano - Capacité - 8Go, Couleur - Rose
10	iPod Nano - Capacité - 16Go, Couleur - Vert
10	iPod Nano - Capacité - 8Go, Couleur - Vert
10	iPod Nano - Capacité - 16Go, Couleur - Violet
10	iPod Nano - Capacité - 8Go, Couleur - Violet

Si en rupture de stock :
 ☐ Refuser les commandes
 ☐ Accepter les commandes
 ☒ Par défaut: Refuser les commandes Comme défini dans les préférences

Paramètres de disponibilité

Message quand en stock :

Message quand hors-stock mais pouvant être commandée chez le fournisseur :

Son fonctionnement est simple : la page vous présente un tableau de toutes les déclinaisons du produit en cours (s'il n'y a pas de déclinaisons, le tableau ne contient qu'une ligne). Il vous revient d'indiquer le stock initial de toutes les déclinaisons. PrestaShop s'en servira pour déterminer si un produit est bientôt en rupture de stock ou n'est plus disponible.

Options de gestion de stock

La page de gestion des quantités prend en compte la fonctionnalité de gestion de stock, si celle-ci est activée. Cela signifie que si les déclinaisons du produit en cours sont réparties sur plusieurs lieux de stockage, PrestaShop est en mesure d'enregistrer l'emplacement exact de chaque déclinaison, même au sein d'un entrepôt.

Pour utiliser la gestion du stock pour le produit en cours, vous devez d'abord activé la fonctionnalité pour toute la boutique : allez dans la page de préférences "Produits" (dans le menu "Préférences"), et dans la section "Stocks produit", validez l'option "Activer la gestion des stocks avancée".

Une fois que la fonctionnalité est activée pour toute la boutique, vous pouvez l'activer pour le produit en cours en cochant la case "Je veux utiliser la gestion des stocks avancée pour ce produit".

Par défaut, vous devez gérer la quantité du produit à la main, pour chaque déclinaison, depuis cette page. Une fois la gestion de stock activée, vous pouvez compter sur PrestaShop pour prendre cela en charge.

Une fois que la case a été cochée, une option devient disponible : "Les quantités disponibles pour ce produit sont synchronisées sur le stock physique (utilisable) en entrepôts". Sélectionnez-la, et vous ne pourrez plus modifier les quantités du produit en cours : elles sont désormais dépendante du gestionnaire de stock.

Paramètres de disponibilité

En bas de la page, vous pouvez configurer très exactement le comportement de PrestaShop en fonction de la disponibilité du produit en cours :

- **Message quand en stock.** Vous permet d'afficher un message pour vos visiteurs une fois que le produit est disponible, par exemple "En stock". Cela les rassure, car cela signifie que votre boutique peut aussitôt leur envoyer le produit.
- Au contraire, si le produit n'est plus en stock, vous pouvez choisir d'accepter ou non les commandes avec le sélecteur "Si en rupture de stock". Si vous autorisez les commande, vous pouvez alors afficher un message pour vos visiteurs à l'aide du champ "Message quand hors-stock mais pouvant être commandée chez le fournisseur".

Vous pouvez également configurer le réglage global à appliquer à tous les produits. Le réglage par défaut consiste à refuser les commandes, mais vous pouvez la modifier dans la page de préférences "Produits" (option "Autoriser la commande de produits hors stock"). Tout est expliqué dans le chapitre "Comprendre les préférences" de ce guide.

Configurer l'image du produit

L'onglet "Images" sur la gauche sert à inclure des photos sur la page de votre produit. Vous devriez mettre en ligne toutes les images de ce produit, y compris ses différentes déclinaisons (couleur, taille, forme, etc.).

Information	<h3>Ajouter une nouvelle image pour ce produit</h3> <div> Fichier : <input type="button" value="Ajouter une image"/> </div> <p><i>Format : JPG, GIF, PNG. Taille du fichier : 8.00 Mo max.</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Image</th> <th>Position</th> <th>Image de couverture</th> <th>Action</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>1</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>2</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>3</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>4</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Image	Position	Image de couverture	Action		1				2				3				4		
Image		Position	Image de couverture	Action																	
		1																			
		2																			
		3																			
		4																			
Prix																					
Référencement																					
Associations																					
Transport																					
Déclinaisons																					
Quantités																					
Images																					
Caractéristiques																					
Personnalisation																					
Documents joints																					
Fournisseurs																					

Pour ajouter une ou plusieurs images à votre produit :

1. Cliquez sur le bouton "Ajouter une image", puis sélectionner dans votre ordinateur une photo à charger. La mise en ligne démarre aussitôt. La taille maximale est réglée en fonction des réglages PHP de votre serveur. Cette taille peut être changée dans la page de préférences "Images", dans la section "Images produit".
2. L'image apparaît dans un tableau sous le bouton. Si vous avez plus d'une image, vous pouvez indiquer l'image qui doit être utilisée comme image principale en cliquant sur l'icône "sens interdit", ce qui le transforme en coche verte. Cette image de couverture apparaîtra automatiquement sur la page produit de votre boutique.

Une fois que vous avez mis en ligne toutes les images, vous pouvez modifier l'ordre des images en glissant chaque ligne du tableau avec la souris, en cliquant quand le curseur prend une forme de déplacement.

Configurer les caractéristiques du produit

L'onglet "Caractéristiques" vous permet de spécifier les caractéristiques de votre produit (poids, matériaux, pays d'origine, etc.).

Information	Attribuer des caractéristiques à ce produit		
Prix	Vous pouvez préciser une valeur pour chaque caractéristique pertinente concernant ce produit ; les champs vides ne seront pas affichés.		
Référencement	Vous pouvez définir une valeur spécifique, ou choisir parmi les valeurs existantes prédéfinies que vous avez ajoutées précédemment.		
Associations			
Transport			
Déclinaisons			
Quantités			
Images			
Caractéristiques			
Personnalisation			
Documents joints			
Fournisseurs			

Caractéristique	Valeur prédéfinie	soit Valeur personnalisée
Hauteur	N/A - Ajouter une valeur prédéfinie dans un premier temps	<input type="text"/>
Largeur	N/A - Ajouter une valeur prédéfinie dans un premier temps	<input type="text"/>
Profondeur	N/A - Ajouter une valeur prédéfinie dans un premier temps	<input type="text"/>
Poids	N/A - Ajouter une valeur prédéfinie dans un premier temps	<input type="text"/>
Prise casque	<input type="text"/>	<input type="text"/>

[Ajouter une nouvelle caractéristique](#)

Quand vous créez des caractéristiques et des valeurs (par exemple, laine et matériau microfibre), vous les assignez aux produits lorsque c'est approprié. Cela signifie que vous n'avez pas à remplir les champs de caractéristiques pour chacun de vos produits mais simplement de remplir les valeurs requises et de les appliquer plus tard.

i Le moteur de comparaison de PrestaShop repose entièrement sur les caractéristiques produit : ce sont elles qui sont comparées entre produits.

Étant donné que la comparaison de produit ne fonctionne qu'au sein d'une même catégorie, vous devriez faire en sorte que tous les produits d'une catégorie partagent les mêmes caractéristiques, avec des valeurs à comparer.

Notez que contrairement aux déclinaisons, ces valeurs ne changent pas, et sont valables pour le produit en général.

Créer une caractéristique

Avant d'ajouter une caractéristique au produit, vous devez en créer une à usage global au sein de votre boutique. Vous pouvez soit aller sur la page "Caractéristiques" du menu "Catalogue", soit cliquer directement sur le bouton "Ajouter une nouvelle caractéristique". Un avertissement apparaît, "Vous perdrez toutes les modifications non enregistrées, souhaitez-vous continuer ?" – assurez-vous d'avoir enregistré toutes vos modifications avant de valider cet avertissement.

La création de caractéristiques et de valeurs de caractéristique est expliquée en détail dans le chapitre suivant de ce guide, "Un aperçu du catalogue".

Assigner une valeur et une caractéristique à un produit

Nous allons partir du principe que vous déjà configuré toutes vos caractéristiques et vos valeurs de caractéristique.

Dans l'onglet "Caractéristiques" à gauche de la page du produit en cours, un tableau liste toutes les caractéristiques de votre boutique. Toutes ne s'appliquent pas au produit : PrestaShop ne prendra en compte que les caractéristiques que vous avez indiqué comme pertinentes, en leur donnant une valeur.

Vous pouvez soit régler une valeur à la main, dans le champ tout à droite de la ligne de la caractéristique, ou vous pouvez les valeurs prédéfinies (qui ont été définies lors de la création de la caractéristique), s'il y en a.

S'il n'y a pas de valeur prédéfinie disponible pour une caractéristique, la mention "N/A" apparaît ("*Not Available*", signifiant "Indisponible"), suivi du bouton "Ajouter une valeur prédéfinie dans un premier temps".

Si vous choisissez d'utiliser une valeur personnalisée, n'oubliez de la régler pour toutes les langues reconnues par votre boutique. Utilisez l'icône du drapeau pour changer de langue.

Si des valeurs prédéfinies sont disponibles, elles apparaîtront dans une liste déroulante. Cliquez simplement sur la valeur voulue.

Une fois toutes les caractéristiques pertinentes en place, enregistrez vos modifications pour les voir s'appliquer aussitôt sur votre boutique.

Souvenez-vous : si une caractéristique n'a pas de valeur assignée, elle ne sera pas prise en compte pour ce produit et ne sera pas visible sur votre boutique.

Gérer la personnalisation

Votre boutique en ligne PrestaShop offre à vos clients la possibilité de personnaliser les produits qu'ils vont acheter.

Exemple : si vous êtes un vendeur de bijoux et que vos clients ont la possibilité de graver un texte ou une image sur leur bijou, ils pourront vous fournir le texte ou l'image en même temps qu'ils passent leur commande.

L'intérêt de cette fonctionnalité est qu'elle permet d'offrir au client un service vraiment personnalisé, ce qu'ils apprécieront certainement !

Apprenons à configurer cette fonction. Dans l'onglet "Personnalisation" à gauche, vous pouvez indiquer quel type de champs (fichier ou image) peut être personnalisé.

Information	<h3>Ajouter ou modifier des propriétés personnalisables</h3> <p>Champs fichier : <input type="text" value="0"/> <i>Nombre de champs de mise en ligne de fichier à afficher</i></p> <p>Champs texte : <input type="text" value="0"/> <i>Nombre de champs texte à afficher</i></p>
Prix	
Référencement	
Associations	
Transport	
Déclinaisons	
Quantités	
Images	
Caractéristiques	
Personnalisation	
Documents joints	
Fournisseurs	

- **Champs fichier.** Place un bouton d'envoi de fichier sur la page de commande. Chaque bouton n'accepte qu'un fichier, donc mettez-en autant que nécessaire.
- **Champs texte.** Place un champ textuel dans la page de commande. Vous pouvez en ajouter autant que nécessaire.
 Par exemple, si vous autorisez jusqu'à 5 lignes de texte à 14 caractères chacune, ajoutez 5 champs et indiquez la limite de caractères dans le nom du champ.

Une fois que vous avez ajouté le nombre de champs que vous souhaitez, cliquez sur "Enregistrer et rester". La page se rechargera et affichera autant de champ-texte que nécessaire. Donnez-leur à tous un titre public approprié : il servira d'indicateur pour le client, donc faites en sorte d'être très précis sur les données que vous souhaitez recevoir.

Par exemple, si vous autorisez les images pour une couverture de livre, vous pourriez utiliser ceci :

- "Couverture (20.95 x 27.31 cm, couleur)".
- "4e de couverture (20.95 x 27.31 cm, noir et blanc)".

- "Dos (20.95 x 1.716 cm, couleur)".
Même chose pour le texte : si les clients soient faire grave des mots dans un produit, vous pourriez utiliser ceci :
- "Première ligne (24 car.)".
- "Seconde ligne (24 car.)".
- "Dernière ligne, signature (16 car.)".

Vous pouvez rendre un champ nécessaire à la validation de la commande en cochant la case "requis" à droit de chacun.

Enlever des champs. Si finalement vous avez ajouté trop de champs, modifiez simplement les chiffres dans les champs de types, et cliquez sur "Enregistrer et rester". La page se rechargera avec le bon nombre de champs, le contenu des premiers ayant été préservé.

Une fois tous les champs remplis, n'oubliez pas de modifier vos modifications.

Gérer les documents joints

PrestaShop vous permet de mettre certains fichiers à disposition de vos clients avant qu'ils ne passent commande. Tout se passe dans l'onglet "Documents joints" à gauche.

Par exemple, mettons que vous vendez de l'électronique, et que vous souhaitez conseiller à vos clients de lire un document sur le fonctionnement de l'un de vos produits. Vous pouvez mettre en ligne un document à cet effet. Vous pouvez également mettre le manuel du produit en format PDF, disponible en téléchargement directement depuis la page produit.

Un document joint s'ajoute très facilement :

1. Indiquez le nom de votre document joint.
2. Donnez-lui en une description brève. Cela vous aidera à le distinguer des autres fichiers avec plus d'assurance.
3. Cliquez sur "Parcourir" pour sélectionner sur votre ordinateur un fichier à mettre en ligne.
4. Cliquez sur "Ajouter un nouveau document joint". Le document joint est alors mis en ligne, et la page actualisée, avec le document joint apparaissant dans le sélecteur "Documents joints pour ce produit".
5. Enregistrez votre produit.

Désormais, l'onglet "Télécharger" apparaîtra dans votre boutique en ligne, et les clients pourront consulter le fichier que vous venez d'enregistrer.

S'il vous faut retirer un fichier joint, sélectionnez-le dans le sélecteur "Documents joints pour ce produit" et cliquez sur le bouton "<< Supprimer". Le fichier sera déplacé dans le sélecteur "Documents disponibles" dans le cas où vous souhaitiez le remettre en ligne plus tard.

Vous pouvez maintenant consulter tous les documents joints de votre boutique, en ajouter d'autres ou en enlever, en vous rendant sur la page "Documents joints" du menu "Catalogue". Elle permet par ailleurs d'utiliser les fichiers que vous avez attaché à un produit pour un autre produit : si vous avez besoin d'appliquer à de nombreux produits un fichier déjà associé à un, vous n'aurez ainsi qu'à le mettre en ligne une fois.

Configurer le fournisseur du produit

Indiquer le fournisseur du produit n'est pas vraiment important pour vos clients (beaucoup moins que peut l'être sa marque, le plus souvent). Pourtant, cela peut se révéler un élément essentiel de votre propre gestion interne, notamment pour la gestion de votre stock: il vous suffit de savoir à qui vous avez acheté le produit. Le fournisseur du produit en cours doit être défini dans l'onglet "Fournisseurs" sur la gauche.



Sélectionné	Nom du fournisseur	Par défaut
<input checked="" type="checkbox"/>	AppleStore	<input checked="" type="radio"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	Shure Online Store	<input checked="" type="radio"/>

i Vous ne pouvez pas utiliser cette fonction si vous ne possédez pas déjà au moins un fournisseur enregistré dans votre boutique. Les fournisseurs sont créés à partir de la page "Fournisseurs", dans le menu "Catalogue".

Le processus complet d'enregistrement d'un fournisseur est expliqué en détail dans le prochain chapitre de ce guide, "Un aperçu du catalogue". Vous pouvez accéder directement à l'onglet en question en cliquant sur le "Créer un fournisseur".

Il est très facile d'associer un ou plusieurs fournisseurs au produit en cours : il

suffit de cliquer sur la case correspondante au fournisseur, et d'enregistrer vos modifications.

Si le produit est associé à plus d'un fournisseur, vous pouvez choisir celui qui devrait être celui par défaut en utilisant le bouton radio sur la droite.


Remarque : les boutons radio "Par défaut" ne sont pas disponibles initialement. Pour les sélectionner, vous devez d'abord cliquer sur le bouton "Enregistrer et rester" afin de sélectionner un autre fournisseur par défaut.

Référence(s) produit(s)

Le page des fournisseurs du produit contient également un tableau qui vous permet de définir la référence précise et le prix unitaire en fonction de la devise pour chaque déclinaison du produit. Si le produit a plus d'un fournisseur, le tableau n'ouvre que la déclinaison liée au premier fournisseur, les autres étant fermées par défaut. Cliquez sur le nom d'un fournisseur afin d'ouvrir son tableau de références, et de fermer les autres.

Gestion des entrepôts (avancé)

Une fois que vous avez activé l'option de gestion avancée du stock (dans la page "Produits" du menu "Préférences"), ce nouvel onglet devient disponible pour tous les produits, et vous permet d'indiquer dans quel entrepôt le produit en cours est stocké.

 Vous ne pouvez pas utiliser cette fonction si vous ne possédez pas déjà au moins un entrepôt enregistré dans votre boutique. Les entrepôts sont créés à partir de la page "Entrepôts", dans le menu "Stock".

Le processus complet d'enregistrement d'un entrepôt est expliqué en détail dans un autre chapitre de ce guide, "Gestion avancée du stock". Vous pouvez y accéder directement en cliquant sur le bouton "Créer un entrepôt".

L'onglet "Entrepôts" présente un tableau qui vous permet de définir l'emplacement précis pour chaque déclinaison du produit (s'il y a lieu) dans chaque entrepôt. Si vous avez enregistré plus d'un entrepôt, le tableau ne montre que le premier par défaut. Cliquez sur le nom d'un entrepôt afin d'ouvrir son tableau, et de fermer les autres.

Information

Prix

Référencement

Associations

Transport

Déclinaisons

Quantités

Images

Caractéristiques


Personnalisation

Documents joints


Fournisseurs

Entrepôts

Emplacement dans l'entrepôt

 Cette interface vous permet de choisir les entrepôts dans lesquels le produit est stocké.
Il est aussi possible de définir l'emplacement de chaque produit dans chaque entrepôt.

Veuillez choisir les entrepôts associés au produit, et celui par défaut.

 Créer un entrepôt

▼ 01254 - Entrepôt principal

Stocké	Produit	Emplacement (facultatif)
<input type="checkbox"/>	iPod Nano - Capacité - 16Go, Couleur - Bleu	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	iPod Nano - Capacité - 8Go, Couleur - Bleu	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	iPod Nano - Capacité - 16Go, Couleur - Jaune	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	iPod Nano - Capacité - 8Go, Couleur - Jaune	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	iPod Nano - Capacité - 16Go, Couleur - Metal	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	iPod Nano - Capacité - 8Go, Couleur - Metal	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	iPod Nano - Capacité - 16Go, Couleur - Noir	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	iPod Nano - Capacité - 8Go, Couleur - Noir	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	iPod Nano - Capacité - 16Go, Couleur - Orange	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	iPod Nano - Capacité - 8Go, Couleur - Orange	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	iPod Nano - Capacité - 16Go, Couleur - Rose	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	iPod Nano - Capacité - 8Go, Couleur - Rose	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	iPod Nano - Capacité - 16Go, Couleur - Vert	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	iPod Nano - Capacité - 8Go, Couleur - Vert	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	iPod Nano - Capacité - 16Go, Couleur - Violet	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	iPod Nano - Capacité - 8Go, Couleur - Violet	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	Définir tous les produits comme stockés dans cet entrepôt.	

► 55136 - Entrepôt secondaire

Pour chaque entrepôt, vous pouvez définir quelle est la déclinaison du produit en cours qui y est stockée, et un champ de texte vous permet d'indiquer précisément où elle est stockée au sein de cet entrepôt. Vous pouvez écrire ce que vous voulez dans ce champ : "Allée 5", "À côté des albums de Radiohead", "A07 E08 H14", ou quoi que ce soit qui vous aide vous ou votre équipe d'emballage à trouver le produit le plus précisément possible.

Créer un pack de produits

Vous pourriez souhaiter vendre un pack de produits composé de plusieurs articles. Par exemple : un pack ordinateur "démarrage", comprenant la machine, un écran et une imprimante. PrestaShop vous facilite la tâche de créer un tel pack à partir des produits enregistrés dans votre catalogue.

Un pack vous permet de vous simplifier la préparation de commandes. Elles peuvent aussi permettre au client de profiter de certains avantages, comme de réduction ou d'offres spéciales.

i À l'heure actuelle, vous ne pouvez pas ajouter de déclinaison à un pack. Si vous souhaitez avoir des packs avec des déclinaisons, vous devrez créer des produits individuels pour chaque déclinaison. C'est une limitation connue de PrestaShop, qui sera corrigée dans une prochaine version.

Le processus de création d'un pack est semblable à celui de la création d'un produit normal :

1. Allez à la page "Produits" du menu "Catalogue" ;
2. Cliquez sur bouton "Créer" ;
3. Dans l'onglet "Information" sur la gauche, changez le type de produit en "Pack".

Information	Pack
Prix	
Référencement	Tapez les premières lettres du nom du produit, puis choisissez le produit dans la liste déroulante :
Associations	<input type="text"/> 1 <button>Ajouter ce produit dans le pack</button>
Transport	i Vous ne pouvez pas ajouter de déclinaisons à un pack.
Déclinaisons	
Quantités	
Pack	
Images	

Un nouvel onglet apparaît sur la gauche, intitulé "Pack", sur lequel vous êtes redirigé dès que vous changez le type de produit. Cet onglet comporte seulement deux champs de texte et un bouton :

- Le premier champ est utilisé pour rechercher des produits qui sont déjà enregistrés dans votre boutique.
- Le second champ est utilisé pour indiquer la quantité de produit choisi qui doit être ajoutée au pack.
- Le bouton ajoute le produit au pack.

Vous pouvez ajouter autant de produits que vous le souhaitez au pack.

Vous pouvez supprimer un produit du pack en cliquant simplement sur l'icône de corbeille à côté de lui.

Une fois que vous en avez terminé avec l'onglet "Pack", vous pouvez modifier le contenu de tous les autres onglets disponibles comme vous le feriez pour un produit normal.

Créer un produit téléchargeable / dématérialisé

Votre boutique peut comporter (en partie ou principalement) des produits virtuels - c'est à dire, des produits qui ne sont pas expédiés, mais plutôt téléchargés : billets de concert, livres électroniques, services à la personne... PrestaShop vous facilite la tâche de créer un tel produit.

Le processus de création d'un produit téléchargeable est semblable à celui de la création d'un produit normal :

1. Allez à la page "Produits" du menu "Catalogue" ;
2. Cliquez sur bouton "Créer" ;
3. Dans l'onglet "Information" sur la gauche, changez le type de produit en "Produit dématérialisé (services, réservations et produits téléchargeables)".

Les onglets sur la gauche changent:

- L'onglet "Produit dématérialisé" apparaît, vers lequel vous serez redirigé dès que vous aurez changé le type de produit.
- L'onglet "Transport" disparaît.

Information	Produit dématérialisé (services, réservations et produits téléchargeables)
Prix	
Référencement	
Associations	
Déclinaisons	
Quantités	
Produit dématérialisé	<p>Ce produit a un fichier associé ? <input checked="" type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non</p> <p>Mettre en ligne un fichier <input type="text"/> <input type="button" value="Parcourir..."/></p> <p><small>La taille maximum d'envoi de fichier sur votre serveur est de: 2 Mégaoctets</small></p> <p>Nom du fichier <input type="text"/></p> <p><small>Le nom complet du fichier avec l'extension (exemple : Livre.pdf)</small></p> <p>Nombre de téléchargements permis <input type="text"/></p> <p><small>Nombre de téléchargements permis par client (mettez à 0 pour des téléchargements illimités)</small></p> <p>Date d'expiration <input type="text"/> Format : YYYY-MM-DD</p> <p><small>Si elle est définie, le fichier ne sera plus disponible au téléchargement à partir de cette date. Laissez vide si vous ne souhaitez pas de date d'expiration</small></p> <p>Nombre de jours <input type="text"/> *</p> <p><small>Nombre de jours durant lesquels le fichier sera accessible par les clients après leur commande - (Mettez à 0 pour un accès illimité au téléchargement)</small></p>
Images	
Caractéristiques	
Personnalisation	
Documents joints	
Fournisseurs	
Entrepôts	

Le nouvel onglet ne comporte qu'une option dans un premier temps : elle demande si le produit virtuel que vous créez est un fichier joint (par exemple, si votre client va payer pour télécharger quelque chose).

- Si ce n'est pas le cas, restez-en là: vous vendez un service, et rien ne doit être téléchargé.
- Si oui, cliquez sur le bouton radio "Oui".

Lorsque vous cliquez sur "Oui", PrestaShop ouvre un nouveau formulaire dans l'onglet à partir duquel vous pouvez télécharger le fichier que vous avez l'intention de vendre:

- **Mettre en ligne un fichier.** Sélectionnez le fichier que vous voulez mettre en vente. Dès que vous l'avez sélectionné, PrestaShop le met en ligne.
- **Nom du fichier.** Ce champ est automatiquement rempli après que le fichier a été téléchargé. Il n'est pas recommandé de le changer pour une autre valeur.
- **Nombre de téléchargements permis.** Vous pouvez définir le nombre de fois que le fichier peut être téléchargé à partir du moment où le client l'a acheté. Vous préférez peut-être limiter à 1 ou 5. Si vous voulez le garder disponible de manière indéfinie, mettez le champ texte à 0.
- **Date d'expiration.** Les fichiers virtuels peuvent être de nature promotionnelle, ou perdre leur intérêt après une certaine date. Si c'est le cas, vous pouvez définir la date d'expiration après laquelle le produit

ne sera plus en vente sur votre boutique. Laissez ce champ vide s'il n'y a pas de date d'expiration.

- **Nombre de jours.** Vous pouvez définir le nombre de jours après lesquels le lien de téléchargement devient non fonctionnel. S'il n'y a pas de limite, définissez le champ texte à 0.

Une fois que vous en avez terminé avec l'onglet "Produit dématérialisé", vous pouvez modifier le contenu de tous les autres onglets disponibles comme vous le feriez pour un produit normal.

Un aperçu du catalogue

La mise en place de votre boutique passe par l'ajout de produits à votre catalogue, et même si PrestaShop fait son possible pour rendre ce processus aussi souple que possible, vous pourriez avoir besoin d'aide pour digérer toutes les possibilités. En effet, il y a de nombreux champs à remplir avec autant d'information, et beaucoup de formulaires à valider.

C'est pourquoi ce chapitre a été créé : vous accompagner le long de tous les onglets, vous expliquer chaque formulaire, vous détailler tous les champs, afin que vous puissiez rapidement prendre le contrôle de votre boutique, en sachant quelles informations vous devez réunir afin d'être le plus utile possible à vos clients et, au final, vendre plus.

A travers la mise en place d'un produit, nous allons nous pencher sur l'utilisation des différentes pages du menu "Catalogue".

Produits

La page "Produits" et sa douzaine d'onglets par produit sont expliqués en détails dans le chapitre précédent, "Ajouter des produits et des catégories de produits".

Catégories

La page "Catégories" est expliquée en détails dans le chapitre précédent, "Ajouter des produits et des catégories de produits".

Suivi

La page "Suivi" vous indique les sections de votre boutique auxquelles vous devez prêter le plus d'attention, afin de gérer au mieux votre catalogue.

Liste des catégories vides :

Page 1 / 1 | Afficher 50 / 0 résultat(s) Réinitialiser Filtre

ID	Nom	Description	État	Actions
			--	--
Pas d'élément trouvé				

Liste des produits avec déclinaisons et qui ne sont pas disponibles à la vente :

Page 1 / 1 | Afficher 50 / 0 résultat(s) Réinitialiser Filtre

ID	Référence	Nom	État	Actions
			--	--
Pas d'élément trouvé				

Liste des produits sans déclinaison et qui ne sont pas disponibles à la vente :

Page 1 / 1 | Afficher 50 / 1 résultat(s) Réinitialiser Filtre

ID	Référence	Nom	État	Actions
			--	--
9		Test		

Liste de produits retirés de la vente :

Page 1 / 1 | Afficher 50 / 0 résultat(s) Réinitialiser Filtre

ID	Référence	Nom	Actions
			--
Pas d'élément trouvé			

Quatre sections apparaissent:

- **Liste des catégories vides.** Affiche le nom et le nombre de catégories qui ne contiennent aucun produit. Supprimez les catégories vides ou ajoutez-y des produits. Cela évitera qu'un client, en navigant dans votre boutique, se retrouve dans une catégorie vide.
- **Liste des produits avec déclinaisons et qui ne sont pas disponibles à la vente.** Affiche les produits qui ne sont plus en vente. Prenez les mesures nécessaires pour les réapprovisionner.
- Liste des produits sans déclinaison et qui ne sont pas disponibles à la vente. Affiche également les produits qui ne sont plus en vente.
- **Liste de produits retirés de la vente.** Affiche le nom et le nombre de produits qui ont été désactivés et qui ne sont pas visibles par vos clients. Pensez à les activer ou à les supprimer de votre catalogue.

La page "Suivi" devrait être consultée régulièrement afin d'améliorer la gestion du catalogue.

Attributs et Valeurs

Les attributs sont la base des déclinaisons de produit : vous ne pouvez créer de variations d'un produit que si ses attributs changent.

Les attributs sont configurés par produit, dans la page "Produits" du menu "Catalogue", mais ils doivent d'abord être enregistrés dans votre boutique à l'aide de l'outil "Attributs et Valeurs" du menu "Catalogue".

<input type="checkbox"/>	ID	Nom	Nombre de valeurs	Position	Actions
--	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	--
<input type="checkbox"/>	1	Capacité	9	▼	
<input type="checkbox"/>	2	Couleur	9	▼▲	
<input type="checkbox"/>	3	ICU	2	▲	

Pour ajouter un nouveau type d'attribut, ou en d'autres termes, pour ajouter un groupe de déclinaisons possibles (couleurs, capacité, matériaux, etc.), cliquez sur le bouton "Ajouter de nouveaux attributs". Une nouvelle page s'ouvre.

Attributs

Nom : *

Nom public : *

Nom qui sera affiché au client

Type d'attribut: *

Choisir le type d'attribut

* Champ requis

Remplissez le formulaire :

- **Nom.** La description exacte de l'attribut. Faites en sorte de rester concis tout en restant précis, afin de ne pas le confondre avec un autre attribut.
- **Nom public.** Le nom de l'attribut, tel qu'il sera affiché au client dans la page produit. Étant donné que certains attributs peuvent avoir le même nom avec du contenu différent, ce champ vous permet de toujours le présenter correctement en fonction du contexte du produit, tout étant capable de différencier les attributs ayant un même nom mais un sens différent.

- **Type d'attribut.** Vous permet de choisir la manière dont la page publique du produit devra afficher les valeurs de l'attribut ; sous forme de liste déroulante, de boutons radio, ou d'un sélecteur de couleur.

Enregistrez votre nouvel attribut pour retourner à la liste d'attributs, puis cliquez sur "Ajouter de nouvelles valeurs". Une autre page s'ouvre.

Remplissez le formulaire:

- **Type d'attribut.** Dans la liste déroulante, sélectionnez l'un des attributs disponibles.
- **Valeur.** Donner une valeur à l'attribut: "Rouge", "16 Go", "1,21 gigowatts", ...

Les champs suivants ne sont affichés que si l'attribut est un type "Couleur".

- **Couleur.** Si l'attribut est une couleur, vous pouvez saisir sa valeur en tant que code de couleur HTML (par exemple "#79ff52" ou "lightblue"), ou utiliser le sélecteur de couleur pour montrer précisément la teinte exacte.
- **Texture.** Si votre produit n'utilise pas une couleur unie, mais plutôt une texture (par exemple, "rayures de tigre"), vous pouvez mettre en ligne une petite image qui sera affichée sur la page du produit. Notez que cela remplace la couleur HTML dans le champ ci-dessus. Cliquez sur le bouton "Enregistrer" pour lancer le téléchargement.
- **Texture actuelle.** Une fois que vous avez mis un fichier de texture en ligne, l'image est affichée dans cette section pour servir de rappel.

Vous pouvez ajouter d'autres valeurs pour le même type d'attribut en enregistrant vos modifications avec le bouton "Enregistrer puis ajouter une nouvelle valeur".
















La liste principale comprendra à terme tous les attributs que vous avez enregistrés. Vous pouvez modifier ou supprimer chacun d'entre eux en utilisant les boutons sur la droite de tableau, ou afficher leurs valeurs en cliquant sur l'icône "+", qui ouvre un sous-tableau.

Vous pouvez également définir l'ordre de présentation des attributs sur le front-office, soit en cliquant sur les flèches, ou en glissant chaque ligne une fois que le curseur de la souris indique que vous le pouvez.


Caractéristiques


Cette page permet de définir les caractéristiques intrinsèques d'un produit : elles ne changent pas en fonction d'une combinaison d'attributs, et restent les mêmes tout au long des déclinaisons du produit.

Les caractéristiques sont configurées par produit, dans la page "Produits" du menu "Catalogue", mais elles doivent d'abord être enregistrées dans votre boutique à l'aide de l'outil "Caractéristiques" du menu "Catalogue".

ID	Nom	Valeurs	Position	Actions
--	<input type="text"/>	--	<input type="text"/>	--
1	Hauteur	0	▼	  
2	Largeur	0	▼▲	  
3	Profondeur	0	▼▲	  
4	Poids	0	▼▲	  
5	Prise casque	2	▲	  

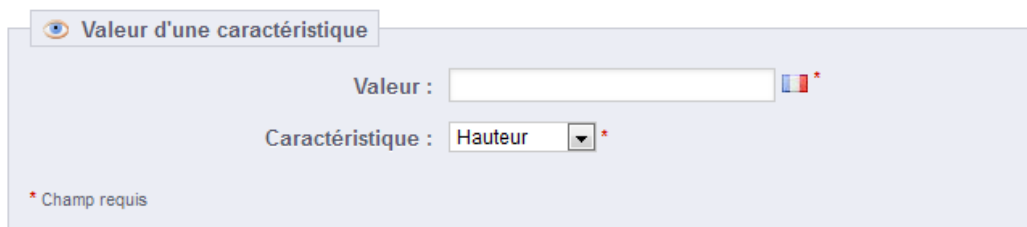
Cliquez sur "Ajouter une nouvelle caractéristique". Un formulaire très simple apparaît. C'est là que vous nommez la caractéristique elle-même : par exemple, un type de casques fournis avec un lecteur de musique.

 **Caractéristique**

Nom :  *

* Champ requis

Donnez un nom à cette nouvelle caractéristique, et enregistrez votre nouvelle caractéristique pour revenir à la liste des attributs, puis cliquez sur "Ajouter une nouvelle valeur". Une autre page apparaît.



Remplissez le formulaire :

- **Fonction.** Dans la liste déroulante, sélectionnez l'une des caractéristiques.
- **Valeur.** Donnez une valeur à l'attribut : "5 kg", "27 cm", ...


Vous pouvez ajouter d'autres valeurs pour le même type caractéristique en enregistrant vos modifications avec le bouton "Enregistrer et ajouter une autre valeur".

La liste principale comprendra à terme toutes les caractéristiques que vous avez enregistrées. Vous pouvez modifier ou supprimer chacune d'entre elles en utilisant les boutons sur la droite du tableau, ou afficher leurs valeurs en cliquant sur l'icône "+", qui ouvre un sous-tableau.

Vous pouvez également définir l'ordre de présentation des caractéristiques sur le front-office, soit en cliquant sur les flèches, ou en glissant chaque ligne une fois que le curseur de la souris indique que vous le pouvez.

Marques

À moins que vous ne fassiez vos produits vous-même, vous devriez toujours enregistrer les marques de vos produits dans PrestaShop.

 Dans PrestaShop, la marque d'un produit correspond à son fabricant.

En saisissant les informations sur les marques, les visiteurs de votre site peuvent avoir un accès rapide à l'ensemble des produits d'une marque donnée. Cela rend la navigation sur votre site plus facile pour eux. En termes de visibilité,

remplir ces champs permettra d'améliorer votre position dans les moteurs de recherche.

Catalogue > Marques

+

Créer



?

Aide

Page 1 / 1 | Afficher 50 / 2 résultat(s)

Réinitialiser

Filtre

ID	Logo	Nom	Adresses	Produits	Activé	Actions
--	--				--	--
1		Apple Computer, Inc	1	4		
2		Shure Incorporated	--	1		

Supprimer la sélection

Adresses

+

Créer

?

Aide

Page 1 / 1 | Afficher 50 / 1 résultat(s)

Réinitialiser

Filtre

Supprimer la sélection

Cliquez sur le bouton "Créer", et un formulaire de création apparaît.

Marques

Nom :

Descriptions courte :

Description :

Logo :

Mettre en ligne le logo de la marque à partir de votre ordinateur

Méta titre :

Méta description :

Méta mots-clés :

Pour ajouter un tag, cliquez dans le champ, écrire quelque chose, puis appuyez sur "Entrée"

Activer : ☐ ☒ ☐ ☐

* Champ requis

Remplissez-en tous les champs:

- **Nom.** Indiquez le nom de la marque, afin de simplifier les recherches de vos visiteurs.
- **Description courte.** Il s'agit de la description qui apparaîtra sur les moteurs de recherche lorsqu'un internaute lance une recherche. Limitée à 100 caractères.
- **Description.** Ajoutez une description plus complexe de votre marque ainsi que de leurs activités et produits.
Vous pouvez détailler leurs spécialités et promouvoir la qualité de leurs produits. La description de la marque sera affichée dans sur votre boutique, aux côtés des autres.


- **Logo.** Il est essentiel d'avoir un logo de la marque : elle accroche le regard des clients, et votre boutique acquiert presque autant de capital-confiance que si vous étiez vous-même la marque ou le fabricant.
- Les champs SEO (Titre, Meta description et Meta Keywords) : ils offrent le même intérêt que leurs équivalents pour les catégories.
- **Meta titre.** Le titre apparaîtra dans les moteurs de recherche lorsqu'il affiche votre lien dans ses résultats de recherche.
- **Meta description.** Une présentation de votre site en seulement quelques lignes, destinée à capter l'intérêt d'un client. Elle apparaîtra dans les résultats de recherche.
- **Meta mots-clés.** Les mots-clés doivent être définis pour que votre site soit référencé par les moteurs de recherche. Vous pouvez en saisir plusieurs, séparés par des virgules, ou utiliser des expressions qui doivent être indiquées entre guillemets.
- **Activer.** Vous pouvez désactiver un fabricant, même temporairement. Cela ne fera que le retirer de la liste des fabricants sur votre boutique en front-end.

Enregistrez vos modifications afin d'être ramené à la liste des marques. De là, vous pouvez :

- Cliquer sur le nom d'une marque ou son logo, afin d'obtenir une liste de tous les produits qui lui sont associés. S'il n'y en a pas, alors vous devriez associer des produits à cette marque, en travaillant par produit, depuis la page "Produits" du menu "Catalogue", en utilisant l'onglet "Associations" de chaque produit.
Vous obtiendrez le même résultat en cliquant sur l'icône "Affichage" situé à droite de la présente page.
- Désactiver la marque, en cliquant sur l'icône de coche verte. Une fois désactivé, une croix rouge apparaît à sa place : cliquez dessus pour réactiver la marque.
- Modifier / supprimer la marque en cliquant sur les boutons correspondants, à la droite de la ligne.

Adresses des marques

En bas de la page "Marques" se trouve la section "Adresses". Chaque marque peut voir sa propre adresse enregistrée dans PrestaShop. Cela vous sert principalement de rappel : ainsi, vous aurez toujours l'adresse de la marque à portée de main dans PrestaShop.

 Adresses

Choisissez la marque :

Nom de famille : *

Prénom : *

Adresse : *

Adresse (2) :

Code postal :

Ville : *

Pays :

Téléphone fixe :









Téléphone portable :

Autres :

* Champ requis

Fournisseurs

Vous n'êtes pas obligé d'enregistrer vos fournisseurs si c'est la marque/le fabricant qui vous fournit directement, et que vous l'avez déjà enregistré. Tout dépend de vos besoin, mais si le fournisseur du produit n'est pas le même que sa marque, alors il faut que vous vous assuriez que les deux sont bien enregistrés, et chacun associé aux produits correspondants.

ID	Logo	Nom	Nombre de produits	Activé	Actions
--	--	<input type="text"/>	<input type="text"/>	--	--
1		AppleStore	6	✓	  
2		Shure Online Store	1	✓	  

Tout comme les marques, les visiteurs de votre boutique peuvent rapidement avoir accès à la liste des produits d'un fournisseur. Cela leur facilite la navigation

sur votre site. En termes de visibilité, remplir ces champs permettra d'améliorer votre position dans les moteurs de recherche.

Cliquez sur le bouton "Créer", et un formulaire de création apparaît.

Fournisseurs

Nom :

Description : Apparaîtra dans la liste des fournisseurs

Téléphone : Numéro de téléphone de ce fournisseur

Adresse :

Adresse : (2)

Code postal :

Ville :

Pays : France Pays où l'état, la région ou la ville est situé(e)

Logo : Mettre en ligne le logo du fournisseur à partir de votre ordinateur

Méta titre :

Méta description :

Méta mots-clés : Pour ajouter un tag, cliquez dans le champ, écrivez quelque chose, puis appuyez sur "Entrée"

Activé : ☐ ☒ ☐ ☐

* Champ requis

Remplissez-en tous les champs:

- **Nom.** Indiquez le nom du fournisseur, afin de simplifier les recherches de vos visiteurs.
- **Description courte.** Il s'agit de la description qui apparaîtra sur les moteurs de recherche lorsqu'un internaute lance une recherche. Limitée à 100 caractères.
- **Description.** Ajoutez une description plus complexe de votre fournisseur ainsi que de leurs activités et produits.

Vous pouvez détailler leurs spécialités et promouvoir la qualité de leurs produits. La description du fournisseur sera affichée dans sur votre boutique, aux côtés des autres.

- **Logo.** Il est essentiel d'avoir un logo du fournisseur : elle accroche le regard des clients, et votre boutique acquiert presque autant de capital-confiance que si vous étiez vous-même le fournisseur.
- Les champs de l'adresse (Téléphone, Adresse, Code postal, Ville, État, Pays).
- Les champs SEO (Titre, Meta description et Meta Keywords) : ils offrent le même intérêt que leurs équivalents pour les catégories.
- **Meta titre.** Le titre apparaîtra dans les moteurs de recherche lorsqu'il affiche votre lien dans ses résultats de recherche.
- **Meta description.** Une présentation de votre site en seulement quelques lignes, destinée à capter l'intérêt d'un client. Elle apparaîtra dans les résultats de recherche.
- **Meta mots-clés.** Les mots-clés doivent être définis pour que votre site soit référencé par les moteurs de recherche. Vous pouvez en saisir plusieurs, séparés par des virgules, ou utiliser des expressions qui doivent être indiquées entre guillemets.
- **Activer.** Vous pouvez désactiver un fournisseur, même temporairement. Cela ne fera que le retirer de la liste des fournisseurs sur votre boutique en front-end.

Enregistrez vos modifications afin d'être ramené à la liste des marques. De là, vous pouvez :






- Cliquer sur le nom d'un fournisseur ou son logo, afin d'obtenir une liste de tous les produits qui lui sont associés. S'il n'y en a pas, alors vous devriez associer des produits à ce fournisseur, en travaillant par produit, depuis la page "Produits" du menu "Catalogue", en utilisant l'onglet "Fournisseurs" de chaque produit.
Vous obtiendrez le même résultat en cliquant sur l'icône "Affichage" situé à droite de la présente page.
- Désactiver le fournisseur, en cliquant sur l'icône de coche verte. Une fois désactivé, une croix rouge apparaît à sa place : cliquez dessus pour réactiver le fournisseur.
- Modifier / supprimer le fournisseur en cliquant sur les boutons correspondants, à la droite de la ligne.

Scènes

Créer une "scène" consiste à assigner plusieurs zones cliquables à une image, de sorte que différentes pages produits puissent être ouvertes en cliquant sur une seule image. On appelle également cela une "image map", ou "image réactive". Cette fonctionnalité rend votre site attractif en facilitant la navigation des internautes.

Avant de créer une scène, vous devez disposer d'une image qui présente les différentes déclinaisons d'un produit, ou simplement différents produits.

En cliquant sur l'option "Scènes" du menu "Catalogue" vous amène à une nouvelle page, qui liste les scènes déjà enregistrées (s'il y en a).

ID	Scènes	Activé	Actions
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
1	Les iPods Nano	<input checked="" type="checkbox"/>	 
2	Les iPods	<input checked="" type="checkbox"/>	 
3	Les MacBooks	<input checked="" type="checkbox"/>	 

Créer une scène

Pour créer une nouvelle scène, cliquez sur le bouton "Créer". Vous serez amené à l'écran de création.

Scènes

Comment "taguer" les produits dans l'image :

Lorsqu'un client passe sa souris sur l'image d'une scène, une fenêtre pop-up apparaît et affiche un bref descriptif du produit. Le client peut cliquer afin d'ouvrir la fiche produit. Pour cela, vous devez définir la zone "taguée" qui, survolée, affichera la pop-up. Cliquez avec le bouton gauche sur l'image afin de dessiner la zone rectangulaire et relâchez ce bouton une fois que la zone vous convient. Saisissez ensuite les premières lettres du produit à associer. Une liste de produits apparaît. Cliquez sur le produit approprié, puis cliquez sur "OK". Répétez ces étapes pour chacun des produits de la scène. Lorsque vous avez fini de définir la zone "taguée", cliquez sur Enregistrer.

Nom de la scène :

État : ☒ ☐ ☐ ☐

Image à "taguer" :

Format : JPG, GIF, PNG. Taille de l'image : 2048ko max. Si l'image envoyée est trop grande elle sera réduite à 520 x 189px (largeur x hauteur). Si la taille de l'image est trop petite, un fond blanc sera ajouté afin d'atteindre une taille d'image correcte.
Note : Pour changer la dimension de base des images de scènes, veuillez modifier le paramètre 'large_scene' avec les dimensions souhaitées (dans le back-office : menu 'Préférences', page 'Image').
Veuillez ajouter une image pour continuer

* Champ requis

- **Nom de la scène.** Donnez un nom à la scène.

- **État.** Défini si la scène doit être disponible ou non. Vous pouvez choisir de ne la rendre publique qu'à partir du moment où vous aurez mis tous les liens en place.
- **Image à "taguer".** Sélectionnez l'image qui figurera dans la scène, puis cliquez sur "Enregistrer et rester". La page sera rechargée, avec la photo que vous avez envoyée, et quelques options en plus.

Mettre en place une scène

Nous allons maintenant apprendre à concevoir une scène.

Cliquez sur un coin de votre image et faites glisser la souris à travers l'image pour mettre en évidence/couper la partie de l'image que vous désirez rendre cliquable pour l'utilisateur.

La partie sélectionnée sera claire et illuminée tandis que le reste de l'image sera assombri. Prenez soin d'aligner le cadre de votre image avec la zone sur laquelle votre client pourra cliquer.

Scènes

Comment "taguer" les produits dans l'image :

Lorsqu'un client passe sa souris sur l'image d'une scène, une fenêtre pop-up apparaît et affiche un bref descriptif du produit. Le client peut cliquer afin d'ouvrir la fiche produit. Pour cela, vous devez définir la zone "taguée" qui, survolée, affichera la pop-up. Cliquez avec le bouton gauche sur l'image afin de dessiner la zone rectangulaire et relâchez ce bouton une fois que la zone vous convient. Saisissez ensuite les premières lettres du produit à associer. Une liste de produits apparaît. Cliquez sur le produit approprié, puis cliquez sur "OK". Répétez ces étapes pour chacun des produits de la scène. Lorsque vous avez fini de définir la zone "taguée", cliquez sur Enregistrer.

Nom de la scène :

État : ☒ ☐ ☐ ☐


Catégories :

Rechercher une catégorie :

- ☒ iPods
- ☐ Accessoires
- ☐ Portables

Image à "taguer" :

Format : JPG, GIF, PNG. Taille de l'image : 2048ko max. Si l'image envoyée est trop grande elle sera réduite à 520 x 189px (largeur x hauteur). Si la taille de l'image est trop petite, un fond blanc sera ajouté afin d'atteindre une taille d'image correcte.
Note : Pour changer la dimension de base des images de scènes, veuillez modifier le paramètre 'large_scene' avec les dimensions souhaitées (dans le back-office : menu "Préférences", page "Image").



Miniature particulière :

*Si vous souhaitez utiliser une miniature particulière (différente de celle générée à partir d'une réduction de l'image ci-dessus), veuillez choisir un fichier ici.
Format : JPG, GIF, PNG. Taille du fichier : 2048ko max. Automatiquement redimensionné à 161 x 58px (largeur x hauteur).
Note : pour changer la dimension de base des images de scènes, veuillez modifier le paramètre 'thumb_scene' avec les dimensions souhaitées (dans le back-office : menu "Préférences", page "Images").*

* Champ requis

Ceci fait :

- Saisissez les premières lettres du produit associé à cette image dans le champ en-dessous de l'image.
Dans notre exemple, si nous tapons "iPod", plusieurs choix apparaissent. On sélectionnera alors "iPod Nano".
- Confirmez votre choix en cliquant sur "OK". Votre scène vient maintenant d'être créée.

Répétez ce processus pour tous les produits que vous souhaitez rendre accessible depuis une image.

✓ Les zones cliquables sont visibles grâce à l'icône "+". En déplaçant le curseur sur l'image, vous pouvez voir une petite fenêtre qui indique le nom de l'image, l'image par défaut, la courte description et le prix.

Si vous avez commis une erreur dans la zone cliquable, vous pouvez la redimensionner en saisissant ses côtés ou ses coins.

Si vous désirez supprimer une zone cliquable, sélectionnez la zone, et cliquez sur le bouton "Supprimer" se trouvant à côté de l'image.

Enfin, vous devez assigner une scène à une catégorie en cochant les cases dans le tableau "Catégories".

Une fois que toutes les modifications ont été faites, enregistrez vos paramètres.

C'est fait ! Votre scène est désormais disponible dans votre boutique, au sein des catégories sélectionnées.

Tags

La fonctionnalité de tagging de PrestaShop vous permet d'associer vos produits à des mots-clés. Vos clients peuvent utiliser les mots-clés pour facilement trouver les produits qu'ils recherchent.

Par exemple, mettons qu'un client veut trouver un lecteur MP3 dans votre boutique. Afin qu'il y ait un produit correspondant à sa recherche, il faut qu'il y ait un tag pour associer "lecteur MP3" à "iPod Nano".

Vous avez deux moyens de mettre en place cette fonctionnalité.





























































Première solution : lors de la création du produit

Vous pouvez directement associer plusieurs tags à votre produit dans le champ "Tag" de l'onglet "Information", tandis que vous créez un produit. Consultez à cet effet le chapitre "Ajouter des produits et des catégories de produits".

Deuxième solution : créer et gérer les tags

La page "Tags" du menu "Catalogue" vous permet de créer de nouveaux tags, et de gérer ceux déjà en place. Une fois que vous avez indiqué des tags pour chacun de vos produits, vous aurez alors une liste importante de tags.

Cliquez sur "Créer", la page dédiée apparaîtra.

	ID	Langue	Nom	Produits	Actions
	▼ ▲	▼ ▲	▼ ▲	▼ ▲	
--	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	--
<input type="checkbox"/>	1	English (English)	apple	2	 
<input type="checkbox"/>	2	English (English)	ipod	2	 
<input type="checkbox"/>	3	English (English)	nano	1	 
<input type="checkbox"/>	4	English (English)	superdrive	1	 
<input type="checkbox"/>	5	English (English)	ipod touch	1	 
<input type="checkbox"/>	6	English (English)	shuffle	1	 
<input type="checkbox"/>	7	Português (Portuguese)	shuffle	1	 
<input type="checkbox"/>	8	Português (Portuguese)	ipod	2	 
<input type="checkbox"/>	9	Português (Portuguese)	ipod touch	1	 
<input type="checkbox"/>	10	Português (Portuguese)	superdrive	1	 
<input type="checkbox"/>	11	Português (Portuguese)	apple	2	 
<input type="checkbox"/>	12	Português (Portuguese)	nano	1	 
<input type="checkbox"/>	13	Español (Spanish)	superdrive	1	 
<input type="checkbox"/>	14	Español (Spanish)	apple	2	 
<input type="checkbox"/>	15	Español (Spanish)	shuffle	1	 
<input type="checkbox"/>	16	Español (Spanish)	ipod	2	 
<input type="checkbox"/>	17	Español (Spanish)	nano	1	 
<input type="checkbox"/>	18	Español (Spanish)	ipod touch	1	 
<input type="checkbox"/>	19	Français (French)	casque	1	 
<input type="checkbox"/>	20	Français (French)	écouteurs	1	 
<input type="checkbox"/>	21	Français (French)	marche	1	 
<input type="checkbox"/>	22	Français (French)	superdrive	1	 
<input type="checkbox"/>	23	Français (French)	apple	3	 
<input type="checkbox"/>	24	Français (French)	ipod touch tactile	1	 
<input type="checkbox"/>	25	Français (French)	air	1	 
<input type="checkbox"/>	26	Français (French)	macbookair	1	 
<input type="checkbox"/>	27	Français (French)	macbook	1	 
<input type="checkbox"/>	28	Français (French)	shuffle	1	 
<input type="checkbox"/>	29	Français (French)	ipod	2	 
<input type="checkbox"/>	30	Français (French)	nano	1	 

Cette interface vous permet d'ajouter des tags à un ou plusieurs de vos produits.

- **Nom.** Donnez un nom à votre tag. Il doit être clair et concis, afin de pouvoir effectivement aider vos clients à trouver les produits qui leur sont associés plutôt que d'afficher une page avec un seul produit.
- **Langue.** Indiquez dans quelle langue le tag apparaîtra. PrestaShop est conçu de telle sorte qu'il n'affichera pas les tags en espagnol pour les utilisateurs français, par exemple.
- **Produits.** Sélectionnez les produits auxquels vous souhaitez appliquer le tag, dans la colonne de droite. Combinez un clic + la touche Ctrl de votre clavier pour en sélectionner plusieurs à la fois.

Après avoir enregistré la page, le tag nommé sera appliqué à tous les produits énumérés dans la liste à droite.

Pour ajouter le même tag pour une autre langue, il suffit de répéter l'opération, mais cette fois, en changeant la langue.

Après avoir enregistré le tag, vous êtes redirigé vers la liste des tags, d'où vous pouvez les modifier ou les supprimer, ou même en supprimer plusieurs d'un coup en utilisant le bouton en bas de la liste.

A côté des icônes d'édition et de suppression, un nombre indique combien de produits utilisent ce tag.

A partir de maintenant, lorsque vos clients lanceront une recherche sur votre site, les résultats qu'ils recevront dépendront aussi des tags que vous avez associés à ces produits.

Documents joints

PrestaShop vous permet de mettre certains fichiers à disposition de vos clients avant qu'ils ne passent commande.

Par exemple, disons que vous vendez de l'électronique, et que vous souhaitez conseiller à vos clients de lire un document sur le fonctionnement de l'un de vos produits. Vous pouvez mettre en ligne un document à cet effet.

Vous pouvez aussi tout simplement mettre le manuel à disposition de tous au format PDF, directement depuis la page du produit.


Chaque produit peut avoir des fichiers joints, qui peuvent être définis individuellement via leur onglet "Documents joints" à gauche, comme expliqué dans le chapitre précédent de ce guide, "Ajouter des produits et des catégories de produits". Cette page vous donne accès à tous les fichiers joints de la boutique : si vous avez besoin d'appliquer un fichier à plusieurs produits, vous n'aurez qu'à le mettre en ligne une fois.

Vous pouvez également mettre en ligne des fichiers individuels, avant même de les associer à des produits. C'est dans la page "Documents joints" du menu "Catalogue" que tout se passe.

ID	Nom	Fichier	Actions
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	--
Pas d'élément trouvé			

Le processus d'enregistrement d'un fichier joint est clair :

1. Cliquez sur le bouton "Créer". Un formulaire s'ouvre.
2. **Nom du fichier.** Indiquez le nom de votre document joint, dans toutes les langues disponibles.
3. **Description.** Donnez en une description brève, également dans toutes les langues.
4. Cliquez sur "Parcourir" pour sélectionner sur votre ordinateur un fichier à mettre en ligne.
 - Cliquez sur "Enregistrer".



Document joint

Nom du fichier : 

Description : 

Fichier :

Mettez un fichier en ligne depuis votre poste de travail

Vous êtes alors renvoyé vers la liste des fichiers joints, où apparaît le fichier que vous venez de mettre en ligne. Il est disponible pour tous les produits, par le biais de leurs onglets "Documents joints".

Désormais, un onglet "Téléchargement" apparaîtra sur la page publique du produit, et vos clients pourront télécharger le fichier autant qu'ils le souhaitent.

Gérer les commandes

Le gérant d'une boutique doit faire face à un grand nombre de commandes, de factures et de demande de SAV – tout du moins, c'est ce que nous vous souhaitons. Au quotidien, gérer toutes ces commandes peut devenir une tâche laborieuse ; heureusement, PrestaShop fait de son mieux pour vous aider à vous en sortir et faire aboutir les commandes de vos clients, ainsi que gérer les avoirs et les inévitables retours de marchandise.

Commandes

La page "Commandes" vous permet d'accéder à toutes les informations relatives aux achats sur votre boutique. Toutes les transactions sont disponibles ici, rangées par date (par défaut, de la plus récente à la plus ancienne).

ID	Références	Nouveau	Client	Total	Paiement	État	Date	PDF	Actions
		--				--	De À	--	--
1	XKBNABJK		J. DOE	626,37 €	Chèque	EN ATTENTE DU PAIEMENT PAR CHÈQUE	23/10/2012 11:21:47	--	

Vous pouvez filtrer les résultats et facilement trouver les commandes que vous recherchez en utilisant les champs ci-dessus. Par exemple, pour identifier les commandes de M. Durand, tapez "Durand" dans le champ "Client" puis cliquez sur "Filtrer".

Créer une commande

L'une des grandes nouveautés de PrestaShop 1.5 est la possibilité de créer une commande directement depuis le back-office. Cela peut par exemple se révéler extrêmement utile quand un client veut acheter un produit mais n'y parvient pas, et il vous faut prendre la main et faire la commande tandis que vous êtes en contact avec le client, par téléphone ou par e-mail.

En cliquant sur le bouton "Créer", une page s'ouvre, avec un seul champ textuel, nommé "Recherche de clients". Lorsque vous créez une nouvelle commande via le back-office, votre première tâche consiste à associer cette commande à un client. Saisissez les premières lettres de son nom, prénom ou adresse e-mail, et PrestaShop vous affichera les comptes correspondants.

Client

Recherche de clients :

Rechercher un client en tapant les premières lettres de son nom

Ajouter un nouveau client

John DOE 1970-01-15
pub@prestashop.com

Choisir

Jane Doe
pub2@prestashop.com

Choisir

Si le client pour lequel vous créez la commande n'a même pas encore de compte sur votre boutique, vous pouvez en créer un à la volée : cliquez sur le bouton "Ajouter un nouveau client" pour ouvrir une fenêtre avec les principaux détails à remplir. Une fois le compte enregistré, il devient aussitôt le compte associé à la commande.


Notez bien que vous devrez également enregistrer les adresses du client – un bouton "Ajouter une nouvelle adresse" est disponible en bas de la page, dans la section "Adresses".

Cliquez sur le bouton "Choisir" du bon client, et l'intégralité du formulaire de commande apparaît. Tous les ajouts de produits se feront dans sa section principale, "Panier".

Le champ "Rechercher un produit" vous permet de faire une recherche dynamique sur les produits à ajouter : saisissez les premières lettre du nom du produit, et PrestaShop affichera une liste déroulante avec les produits

correspondants. Choisissez le produit, sélectionnez la quantité, et cliquez sur le bouton "Ajouter au panier". Si le produit est disponible en plusieurs déclinaisons, vous pouvez bien sûr choisir celle désirée grâce à la liste déroulante qui apparaît dans ce cas.

Notez que PrestaShop vous indique du stock restant pour un produit donné, ce qui vous permet de faire savoir au client que vous êtes en rupture de stock pour ce produit dès le formulaire de commande.

 **Panier**

Rechercher un produit :
Rechercher un produit en tapant les premières lettres de son nom

Produit : ▼

Déclinaison : ▼

Quantité : En stock : 10

Produit	Description	Réf.	Prix unique	Qté	Prix
iPod Nano	16Go, Noir		158,07 €		158,07 €

Les prix sont Hors Taxe

Devise : ▼

Langue : ▼

Cette page vous permet de voir les paniers et commandes précédent(e)s de ce client, s'il y en a. S'il se trouve que vous deviez gérer un panier que le client n'arrive pas à valider, vous pouvez utiliser ce panier pour cette commande en cliquant sur l'action "Utiliser ce panier" (l'icône "deux fenêtres").

Cacher les paniers et commandes pour ce client


Paniers :

ID	Date	Total	Action
4	2012-10-24 16:29:21	378,10 €	 
3	2012-10-23 18:13:23	79,00 €	 
2	2012-10-23 18:09:58	79,00 €	 


Commandes :

ID	Date	Produits	Total payé	Paielement	État	Action
1	2012-10-23 11:21:47	2	626,37 €	Chèque	En attente du paiement par chèque	 

Si besoin est, vous pouvez également octroyer un bon d'achat ou une règle de panier pour cette commande, et même en créer une à la volée en cliquant sur le bouton "Ajouter un bon d'achat".

 **Bons**

Rechercher un bon d'achat :

 Ajouter un bon d'achat

Enfin, vous devez préciser à quelle adresse la commande doit être envoyée (et possiblement facturée). Ici encore, vous pouvez créer de nouvelles adresses à la volée à l'idée du bouton "Ajouter une nouvelle adresse".

 **Adresses**

Livraison :

Mon adresse ▼

My Company John DOE
16, Main street
2nd floor
75002 Paris France

 Ajouter une nouvelle adresse

Facture :

Mon adresse ▼

My Company John DOE
16, Main street
2nd floor
75002 Paris France




Voir le détail des commandes

Afin de traiter les commandes que vous recevez, vous devez avoir accès aux informations qu'elles contiennent.




Cliquez sur la ligne contenant la commande, ou cliquez sur le bouton à la droite de la commande.

La fiche détaillant la commande occupe une pleine page.

Commande n°1 (XKBNABJK) - John DOE

Date : 23/10/2012 11:21:47 | Messages : 0 | Nouveau message des clients : 0 | Produits : 2 |

 Pas de facture |  Pas de bon de livraison |  Imprimer la commande

Total : 626,37 €

Annulé

En attente du paiement par chèque 23/10/2012 11:21:48

Informations client

John DOE (n°1)
(pub@prestashop.com)

Compte créé le : 23/10/2012 11:21:11
Commandes validées : 0
Total payé depuis la création du compte : 0,00 €

Documents

Date	Document	Numéro	Montant
Ce document n'est pas disponible			



[Générer la facture](#)


Païement

Date	Méthode de paiement	ID de la transaction	Montant	Facture
Aucun paiement disponible				

2012-10-24 17:14:1€ €

Transport

Emballage recyclé :  Paquet cadeau : 

Date	Type	Transporteur	Poids	Coût du transport	Numéro de suivi
23/10/2012 11:21:47	Delivery	My carrier	0.000 kg	0,00 €	

Retours produit

Aucune marchandise n'a été retournée

Adresse de livraison

Mon adresse - 16, Main street 75002 Paris , France

John DOE
My Company
16, Main street
2nd floor
75002 Paris
France
0102030405







Adresse de facturation

Mon adresse - 16, Main street 75002 Paris , France

John DOE
My Company
16, Main street
2nd floor
75002 Paris
France
0102030405

Produits

[Ajouter un produit](#)

Produit	PU *	Qté	Quantités disponibles	Total *	Action
 iPod touch - Capacité: 32Go	469,00 €	1	40	469,00 €	 
 Écouteurs à isolation sonore Shure SE210	149,00 €	1	15	149,00 €	 

* Selon le groupe de l'utilisateur, les prix sont affichés en : TTC

Les retours produits sont désactivés

Produits	618,00 €
Transport	8,37 €
Total	626,37 €

Nom de la réduction	Valeur	Action
Ajouter une réduction		

Nouveau message

Cliquez ici pour ajouter un commentaire ou envoyer un message au client
Cliquez ici pour voir tous les messages

Ce résumé de la commande vous donne accès :

- À l'état et à l'historique de la commande
- Aux informations relatives au transport : poids total de la commande, transporteur choisi par le client.
- La méthode de paiement utilisée, le coût des produits, le coût du transport.
- Divers détails sur les produits commandés.

Dans la section "Adresse de livraison" de la page, vous pouvez voir une icône "G" : elle vous permet de localiser l'adresse sur Google Maps.

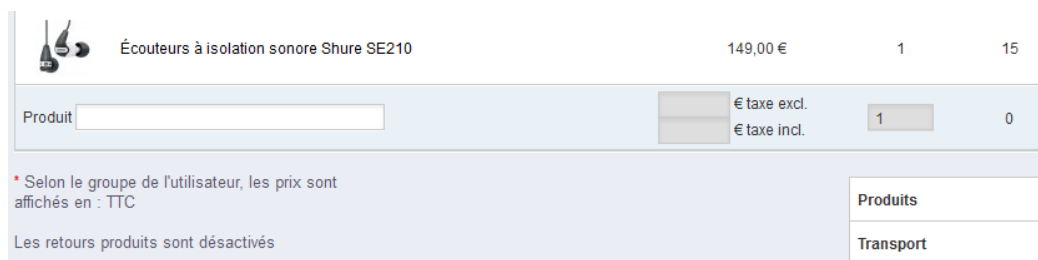
Modifier la commande

Les commandes ne sont gravées dans le marbre. Il existe de nombreuses raisons pour lesquelles vous pourriez vouloir modifier une commande avant de lancer la récupération des produits, leur emballage et leur envoi à leur nouveau propriétaire : l'un des produits est en fait déstocké, le client a changé d'avis, etc.

Ajouter un produit

En haut de la page, vous pouvez trouver un bouton "Ajouter un produit", qui déclenche deux actions lors du clic :

1. Faire défiler l'écran vers la section "Produits".
2. Ajouter une ligne à la commande.



Écouteurs à isolation sonore Shure SE210 149,00 € 1 15

Produit € taxe excl. 1 0
 € taxe incl.

* Selon le groupe de l'utilisateur, les prix sont affichés en : TTC

Les retours produits sont désactivés

Produits
Transport

En ajoutant un produit, la liste des produits se voit ajouter une ligne avec une poignée de champs. Le premier champ est en fait un moteur de recherche : saisissez les premières lettres d'un produit pour voir apparaître les produits correspondants. Sélectionnez celui que vous souhaitez ajouter, et les champs grisés deviennent disponibles.

Si le produit dispose de déclinaisons, vous pouvez sélectionner la vôtre dans la liste déroulante qui apparaît sous le nom : le prix par unité changera en conséquence.





Réglez la quantité du produit, puis cliquez sur le bouton "Ajouter le produit" : c'est fait.

Notez que le bouton "Ajouter un produit" de la section "Produits" déclenche les mêmes actions que le bouton du même nom en haut de la page.

Vous ne pouvez pas ajouter plus de quantité de produit qu'il n'y a de quantité disponible.

Enlever un produit

Pour annuler un produit, rendez-vous dans la liste de produits et, au choix, soit supprimer le produit en cliquant sur l'action "Supprimer" (l'icône de poubelle), soit en cliquant sur l'action "Modifier" si vous souhaitez simplement enlever de la quantité de produit.

Produit	PU *	Qté	Quantités disponibles	Total *	Action
 iPod touch - Capacité: 32Go	392,14 € taxe excl. 469 € taxe incl.	<input type="text" value="1"/>	40	469,00 €	Mettre à jour 
 Écouteurs à isolation sonore Shure SE210	149,00 €	<input type="text" value="1"/>	15	149,00 €	 

Vous pouvez modifier la quantité de plusieurs produits à la fois.

Si la quantité d'un produit atteint 0, il est enlevé directement de la commande. Vous ne pouvez pas enlever plus de quantité que celle déjà en place dans la commande.

Cliquez sur l'icône de crois rouge pour annuler votre modification.



Modifier les détails de la commande

De nombreuses sections de la commande peuvent être modifiées, vous permettant de les mettre à jour ou de corriger les données fournis par le client.

État de la commande

La première liste déroulante de la page de commande vous permet de changer son état. C'est un aspect très important du processus de suivi d'une commande,

car chaque étape débloquent des fonctionnalités et documentations pour la commande.

Annulé	▼	Ajouter
 Paiement accepté	Javier Border	24/10/2012 17:18:48
 En attente du paiement par chèque		23/10/2012 11:21:48


Vous pouvez choisir parmi les états suivants :

- Annulé.
- En attente de réapprovisionnement.
- En attente du paiement par chèque.
- En attente du paiement par PayPal.
- En attente du paiement par virement bancaire.
- En cours de livraison.
- Erreur de paiement.
- Livré.
- Paiement à distance accepté.
- Paiement accepté.
- Préparation en cours.
- Remboursé.

Afin d'avoir un meilleur aperçu des évolutions de la commande, chaque changement d'état est enregistré, et le journal apparaît juste en-dessous de la liste déroulante. De fait, vous devriez ne changer un état que s'il a été clairement confirmé : n'indiquez pas qu'une commande atteint l'état "Livré" alors que vous venez d'envoyer le colis, utilisez plutôt "En cours de livraison" ; n'utilisez pas "Préparation en cours" si vous n'avez fait que jeter un œil rapide à la commande, etc.

Boutons d'action

Les boutons d'action de la barre supérieure dépendent de l'état de la commande. Par exemple, une fois que la commande est marquée comme livrée, le bouton "Ajouter un produit" et "Enlever des produits" sont remplacés par deux nouveaux boutons : "Retourner un produit" et "Remboursement partiel".

 Le retour produit n'est pas activé par défaut. Pour l'activer, aller dans la page "Retours produit" du menu "Commandes", et activer l'option se trouvant en bas de la page. Ce réglage s'appliquera à tous les produits et toutes les commandes.



- **Retourner les produits.** Ne doit être qu'à partir du moment où un client vous a effectivement renvoyé des produits : une fois que le paquet a été reçu, vous devez marquer les produits comme retournés directement dans la page de la commande. Cliquez sur "Retourner les produits" et une nouvelle colonne apparaît dans le tableau des produits, intitulée "Retour". Cochez la case du ou des produits concernés, indiquez la quantité retournée, et cliquez sur le bouton "Retourner les produits" en bas du tableau.
- **Remboursement partiel.** Ne doit être utilisé que quand vous souhaitez rembourser une partie de la commande, et non la commande entière, quelle que soit la raison – ce peut être parce qu'un client vous a renvoyé un produit, ou simplement pour faire un geste commercial pour un produit endommagé que le client a décidé de garder malgré tout.

Quand vous marquez des produits comme ayant été retournés, trois options sont disponibles sous le tableau des produits :

- **Réinjecter.** Une fois coché, PrestaShop considère que le produit renvoyé est remis en vente, et augmentera alors le stock de ce produit.
- **Générer un avoir.** Une fois coché, un avoir sera créé, correspondant au montant des produits sélectionnés. Un avoir est l'indication que vous reconnaissez qu'un produit a été retourné et qu'un remboursement a été mis en place. Le client peut utiliser cet avoir pour son prochain achat.
- **Bon de réduction.** Une fois coché, un bon de réduction sera créé, correspondant au montant des produits sélectionnés. Un bon de réduction prend la forme d'un code de réduction que le client peut saisir lors du processus de commande.

Vous pouvez modifier les bons existants du client en affichant la page du

client : depuis la page de la commande actuelle, cliquez sur le lien sous le nom du client dans la section "Information client" ; une fois sur la page du client, allez dans la section "Bons". Vous pouvez modifier chaque bon en cliquant sur leur icône "Modifier".



Dans PrestaShop 1.5, les bons de réduction font partie d'une nouvelle fonctionnalité : les "règles de paniers". Elles peuvent être créées et modifiées depuis la page "Règles paniers", dans le menu "Promotions". Le processus de création d'une règle panier est expliqué dans le chapitre suivant, "Mettre en place des promotions".



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 forme 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 plus de faire ce que pouvait faire un bon de réduction dans PrestaShop 1.4, le système règles paniers introduit avec PrestaShop 1.5 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 !

Documents

Vous pouvez obtenir de nombreux documents PDF depuis la page de la commande. Une fois rendus disponibles, ils sont listés dans la section "Documents" de la page.

Documents			
Date	Document	Numéro	Montant
24/10/2012	Facture	#FA000001 	626,37 € 
24/10/2012	Bon de livraison	#LI000001 	--


Par défaut, vous pouvez télécharger la commande elle-même au format PDF, en cliquant sur le bouton "Imprimer la commande" en haut à droite.



Vous pouvez récupérer la facture de la commande en cliquant sur le bouton "Générer la facture" de la section "Documents". Une fois généré, le bouton "Afficher la facture" apparaît sous la barre principale.


Une fois que vous avez mis la commande à l'état "Préparation en cours", un bon de livraison en PDF est généré, que vous pouvez ensuite télécharger depuis la section "Documents".

Transport

Les détails de livraison de la commande en cours peuvent être en partie modifiés. Plus précisément, vous pouvez modifier le numéro de suivi : dans la section "Transport", cliquez sur l'icône d'édition de la colonne "Numéro de suivi", et saisissez votre nouveau numéro.

 **Transport**

Emballage recyclé : 
 Paquet cadeau : 

Date :	Type	Transporteur	Poids	Coût du transport	Numéro de suivi
23/10/2012 11:21:47	Delivery	My carrier	0.000 kg	0,00 €	

Adresse de livraison

La section "Adresse de livraison" vous permet de modifier l'adresse de destination du colis que votre équipe s'apprête à envoyer. Vous pouvez soit utiliser la liste déroulante pour choisir une autre des adresses que le client a déjà enregistré dans votre boutique, ou vous pouvez utiliser l'icône "Modifier" pour corriger l'adresse actuellement utilisée.

Si vous avez besoin d'envoyer un colis à une adresse qui n'est pas encore enregistrée dans PrestaShop, vous devez d'abord la créer. Pour ce faire, rendez-vous dans le menu "Clients", ouvrez la page "Adresses", et cliquez sur le bouton "Créer". N'oubliez pas de mettre la bonne adresse e-mail du client, car c'est de cette manière que PrestaShop saura associer la nouvelle adresse avec votre client existant ! Ceci fait, retournez dans la page de la commande, et changez l'adresse à l'aide de la liste déroulante.

Notez l'icône "G" : elle vous permet de localiser l'adresse de destination sur Google Maps.

Adresse de facturation

La section "Adresse de facturation" vous permet de modifier l'adresse de règlement de la commande. De la même manière que pour l'adresse de livraison, vous pouvez soit utiliser la liste déroulante pour choisir une autre des

adresses que le client a déjà enregistré dans votre boutique, ou vous pouvez utiliser l'icône "Modifier" pour corriger l'adresse actuellement utilisée.

The image displays two side-by-side screenshots of the PrestaShop address management interface. The left panel is titled 'Adresse de livraison' (Delivery Address) and the right panel is titled 'Adresse de facturation' (Billing Address). Both panels show a dropdown menu with the selected address 'Mon adresse - 16, Main street 75002 Paris, France', a 'Modifier' button, and a detailed address block for John DOE, My Company, 16, Main street, 2nd floor, 75002 Paris, France, with phone number 0102030405.

Si vous avez besoin que le règlement soit associé à une adresse qui n'est pas encore enregistrée dans PrestaShop, vous devez d'abord la créer. Pour ce faire, rendez-vous dans le menu "Clients", ouvrez la page "Adresses", et cliquez sur le bouton "Créer". N'oubliez pas de mettre la bonne adresse e-mail du client, car c'est de cette manière que PrestaShop saura associer la nouvelle adresse avec votre client existant ! Ceci fait, retournez dans la page de la commande, et changez l'adresse à l'aide de la liste déroulante.

Réduction

Dans la section "Produits", en-dessous de la liste des produits, vous pouvez trouver un tableau vide, avec un bouton "Ajouter une réduction". Cela crée une simple réduction, pas aussi élaborée qu'avec le système règles paniers/bon d'achat, mais reste cependant utile.

149,00 €	1	0	0	15	149,00 €
----------	---	---	---	----	----------

Produits	618,00 €
Transport	8,37 €
Total	626,37 €

Nom de la réduction	Valeur	Action
Nom <input style="width: 80%;" type="text"/>		
Type Pourcentage		
Valeur <input style="width: 80%;" type="text"/> %		
Facture #FA000001 - 626,37 €		
<input type="checkbox"/> Appliquer à toutes les factures		
<i>Si vous décidez de créer cette remise pour toutes les factures, une remise sera créée par commande et leurs factures.</i>		
Ajouter Annuler		

En cliquant sur le bouton, un nouveau formulaire s'ouvre, avec les éléments suivants :

- **Nom.** Donnez un nom à cette réduction. Il sera lisible par le client.
- **Type.** Choisissez un type de réduction : "pourcentage", "montant" ou "livraison offerte".
- **Valeur.** Pour les types "pourcentage" ou "montant", vous devez indiquer la valeur de la réduction.
- **Facture.** Sélectionnez la facture à laquelle cette réduction sera appliquée. S'il y a plus d'une facture, vous pouvez cocher une case afin d'appliquer la réduction à toutes les factures.

Le réduction sera appliquée au total avant l'application des coûts d'expédition.

Attacher un commentaire à la commande



Avec la section "Nouveau message", tout en bas de la page, vous pouvez laisser un commentaire à destination de votre équipe.

Vous pouvez également envoyer ce message à votre client, afin de lui donner des informations relatives à la commande, à un retard, une surprise, ou pour le tenir informé des offres et promotions en cours. C'est là un aspect essentiel de la relation client.

Deux liens sont disponibles :

- Cliquez ici pour ajouter un commentaire ou envoyer un message au client.
 - Vous pouvez ajouter votre message simplement en remplissant le champ texte et en cliquant sur "Envoyer". Le message sera intégré à la base SAV du client, accessible depuis soit le page du client, soit depuis la page du SAV. Le message sera également envoyé à l'adresse e-mail du client si vous en avez fait le choix.
 - Vous pouvez enregistrer des messages pré-écrits et les réutiliser autant de fois que nécessaire, ce que vous économise du temps de rédaction. Pour envoyer l'un de ces messages, sélectionnez-le dans la liste déroulante. Vous pouvez ensuite y ajouter plus de détails si nécessaire.
Vous pouvez créer autant de message pré-écrits que vous le souhaitez à l'aide de l'outil de la page "Message prédéfinis" de la page "Commandes".
- **Cliquez ici pour voir tous les messages.** Ce lien mène à la page du Service Après-Vente, disponible dans le menu "Clients". Cette page est expliquée en détails dans le chapitre "Gérer les clients" de ce guide.

Factures

Chaque fois qu'une commande est validée dans votre boutique, une facture est envoyée au client. Vous pouvez télécharger toutes les factures d'une même commande depuis la page de cette commande. La page "Factures" du menu "Commandes" vous permet de télécharger certaines factures passées au format PDF, d'un seul coup (toutes dans un seul fichier PDF).


Par date

Depuis le : *

Format : 2007-12-31 (inclus)

Jusqu'au : *

Format : 2008-12-31 (inclus)

* Champ requis


Par états

États :

- ☐ ☒ Annulé (0)
- ☐ ☒ En attente de réapprovisionnement (0)
- ☐ ☒ En attente du paiement par chèque (0)
- ☐ ☒ En attente du paiement par PayPal (0)
- ☐ ☒ En attente du paiement par virement bancaire (0)
- ☐ ☒ En cours de livraison (0)
- ☐ ☒ Erreur de paiement (0)
- ☐ ☒ Livré (0)
- ☐ ☒ Paiement à distance accepté (0)
- ☐ ☒ Paiement accepté (0)
- ☐ ☒ Préparation en cours (1)
- ☐ ☒ Remboursé (0)

Vous pouvez aussi exporter les commandes qui n'ont pas encore été payées (☒).

Vous pouvez récupérer de plusieurs factures en fonction de deux critères :

- **Par date.** Très utile quand vous avez besoin d'imprimer toutes les factures d'un mois donné ou d'un trimestre donné. Sélectionnez les dates de début et de fin, et cliquez sur "Générer un fichier PDF par date" dans la barre supérieur.
- **Par états.** Nécessaire dans le cas où vous avez besoin d'imprimer précisément les commandes qui ont été annulées, remboursées ou en rupture de stock. Pour vous aider, PrestaShop vous indique le nombre de factures liées à chaque état, entre parenthèse.

Dans les deux cas, les factures sont générées au sein d'un même fichier PDF, chacune sur sa propre page. Vous ne pouvez pas obtenir un fichier PDF par facture à l'aide de cette page.

Options des factures


Vous pouvez choisir si les factures doivent être ou non imprimées dès que la commande est passée, de même que le préfixe de la facture et numéro facture que vous souhaitez voir apparaître dans la version imprimée de la section. Cette fonctionnalité peut vous aider à gérer votre compte.

Options des factures

Activer les factures : ☒ Oui ☐ Non
Activer ou désactiver la prise en charge des factures

Préfixe : 
Préfixe utilisé pour la numérotation des factures

Numéro facture :
La prochaine facture commencera à ce numéro, qui augmentera à chaque nouvelle facture. Mettez un zéro si vous souhaitez conserver le numéro actuel (n°2).

Texte libre : 
Ce texte apparaîtra au bas de la facture

Modèle de facture : 
Choisissez un modèle de facture ci-dessus

Utiliser le cache disque pour les factures PDF ☒ Oui ☐ Non
Economise de la mémoire mais ralentit la vitesse de génération des factures.

- **Activer les factures.** Si vous désactivez cette option, votre client ne recevra plus sa facture lors de son achat. Il vous reviendra de la lui envoyer, si le client en demande une.
- **Préfixe.** Par défaut, PrestaShop utilise des préfixes adaptés à langue pour ses factures : "IN" en anglais ("invoice"), "FA" en français, "CU" en espagnol (pour "cuenta"), etc. Vous pouvez préférer utilise des préfixe par langue : "EN", "FR", "SP", etc. Bien sûr, vous pouvez également choisir d'avoir un préfixe pour tous les cas, ou pas de préfixe du tout.
- **Numéro facture.** Si votre société a déjà eu des commandes et facture avant que vous ne vous lanciez avec PrestaShop, vous pouvez utiliser

cette option pour commencer la numération de vos factures à un certain nombre.

- **Texte libre.** Vous pouvez ajouter du texte personnalisé en bas de toutes vos factures. Le texte apparaîtra sous le nom de votre boutique dans la facture.
- **Modèle de facture.** En fonction de vos thèmes, vous pourriez avoir plus d'un style de facture. Testez-les avec une fausse commande, afin de choisir celui qui vous préférez. Si vous savez écrire du HTML, vous pouvez ajouter vos propres modèles de facture ou modifier ceux déjà en place : ils se trouvent dans le dossier `/pdf` de votre installation de PrestaShop.
- **Utiliser le cache disque pour les factures PDF.** Vous pouvez choisir de stocker les factures générées sur le disque du serveur de PrestaShop plutôt que sur son cache. Cela permet de préserver de la mémoire, mais cela ralentit la génération de fichiers PDF. De fait, utilisez cette option en toute connaissance de cause.

N'oubliez pas d'enregistrer vos modifications.

Quand les clients souhaitent obtenir leurs factures, vous pouvez les rediriger vers leurs comptes utilisateurs, dans leur historique des commandes, qui garde toutes les factures qui leur sont liés.

Retours produits

Avec la page "Retours produits", vous avez la possibilité d'autoriser les clients à vous renvoyer des produits. Activez ou non la possibilité de retours de produits, le nombre de jours après réception durant lesquels le client peut renvoyer un produit, et enregistrez.

Options des retours produits

Activer les retours : ☒ Oui ☐ Non

Activer ou désactiver la prise en charge des retours produits

Nombre de jours :

Nombre de jours après la date de livraison pendant lesquels le client peut retourner ses produits

Une fois que vous avez activé cette option dans votre back Office, le client peut choisir de renvoyer un produit (à condition d'être toujours dans les délais choisis). Pour ce faire, il doit :

1. Accéder à son historique de commandes, depuis son compte.
2. Sélectionner la commande contenant le produit qu'il veut renvoyer.
3. Sélectionner le(s) produit(s) qu'il veut renvoyer en cochant la case à côté de leur(s) nom(s).
4. (facultatif) Ajouter une explication, afin que vous compreniez pourquoi la commande est renvoyée.

Retour de marchandise

Si vous désirez nous retourner un ou plusieurs produits, veuillez cocher chacun d'entre eux et spécifier un motif de retour, puis valider.

Je vous en ai déjà acheté un.

Générer un retour

Une fois ce formulaire rempli, le client clique sur "Faire un retour produit", et la requête vous est envoyée.

🏠 > Mon compte > Retour produits

Retour produits

Voici la liste des retours produits en cours.

RETOUR	COMMANDE	ÉTAT DU RETOUR	DATE D'ÉMISSION	ETIQUETTE DE RETOUR
n°000001	n°000001	En attente de confirmation	24/10/2012	--

👤 Retour à votre compte

🏠 Accueil

Une liste de retours produits apparaîtra sur votre back-office.

ID	ID commande	État	Date d'émission
1	1	En attente de confirmation	24/10/2012

Il vous revient maintenant d'accepter ou refuser ce retour produit :

- Cliquez sur le nom du retour pour avoir plus de détails.

- Changez le statut pour continuer le processus de retour produit.

 Retour produit

Client : John DOE
 Plus d'informations sur la fiche client

Commande : Commande n°1 du 24/10/2012
 Plus d'informations sur la fiche commande

Motif de retour : Je vous en ai déjà acheté un.

État :
État actuel du retour produit


Produits :

Référence	Nom du produit	Quantité	Outils
	iPod touch - Capacité: 32Go	1	

Liste des produits contenus dans le colis

Bons de livraison

Un bon de livraison est une notification de livraison. Il est censé se trouver dans le colis, aux côtés des produits livrés. Il a le logo de votre boutique, et indique le contenu du colis. À la réception du colis, le client peut utiliser le bon de livraison pour vérifier le contenu, voir s'il manque quelque chose à sa commande initiale.

 Imprimer un PDF des bons

Depuis le : *

Format : 2007-12-31 (inclus)

Jusqu'au : *

Format : 2008-12-31 (inclus)

* Champ requis

Le fait d'obtenir un bon de livraison revient à obtenir une facture. Sélectionnez les dates, ainsi que les options que vous souhaitez appliquer, puis confirmez le tout pour créer vos documents.

Vous pouvez obtenir un fichier PDF pour plusieurs bon de livraison en fonction de la date, ce qui se révèle très utile quand vous avez besoin d'imprimer tous les

bons de livraison pour une journée donnée ou un trimestre donné. Sélectionnez les dates de début et de fin, et cliquez sur le bouton "Générer un fichier PDF".

Options des bons de livraison

Les options sont les mêmes que les options des factures :

- **Préfixe de livraison.** Par défaut, PrestaShop utilise des préfixes adaptés à langue pour ses factures : "IN" en anglais ("*invoice*"), "FA" en français, "CU" en espagnol (pour "*cuenta*"), etc. Vous pouvez préférer utilise des préfixe par langue : "EN", "FR", "SP", etc. Bien sûr, vous pouvez également choisir d'avoir un préfixe pour tous les cas, ou pas de préfixe du tout.
- **Numéro des bons.** Si votre société a déjà eu des commandes et facture avant que vous ne vous lanciez avec PrestaShop, vous pouvez utiliser cette option pour commencer la numération de vos factures à un certain nombre.

PrestaShop générera des bons numérotés en fonction de vos réglages : "#DE000001", "#LI000002", etc.

N'oubliez pas d'enregistrer vos modifications.

Créer un avoir

Suite à votre acceptation d'un retour produit demandé, vous devriez recevoir un colis en provenance du client. Une fois le produit entre vos mains, vous **devez** créer un avoir. La page "Avoirs" ne permet pas d'en créer, elle ne fait que les lister.

Dans la liste de vos commandes (page "Commandes"), cliquez sur la commande contenant le produit qui vous a été renvoyé pour avoir plus de détails.

En dessous du tableau "Produits" :

1. Cochez les articles renvoyés.
2. Cochez la case "Re-stocker les produits" si vous souhaitez remettre les produits dans votre stock.
3. Cochez la case "Générer un avoir".
4. Pour faire plaisir à un client malgré une erreur dans sa commande, pensez à lui offrir un bon de réduction en cochant la case "Générer un bon".
5. Vous pouvez aussi rembourser ses frais de port en cliquant sur "Inclure les frais de port".

Une fois que vous avez sélectionné toutes les options que vous désirez, confirmez en cliquant sur "Remboursement de produits".

L'avoir est désormais créé et disponible dans les détails de la commande, ainsi que dans la page "Avoirs".

De là, vous pouvez cliquer sur le lien pour télécharger le fichier PDF.

Votre client verra l'avoir dans son espace utilisateur.

Si vous avez créé un bon de réduction, il le verra dans la section "Mes bons de réduction" dans son compte utilisateur. S'il clique dessus, la page dédiée apparaîtra.

Le montant des articles renvoyés est ajouté au bon de réduction. Le client peut utiliser différents codes de réduction (à gauche de la rangée) la prochaine fois qu'il passe une commande.

Statuts

Avoir différents statuts/états de commande vous permet de gérer facilement vos commandes et retours, et garder vos clients informés de l'évolution de leur commande.

Ces différents statuts sont visibles et modifiables dans la page "Statuts" du menu "Commandes".

ID	Nom	Icône	Envoyer un e-mail au client	Facture	Modèle d'e-mail	Actions
1	EN ATTENTE DU PAIEMENT PAR CHÈQUE		✓	✗	cheque	
2	PAIEMENT ACCEPTÉ		✓	✓	payment	
3	PRÉPARATION EN COURS		✓	✓	preparation	
4	EN COURS DE LIVRAISON		✓	✓	shipped	
5	LIVRÉ		✗	✓		
6	ANNULÉ		✓	✗	order_canceled	
7	REMBOURSÉ		✓	✗	refund	
8	ERREUR DE PAIEMENT		✓	✗	payment_error	
9	EN ATTENTE DE RÉAPPROVISIONNEMENT		✓	✓	outofstock	
10	EN ATTENTE DU PAIEMENT PAR VIREMENT BANCAIRE		✓	✗	bankwire	
11	EN ATTENTE DU PAIEMENT PAR PAYPAL		✗	✗		
12	PAIEMENT À DISTANCE ACCEPTÉ		✗	✓		

La page affiche la liste de tous les statuts de commande enregistrés, avec :

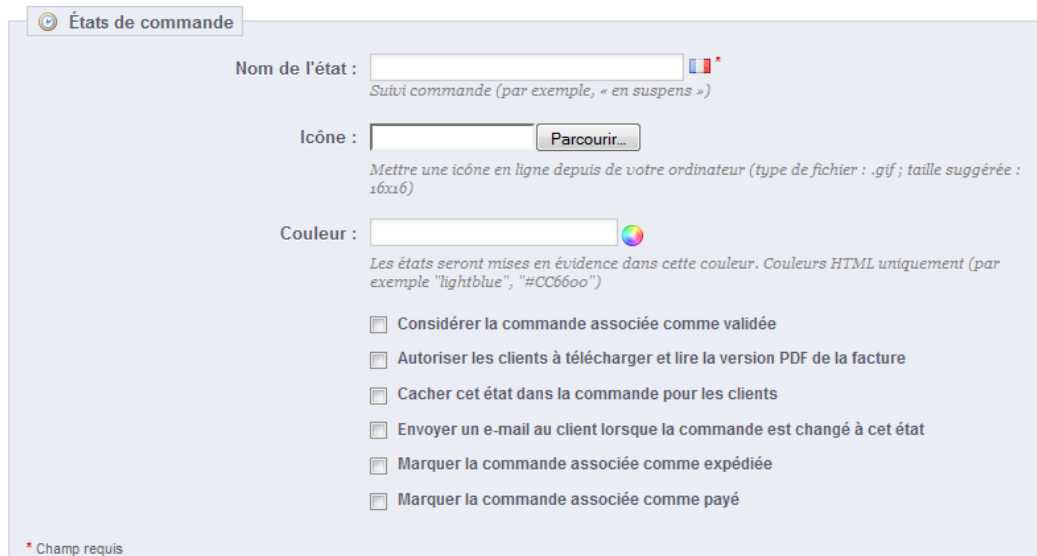
- Leurs couleurs distinctes : les statuts en place disposent d'une couleur qui vous aide à rapidement vous rendre compte s'il y a un problème la commande ou si tout se déroule normalement.
- Leurs icônes.
- Leurs liens avec deux comportements de PrestaShop (il y en a d'autres) :
 - Le client doit-il recevoir un e-mail quand la commande passe à ce statut/état ?
 - Ce statut/état permet-il à l'utilisateur de télécharger une version PDF de la facture ?
- Le nom du modèle d'e-mail : vous pouvez modifier ces modèles, langue par langue, dans la page "Traductions" du menu "Localisation". Dans la section "Modifier les traductions" de cette page, choisissez "Traduction modèles d'e-mails" dans le menu déroulant, puis cliquez sur le drapeau de la langue dans laquelle vous voulez modifier ces modèles.
- Leurs icônes d'actions : "modifier" et "supprimer".

La liste des états de retour présente moins d'information, car ces statuts sont tout au plus des étiquettes sans réel impact sur la commande.


ID	Nom	Actions
1	EN ATTENTE DE CONFIRMATION	
2	EN ATTENTE DU COLIS	
3	COLIS REÇU	
4	RETOUR REFUSÉ	
5	RETOUR TERMINÉ	

Créer un nouveau statut

Vous pouvez bien sûr créer un nouveau statut, en cliquant sur le bouton "Nouveau".




États de commande

Nom de l'état :  *

Suivi commande (par exemple, « en suspens »)

Icône :

Mettre une icône en ligne depuis de votre ordinateur (type de fichier : .gif ; taille suggérée : 16x16)

Couleur : 

Les états seront mises en évidence dans cette couleur. Couleurs HTML uniquement (par exemple "lightblue", "#CC6600")

☐ Considérer la commande associée comme validée

☐ Autoriser les clients à télécharger et lire la version PDF de la facture

☐ Cacher cet état dans la commande pour les clients

☐ Envoyer un e-mail au client lorsque la commande est changé à cet état

☐ Marquer la commande associée comme expédiée

☐ Marquer la commande associée comme payé

* Champ requis

Remplissez le formulaire :

- **Nom de l'état.** Utilisez un nom court et représentatif.
- **Icône.** Vous pouvez utiliser n'importe quelle icône 16*16 pixels. Par exemple, le jeu d'icône Silk de FamFamFam (<http://www.famfamfam.com/lab/icons/silk/>) est excellent et gratuit.
- **Couleur.** Vous devez vous efforcer de donner à votre statut une couleur qui correspond aux couleurs déjà en place (si c'est cohérent). Les couleurs par défaut sont :
 - Rouge/Orange : commande annulée ou remboursée,
 - Rouge pourpre : erreur de règlement,
 - Bleu : commandes qui attendent encore leur règlement,
 - Vert clair : commandes payées,
 - Vert sombre : commandes livrées,
 - Violet : commandes expédiées,
 - Rose : rupture de stock.
- Les options :

- **Considérer la commande associée comme validée.** Si l'option est activée, ce statut marquera les commandes associées comme étant payées, et les mettre dans le statut adéquat.
- **Autoriser les clients à télécharger et lire la version PDF de la facture.** Si l'option est désactivée, vous devrez vous-mêmes envoyer leurs factures à vos clients.
- **Cacher cet état dans la commande pour les clients.** Permet de créer des statuts internes, réservés à vous et votre équipe. Les clients ne verront jamais de statut dans leur page de commande.
- **Envoyer un e-mail au client lorsque la commande est changée à cet état.** Si l'option est activée, un menu déroulant apparaît pour vous permettre de choisir un modèle d'e-mail à utiliser.
- **Marquer la commande associée comme expédiée.** Soyez prudent : une fois qu'une commande est marquée comme étant livrée, elle ne peut pas revenir en arrière.
- **Marquer la commande associée comme payé.** Même chose ici : une fois qu'une commande est marquée comme étant payée, elle ne peut pas revenir en arrière.

Créer un nouvel état de retour

Vous pouvez créer un nouvel état de retour avec le bouton "Créer" situé en bas. Le formulaire de création s'ouvre.

Il ne comprend que deux champs : donnez-lui le nom que vous voulez, assignez-lui une couleur, et enregistrez votre création.

Messages prédéfinis

Lorsque vous avez envoyé un message à vos clients en utilisant l'interface PrestaShop, 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 "Message prédéfinis" du menu "Commandes".
Un message est déjà enregistré par défaut : "Délai".

ID	Nom	Message	Actions
1	Délai	Bonjour, Un des éléments de votre commande est actuellement en réapprovisionnement, ce qui peut légèrement retarder son envoi. Merci de votre compréhension. Cordialement,	

Pour en ajouter d'autres, cliquez sur le bouton "Créer". Vous pouvez également modifier le message par défaut.

Messages prédéfinis

Nom : Délai

Message :

Bonjour,

Un des éléments de votre commande est actuellement en réapprovisionnement, ce qui peut légèrement retarder son envoi.

Merci de votre compréhension.

Cordialement,

* Champ requis

Le formulaire va à l'essentiel :

- **Nom.** Indiquez l'objet de votre message, de sorte à ce 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 "Enregistrer".

Vous pouvez créer autant de messages que vous voulez.

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


- Sélectionnez le message.
- Modifiez-le si besoin est.
- Cliquez sur "Envoyer".

Votre client recevra le message sur le compte e-mail association à son compte utilisateur.

Gérer les clients

Vous devez prendre bien soin de vos clients. Cela signifie s'assurer que leur profil contient toutes les informations nécessaires pour leur envoyer leurs achats, répondre à leurs demandes au fur et à mesure, créer des groupes auxquels vous pouvez appliquer des réductions, savoir quels sont les paniers d'achat validés et ceux qui ont été abandonnés, et plus encore.

Le menu "Clients" vous permet de vérifier les détails des comptes de vos utilisateurs, de créer des groupes auxquels vous pouvez appliquer des réductions, afficher les paniers en cours, gérer le service après-vente.

 Lors de sa première installation avec des données de démonstration, PrestaShop crée un utilisateur par défaut, nommé John Doe.

Vous pouvez utiliser cet utilisateur pour tester les fonctionnalités de votre boutique, et plus généralement pour en parcourir les pages comme le ferait un utilisateur normal.

Pour vous connecter à votre boutique avec ce compte, utilisez ces identifiants :

- Adresse e-mail : pub@prestashop.com
- Mot de passe : 123456789

Avant d'ouvrir votre boutique au grand public, supprimez cet utilisateur par défaut, ou au moins changez ses identifiants ! En effet, des utilisateurs malveillants pourraient s'en servir pour créer de fausses commandes, voire pire.

Vos clients

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


ID	Titre de civilité	Nom	Prénom	Adresse e-mail	Âge	Activé	Newsletter	Options	Inscription	Connexion	Actions
--	--				--	--	--	--	De	--	--
3		Dubonnet	Jérémie	jd@prestashop.com	-	✓	✗	✗	25/10/2012		
2		Doe	Jane	jane@prestashop.com	-	✓	✗	✗	24/10/2012		
1		DOE	John	pub@prestashop.com	42	✓	✓	✓	23/10/2012 18:10:40		

Celle 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.** Le client peut indiquer leur titre de civilité, qui peut être généré ou non, et peut vous aider à mieux personnaliser l'utilisation de votre boutique par vos clients. Il y a quatre titres de civilité par défaut : "M.", "Mme" et "Melle", mais vous pouvez en créer d'autres à l'aide de la page "Titres de civilité du menu "Clients".
- **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.
- **Activité.** 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 un client 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.

Créer un nouveau compte d'utilisateur

Pour créer vous-même un nouvel utilisateur, cliquez sur le bouton "Créer". Le formulaire s'ouvre.

 **Client**

Titre de civilité : ☐ M. ☐ Mme ☐ Melle

Prénom : *



Nom : *




Adresse e-mail : *




Mot de passe : *

5 caractères min., uniquement lettres, chiffres, ou _

Date de naissance : - -

État : ☒  ☐ 
Autoriser ou non ce client à se connecter

Newsletter : ☐  ☒  
Client abonné à la newsletter

Opt-in : ☐  ☒  
Client acceptant de recevoir des publicités

Groupe d'accès :

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

*
Cochez tous les groupes auxquels appartient le membre

Groupe par défaut :

Seule la remise du groupe sélectionné s'appliquera au client

Remplissez ses différents champs :

- **Titre de civilité.** Choisissez l'un de ces disponibles, ou créez-en un nouveau avec la page "Titres de civilité" du menu "Clients".
- **Prénom, Nom, Adresse e-mail.** Ces informations sont essentielles : les noms sont utilisés dans les e-mails que PrestaShop envoie, et l'adresse e-mail est utilisée pour la connexion.
- **Mot de passe.** Choisissez un mot de passe, d'au moins 5 caractères de long.
- **Date de naissance.** Cette information peut être utilisée pour les e-mails d'anniversaire, et les promotions temporaires.
- **État.** Vous pourriez souhaiter créer un compte, mais ne pas l'activer aussitôt.

- **Newsletter.** Peut être utilisé par le module "Newsletter" pour envoyer régulièrement vos dernières informations aux clients qui en ont fait la demande.
- **Opt-in.** Peut être utilisé par des modules pour envoyer régulièrement des promotions de vos partenaires aux clients qui en ont fait la demande. **N'inscrivez pas un client à ces messages sans leur accord, car cela peut être considéré comme du spam.**
- **Groupe d'accès.** Le fait de créer des groupes de client vous permet de créer des promotions pour ces groupes. De nombreuses fonctionnalités de PrestaShop peuvent être appliquées à un certain groupe seulement. Vous en apprendrez plus sur les groupes dans la section "Groupes" du présenter chapitre.
- **Groupe par défaut.** Quel que soit le nombre de groupe auxquels le client appartient, il doit toujours appartenir à un groupe principal.

Afficher les informations relatives à un client

Dans le cas où vous voudriez avoir plus d'information 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.

John DOE
pub@prestashop.com

ID : 000001
Date d'inscription : 23/10/2012 11:21:11
Dernière visite : 23/10/2012 18:10:40
Rang : 2

Newsletter :

Opt-in :

Âge : 42 inconnu

Dernière mise à jour : 23/10/2012 11:21:11
État :

Ajoutez une note privée

Cette note sera affichée pour tous les employés, mais pas au client.

Enregistrer

Messages (0)

John DOE ne vous a jamais contacté

Groupes (1)

ID	Nom
3	Client

Commandes (1)

Commandes valides : 1 pour 1 252,74 €

ID	Date	Paiement	État
1	23/10/2012	Chèque	Livré

Produits (2)

Date	Nom
------	-----

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".

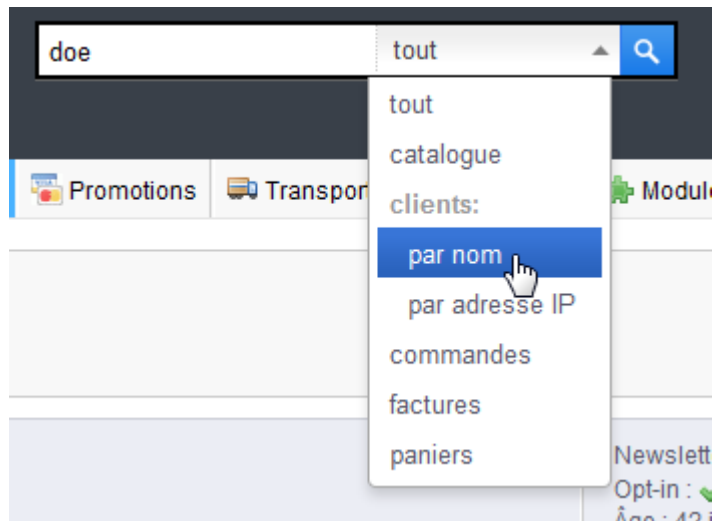
- Résumé des produits qui ont été commandés par un client. Entre autres choses, cela vous permet de savoir quand un client aime beaucoup un certain produit, et donc par exemple de lui créer une réduction pour sa 10e commande. En cliquant sur le produit, vous êtes renvoyé vers la commande à laquelle ce 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

Vous avez deux manières de chercher un client dans votre boutique PrestaShop.

La première méthode consiste à saisir les informations dont vous disposez dans le moteur de recherche interne, qui se trouve tout en haut de votre back-office. En sélectionnant "tout", "par nom" ou "par adresse IP", vous pouvez lancer des recherches sur :

- ID. Le nombre assigné au client dans votre base de données.
- Prénom ou nom. Notez que vous ne pouvez pas lancer une recherche sur les deux combinés : utilisez "john" ou "doe", car "john doe" ne donnera pas de résultat.
- Adresse e-mail.
- Adresse IP. Vous pouvez lancer une recherche avec l'adresse IP de sa dernière connexion à votre boutique.



Les résultats, s'il y en a, sont affichés ensuite : la liste vous donne l'ID des utilisateurs, avec titre de civilité, adresse e-mail, anniversaire, date d'inscription, nombre de commande et état du compte. De là, vous pouvez accéder à la page complète de l'utilisateur, ou en modifier les détails.

Clients correspondant à votre requête : **doe**

ID	Titre	Prénom	Nom	Adresse e-mail	Date de naissance	Date d'inscription	Commandes	Activé	Actions
1		John	DOE	pub@prestashop.com	15/01/1970	23/10/2012	1		
2		Jane	Doe	jane@prestashop.com	0000-00-00	24/10/2012	0		

La seconde méthode consiste à 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 "Filtrer" situé du côté droit du tableau. Vous pouvez ensuite trier la liste en fonction de chaque colonne.



Page 1 / 1 | Afficher 50 / 1 résultat(s) Réinitialiser Filtre

ID	Titre de civilité	Nom	Prénom	Adresse e-mail	Âge	Activé	Newsletter	Options	Inscription	Connexion	Actions
--	--	dubo			--	--	--	--	De	À	--
3		Dubonnet	Jérémie	jd@prestashop.com	-				25/10/2012		

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

Adresses

En cliquant sur le sous-onglet "Adresses" vous aurez accès à la liste des adresses du domicile de vos clients. Vous pouvez les modifier en utilisant sur le bouton "Modifier", ou les supprimer.

ID	Prénom	Nom	Adresse	Code postal	Ville	Pays	Actions
--	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	--	--
2	John	DOE	16, Main street	75002	Paris	France	 







Vous avez également la possibilité d'en ajouter vous-même avec le bouton "Créer".

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

PrestaShop vous donne la possibilité d'offrir certains privilèges à vos clients, en les assignant à des groupes. Vous pouvez créer autant de groupe de clients que vous le souhaitez, et leur assigner autant de clients que nécessaire.

Tout se passe dans la page "Groupes" du menu "Clients".

ID	Nom	Réduction (%)	Membres	Afficher les prix	Date de création	Actions
--	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	--	De <input type="text"/> À <input type="text"/>	--
1	Visiteur	0.00 %	0	✓	23/10/2012	 
2	Invité	0.00 %	0	✓	23/10/2012	 
3	Client	0.00 %	3	✓	23/10/2012	 

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 remplacent le groupe "Défaut" de PrestaShop 1.4, qui s'appliquait à tous les utilisateurs. Ils ne peuvent pas être supprimés.

Pour créer d'autres groupes, cliquez sur "Créer", vous aurez alors accès au formulaire de création :

The screenshot shows the 'Groupe clients' (Client Group) creation form in PrestaShop. It contains the following elements:

- Nom :** A text input field for the group name, with a small French flag icon and an asterisk indicating it is required.
- Réduction (en %) :** A numeric input field set to '0'. Below it, a note states: 'Appliquera automatiquement une réduction sur TOUS les produits de la boutique pour les membres appartenant à ce groupe.'
- Affichage des prix :** A dropdown menu currently set to 'Taxes incluses'. Below it, a note states: 'Comment afficher les prix pour ce groupe de client dans le détail de commande (taxes incluses / exclues).'
- Afficher les prix :** Three radio buttons: a selected blue one, a green one with a checkmark, and a red one with an 'X'. Below them, a note states: 'Les clients membres de ce groupe peuvent voir les prix'.


- **Nom.** Utilisez un nom court et descriptif.
- **Réduction (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-qu'el, ou ajouter un réglage par module ou par catégorie en cliquant soit sur le bouton enregistrer, soit sur "Enregistrer puis créer une réduction sur une catégorie".


Dans ce second cas, 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 :
 - 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 client – ce qui vous permet d'appliquer à ce groupe un jeu totalement différent de réduction en comparaison avec les autres clients, si besoin est.
- **Restrictions sur les modules.** 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 déplacer des modules du panneau de gauche ("Modules autorisés") vers celui de droite ("Modules non autorisés") soit en les glissant de l'un à l'autre avec votre souris, soit en sélectionnant les modules un à la fois en cochant leur case puis en cliquant sur le bouton "Ne pas autoriser" en bas.

Groupe clients

Nom : 










Réduction (en %) :
Appliquera automatiquement une réduction sur TOUS les produits de la boutique pour les membres appartenant à ce groupe.

Affichage des prix : 
Comment afficher les prix pour ce groupe de client dans le détail de commande (taxes incluses / exclues).

Afficher les prix : ☒  ☐ 
Les clients membres de ce groupe peuvent voir les prix

Réduction sur une catégorie :

Restrictions sur les modules :

Modules autorisés :	Modules non autorisés :
<input type="checkbox"/>  Virement bancaire	
<input type="checkbox"/>  Bloc publicité	
<input type="checkbox"/>  Bloc meilleures ventes	
<input type="checkbox"/>  Bloc panier	
<input type="checkbox"/>  Bloc catégories	
<input type="checkbox"/>  Bloc CMS	
<input type="checkbox"/>  Bloc contact	
<input type="checkbox"/>  Bloc infos contact	
<input type="checkbox"/>  Bloc devises	

Tout sélectionner Tout sélectionner













Ne pas autoriser >> << Autoriser

Vous pouvez ajouter un client à un groupe de votre choix en cliquant sur l'icône "Modifier" dans la ligne correspondante. Puis, dans le tableau groupe, sélectionnez le groupe auquel vous souhaitez que votre client appartienne.


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.


ID	ID Commande	Client	Total	Transporteur	Date	En ligne	Actions
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	--	<input type="text"/>	De <input type="text"/> À <input type="text"/>	--	--
1	1	J. DOE	618,00 €	My carrier	23/10/2012 11:21:21		 
2	--	J. DOE	79,00 €		23/10/2012 18:09:58		 
3	--	J. DOE	79,00 €	My carrier	23/10/2012 18:13:23		 
4	--	J. DOE	378,10 €	My carrier	24/10/2012 16:29:21		 
5	--	J. Doe	189,05 €	My carrier	24/10/2012 17:08:21		 
6	--	J. DOE	189,05 €	My carrier	24/10/2012 17:09:58		 

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


 John DOE - Panier n°000001 du 2012-10-24 16:29:22


 Informations client

John DOE n°1
pub@prestashop.com
Compte créé le : 23/10/2012
Commandes validées : 1
Total payé depuis la création du compte : 626,37 €

 Informations commande

Commande n°1
Passée le : 23/10/2012

 Détail du panier

Produit	PU	Quantité	Stock	Total
iPod touch Capacité : 32Go	469,00 €	1	40	469,00 €
 Écouteurs à isolation sonore Shure SE210	149,00 €	1	15	149,00 €
Total produits :				618,00 €
Total frais de port :				2,39 €
Total :				620,39 €

Conformément au groupe de ce client, les prix sont affichés : toutes taxes comprises

L'information principale 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.

Service Après-Vente

PrestaShop vous permet de centraliser toutes les requêtes de vos clients. Cela vous aide à connaître les demandes pour lesquelles il n'y a pas encore de réponse, plutôt que de vérifier si l'un des destinataires de l'e-mail a déjà répondu.

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.

Webmaster <i>Si un problème technique survient sur le site</i> Pas de nouveau message	Service client <i>Pour toute question ou réclamation sur une commande</i> 1 nouveau message	Signification de l'état ● Ouvert ● Terminé ● En attente 1 ● En attente 2	Service client : Statistiques Nombre total de sujets : 1 Sujets en attente : 0 Total de messages de clients : 1 Total de messages d'employés : 0 Sujets non lu : 1 Sujets clos : 0
--	--	---	---

Page 1 / 1 | Afficher 50 / 1 résultat(s) Réinitialiser Filtre

ID	Client	E-mail	Type	Langue	État	Employé	Messages	Dernier message	Actions
1	John DOE	pub@prestashop.com	Service client	Français (French)	●	--	Ce produit fonctionne mal.	2012-10-25 15:14:52	

✓ Les discussions ne sont traitées par l'outil de gestion client qu'à condition que le contact utilisé a activé l'option "Enregistrer sur le service client?". Ce réglage peut être activé en passant par la page "Contacts" du menu "Clients". Cette page est expliquée en détail dans la section suivante du présent chapitre.

Si l'option est désactivée pour le contact choisi par le client, le message ne sera envoyé que sur l'adresse e-mail du contact, et ne sera pas stockée au sein de PrestaShop.

Vous devez également configurer correctement les options IMAP, afin que PrestaShop puisse récupérer les réponses du client aux e-mails qui lui sont envoyés par l'outil de SAV. Ces réglages se font dans la section "Options de SAV".

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 "Service client : 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 prédéfini.** Le 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.

Enfin, le bas de la page présente les "Options de SAV", où vous pouvez mettre en place tous les réglages relatifs à votre serveur de messagerie (IMAP).

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.

 **John DOE**

ID client : 1

Envoyé le : 25/10/2012 15:14:52

Navigateur : Mozilla/5.0 (Windows NT 6.1; rv:16.0) Gecko/20100101 Firefox/16.0

Commande n° 1


Produit n° 5

Sujet : Service client

ID discussion : 1

ID message : 1

Message : Ce produit fonctionne mal.



 Répondre à ce message

Commandes

ID	Date	Produits	Total payé	Paiement	État	Actions
1	2012-10-23 11:21:47	2	1252.74	Chèque	Livré	

Commandes validées : 1 pour 1 252,74 €

Produits

Date	ID	Nom	Quantité	Actions
23/10/2012 11:21:47	5	iPod touch - Capacité: 32Go	1	
23/10/2012 11:21:47	7	Écouteurs à isolation sonore Shure SE210	1	

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

- **Transférer cette discussion à l'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 la liste déroulante pour la lui attribuer. Cet autre employé recevra une notification.
- **Changer l'état du message.** Vous pouvez appliquer une poignée d'état à la discussion, chacun avec son code couleur afin de vous aider à rapidement les trier et donc les traiter plus rapidement. Il y a 4 états disponibles :
 - **Ouvert.** Le problème est encore en cours, ou aucune réponse n'a été donnée.
 - **Terminé.** Le problème a été résolu.
 - **En attente 1** et **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".
- Vous avez accès aux détails essentiels :
 - Nom du client (utilisé comme titre de section) et identifiant.
 - **Envoyé le.** La date du dernier message de cette conversation.
 - **Navigateur utilisé.** Cette information peut se révéler très utile quand il s'agit de traiter un problème sur votre front-office.
 - **Sujet.** Le sujet par défaut de la conversation est celui choisi par le client lorsqu'il a repris le formulaire de contact. S'il se trouve que ce n'était pas le choix, vous pouvez le modifier à l'aide de la liste déroulante. Par exemple, le client choisi d'écrire à "Service client", et en cours de discussion vous vous rendez compte qu'il s'agit d'un problème à traiter par "Webmaster".
 - **ID discussion** et **ID message.** Ces informations vous aident à connaître le nombre de message échangé pour parvenir à une conclusion satisfaisante.
 - **Message.** Enfin, le message lui-même.

Cliquez sur "Répondre à ce message" pour afficher un formulaire contenant votre réponse par défaut. Le message par défaut est configuré dans la page "Contacts".

Options de SAV

Options de SAV

URL IMAP

URL pour le serveur Imap (mail.serveur.com)

Port IMAP

143

Port à utiliser pour se connecter le serveur IMAP

Utilisateur IMAP

Utilisateur pour se connecter le serveur IMAP

Mot de passe IMAP

Mot de passe à utiliser pour se connecter le serveur IMAP

Supprime les messages

☒ Oui
 ☒ Non

Supprime le message après la synchronisation. Si vous n'avez pas activé cette option, la synchronisation sera plus longue

Options IMAP (/norsh)

☒ Oui
 ☒ Non

Ne pas utiliser rsh ou ssh pour établir une session de pré-identification IMAP

Options IMAP (/ssl)

☒ Oui
 ☒ Non

Utilise Secure Socket Layer pour crypter la session

Options IMAP (/validate-cert)

☒ Oui
 ☒ Non

Valide les certificats depuis le serveur TLS/SSL

Options IMAP (/novalidate-cert)

☒ Oui
 ☒ Non

Ne pas valider les certificats depuis le serveur TLS/SSL, nécessaire si le serveur utilise des certificats auto-signés

Options IMAP (/tls)

☒ Oui
 ☒ Non

Force l'utilisation de start-TLS pour chiffrer la session et rejette les connexions aux serveurs qui ne le supporte pas

Options IMAP (/notls)

☒ Oui
 ☒ Non

N'utilise pas start-TLS pour chiffrer la session, y compris avec les serveurs qui le supporte

Cette section vous permet de configurer précisément les accès de PrestaShop à votre serveur e-mail, par le biais de son interface IMAP. Vous devriez vous assurer que tous les champs sont correctement remplis afin que l'outil de gestion du support client puisse fonctionner correctement. La plupart de ces informations doivent vous avoir été fournies par votre hébergeur.

- **URL IMAP, Port IMAP, Utilisateur IMAP et Mot de passe IMAP.** Ces informations sont essentielles pour accéder à votre serveur de message via le protocole IMAP.

- **Supprime les messages.** En activant cette option, vous indiquez que vous souhaitez que les messages soient effacés du serveur dès que PrestaShop les a récupérés. À utiliser avec prudence : cela rendrait vos messages inaccessibles à tout autre client e-mail.
- **/norsh.** En activant cette option, la connexion à votre serveur e-mail n'est plus authentifiée. Non recommandé.
- **/ssl.** En activant cette option, la connexion à votre serveur e-mail n'est plus chiffrée. Non recommandé.
- **/validate-cert.** En activant cette option, PrestaShop forcera la validation du certificat TLS/SSL sur serveur.
- **/novalidate-cert.** En activant cette option, PrestaShop n'essayera jamais de valider le certificat TLS/SSL sur serveur. C'est une option essentielle pour vos certificats auto-signés (*self-signed certificate*).
- **/tls.** En activant cette option, PrestaShop forcera l'utilisation de StartTLS pour chiffrer la connexion. Les serveurs qui n'acceptent pas StartTLS seront rejetés.
- **/notls.** En activant cette option, PrestaShop n'utilisera pas le chiffrement StartTLS pour cette session, même si le serveur l'accepte.

Contacts

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

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

ENVOYEZ UN MESSAGE

Objet

Service client ▼

Votre adresse e-mail

pub@prestashop.com

Numéro de commande

1 -- 23/10/2012 ▼

Produit

iPod touch - Capacité: 32Go ▼

Fichier

Parcourir...

Message


Ce produit fonctionne mal.

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.

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.

 Options de contact

Autoriser la mise en ligne de fichiers ☒ Oui ☐ Non
Permettre aux clients d'envoyer un fichier depuis la page contact

Message par défaut

Cher client,

 Cordialement,
 Le service client









Veillez remplir le message qui s'affiche par défaut lorsque vous répondez à un fil de discussion sur la page service à la clientèle

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

- **Nom.** 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 dans le Service Client ?.** Indiquez si les messages doivent être enregistrés dans l'outil de gestion SAV, ou juste être envoyé par e-mail. Si cette option est désactivée, PrestaShop ne vous aidera 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.
- **Informations complémentaires.** Choisissez une description courte, ne dépassant pas la ligne, car elle est affichée au client sur le formulaire de contact.

Titres de civilité

Les versions précédentes de PrestaShop disposaient de genres codés en dur : un client ne pouvait choisir qu'entre "M.", "Mme" et "Melle".

ID	Nom	Type	Image	Actions
--		Homme	--	--
1	M.	Homme		 
2	Mme	Femme		 
3	Melle	Femme		 

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.

 Titres

Nom : 

Type : ☒ Homme ☐ Femme ☐ Neutre

Image :

Largeur de l'image :

Largeur de l'image en pixels. "o" pour utiliser la taille originale

Hauteur de l'image :

Hauteur de l'image en pixels. "o" pour utiliser la taille originale

En cliquant sur le bouton "Créer", vous ouvrez le formulaire de création :

- **Nom.** Vous pouvez choisir ce que vous voulez, depuis le très habituel ("Monseigneur", "Dame", "Gentilhomme") au très inhabituel ("Maître Jedi", "Grand ordonnateur", "Chef de famille"). Quand vous sortez des titres habituels, il est important de faire en sorte de renvoyer une certaine image de votre boutique.
- **Type.** Certains noms s'appliquent aux hommes comme aux femmes. Dans ce cas, choisissez "Neutre".
- **Image.** Un fichier en 16*16 représentant le titre. Les symboles genrés habituels sont Mars et Vénus (♂ et ♀), mais il y a de nombreuses autres possibilités. PrestaShop vous permet de mieux présenter votre création à l'aide d'une image unique.
- **Largeur de l'image et Hauteur de l'image.** PrestaShop travaille mieux avec des images en 16*16, et redimensionnera votre image si elle dépasse cette limite. Cependant, vous voudrez peut-être utiliser des images plus grandes, et ces deux options vous permettent de régler la taille exacte de votre image. Si vous saisissez "0", PrestaShop utilisera simplement la taille initiale de l'image.

Mettre en place des promotions

Les bons de réductions jouent un rôle important 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, qui sont une nouveauté de PrestaShop 1.5

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 page des règles paniers vous donne accès à un outil qui remplace et améliorer le système de bons de réduction de PrestaShop 1.5. Les utilisateurs chevronné de PrestaShop ne seront pas surpris des fonctionnalités qui ont été ajoutées, mais devront s'adapter au nouveau nom : quand le présent guide

mentionne les bons de réduction, il s'agit en fait des règles paniers – qui sont elles-mêmes bien différentes des avoirs.

✓ **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 forme 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 plus de faire ce que pouvait faire un bon de réduction dans PrestaShop 1.4, le système règles paniers introduit avec PrestaShop 1.5 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".

Promotions > Règles paniers Créer

Page 1 / 1 | Afficher 50 / 1 résultat(s) Réinitialiser Filtre

	ID	Code	Priorité	Code	Quantité	Jusqu'au	État	Actions
	1	Code temporaire	1	MAPIF2C2	1	2012-11-25 15:00:00		

Supprimer la sélection

Créer une nouvelle règle panier

Un bon de réduction peut être créé automatiquement après un retour produit, mais vous pouvez en créer vous-mêmes 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.

Information

Conditions

Actions

Règle Panier - Information

Nom

Le nom sera affiché dans le récapitulatif du panier du client ainsi que sur la facture.

Description

Pour vous uniquement : elle ne sera pas affichée au client.

Code

Cliquez pour générer un code aléatoire

Attention ! La règle sera appliquée automatiquement à tous les paniers respectant les conditions si vous laissez ce champ vide.

Utilisation partielle

☒
☐

Ne s'applique que si la valeur de la réduction est supérieure au montant total du panier. Si vous n'autorisez pas les utilisations partielles, la valeur du bon de réduction sera abaissée à la valeur du panier. Si en revanche vous autorisez les utilisations partielles, un nouveau bon sera créé avec le solde.

Priorité

1

Les règles s'appliquent au panier par ordre de priorité. Une règle avec une priorité de 1 sera exécutée avant une règle avec une priorité de 2.

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 à 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 "Cliquez pour générer un code aléatoire". Bien entendu, vous 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.
- **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) ont 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 à jeu large de possibilités, vous permettant de cibler précisément qui pourra profiter de cette règle.

Information	Règle Panier - Conditions
Conditions	<p> <input type="text"/> <i>Facultatif : la règle panier sera disponible pour tout le monde si vous laissez ce champ vide.</i> </p> <p> Valide du <input type="text"/> au <input type="text"/> <i>La période par défaut est d'un mois.</i> </p> <p> Montant minimum <input type="text"/> EUR <input type="text"/> HT <input type="text"/> Hors frais de port <input type="text"/> <i>Vous pouvez choisir le montant minimum du panier avec ou sans la TVA et les frais de port.</i> </p> <p> Quantité totale disponible <input type="text"/> <i>La règle ne sera appliquée qu'aux X premiers clients uniquement.</i> </p> <p> Quantité disponible par utilisateur <input type="text"/> <i>Un client ne pourra utiliser la règle que X fois.</i> </p> <p> <input type="checkbox"/> Sélection de transporteurs <input type="checkbox"/> Sélection de groupes de clients <input type="checkbox"/> Compatibilité avec les autres règles paniers <input type="checkbox"/> Sélection de produit </p>
Actions	

- 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 ne s'applique plus. 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 peut 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. Vous pouvez même aller plus loin : avec l'aide de modules tels que "Segmentation client", vous pouvez ajouter une suite d'outils très puissants pour créer des règles étendues et contenter plus précisément vos clients. Téléchargez le module "Segmentation client" ici : <http://addons.prestashop.com/fr/statistiques-analyses-modules-prestashop/2943-segmentation-client.html>
- **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.
- **Sélection de boutique.** Par défaut, une règle panier s'applique à toutes vos boutiques. Avec cette option, vous pouvez faire en sorte qu'une règle ne s'applique qu'à une sélection de vos boutiques.

L'option "Sélection de produit" ouvre un tout nouveau formulaire, et vous permet de créer non seulement de 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 produit 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 règle par sélection de produit que vous le souhaitez, et même une seul 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'aura aucun impact entre elles. Cela vous permet de créer tout un ensemble de produits auxquels la règle panier s'applique.

Onqlet Actions

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

Information

Conditions

Actions

Règle Panier - Actions

Frais de port gratuits

☐ ☒ ☒ ☒ ☒

Appliquer une réduction

☐ ☒ En pourcentage (%) ☒ Montant ☐ Aucune

Montant

EUR

HT

Appliquer la réduction à

☒ La commande (hors frais de port) ☐ Un produit spécifique

Envoyer un cadeau

☐ ☒ ☒ ☒ ☒

- **Frais de port gratuits.** Cette règle offre les frais de port aux utilisateurs qui peuvent l'appliquer.
- Appliquer une réduction.
 - **En pourcentage (%).** Cette règle applique un pourcentage du prix total de la commande. Par exemple, mettons 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 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.

🏠 > Mon compte > Vos bons de réductions

Vos bons de réductions

CODE	DESCRIPTION	QUANTITÉ	VALEUR*	MINIMUM	CUMULABLE	DATE D'EXPIRATION
MAPIF2C2	Code temporaire	1	Frais de port offerts	aucun	✔ Oui	25/11/2012

*Taxes comprises

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.

Total taxes :	13,34 €
Bon de réduction <input type="text"/> <input type="button" value="OK"/>	TOTAL :
	81,39 €

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

	iPod shuffle Couleur : Vert	--	79,00 €	<input type="button" value="+"/> <input type="button" value="-"/> 1	79,00 €	<input type="button" value="SUPPRIMER"/>
-10 sur tous les produits jusqu'au 20 décembre 2012			-7,90 €	1	-7,90 €	<input type="button" value="SUPPRIMER"/>
Total produits TTC :					79,00 €	
Total bons de réduction HT :					-7,90 €	
Total frais de port TTC :					2,39 €	

Règles de prix catalogue

Les règles de prix catalogue sont une nouvelle fonctionnalité de PrestaShop 1.5, qui vous permet 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.

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.
- **Boutique.** La règle ne s'applique que si le client achète en passant par une boutique donnée. Disponible uniquement si vous avez au moins deux boutiques.
- **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).** La règle ne s'applique que si la commande dépasse un montant donné.
- **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".

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.

Groupe de conditions 1

Type	Valeur
Déclinaison	Capacité: 4Go
Marque	Apple Computer, Inc

OU

Groupe de conditions 2

Type	Valeur
Déclinaison	Couleur: Rose
Déclinaison	Couleur: Bleu
Marque	Apple Computer, Inc

OU

[Ajouter un nouveau groupe de conditions](#)

Conditions

Catégorie : [Ajouter la condition](#)

Marque : [Ajouter la condition](#)

Fournisseur : [Ajouter la condition](#)

Déclinaisons : [Ajouter la condition](#)

Caractéristiques : [Ajouter la condition](#)

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.

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 une condition d'un groupe de conditions.

Vous ne pouvez pas pour le moment supprimer un groupe des conditions.

Gérer les transporteurs

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.

Heureusement, PrestaShop vous simplifie ces réglages en les concentrant en quelques écrans.

Pour faire simple, les prix de livraison sont calculés selon une méthode parmi les deux disponibles : prix total de la commande, ou poids total de la commande. C'est de cette manière que la plupart des transporteurs calculent leurs tarifs d'expédition, et c'est pourquoi vous devez toujours indiquer le poids d'un produit lorsque vous le créez dans le catalogue, et c'est également pourquoi vous devez configurer les coûts au poids et au prix pour chaque transporteur.

Les réglages du transport fonctionnent de concert avec les réglages locaux de votre installation PrestaShop. Tandis que dans PrestaShop 1.4 ces réglages locaux se trouvaient également dans l'onglet "Transport", la version 1.5 regroupe tous les réglages locaux dans un nouveau menu, "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".

Transport

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

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


Facturation

Facturation
☐ En fonction du prix total
☒ En fonction du poids total

Les trois sections de cette page présente des réglages globaux :

- ***Manutention*.**
 - **Frais de manutention.** Saisissez les frais de manutention par commande, qui seront ajoutés aux 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. S'il vous n'avez pas de ces 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 ports quand la commande dépasse les 250€. Si vous ne souhaitez pas offrir la livraison, laissez ces champs à 0.
- **Facturation.** Choisissez la manière dont les coûts d'expédition sont calculés : en fonction du prix total ou du poids total. C'est ici le réglage par défaut, qui peut être modifié pour chaque transporteur.
- **Frais par transporteurs, zones et tranches.** Vous permet d'afficher et modifier les frais de port pour chaque transporteur enregistré dans votre boutique, en fonction des zones et des tranches.

Frais par transporteurs, zones et tranches

 **Frais**


Transporteur : My carrier

Zone / Tranche	0kg à 10000kg
Toutes les zones	<input type="text"/> € HT
Europe	<input type="text" value="0.00"/> € HT
North America	<input type="text" value="0.00"/> € HT

Enregistrer

Cette dernière section est très importante, car c'est ici que tous vos réglages de transport se retrouvent, et c'est ici que vous allez saisir les frais d'expédition eux-mêmes. Après avoir mis en place les transporteurs, les tranches de prix et les tranches de poids, ce petit formulaire apparemment peu important est en fait l'outil que vous utiliserez pour faire fonctionner toutes les correspondances de vos réglages et obtenir un prix d'expédition.

Frais par transporteurs, zones et tranches

 Il est extrêmement important que vos frais d'expédition soient correctement configurés – à moins bien sûr que vous ne vendiez que des produits téléchargeables.

Assurez-vous donc de bien vérifier les informations que vous saisissez.

Une fois que vous avez créé tous vos transporteurs et mis en place toutes vos tranches de poids et de prix (à l'aide des pages "Transporteurs", "Tranches de prix" et "Tranches de poids" du menu "Transporteurs", qui sont expliquées en détails dans ce chapitre), il est grand temps de mettre en place leurs frais d'expédition en fonction de la tranche.

En sélectionnant un transporteur dans la liste déroulante, PrestaShop affiche un tableau avec les frais d'expédition par tranche et par zone géographique, hors taxe. La valeur par défaut est à "0.00", ce qui ne correspondant certainement pas à ce que vous souhaitez laisser en place, car cela correspond à "livraison gratuite, quel que soit le poids". Vous devez donc régler précisément les frais d'expédition pour chaque zone et chaque tranche, à partir des informations fournies par le transporteur lui-même, ou tel que vous les estimez. Par exemple, si vous expédiez des colis depuis l'Europe, les frais pour les expédier aux États-Unis peuvent doubler voire tripler.

Laisser un champ vide a un impact réel sur la disponibilité d'un transporteur dans la zone correspondante :






- Si les frais par tranche sont les mêmes dans toutes les zones, remplissez simplement le champ "Toutes les zones" et laissez les autres zones vides.
- Si le transporteur ne pratique pas l'expédition dans certaines zones pour une tranche donnée, laissez le champ correspondant vide.

Si le transporteur sélectionné n'a pas de tranches définies, PrestaShop vous l'indiquera avec le message "Aucune tranche pour ce transporteur". Il vous faut alors impérativement créer au moins une tranche de poids pour ce transporteur, sans quoi vous ne pourrez configurer ses frais d'expédition.

Vous devez faire ces réglages pour tous les transporteurs.

Transporteurs

Vous devez enregistrer des transporteurs dans votre installation de PrestaShop – c'est-à-dire indiquer clairement qui va livrer vos produits. Il peut s'agir de vous-mêmes ou de votre boutique (par exemple, si vous ne vendez que des produits dématérialisés, ou si vous ne travaillez que dans votre quartier), mais dès qu'il s'agit d'expédier un colis avec des timbres et une livraison faite par un tiers, comme votre service de postes ou FedEx, UPS et autres, alors vous devez ajouter leurs détails dans la base de données de votre boutique. 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.

	ID	Nom	Logo	Délai	État	Transporteur gratuit	Position	Actions
	--	<input type="text"/>	--	<input type="text"/>	--	--	<input type="text"/>	--
	1	PS15		Retrait au magasin	✓	✗	▼	 
	2	My carrier		Livraison le lendemain !	✓	✗	▲	 

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.

Par défaut, deux transporteurs sont disponibles :

- Votre propre boutique : ce "transporteur" représente votre boutique physique, où vos clients peuvent venir pour récupérer eux-mêmes leurs achats. Il n'a ni tranche de poids ou de prix.
- "My carrier" : il s'agit d'un exemple de transporteur, qui ne devrait pas être utilisé en production. Il n'a qu'une tranche de prix (de \$0 à \$10 000) et une tranche de poids (de 0 kg à 10 000 kg).

Il vous revient de supprimer ces transporteurs par défaut et d'en ajouter de nouveaux pour vos clients. À tout le moins, vous devriez modifier le transporteur "My carrier" et remplacer ses données par celles d'un vrai transporteur : nom, détails et zones.

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 :

- **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.

Options des transporteurs

Transporteur par défaut :

Transporteur par défaut proposé dans la boutique

Tri par défaut des transporteurs :

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

Ordre par défaut des transporteurs :

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

Créer un nouveau transporteur

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 des 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 afin de vous assurer que tout est configuré correctement.

Transporteurs

Société :

Nom du transporteur affiché durant la commande
Si la valeur est à 0 (zéro), le nom du transporteur sera remplacé par le nom de la boutique

Logo :

Parcourir...

Mettez en ligne un logo depuis votre ordinateur (.gif, .jpg, .jpeg ou .png)

Délai de livraison :

Délai de livraison affiché durant la commande

Note :

"0" pour le délai de livraison le plus long, "9" pour le délai le plus court

URL :

URL pour le suivi des colis ; placez le caractère "@" là où la référence doit apparaître.

Zone :

☐ Africa
☐ Asia
☐ Central America/Antilla
☐ Europe
☐ Europe (out E.U)
☐ North America
☐ Oceania
☐ South America

Zones sur lesquelles le transporteur est disponible

Accès par 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

Cochez tous les groupes qui ont accès à ce transporteur

État :
☒
☐

Inclus ou non le transporteur dans la liste affichée sur le front-office

Examinons toutes les informations que vous devez saisir :

- Société.** Le nom du transporteur est public, donc utilisez le nom officiel. Vous pouvez également y ajouter une description du service. Par exemple, vous pourriez utiliser "PrestaPost – 500 kg et plus". Si vous devez plusieurs transporteurs PrestaShop pour les services de livraison d'un même transporteur, vous pourrez les différencier par le nom.
- 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.
- Délai de livraison.** 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.

- **Note.** 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 "Note" 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 qu'ils préfèrent.
- **URL.** Ce champ doit être rempli avec l'adresse de suivi fournie par votre transporteur. Par exemple, le service postal français, La Poste, propose l'adresse suivante :
http://www.colissimo.fr/portail_colissimo/suivreResultat.do?parcelnummer=@. 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.
- **Zone.** Tous les transporteurs ne peuvent pas livrer dans le monde entier. Indiquez les zones géographiques où le transporteur est disponible, c'est à dire celles où il est en mesure de faire des livraisons. Vous pouvez créer de nouvelles zones en passant par la page "Zones" du menu "Localisation". Notez que la zone "Europe (out E.U)" signifie les pays d'Europe qui ne font pas partie de l'Union Européenne, comme le Vatican, la Suisse, Andorre, Monaco, la Norvège...
- **Accès par groupe.** 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.

État : ☒ ☐ ☐ ☒
 Inclus ou non le transporteur dans la liste affichée sur le front-office

Appliquer les frais de transports : ☒ ☐ ☐ ☒
 Appliquer les frais de transports et des frais de transports supplémentaires par produit pour ce transporteur

Taxe :

Frais de manutention : ☒ ☐ ☐ ☒
 Inclus ou non les frais de manutention et de transport pour ce transporteur

Choix de la tranche ☒ Comportement par défaut
☐ En fonction du prix total
☐ En fonction du poids

Comportement hors tranches :

Comportement à adopter lorsqu'aucune tranche n'est trouvée (exemple : le poids total du panier d'un client est supérieur à la tranche la plus élevée que vous ayez définie)

Hauteur maximum du paquet :

Hauteur maximum gérée par ce transporteur. Mettre à "0" ou laisser vide pour ignorer ce champ.

Largeur maximum du paquet :

Largeur maximum gérée par ce transporteur. Mettre à "0" ou laisser vide pour ignorer ce champ.

Profondeur maximum du paquet :

Profondeur maximum gérée par ce transporteur. Mettre à "0" ou laisser vide pour ignorer ce champ.

Poids maximum du paquet :

Poids maximum géré par ce transporteur. Mettre "0" ou laisser vide pour ignorer ce champ.



- **État.** Active ou désactive le transporteur, et l'enlève de la liste publique des transporteurs.
- **Appliquer les frais de transports.** Avec cette option activée, le prix final de la commande inclura à la fois les frais de port normaux du transporteur, ainsi que les frais par produit, s'il y en a. Désactivé, le prix final n'inclura que les frais de port normaux.
Les frais par produit sont configurés dans l'onglet "Transport" de chaque produit, dans le champ "Frais de port supplémentaires (par unité)".
- **Taxe.** Indique sur le transporteur requiert une taxe locale afin de livrer.
- **Frais de manutention.** Ajoute ou enlève les frais de manutention du prix du transporteur.
- **Choix de la tranche.** Au moment de facturer le client pour le transport, PrestaShop peut appliquer deux comportements. Le comportement par défaut est réglé dans la page "Transport" du menu "Transport", mais vous pouvez le changer pour chaque transporteur grâce à cette option.
 - **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.
- **Comportement des 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 qu'il ne livrera probablement pas cette commande.
- **Détails du paquet.** Depuis PrestaShop 1.5, vous pouvez indiquer le poids et la taille minimal et maximal d'un transporteur, des informations essentielles pour choisir correctement.
- **Boutique associée.** Vous pouvez faire en sorte que ce transporteur ne soit disponible que pour une sélection de vos boutiques.

Voici un exemple de comportement hors tranche : mettons que vous avez mis en place une tranche de 0 à 10 kg. Votre client veut lancer une commande pesant 15 kg, et aucun comportement n'a été configuré pour ce poids. En choisissant "Prendre la tranche la plus grande", PrestaShop appliquera les conditions de prix que vous avez configuré pour la tranche 0-10 kg. Si vous choisissez "Désactiver le transporteur", le transporteur ne sera pas proposé dans le cadre de cette commande.

Tranches de prix

Un transporteur peut être configuré pour n'accepter que des commandes dans une certaine tranche de prix. Par exemple, si vous voulez que les commandes entre 1 et 15€ soient expédiées par la Poste, créez une tranche de 1 à 15 et associez-la au transporteur "La Poste". Les tranches doivent ensemble remplir tout le spectre des prix de votre boutique, pour prendre en compte même la commande la plus chère.

ID	Transporteur	De	À	Actions
1	My carrier	0,00 €	10 000,00 €	 

Créer une tranche de prix.

Le formulaire s'ouvre en cliquant sur le bouton "Créer". Il est très simple :

- **Transporteur.** Choisissez le transporteur pour lequel vous créez cette tranche.
- **De.** La limite basse de la tranche.
- **À.** La limite haute de la tranche.

Souvenez-vous que vous pouvez créer autant de tranches par transporteur que vous le souhaitez, donc si un transporteur peut en gérer plus d'une, mais d'une manière légèrement différente, vous devriez créer le jeu complet de tranches.



✓ Assurez-vous que vos tranches ne se superposent pas ! Ainsi, la valeur du champ "À" ne devrait pas être égale à la valeur du champ "De" de la tranche suivante.

Par exemple, si une tranche se termine à 20€, alors la suivante devra commencer environ à 20,001€. De même, si vous devez ajouter une tranche avant une autre commençant à 20€, la nouvelle devra se terminer à 19,999€.

Tranches de poids

Un transporteur peut être configuré pour n'accepter que des commandes dans une certaine tranche de poids. Par exemple, si vous voulez que les commandes entre 1 et 15 kg soient expédiées par la Poste, créez une tranche de 1 à 15 et associez-la au transporteur "La Poste". Les tranches doivent ensemble remplir tout le spectre des poids de votre boutique, pour prendre en compte même la commande la plus lourde.


Un transporteur doit avoir au moins une tranche. Dans ce cas, étant donné que vous ne pouvez pas créer une tranche à la limite supérieure infinie, utilisez une valeur impossible, comme 10 000 kg

ID	Transporteur	De	À	Actions
--	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	--
1	My carrier	0 kg	10000 kg	 

Créer une tranche de poids

Le formulaire s'ouvre en cliquant sur le bouton "Créer". Il est très simple :

- **Transporteur.** Choisissez le transporteur pour lequel vous créez cette tranche.
- **De.** La limite basse de la tranche.
- **À.** La limite haute de la tranche.

 Tranches de poids

Transporteur :

Vous pouvez changer le transporteur auquel la règle s'applique en le sélectionnant.

De : kg *

Début de tranche (inclus)

À : kg *

Fin de tranche (exclu)

Souvenez-vous que vous pouvez créer autant de tranches par transporteur que vous le souhaitez, donc si un transporteur peut en gérer plus d'une, mais d'une manière légèrement différente, vous devriez créer le jeu complet de tranches.

✓ Assurez-vous que vos tranches ne se superposent pas ! Ainsi, la valeur du champ "À" devra ne pas être égale à la valeur du champ "De" de la tranche suivante.

Par exemple, si une tranche se termine à 20 kg, alors la suivante devra commencer environ à 20,001 kg. De même, si vous devez ajouter une tranche avant une autre commençant à 20 kg, la nouvelle devra se terminer à 19,999 kg.

Une fois que vos tranches ont été mises en place et assignées à un transporteur, vous pouvez définir les frais de ports de chaque tranche. Retournez à la

première page du menu "Transport", et remplissez le tableau se trouvant en bas de la page.

Comprendre les réglages locaux

Aussi évident que cela puisse paraître, vous vendez sur Internet, et vos clients viennent du monde entier peuvent se rendre sur votre boutique et acheter vos produits. En tant que vendeur, vous devez pouvoir servir autant de clients que possible. Cela signifie disposer d'une site totalement traduit dans autant de langues que nécessaires, avec les taxes locales, les unités de poids et de prix, les zones locales géographiques, etc.

Le menu "Localisation" est apparu avec la version 1.5 de PrestaShop, et concentre de nombreux réglages et outils à usage locaux qui auparavant étaient éparpillés dans de nombreux onglets.

Localisation

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

Import de pack de localisation

Cette section vous présente une large liste de packs de localisation existant. Elle vous permet non seulement de configurer votre installation de PrestaShop avec les bonnes unités locales, mais avec également avec d'autres données :

- **États.** Lorsque vous expédiez un produit vers un pays, il peut être important de savoir dans quel état géographique vous l'envoyez, car cela peut avoir un impact sur les douanes et taxes locales. Les états ajoutés peuvent être affichés et modifiés depuis la page "États" du menu "Localisation".
- **Taxes.** La véritable importance de la localisation tient aux taxes locales, et elles peuvent se révéler nombreuses et variées en fonction du pays ou de l'état. PrestaShop offre un support basique des principales taxes et règles de taxes. Les taxes et règles de taxes ajoutées peut être affichées et modifiées depuis les pages "Taxes" et "Règles de taxes" du menu "Localisation".

- **Devises.** Les clients étrangers apprécieront de pouvoir convertir vos prix dans leur propre monnaie. Vous devriez au moins disposer euros et des dollars américains en plus de la monnaie de votre pays (s'il ne s'agit pas de l'une de ces deux monnaies). Une fois une devise ajoutée, vous devez l'activer en passant par la page "Devises" du menu "Localisation", et assurez-vous que le taux de conversion est correct. Les devises ajoutées peuvent être affichées et modifiées depuis cette page "Devises".
- **Langues.** Tous les champs publics de votre boutique peuvent être rédigés en plusieurs langues, et il est très important que vous le fassiez pour au moins les noms des produits et leurs descriptions. Notez que le fait d'importer une langue importe également son format de date (j/m/a, m/d/a, d.m.a, ...), entre autres choses. Les langues ajoutées peuvent être affichées et modifiées depuis la page "Langues" du menu "Localisation".
- **Unités.** Poids, dimension, volume, distance : ces unités de mesure sont essentielles pour décrire correctement un produit à vos clients, et pour vos propres informations sur l'emballage. Elles peuvent être affichées et modifiées depuis la présente page, dans la section "Localisation".



Comme vous pouvez constater, ces contenus à importer sont facultatifs : vous pouvez par exemple choisir de n'importer que la monnaie et la langue d'un pays donné, et pas ses taxes.

Bien qu'il faille faire attention de ne pas ajouter trop de données locales pour ne pas submerger à la fois vos clients et vous-même, il peut se révéler utile d'importer les packs de localisation des pays d'où proviennent le plus gros de vos visiteurs (selon vos statistiques).

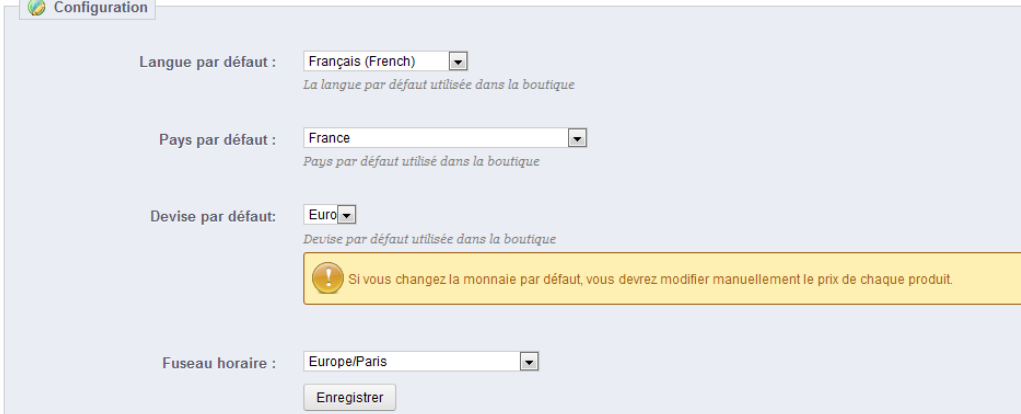
En dehors des unités par défaut, **vous ne pouvez pas automatiquement enlever toutes les données liées à un pays** ; si vous avez besoin de supprimer des

données, il vous faudra le faire à la main, dans leurs pages respectives du menu "Localisation".

Configuration

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, utiliser 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.



The screenshot shows the 'Configuration' tab in PrestaShop 1.5. It contains four settings, each with a dropdown menu and a descriptive note:

- Langue par défaut :** Set to 'Français (French)'. Note: *La langue par défaut utilisée dans la boutique*.
- Pays par défaut :** Set to 'France'. Note: *Pays par défaut utilisé dans la boutique*.
- Devise par défaut:** Set to 'Euro'. Note: *Devise par défaut utilisée dans la boutique*.

Below the currency setting, there is a yellow warning box with an exclamation mark icon and the text: **Si vous changez la monnaie par défaut, vous devrez modifier manuellement le prix de chaque produit.**

The **Fuseau horaire :** is set to 'Europe/Paris'. At the bottom right of the configuration area is an 'Enregistrer' (Save) button.

Localisation

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.



Localisation

Unité de poids : *
L'unité de poids de votre boutique (ex. : kg ou lbs)

Unité de distance : *
L'unité de distance de votre boutique (ex. : km ou mi)

Unité de volume : *
L'unité de volume de votre boutique

Unité de mesure : *
L'unité de mesure de votre boutique (ex. : cm ou in)

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).

Avancé

Cette dernière section vous demande d'indiquer la langue et le pays de votre serveur web, sous forme de code ISO :

- Pour la langue, le code ISO 639-1 :
http://en.wikipedia.org/wiki/ISO_639.

- Pour le pays, le code ISO 3166-1 Alpha-2 : http://fr.wikipedia.org/wiki/ISO_3166-1.



The screenshot shows the 'Avancé' (Advanced) settings section in PrestaShop. It contains two input fields: 'Langue locale' (Local language) and 'Pays locale' (Local country), both set to 'fr'. Below each field is a hint: 'La langue de votre serveur.' and 'Le pays de votre serveur.' respectively. At the bottom of this section is an 'Enregistrer' (Save) button.

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.

























Langues

PrestaShop a été conçu pour être multilingue : il y a 5 langues par défaut (français, anglais, espagnol, allemand et italien), et de nombreux 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".

ID	Logo	Nom	Code ISO	Code langue	Format de date	Format de date (complet)	Activé	Actions
--	--						--	--
1		English (English)	en	en-us	m/j/Y	m/j/Y H:i:s		 
2		Português (Portuguese)	br	pt-br	d/m/Y	d/m/Y H:i:s		 
3		Deutsch (German)	de	de	d.m.Y	d.m.Y H:i:s		 
4		Español (Spanish)	es	es	d/m/Y	d/m/Y H:i:s		 
5		Français (French)	fr	fr	d/m/Y	d/m/Y H:i:s		 
6		Italiano (Italian)	it	it	d/m/Y	d/m/Y H:i:s		 

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 ISO sur 2 lettres (ex. : fr, en, de)

Code langue :
Code langue complet (ex. : en-us, pt-br)

Format de date :
Format de date, court (par exemple, Y-m-d, d/m/Y)

Format de date (complet) :
Format de date, complet (par exemple, Y-m-d H:i:s, d/m/Y H:i)

Drapeau :
Mettre en ligne un drapeau de pays depuis de votre ordinateur

Image "Aucune image" :
Image affichée lorsqu'aucune image n'est disponible

Est une langue RTL (s'écrivant de droite à gauche) : ☐ ☒ ☐ ☒

À activer si cette langue s'écrit de droite à gauche. (expérimental : votre thème doit être compatible avec ce type de langue)

État : ☒ ☐ ☐ ☒

Activer cette langue

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

- **Nom.** Le nom est public. Si vous créer 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 Wikipedia : http://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89tiquette_d%27identification_de_la_ngues_IETF.
- **Format de date.** Les pays ne partagent toujours les mêmes représentations des dates (voir sur Wikipedia : 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 de jeu d'image gratuit FamFamFam Flags : <http://www.famfamfam.com/lab/icons/flags/>.
- **Image "Aucune image".** Mettez en ligne une image qui sera affiché 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.
- **Est une 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.
- **Boutique associée.** Vous pouvez ne rendre une langue disponible que pour certaines boutiques, par exemple une boutique locale.

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	✓	 
2	North America	✓	 
3	Asia	✓	 
4	Africa	✓	 
5	Oceania	✓	 
6	South America	✓	 
7	Europe (out E.U)	✓	 
8	Central America/Antilla	✓	 

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

 **Zones**

Nom *

Nom de la zone, ex. : Afrique, Europe...

Actif : ☒  ☐ 

Permettre ou non la livraison dans cette zone

Tout ce dont vous avez besoin est un nom et un état, indiquant par exemple que vous ne voulez pas autoriser la livraison 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 195 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.

<input type="checkbox"/>	ID	Pays	Code ISO	Indicatif téléphonique	Zone	Activé	Actions
<input type="checkbox"/>	--	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	--	--
<input type="checkbox"/>	1	Allemagne	DE	+49	Europe	<input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	2	Autriche	AT	+43	Europe	<input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	3	Belgique	BE	+32	Europe	<input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	4	Canada	CA	+1	North America	<input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	5	Chine	CN	+86	Asia	<input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	6	Espagne	ES	+34	Europe	<input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	7	Finlande	FI	+358	Europe	<input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	8	France	FR	+33	Europe	<input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	9	Grèce	GR	+30	Europe	<input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	10	Italie	IT	+39	Europe	<input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	11	Japon	JP	+81	Asia	<input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	12	Luxembourg	LU	+352	Europe	<input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	13	Pays-bas	NL	+31	Europe	<input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	14	Pologne	PL	+48	Europe	<input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	15	Portugal	PT	+351	Europe	<input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	16	République Tchèque	CZ	+420	Europe	<input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	17	Royaume-Uni	GB	+44	Europe	<input checked="" type="checkbox"/>	

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 à 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

☒ Oui
☐ Non

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 : 
Nom du pays

Code ISO : *
Code ISO sur 2 ou 3 lettres, ex. : FR pour la France. [Liste officielle ici](#).

Indicatif téléphonique : *
Indicatif téléphonique international, ex. : 33 pour la France.

Devise par défaut : 

Zone : 
Zone géographique du pays

Requiert code postal : ☒ Oui ☐ Non

Format du code postal : *
Code postal national (L pour une lettre, N pour un chiffre et C pour le code ISO du pays), ex. : NNNNN pour la France. Pas de vérification si indéfini.

Format de l'adresse :

firstName
company
vat_number
address1
address2
postcode
city
Country
name
phone

Champs disponibles pour les adresses (cliquez pour avoir plus d'informations)
Customer
Warehouse
Country
State
Address

Utiliser la dernière mise en page enregistrer
Utiliser une mise en page par défaut
Utiliser ma dernière modification
Tout vider

Actif : ☒ Oui ☐ Non
Affiche le pays en front-office (il sera toujours visible en back-office)

Contient des états/régions : ☒ Oui ☐ Non

Requiert un numéro d'identification fiscale ? ☒ Oui ☐ Non

Afficher le label de la taxe : ☒ Oui ☐ Non









































- **Pays.** Le nom officiel du pays que vous voulez créer, dans toutes les langues reconnues par votre boutique. Vérifiez sur la page Wikipedia 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?=.
- **Indicatif téléphonique.** Le numéro d'appel international, que vous pouvez trouver sur cette page Wikipedia :
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'un 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 code postal.** Indique si l'utilisateur vivant dans ce pays doit indiquer ou non son code postal lorsque 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 Wikipedia dédiée :
http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_postal_codes (en anglais).
Ne faites pas de copier/coller de la notation de Wikipedia ! Par exemple, Wikipedia 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.

- **Actif.** 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 : 50 états américains, 13 provinces et territoires canadiennes, 24 *provincias* argentines, et 110 *province* italiennes (singulier : *provincia*).

ID	Nom	Code ISO	Zone	Activé	Actions
--				--	--
1	Alabama	AL	North America	✓	 
2	Alaska	AK	North America	✓	 
3	Arizona	AZ	North America	✓	 
4	Arkansas	AR	North America	✓	 
5	California	CA	North America	✓	 
6	Colorado	CO	North America	✓	 
7	Connecticut	CT	North America	✓	 
8	Delaware	DE	North America	✓	 
9	Florida	FL	North America	✓	 
10	Georgia	GA	North America	✓	 
11	Hawaii	HI	North America	✓	 
12	Idaho	ID	North America	✓	 
13	Illinois	IL	North America	✓	 
14	Indiana	IN	North America	✓	 
15	Iowa	IA	North America	✓	 
16	Kansas	KS	North America	✓	 
17	Kentucky	KY	North America	✓	 
18	Louisiana	LA	North America	✓	 
19	Maine	ME	North America	✓	 
20	Maryland	MD	North America	✓	 

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 Wikipedia :

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 *province* italiennes et non des *regioni*.

Ajouter un nouvel état.

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

 États/régions

Nom : *

Nom de l'état à afficher dans les adresses et les factures

Code ISO : *

Code ISO de 1 à 4 lettres

Pays : ▼

Pays dans lequel l'état, la région ou la ville est situé(e)

Zone : ▼

*Zone géographique où cet état est situé
Utilisée pour le transport*

État : ☒ ☐ ☐ ☒

Activé ou désactivé

- **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 :
 1. Allez sur cette page Wikipedia : http://fr.wikipedia.org/wiki/ISO_3166-2,
 2. Cliquez le code à deux lettres du pays de l'état,
 3. 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),
 4. 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 risquerait 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

PrestaShop accepte un grand nombre de devises. Il n'y en a qu'une par défaut : celle de votre pays. Cependant, vous devez ajouter et configurer autant de

nouvelles devises que vos clients en requièrent. En effet, les clients apprécient de pouvoir afficher les prix de votre boutique dans la monnaie de leur pays.

ID	Devise	Code ISO	Code ISO numérique	Symbole	Taux de change	Activé	Actions
1	Euro	EUR	978	€	1		

Les deux sections en bas de la page "Devises" sont très simples mais essentielles, car elles sont en rapport avec les taux d'échange de vos devises (ou "taux de conversion"). Pour citer Wikipedia, "Le taux de change d'une devise (une monnaie) est le cours (autrement dit le prix) de cette devise par rapport à une autre." Ce taux est également considéré comme la valeur de la monnaie d'un pays en fonction d'une autre monnaie. Les taux changent tous les jours, parfois de manière drastique en fonction de l'actualité, et votre boutique devrait toujours utiliser les dernières valeurs.

Mettre à jour les taux de change

Il y a deux manières de mettre à jour les taux de change dans PrestaShop :


- **Manuellement.** Dans la section "Taux de change", cliquez sur le bouton "Mettre à jour les taux de change". Le fichier de mise à jour sera téléchargé depuis les serveurs de PrestaShop.com par le biais du service web de PrestaShop.
- **Automatiquement.** C'est la méthode recommandée. Au lieu de devoir cliquer sur le bouton "Mettre à jour les taux de change" une voire plusieurs fois par jour, vous pouvez mettre en place une tâche Cron qui déclenchera le téléchargement de fichiers de taux, aussi souvent que vous le souhaitez. Ajoutez l'URL à votre fichier `crontab` afin d'activer la mise à jour automatique. Si vous ne savez pas ce qu'est une tâche Cron ou un fichier crontab, contactez votre hébergeur web.

Taux de change

Utilisez le webservice de PrestaShop pour mettre à jour vos taux de change. À utiliser avec précaution, les taux de change n'étant fourni qu'à titre indicatif.

Mise à jour des taux de change

Utilisez le webservice de PrestaShop pour mettre à jour vos taux de change. À utiliser avec précaution, les taux de change n'étant fourni qu'à titre indicatif. Placez cette URL dans le fichier crontab, ou appelez-le tous les jours manuellement:
http://127.0.0.1/ps15x-demo/admin-dev/cron_currency_rates.php?secure_key=e6a3c5fd8f433b9ffbd6c78a9f6fa2f8

 Notez que les taux sont fournis à titre indicatif : l'équipe de PrestaShop s'efforce de fournir des taux exacts dans ces fichiers, mais ils peuvent varier légèrement des véritables taux, ne serait-ce que parce que ces taux varient grandement dans un très court laps de temps.

Ajouter une nouvelle devise.

La manière la plus simple d'ajouter la devise d'un pays consiste à importer son pack de localisation. Cela se fait via la page "Localisation", du menu du même nom. Une fois la devise importée, vous devez vous rendre sur la page "Devises" pour l'activer.

Vous pourriez avoir besoin d'une devise qui n'est présente dans aucun pack de localisation. Dans ce cas, vous pouvez utiliser le formulaire de création.

Devises :

Nom de la devise : *

Code ISO : *
Code ISO, ex. : USD pour dollar, EUR pour euro...

ISO code numérique : *
ISO code numérique, ex. : 840 pour dollar, 978 pour euro...

Symbole : *
Apparaîtra sur le front-office, exemple : €, \$...

Taux de conversion : *
Taux de conversion d'une unité de la devise par défaut (par exemple 1 €) vers cette devise.
Par exemple, si la devise par défaut est l'euro et que celle-ci est le dollar, saisissez "1.20" 1€ = \$1.20

Format : *
X0.000,00 (en dollars)
0 000,00X (en euros)
X0.000,00
S'appliquera à tous les prix, ex. : \$1,240.15

Décimales : ☒ ☒ ☒ ☒
Afficher les décimales dans les prix


Espace : ☒ ☒ ☒ ☒
Inclus une espace entre le signe et le prix, ex. :
\$1,240.15 -> \$ 1,240.15

Activé : ☒ ☒ ☒ ☒

- **Nom de la devise.** Le nom de la devise, de préférence en anglais pour que le plus grand nombre possible de clients puissent la lire.
- **Code ISO.** Le code ISO 4217 de la devise. Référez-vous à la page Wikipedia : http://en.wikipedia.org/wiki/ISO_4217 (en anglais).

- **ISO code numérique.** Le code a trois chiffres ISO 4217. Même page que ci-dessus.
- **Symbole.** Le symbole de la devise, si elle en a un. Référez-vous à cette page Wikipedia : http://en.wikipedia.org/wiki/Currency_sign (en anglais).
- **Taux de conversion.** Ce taux est défini en fonction de la devise par défaut de la boutique. Par exemple, si la devise par défaut est l'Euro que la devise créée est le dollar, saisissez "1.29", étant donné que 1€ vaut \$1.29 (à l'heure de publication de ce chapitre). Utilisez ce convertisseur pour vous aider : <http://www.xe.com/fr/>.
- **Format.** Configurez la manière dont vous voulez que le prix soit affiché. Le X correspond à l'emplacement du symbole de la devise. Vous avez cinq possibilités.
- **Décimales.** Vous pouvez indiquer si votre boutique doit afficher les décimales des prix. Bien que vous puissiez choisir d'arrondir tous les prix, les promotions et autres variations de prix peuvent nécessiter des décimales. Vous pouvez éviter cela avec cette option.
- **Espace.** Une fois que vous avez choisi le format de la devise, vous pouvez choisir s'il faut mettre une espace entre le symbole et le prix lui-même. Certaines langues le requièrent. Par exemple, les espagnols utilisent "50€" tandis que les français utilisent "50 €". Choisissez celui qui vous convient le mieux.
- **Activé.** N'importe quelle devise peut être désactivée quand vous le voulez, à la fois depuis sa propre page d'édition, et depuis le tableau des devises de la page "Devises".
- **Boutique associée.** Vous pouvez ne rendre une devise disponible que pour certaines boutiques, par exemple une boutique locale.

Taxes

 Les taxes sont un sujet complexe, qu'il faut s'efforcer de bien comprendre tant elles peuvent avoir un impact significative sur le prix de vos produits ou vos frais de port. Ce guide n'est pas destiné à vous enseigner tous les tenants et aboutissants des taxes, mais nous tenterons de vous donner quelques indications.

Les taxes sont une contribution obligatoire au revenu de l'état. Le gouvernement les perçoit sur le salaire des travailleurs et les profits des entreprises, ou sous forme de coût ajouté à certains produits, services et

transactions. En clair, tous les produits que vous vendez sont susceptibles d'être taxés, en fonction des lois fiscales de votre pays ou état. Dans les faits, vous contribuez au bon fonctionnement de votre pays (biens et services publics) par un pourcentage de vos ventes, telles que défini par les taux d'imposition locaux.

Il y a des nombreuses taxes dans le monde, et elles varient considérablement d'un pays à l'autre, voire même au sein d'un même pays si celui-ci a des états fédéraux (États-Unis, Allemagne, Espagne, Russie...). Vous devez donc vous assurer de conformer strictement aux lois fiscales de votre pays, de votre état ou même de votre ville si elles s'appliquent à vous. Renseignez-vous auprès de votre centre fiscal local dès que possible afin d'obtenir tous les détails officiels.

Dans PrestaShop, par défaut, une taxe s'applique à tous les pays/états/zones. Pour appliquer un taux de taxe spécifique à un seul pays ou à un ensemble de pays (et pas d'autres), vous devez créer une règle de taxe. Cette règle de taxe est ensuite appliquée au produit un par un, au moment de leur création (dans l'onglet "Prix").

Vous ne pouvez pas directement appliquer une taxe à un produit ; vous ne pouvez appliquer que des règles de taxe. De fait, vous devez d'abord créer toutes les taxes pertinentes, puis créer une règle de taxe pour cette taxe, règle qui précisera les pays auxquels la taxe s'applique, et pour finir appliquer la règle de taxe au produit.

	ID	Nom	Taux	Activé	Actions
	--			--	--
	1	TVA FR 19.6%	19.600 %		
	2	TVA FR 7%	7.000 %		
	3	TVA FR 5.5%	5.500 %		
	4	TVA FR 2.1%	2.100 %		

Options des taxes

En bas de la page "Taxes" se trouve la section des options de taxes. Ces options s'appliquent à toute la boutique, et à toutes les commandes.



Activer les taxes : ☒ Oui ☐ Non
Activer ou désactiver la prise en charge des taxes


Afficher les taxes dans le panier : ☐ Oui ☒ Non
Activer ou désactiver l'affichage des taxes sur une ligne distincte du panier

Basé sur :

Utiliser l'écotaxe ☒ Oui ☐ Non

- **Activer les taxes.** Indique si les taxes doivent être incluses dans chaque commande ou non.
- **Afficher les taxes dans le panier.** Vous pourriez préférer que le client ne soit pas au courant des taxes qui sont appliquées sur leur commande. Dans ce cas, désactivez cette option.
- **Basé sur.** Le client peut choisir de ne pas faire livrer ses produits à la même adresse que celle de facturation. Cela peut avoir un grand impact sur les taxes. Par défaut, PrestaShop base ses taux de taxes sur l'adresse de livraison, mais vous pouvez choisir de les baser sur l'adresse de facturation.
- **Utiliser l'écotaxe.** L'écotaxe est une taxe visant à promouvoir les activités écologiquement durables par le biais d'incitations économiques. C'est une taxe que le vendeur paye afin de "sentir le poids social de leurs actions". Vous pouvez en apprendre plus sur la page Wikipedia : <http://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89cotaxe>. Une fois que vous avez activé l'écotaxe, toutes les pages back-office de vos produits disposent d'un champ "Écotaxe (TTC)" dans leur onglet "Prix". Vous devriez remplir ce champ avec la valeur exacte de la taxe, qui dépend des lois fiscales de votre pays (il s'agit probablement d'un pourcentage du prix du produit).

Si vous décidez d'activer l'écotaxe après avoir ajouté des produits, vous devrez tous les modifier afin de configurer la taxe correctement pour chaque produit. Notez que si vous avez déjà réglé l'écotaxe de vos produits, puis que vous choisissez de désactiver l'écotaxe, alors tous vos produits perdront ce réglage. Réactiver l'écotaxe signifiera devoir re-régler l'écotaxe de tous vos produits. Le client peut voir l'écotaxe sur la page du produit.

Information	Prix de vente du produit
Prix	<div>  Vous devez saisir soit le prix hors taxe de vente au détail, soit le prix de détail av </div>
Référencement	
Associations	
Transport	
Déclinaisons	
Quantités	
Images	
Caractéristiques	
Personnalisation	
Documents joints	
Fournisseurs	

Prix d'achat HT : €
Le prix d'achat auquel vous avez commandé le

Prix de vente HT : €
Le prix de vente hors taxe du produit

Règle de taxe :

Prix de vente TTC : €

Prix HT à l'unité : € par soit 0.00
ex : 15 € / kg


☐ Affiche une icône "En solde" sur la page pro


Prix de vente final : **149.00 €**

Ajouter une nouvelle taxe

Il est très facile d'ajouter une nouvelle, car ce sont les règles de taxe qui ont la charge de préciser les pays où la taxe s'applique. Le formulaire de création de taxe est donc très court.

- **Nom.** Soyez très précis, car cela vous aider à mettre en place vos règles de taxes plus rapidement.
 Nous vous recommandons d'ajouter des pense-bêtes dans le nom, tel que le pays, le groupe ou la zone auquel la taxe s'applique, et son taux. Cela vous aidera grandement à reconnaître la taxe qui doit être utilisée dans une règle de taxe.
- **Taux.** Le taux exact de la taxe, au format XX.XX.
- **Activé.** Vous pouvez désactiver et réactiver une taxe à n'importe quel moment.


 Taxes

Nom : 
Nom de la taxe affiché dans le panier et sur la facture, ex. : TVA

Taux : *
Format : XX.XX ou XX.XXX (ex. : 19.60 ou 13.925)

Activé : ☐ ☒ ☐ ☒

Règles de taxe

 Une règle de taxe vous permet de n'appliquer une taxe qu'à un ensemble donné de pays.

Par défaut, PrestaShop applique une taxe à tous les pays/états/zones. Si vous souhaitez qu'une taxe ne s'applique qu'à un pays ou à une sélection de pays (en excluant d'autres), vous devez créer une règle de taxe. Cette règle de taxe est ensuite appliquée produit par produit, au moins où vous les créez (onglet "Prix").

Vous ne pouvez pas directement appliquer une taxe à un produit ; vous ne pouvez lui appliquer que des règles de taxe. De fait, vous devez d'abord enregistrer tous les taxes, puis pour chaque taxe créer la règle de taxe qui précisera le pays auquel cette taxe s'applique, et enfin appliquer cette règle de taxe au produit.

Quelques taxes d'exemple sont déjà en place, en fonction du pays que vous avez choisi lors de l'installation de PrestaShop. Ces règles sont en place pour chaque taxe : elles servent de filtre de pays, en limitant l'utilisation de la taxe à un ensemble donné de pays.

Vous devriez ouvrir les règles en place pour mieux comprendre les règles de taxes sont créées.

Ajouter une nouvelle règle de taxe

Vous pouvez ajouter autant de règles de taxe que nécessaire. Vous devriez même vous assurer que toutes les règles de taxe utiles sont enregistrées dans votre boutique.

La création d'une nouvelle règle de taxe se fait en deux étapes :

1. Créez la règle de taxe :
 - Cliquez sur le bouton "Créer",
 - Dans le formulaire qui s'ouvre, nommez la règle. Utilisez un nom parlant : utilisez le code du pays de la taxe, son nom, peut-être même son taux, afin de vous aider à la retrouver facilement. Si PrestaShop a déjà des règles de taxe pour le pays cible, prenez

leurs noms comme inspiration afin de conserver une certaine cohérence.

- Sélectionnez sur la règle doit être activée dès qu'elle est créée ou non. Au besoin, vous pourrez l'activer plus tard.
- Cliquez sur le bouton "Enregistrer et rester". La page se recharge, avec un en-tête de tableau en bas.
- 1. Spécifiez le pays et les comportements :
 - Cliquez le bouton "Ajouter un nouvelle règle fiscale".
 - Un nouveau formulaire apparaît. Remplissez ses champs :
 - **Pays.** Le pays cible de la règle que vous créez.
 - **État/région.** Certains pays ont des états fédéraux enregistrés dans PrestaShop (voir la page "États" du menu "Localisation"). Dans ce cas, vous pouvez préciser encore plus la cible de la taxe, ou choisir de l'appliquer au pays entier. Vous pouvez sélection plus d'un état en laissant la touche Ctrl enfoncée lorsque vous cliquez sur de noms d'états.
 - **Plage de codes postaux.** Que le pays dispose d'états enregistrés ou non, vous pouvez préciser plus encore l'application de la taxe en utilisant le code postal du client. Ce champ vous permet de définir les codes postaux auxquels la taxe doit être appliquée : saisissez soit un code postal complet, soit une plage de codes postaux en utilisant un tiret. Par exemple, utilisez "75000-75012" pour une plage comprenant tous les codes postaux entre ceux-ci.
 - **Comportement.** Certains clients peuvent avoir une adresse qui corresponde à plusieurs de vos règles de taxes. Dans ce cas, vous pouvez choisir comment cette taxe doit être appliquée :
 - **Cette taxe uniquement.** Seule cette taxe sera appliquée, et aucune des autres taxes correspondant au client.
 - **Combiner les taxes.** Combiner les taxes entre elles. Par exemple, $100€ + (10\% + 5\% \Rightarrow 15\%) \Rightarrow 115€$.
 - **L'une après l'autre.** Applique les taxes les unes après les autres. Par exemples, $100€ + 10\% \Rightarrow 110€ + 5\% \Rightarrow 115,50€$.

- **Taxe.** La taxe à utiliser pour cette règle de taxe. Cette taxe doit déjà exister dans PrestaShop. Si ce n'est pas le cas, choisissez "Aucune taxe", désactivez la règle de taxe, puis allez créer une taxe dans la page "Taxes" avant de revenir terminer cette règle de taxe.
- **Description.** Vous pouvez ajouter une courte explication détaillant pourquoi cette règle existe pour ce pays.
 - Cliquez sur le bouton "Enregistrer et rester". Le pays sera ajouté au tableau en bas de la page, et vous pouvez ajouter un autre pays à l'aide des champs désormais vides.

Note que le taux par défaut appliqué à vos produits sera basé sur le pays par défaut de votre pays.

Traductions

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.

✔ Le processus d'adaptation d'un logiciel à d'autres langues est appelé *internationalisation et localisation*, ou i18n et L10n.

La première étape est l'internationalisation, durant laquelle les développeurs choisissent le mécanisme à utiliser pour traduire leur logiciel. Toutes les chaînes du logiciel sont ensuite converties pour être exploitées par ce mécanisme.

La seconde étape est la localisation, où les utilisateurs bilingues ou polyglottes traduisent les chaînes originales vers leur propre langue. La localisation peut également inclure la mise en place de données locales pour

améliorer encore plus le logiciel pour les utilisateurs locaux.

Vous pouvez en apprendre plus en lisant la page Wikipedia :

[http://fr.wikipedia.org/wiki/Internationalisation %28informatique%29](http://fr.wikipedia.org/wiki/Internationalisation_%28informatique%29).

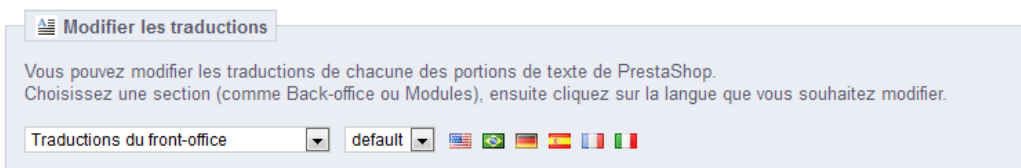
L'équipe de PrestaShop a choisi de concevoir son propre outil intégré au logiciel, afin que quiconque disposant d'une installation de PrestaShop puisse personnaliser sa boutique en fonction de ses besoins.

La traduction communautaire se fait à l'aide d'une installation ouverte en ligne de PrestaShop, située à l'adresse <http://translate.prestashop.com/>.

Les packs de traduction officiels peuvent être téléchargés à la main depuis cette adresse : <http://www.prestashop.com/fr/traductions>.

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.



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.

Expression à traduire : 1218.

Total des expressions manquantes : 0.

Fermer tous les blocs

live_edit - 11 expressions

Module position saved	=	Position du module enregistrée
Are you sure? If you close this window, its position won't be saved	=	Êtes-vous sûr ? Si vous fermez cette fenêtre, sa position ne sera pas enregistrée
Close	=	Fermer
Cancel	=	Annuler
Confirm	=	Confirmer
Add this module	=	Ajouter ce module
Unable to unregister hook	=	Impossible de supprimer le module de ce point d'accroche
Unable to save module position	=	Impossible d'enregistrer la position du module
Failed to load module list	=	Impossible de charger la liste des modules
Save	=	Enregistrer
Close Live edit	=	Fermer Live Edit


404 - 6 expressions

Page not available	=	Page introuvable
We're sorry, but the Web address you entered is no longer available	=	La page que vous avez demandée n'existe plus
To find a product, please type its name in the field below	=	Pour rechercher un produit, saisissez son nom dans le champ ci-dessous
Search our product catalog:	=	Chercher dans notre catalogue de produits :
Home	=	Accueil
Search	=	Rechercher

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".

 PrestaShop 1.5 introduit une nouvelle syntaxe quand les 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".

Save	=	Enregistrer	
File too large, maximum size allowed: %1\$d kB. File size you're trying to upload is: %2\$d kB.	=	Fichier trop volumineux, taille maximum autorisée : %1\$s ko. La taille du fichier que vous tentez de télécharger est : %2\$s ko.	... ⚠
File copy failed	=	Impossible de copier le fichier	
The File %1\$s exceeds the size allowed by the server. The limit is set to %2\$d MB.	=	Le fichier %1\$s dépasse le poids autorisé par le serveur, cette limite est fixée à %2\$d Mo.	... ⚠

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 modèle : 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 clique 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.

E-mails pour le module *referralprogram* : - 0 Traduction(s) manquante(s) sur 6 template(s) parmi Français (French):

Objet pour *referralprogram-congratulations* :

referralprogram-congratulations.html Balise titre : Message from {shop_name}
Message de {shop_name}

{shop_name}

Félicitations !

Votre filleul(e) {sponsored_firstname} {sponsored_lastname} a effectué son premier achat sur {shop_name} !

Nous avons le plaisir de vous offrir un bon d'achat de {discount_display} (bon de réduction avec le code {discount_name}), que vous pourrez utiliser à l'occasion de votre prochaine commande.

Bien cordialement,

{shop_name} propulsé avec PrestaShop™

[Modifier ce modèle d'e-mail](#)

Ajouter / mettre à jour une langue

Les traductions de PrestaShop sont disponibles en packs, qui combinent toutes les catégories de traduction en un fichier zip. Certains pack de langue sont disponibles gratuitement depuis les serveurs de PrestaShop.com. PrestaShop s'occupe de télécharger le pack de langue, les décompresser et créer les sous-dossiers nécessaires dans le dossier `/translation` de votre installation.

[Copier](#)

Ceci copiera les traductions d'une langue vers une autre.
Attention, cela va écraser toutes les données de la langue de destination !
Si nécessaire, **créez d'abord une nouvelle langue**.

Depuis : *

[Copier](#)

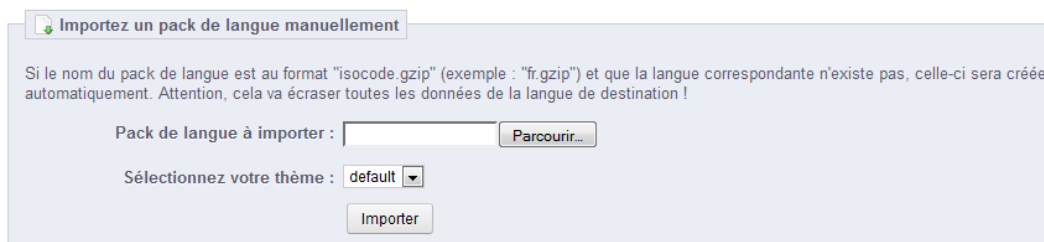
Vers :

* Les fichiers de la langue source doivent être complets (comme précisé dans Outils >> Langues >> Modification) afin d'autoriser la copie de traductions.

Vous pouvez également mettre à jour les langues installées, ici aussi depuis les serveurs de PrestaShop.com, mais gardez en mémoire que vous perdriez toute modification que vous ayez faite à votre propre traduction.

Importer un pack de langue manuellement

Dans le cas où vous ne souhaiteriez pas utiliser un pack de traduction officiel, mais plutôt un pack personnalisé (soit réalisé par l'une de vos connaissances, ou récupérée depuis une autre installation de PrestaShop), alors cet outil est fait pour vous.




Importer un pack de langue manuellement

Si le nom du pack de langue est au format "isocode.zip" (exemple : "fr.zip") et que la langue correspondante n'existe pas, celle-ci sera créée automatiquement. Attention, cela va écraser toutes les données de la langue de destination !

Pack de langue à importer :

Sélectionnez votre thème :

Sélectionnez le fichier Zip, sélectionnez le thème auquel vous souhaitez appliquer ce pack, puis cliquez sur le bouton "Importer", et le pack sera installé dans votre dossier `/translation`.

 Si vous avez déjà un dossier de langue avec le même code ISO 639-1, il sera remplacé par les fichiers du pack que vous importez.

Exporter des traductions

Vous pouvez créer votre pack de langue en utilisant cet outil, soit dans le but de faire une sauvegarde de vos personnalisations, ou afin de partager vos traductions avec une autre installation de PrestaShop – l'une des vôtres ou d'un autre utilisateur.



Exporter des traductions

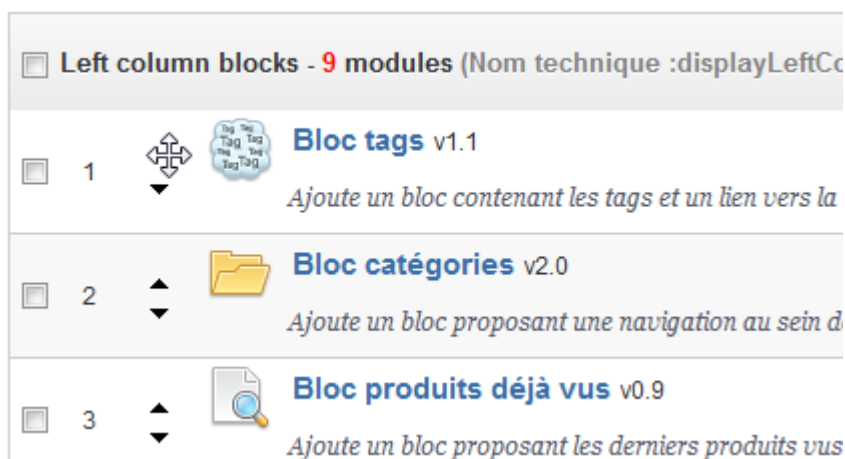
Exporter les données d'une langue vers un fichier (pack de langue). Choisissez le thème duquel vous souhaitez exporter les traductions.

Sélectionnez simplement la langue et le thème de la traduction que vous souhaitez exporter, et cliquez sur le bouton "Exporter".

Notez que le pack contiendra le thème qui est censé fonctionner avec la traduction.

Copier

Vous pouvez copier le contenu d'une langue vers une autre. C'est particulièrement utile quand vous souhaitez remplacer la langue d'un thème par celle d'un autre thème.



Choisissez la langue et le thème sources, puis la langue et le thème de destination, enfin cliquez sur le bouton "Copier". Dans la plupart des cas, la langue devrait être la même dans les deux liste déroulantes.

❗ S'il y a déjà un dossier pour cette langue dans le thème de destination, il sera remplacé par les fichiers de la langue et du thème source.

Vous préférerez peut-être créer d'abord une nouvelle langue pour le thème de destination, puis y copier la langue source.

Gérer les modules et les thèmes

PrestaShop 1.5 est livré avec plus de 120 modules qui peuvent être installés/désinstallés et configurés à votre guise, afin de personnaliser et compléter votre boutique.

La palette des possibilités est virtuellement sans limite : l'extensibilité de PrestaShop est telle qu'il est possible de transformer votre boutique en exactement ce que vous souhaitez au lieu de vous plier à des contraintes que vous n'avez pas choisies – à partir du moment où vous avez trouvé le module qui fait exactement ce que vous voulez.

Modules

La page "Modules" du menu du même nom vous donne accès à la liste de modules. Sur cette page vous pouvez installer, désinstaller et configurer chaque module.

Au-dessous et en-dessous du titre de la page, vous trouverez par moments des notifications envoyées par les modules installés. La plupart du temps, une notification vous aide à terminer la configuration d'un module qui sont installés mais pas encore prêts à être utilisés : mettez à jour ses réglages pour faire disparaître la notification... et faire fonctionner votre module correctement.

Au-dessus du tableau de modules se trouvent deux boutons, nommés "Vue normale" et "Vue par favoris". Ils changent de manière radicale la manière dont les modules sont listés.

Vue normale

C'est la vue par défaut. Elle vous permet de trouver rapidement le module que vous souhaitez installer, ou dont vous voulez modifier les réglages.

Trier par:
Tous les modules
Installé et non installé
Activé & désactivé
Tous les pays

Catégories

Favoris	0
Total	125
Administration	12
Publicité & Marketing	6
Statistiques & Analyses	27
Facturation	2
Processus de commande	0
Gestion de Contenu	0
Export	0
Envoi d'e-mails	0
Fonctionnalités front-office	42
Internationalisation & Localisation	0
Merchandising	0
Outils de Migration	2
Paiement	16
Sécurité des Paiements	4
Prix & Promotions	2
Modification rapide / de masse	0
Recherche et Filtres	1

Nom du module

AddShoppers Social Commerce Platform (Addons)

NON INSTALLÉ

Développé par : Prestashop | Version : 1.1.1 |
Catégorie : Publicité & Marketing

Affichage HTML simple

INSTALLÉ

Développé par : PrestaShop | Version : 1 | Catégorie : Administration

[Désactiver](#) [Réinitialiser](#) [Supprimer](#)

Affiliation - Accès boutique

NON INSTALLÉ

Développé par : PrestaShop | Version : 1 |
Catégorie : Transporteur & Logistique
Description : Permet aux affiliés de consulter leurs statistiques.
[Supprimer](#)

Dans la première section, vous pouvez chercher un module précis, ou filtrer les modules jusqu'à ce que vous trouviez celui que vous cherchez.

- **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 'Trier par'.** La liste se recharge automatiquement quand faites une sélection, et affiche les modules en fonctions de vos réglages.
 - Tous les modules.
 - **Modules gratuits.** Ceux qui se trouvent dans la distribution par défaut de PrestaShop, c'est à dire pas les modules que vous avez ajouté après-coup.
 - **Modules partenaires (gratuits).** Les modules qui ont été créés par les partenaires de PrestaShop. La plupart du temps, ils permettent à votre boutique de fonctionner avec le service tiers proposé par ce partenaire.
 - **Incontournables.** Les modules essentiels, sélectionnés par l'équipe d'Addons.
 - **Auteur.** 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.
 - **Autres modules.** Les modules qui ne sont ni natifs, ni conçus par des partenaires de PrestaShop. Ils sont

souvent créés par des développeurs indépendants, même peuvent aussi avoir été écrits par l'équipe de PrestaShop.

- **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.
- **Tous les pays.** Certains modules sont écrits pour un pays précis. Ce sélecteur vous permet de n'afficher que les modules rattachés à un pays.

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

L'une des catégories se nomme "Favoris" et est vide par défaut. Elle permet de rassembler les modules que vous utilisez le plus, et d'y accéder rapidement.

Vous pouvez indiquer vos modules favoris avec la vue par favoris.

Les modules peuvent prendre l'un des quatre états suivants, chaque ayant sa propre couleur

- Non-installé : orange.
- Installé mais désactivé : gris.
- Installé et activé : vert.
- Installer et activé, mais avec des avertissements : rouge.

La plupart du temps les avertissements sont un rappel que vous n'avez pas correctement configuré le module. Cliquez sur son lien "Configurer" et parcourez les différentes étapes.



La différence entre la désactivation et la désinstallation

Si vous ne souhaitez plus utiliser un module, vous pouvez au choix le désactiver ou le désinstaller. Le résultat de ces deux actions a priori le même : le module n'est pas actif, ses options n'apparaissent plus dans votre back-office, et les éléments qu'il a pu ajouter au front-end disparaissent.

La différence se tient dans ce que la désactivation du module conserve la configuration de celui-ci, afin de pouvoir tout récupérer lors d'une éventuelle réactivation, tandis que la désinstallation supprime les données de

configuration.

De fait, ne désinstallez un module que si vous ne vous souciez plus de ses données ou si vous êtes certain que vous n'en aurez plus besoin. Dans le cas où vous ne voudriez même pas du module sur votre boutique, vous pouvez même cliquer sur le lien "Supprimer".










✓ Certains modules ont "(Addons)" à la fin de leur nom. Cela signifie que les modules ne seront pas installés à partir de fichiers se trouvant sur votre serveur, mais téléchargés depuis le site Addons. L'avantage est que vous disposerez toujours de la toute dernière version du module.

Le fait d'installer un module depuis les serveurs Addons reste cependant comparable à l'installation depuis des fichiers se trouvant déjà sur votre propre serveur.

Vue par favoris

Cette vue vous donne un aperçu totalement différent de vos modules : vous ne trouverez pas de sélecteur de catégorie, de boutons installer/désinstaller ou de liens d'actions.

Vue normale Vue par favoris

Logo	Nom du module	Description	État	Catégories	Intérêt	Favoris
	AddShoppers Social Commerce Platform (Addons)		NON INSTALLÉ	Publicité & Marketing	---	---
	Affichage HTML simple		INSTALLÉ	Administration	---	---
	Affiliation - Accès boutique	Permet aux affiliés de consulter leurs statistiques.	NON INSTALLÉ	Transporteur & Logistique	---	---
	Alertes e-mail	Envoie des notifications par e-mail aux clients et aux marchands.	NON INSTALLÉ	Administration	---	---
	Allied Wallet (Addons)		NON INSTALLÉ	Paieement	---	---
	Analytics pour eCommerce - Jirafe (Addons)		NON INSTALLÉ	Statistiques & Analyses	---	---
	Artichow	Artichow est une bibliothèque qui permet d'afficher des graphiques simples...	INSTALLÉ	Administration	---	---
	Atos SIPS (Addons)	Le module de paiement Atos SIPS pour PrestaShop est une solution de paiement...	NON INSTALLÉ	Paieement	---	---
	Authorize.net (Addons)	Authorize.Net est un module qui vous permet d'accepter les paiements par...	NON INSTALLÉ	Paieement	---	---

Elle vous propose une liste alphabétique de tous vos modules, qu'ils soient installés ou non, avec leurs catégories affichées directement et deux menus déroulants :

- **Intérêt.** Si vous passez cette option à "Non", le module n'apparaîtra pas dans la liste de modules. Il y apparaîtra en choisissant "Oui" ou "--".
- **Favoris.** Si vous passez cette option à "Oui", le module apparaîtra dans la catégorie "Favoris". Il n'y apparaîtra pas si vous choisissez "Non" ou "--".

Étant donné que ces deux réglages peuvent se contredire, les mélanger peut vous donner des résultats inattendus. Ils sont cependant logiques : pour résumer, "Intérêt" est plus important que "Favoris".

Intérêt	Favoris	Apparaît dans la liste de modules ?	Apparaît dans la catégorie "Favoris" ?
Oui	Oui	Oui	Oui
Non	Oui	Non	Non
Oui	Non	Oui	Non
Non	Non	Non	Non

Cette vue ne vous permet de lancer aucune autre action sur les modules : installation, configuration, etc.


Effectuer des actions sur les modules

Toutes les actions sont effectuées depuis la vue normale.

- 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.
 - **Supprimer.** Cette action enlèvera le module de la liste de modules, et effacera ses fichiers et dossiers de votre serveur.
- Modules installés :
 - **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.

- **Réinitialiser.** Cette action remettra les réglages par défaut de ce module.
- **Supprimer.** Cette action enlèvera le module de la liste de modules, et effacera ses fichiers et dossiers de votre serveur.
- **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.

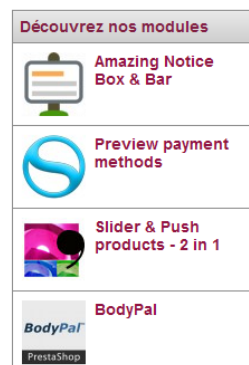
 Les modules les mieux notés sur Addons peuvent se voir promu dans votre liste de module, en fonction de vos réglages de pays. Ils apparaissent au milieu de modules classique, mais leurs boutons d'action ne sont pas titrés "Installer" mais plutôt "Acheter - 30 €", par exemple. En cliquant sur le bouton, la page Addons du module s'ouvre, d'où vous pouvez vous connecter, acheter et télécharger le module. De là, vous pouvez l'installer sur votre boutique.

Configurer les modules natifs

Tous les modules natifs sont expliqués en détail dans leur propre chapitre, "Configurer les modules natifs".

Catalogue de modules & thèmes

PrestaShop est livré avec bon nombre de modules. Vous pouvez toutefois en ajouter d'autres si vous vous sentez limité par les modules existant, ou si vous souhaitez explorer d'autres possibilités.



Il y a un grand nombre de modules disponibles sur le site PrestaShop Addons (<http://addons.prestashop.com/>). Certains sont gratuits, d'autres payants, et vous trouverez sûrement les modules qui correspondent à vos besoins ! Si vous êtes un développeur de module ou un designer de thème averti, vous pouvez même proposer vos créations et les vendre sur Addons !

La page "Catalogue de modules et thèmes" vous donne un accès rapide et facile à la base de données Addons de modules et de thèmes. Son interface se comprend rapidement :

- Un champ de recherche, grâce auquel vous pouvez découvrir tout le contenu d'Addons.
- Sur la droite, une section "Découvrez nos modules", qui présente 4 modules parmi les plus téléchargés.

Une requête de recherche renverra les 5 premiers résultats depuis Addons, d'autres étant accessible en cliquant sur le lien "Voir tous les résultats addons.prestashop.com" situé en haut des résultats.

En cliquant sur un résultat, vous ouvrez sa page Addons dans un nouvel onglet de votre navigateur web.

Installer des modules


Une fois que vous avez téléchargé un module depuis le site Addons, il vous revient de l'installer sur votre boutique PrestaShop.

Il existe deux méthodes pour installer un module: passer soit par un formulaire dédié, soit par votre client FTP.

Installation à l'aide du formulaire dédié

Pour installer un nouveau module PrestaShop de manière "automatique", cliquez sur le lien "Ajouter un module depuis mon ordinateur", situé au-dessus de la liste des modules, sur la page "Modules". Une nouvelle section apparaît alors.

Le formulaire de cette section vous permet de mettre en ligne l'archive du module, tel que téléchargé depuis Addons. Vous pouvez au choix mettre en ligne un fichier `.zip` ou un `.tar.gz`. Le formulaire est très simple : naviguez simplement jusqu'au fichier du module que vous avez téléchargé, et cliquez sur le bouton "Mettre ce module en ligne". Ne sélectionnez pas le dossier décompressé à partir de l'archive, ni l'un de ses fichiers.

 Dans les versions précédentes de PrestaShop, vous pouvez utiliser l'adresse web d'un fichier Zip que vous auriez placé sur un serveur FTP. Cette fonctionnalité a été enlevée dans PrestaShop 1.5 pour des raisons de sécurité.

Une fois le choix validé, PrestaShop se charge de télécharger le module depuis votre ordinateur, le décompresser, placer ses fichiers au bon endroit, et mettre à jour la page, le tout en quelques secondes. PrestaShop affichera ensuite le message "Module téléchargé avec succès".

Les modules ne sont pas installés par défaut : vous devez trouver le module dans la liste afin de cliquer sur son bouton "Installer", et parfois le configurer.

Une fois la configuration faite, assurez-vous de tester dès que possible votre module pour confirmer qu'il fonctionne comme prévu.

Installation à l'aide d'un client FTP

Pour installer manuellement un nouveau module PrestaShop :

1. Décompressez l'archive .zip du module. Vous devriez obtenir un nouveau dossier ;
2. A l'aide de votre client FTP, placez ce dossier dans le dossier /modules de PrestaShop. Faites bien attention à ne pas l'envoyer dans le dossier d'un autre module (ce qui peut facilement arriver lors d'un glisser/déposer à la souris). Mettez en ligne le dossier lui-même, pas seulement les fichiers qu'il contient ;
3. Rendez-vous dans votre back-office, dans l'onglet "Modules" ;
4. Localisez le nouveau module dans la liste de modules. Vous aurez sans doute à faire défiler la page, mais vous pouvez également utiliser le moteur de recherche de la liste, qui devrait vous donner une liste dynamique de modules correspondants au mot saisi ;
5. Dans la ligne du nouveau module, cliquez sur le bouton "Installer".
6. Votre module est maintenant installé, et devrait être également activé. Si besoin est, cliquez sur le lien "Configurer". Faites attention à tout avertissement qui puisse être affiché par PrestaShop.

Une fois l'installation complète, vérifiez le module immédiatement, afin de valider qu'il fonctionne comme prévu.

Mettre un module à jour

Votre installation de PrestaShop vérifie régulièrement l'existence de nouvelles versions pour vos modules sur le serveur Addons. S'il en trouve, PrestaShop affiche un lien "Mettre à jour" pour ces modules. Cliquez simplement dessus, et PrestaShop prendra en charge le téléchargement la mise à jour du module.

Désinstaller un module



N'effacez jamais un module directement en supprimant son dossier depuis un client FTP ! Vous devez laisser PrestaShop s'en charger.

Si vous souhaitez temporairement ne plus utiliser le module, mais que vous souhaitez conserver ses réglages, vous pouvez simplement le désactiver :

cliquez sur le lien "Désactiver". Les actions disponibles seront alors "Activer" et "Supprimer", mais le bouton "Désinstaller" reste disponible.

Si les réglages du module vous importent peu, cliquez sur le bouton "Désinstaller" : le dossier de votre module sera toujours présent dans le dossier `/modules`, mais le module n'aura plus d'impact sur votre boutique.

Si vous souhaitez totalement retirer le module de votre serveur, cliquez sur le bouton "Supprimer" : PrestaShop enlèvera son dossier et tous ses fichiers.

✓ Si vous avez modifié votre thème pour mieux prendre en compte le module, faites en sorte que la désactivation ou le retrait du module ne casse pas le thème.

Installer des thèmes

Une fois que vous avez téléchargé le thème depuis le site Addons, il vous revient de l'installer sur votre boutique PrestaShop.

Installation à l'aide du module d'import/export

C'est la méthode à préférer, car elle préserve la position de tous les blocks sur leurs points d'accroche respectifs.

Le module "Importer / Exporter un thème" est inclus dans l'archive de PrestaShop, et devrait être installé par défaut. Il s'agit d'un module particulier, qui vous permet d'importer un thème et de l'installer (ainsi que ses modules liés), ou d'exporter un thème et ses modules afin de le partager avec le monde entier.

Trouvez ce module dans la liste de la page "Modules", et ouvrez sa page de configuration. Cette page vous présente trois méthodes d'installer un nouveau module : depuis votre ordinateur, depuis un site public, ou depuis votre propre serveur FTP. Elle vous donne également une méthode pour exporter un module dans le bon format.

Importer un thème

Quelle que soit la méthode utilisée, le processus reste le même : indiquer l'emplacement de l'archive Zip du thème, et cliquez sur le bouton "Suivant".

✓ **Importer depuis l'ordinateur** : utilisez l'explorateur de fichiers pour trouver l'archive.

Importer depuis le web : indiquez directement l'adresse web de l'archive.

Importer depuis le serveur FTP : à l'aide d'un client FTP, mettez l'archive en ligne dans le dossier suivant : `/modules/themeinstallator/import/`.

La page suivante affichera un rapide résumé de ce que l'importateur s'apprête à faire.

Cliquez de nouveau sur "Suivant" pour valider votre choix. Le thème est maintenant installé, et PrestaShop vous demande si vous souhaitez installer les modules qui étaient joints au thème, ce que vous souhaitez faire avec la configuration actuelle des modules, et la manière dont vous souhaitez que la configuration des images soit prise en compte.

Cliquez sur "Suivant" une dernière fois. Une dernière page de confirmation vous présente toutes les modifications appliquées à votre site PrestaShop. Cliquez sur "Terminer" pour mettre fin au processus.

Exporter un thème

Cette section n'est disponible que si vous avez au moins un thème installé sur votre site PrestaShop.

Il peut se révéler très utile d'exporter un thème, que ce soit pour le sauvegarder par sécurité, pour créer une archive à donner à un ami, ou pour vendre le thème sur le site Addons (<http://addons.prestashop.com/fr/>). L'exportateur ne fait pas que générer une archive Zip complète de votre thème, il ajoute également de nombreuses informations dans des fichiers XML, qui se révéleront très utiles lors de la mise à disposition sur Addons, et lors de l'import dans une boutique PrestaShop.

Choisissez un thème et cliquez sur le bouton "Exporter ce thème". Un formulaire de configuration apparaît, avec lequel vous pouvez configurer les paramètres du thème : auteur, nom du thème, version de compatibilité, modules liés (s'il en a), etc.

Une fois tous les paramètres en place, cliquez sur le bouton "Générer l'archive maintenant !" Vous obtiendrez rapidement un fichier à télécharger à l'aide de votre navigateur. Enregistrez-le sur votre disque dur, puis donnez un nom compréhensible à ce fichier. Partant de là, vous pouvez facilement partager ce

thème, et s'il s'agit de votre propre création, vous pouvez également le mettre en vente sur le site PrestaShop Addons, à l'adresse <http://addons.prestashop.com/>.

Installation à l'aide d'un client FTP

Ce n'est pas la méthode recommandée, mais cela reste une possibilité. À utiliser avec précaution : vos blocs pourraient ne plus avoir la position attendue sur leurs points d'accroche respectifs.

Pour installer un nouveau thème PrestaShop :

1. Décompressez l'archive .zip du thème. Vous devriez obtenir au moins un nouveau dossier local, `/themes`, contenant le dossier de votre thème ;
2. A l'aide de votre client FTP, placez le dossier de votre thème (contenu dans le dossier `/themes` local) dans le dossier `/themes` de PrestaShop, en ligne. Faites bien attention à ne pas l'envoyer dans le dossier d'un autre thème (ce qui peut facilement arriver lors d'un glisser/déposer à la souris). Mettez en ligne le dossier lui-même, pas seulement les fichiers qu'il contient ;
3. (facultatif) Si l'archive du thème contenait un second dossier `/modules`, cela signifie que ce thème est accompagné de modules qui lui sont spécifiques ou nécessaires. A l'aide de votre client FTP, placez le ou les dossiers contenus dans ce dossier `/modules` local directement dans le dossier `/modules` en ligne. Si votre installation de PrestaShop dispose déjà d'un module fourni avec le thème, efforcez-vous de conserver la version la plus récente (celle avec les fichiers les plus récents). Dans le doute, conserver la version fournie avec le thème, étant donné qu'elle est a priori la plus adaptée au thème.
4. Rendez-vous dans votre back-office, dans la page "Thèmes" du menu "Préférences" ;
5. Localisez le nouveau thème dans la liste de thèmes, dans la section "Thèmes" (en bas de la page) ;
6. Sélectionnez le nouveau thème au lieu du thème actuel, en cliquant sur le bouton radio, et en cliquant sur enregistrer ;
7. Votre thème est maintenant en place.
8. (facultatif) Si le thème était accompagné de modules, activez-les via la page "Modules" du back-office, et configurez-les si nécessaire.

Beaucoup de thèmes sont fournis avec un fichier `Install.txt`, donnant des indications utiles. N'oubliez pas de le parcourir pour être certain de ne rien oublier.

Une fois l'installation complète, vérifiez le thème immédiatement, page après page, afin de valider qu'il fonctionne comme prévu. N'hésitez pas à réaliser une commande de A à Z – il ne faudrait pas rater des commandes parce que le thème est incomplet !


Le thème mobile PrestaShop

Le thème mobile offre la possibilité à tous les marchands PrestaShop de rendre leur site e-commerce adapté aux terminaux mobiles : de la page d'accueil au paiement, en passant par la fiche produit et le tunnel de conversion (*conversion funnel*).

Installer le thème mobile sur votre boutique

Pour installer le thème PrestaShop :

1. Connectez-vous à l'administration de PrestaShop 1.5 ;
2. Rendez-vous dans la page "Thèmes" du menu "Préférences" ;
3. Dans la section "Apparences", descendez jusqu'à l'option "Activer le thème mobile" et choisissez l'une des trois sélections autre que "Je veux le désactiver".

Icône de magasin : 

Apparaîtra sur le localisateur de magasins (dans les Google Maps)
Taille suggérée : 30x30, GIF transparent

Caractère de séparation :

Utilisé pour le chemin de navigation dans les catégories et les produits

Activer le thème mobile

- ☐ Je veux le désactiver
- ☒ Je veux l'activer uniquement pour les appareils mobiles
- ☐ Je veux l'activer uniquement pour les tablettes tactiles
- ☐ Je veux l'activer pour les tablettes tactiles et les appareils mobiles

Permet aux visiteurs parcourant actuellement votre site sur un appareil mobile, ou sur votre tablette, d'avoir une version allégée du site.

Par défaut, le thème mobile ne s'affiche que pour les smartphones, les tablettes ayant accès au même thème que les terminaux classiques. Avec cette option,

vous pouvez choisir d'afficher également le thème mobile pour les tablettes (option "Les deux"), ou même de ne l'afficher que pour les tablettes.

Personnaliser le thème mobile

Les fichiers du thème mobile sont toujours placés dans le sous-dossier `/mobile` du dossier du thème courant. Ainsi, si votre thème actuel est le thème par défaut, les fichiers du thème mobile seront dans le dossier `/themes/default/mobile` de votre installation de PrestaShop 1.5.

Le thème est fait de fichiers HTML, CSS et JavaScript : sa structure est donc la même que pour le thème par défaut, mais avec une mise en page radicalement différente, adaptée aux petits écrans des terminaux mobiles.

Si vous souhaitez modifier les couleurs ou la disposition des pages du thème mobile, vous devrez donc modifier les fichiers CSS et/ou HTML pour les adapter à votre goût. Il vous faut donc avoir certaine connaissance des langages de programmation Web, ou faire appel à un développeur.

Utiliser le thème mobile avec un autre thème

Le thème mobile n'est disponible que si le thème courant dispose d'un sous-dossier `/mobile` dans son dossier. De fait, de nombreux thème PrestaShop ne disposent pas d'un thème mobile, et les utilisateurs de ces thèmes ne peuvent donc pas faire profiter à leurs clients d'une version mobile de leur site.

En attendant que le thème que vous utilisez soit mis à jour avec un thème mobile, vous pouvez utiliser le thème mobile par défaut, au moyen d'une manipulation rapide : il suffit de copier le sous-dossier `/mobile` contenu dans le dossier `/themes/default`, et de coller ce sous-dossier (et tous les fichiers qu'il contient) dans le dossier de votre propre thème.

Vous utiliserez alors le thème mobile par défaut plutôt qu'un thème ayant un design cohérent avec votre thème principal, mais rien ne vous empêche de modifier les fichiers HTML, CSS ou JavaScript du thème mobile recopié afin de le rapprocher de votre propre thème.

Positions

Un module peut avoir deux aspects : l'un sur le back-office (ses options, ou même son écran de configuration), et l'autre sur le front-office. La partie du 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. Dans le jargon PrestaShop, cette démarche est appelée "greffe" (en anglais, "*transplanting*"), et se pratique en utilisant l'outil disponible depuis 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 sont vides par défaut, mais les plus utilisés ont facilement une douzaine de modules (le point d'accroche Header a 27 modules par défaut).

The screenshot displays the 'Positions' page in PrestaShop, showing a list of hooks and the modules attached to them. Each hook has a checkbox, a number, and up/down arrows for reordering. Modules are listed with their icons, names, versions, and descriptions.

Hook	Module	Version	Description
3	Google Chart	v1.0	L'API Google Chart permet de générer dynamiquement des graphiques.
	Artichow	v1.0	Artichow est une bibliothèque qui permet d'afficher des graphiques simples utilisant PHP et GD.
Grid Engines - 1 module (Nom technique :displayAdminStatsGridEngine)			
1	Affichage HTML simple	v1.0	
Header of pages - 27 modules [A hook which allow you to do things in the header of each pages] (Nom technique :displayHeader)			
1	Bloc meilleures ventes	v1.1	Ajoute un bloc qui affiche les meilleures ventes de la boutique
2	Bloc logo de paiement	v0.2	Ajoute un bloc affichant tous les logos des modes de paiement.

En haut de la page, un menu déroulant vous permet de n'afficher que les points d'accroche qui vous intéressent.

Par défaut, cette n'affiche que les points d'accroche sur quels 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 entre les flèches et le nom du module, 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.

Greffeur un module

Module : *

Greffeur le module sur : *

Exceptions :

Fichiers pour lesquels le module ne sera pas affiché.
Veuillez saisir chaque nom de fichier séparé par une virgule.

* Champ requis

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 :

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

De fait, restez conscient que vous ne pouvez 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 "Préférences" 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.
 Depuis PrestaShop 1.5, au lieu de saisir les noms des fichiers, vous pouvez simplement sélectionner le nom et cliquer sur le bouton "Ajouter" : le nom du fichier sera ajouté à la liste.
 De la même manière, pour enlever un nom de la liste en place, choisissez ce nom dans la liste déroulante et cliquez sur le bouton "Supprimer".
6. N'oubliez pas d'enregistrer vos modifications.

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.

Depuis PrestaShop 1.5, la liste donne plus de détails : vous disposez à la fois du nom du point d'accroche et une description rapide de ce qu'il fait, par exemple

"Before carrier list" connu sous le nom de "displayBeforeCarrier".

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.

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 que vous un même module apparaissant deux fois.

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

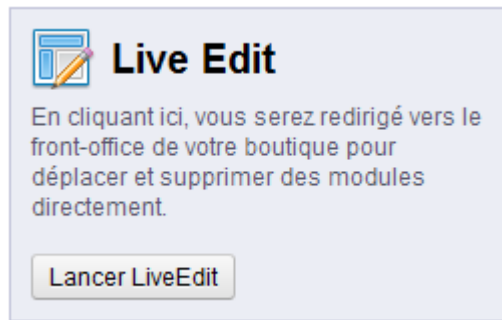
Enlever un module d'un point d'accroche.

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.

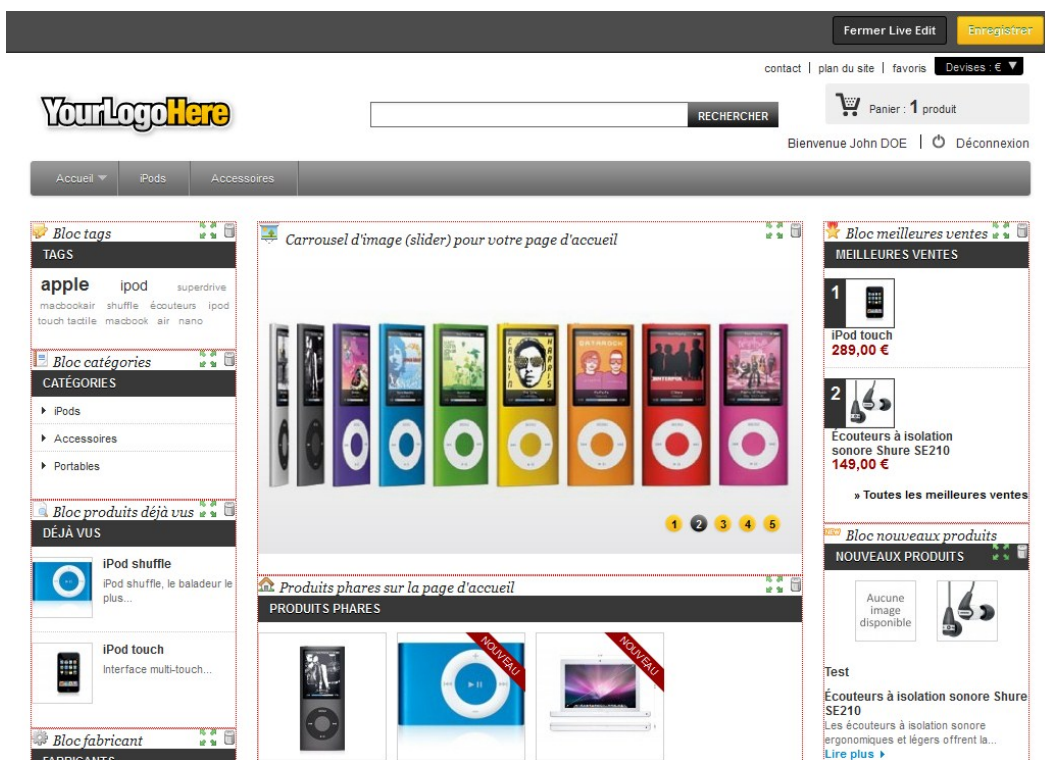
Greffer un module avec Live Edit

L'autre manière de déplacer les modules dans la page d'accueil est le mode Live Edit, qui intègre la dite page d'accueil au sein d'un outil qui vous permet de placer vos modules visuellement. Vous pouvez y accéder en vous rendant dans la page "Positions" du menu "Module", puis en cliquant sur le bouton "Lancer LiveEdit".



Après avoir cliqué, PrestaShop ouvre la page d'accueil dans une nouvelle fenêtre, avec le script Live Edit sur le haut de la page:

- Tous les blocs sont entourés d'un cadre rouge en pointillé, vous permettant de voir quels blocs vous pouvez déplacer.
- En haut à gauche des pointillés se trouve une icône indiquant le nom du bloc, ce qui vous permet de retrouver facilement les différents blocs.
- En haut à droite des pointillés, vous trouverez deux icônes:
 1. Un icône "Déplacer" : cliquez dessus pour déplacer le module sur la page.
 2. Un icône "Poubelle" : cliquez dessus pour retirer le bloc de la page d'accueil.



Au haut de la page Live Edit, vous trouverez une ligne contenant deux boutons : "Enregistrer" et "Fermer Live Edit".

Le 1er bouton permet de sauvegarder les modifications, le deuxième annule tous les changements effectués durant la session de Live Edit.

⚠ Notez qu'après avoir supprimé un module, vous devez aller sur la page "Positions" et utiliser le formulaire "Greffer un module" pour le remettre dans votre boutique.


Où déplacer les modules ?

Les modules ne peuvent pas être déplacés n'importe où : cela dépend à la fois des points d'accroche du thème, et ce avec quoi chaque point d'accroche du module peut fonctionner (comme nous l'avons indiqué ci-dessus). Par conséquent, vous ne pourrez déplacer la plupart des modules que dans leur contexte : les modules de colonnes peuvent être déplacés à l'intérieur de la colonne ou dans une autre colonne (par exemple, de gauche à droite), tandis

que les modules d'accueil (ceux au centre de la page) ne peuvent être déplacés que dans leur zone spécifique.

Afin de vous donner un indice visuel vous indiquant où un module peut être déplacé, PrestaShop affichera un bloc vert vide si l'emplacement est correct, ou un bloc rouge vide si l'emplacement est mauvais.

Greffer un module en modifiant son code

 À réserver aux experts : vous devez avoir une bonne connaissance de PHP et HTML avant de changer quoi que ce soit dans le code d'un module.

Certains modules ne peuvent être greffés dans d'autres pages car ils ne possèdent pas le code nécessaire.

Par exemple, le bloc "Recherche rapide" (`/blocksearch`) contient à la fois des modèles pour l'affichage des colonnes ainsi que l'affichage de l'en-tête, tandis que le bloc "Devises" (`/blockcurrencies`) n'a qu'un seul fichier de modèle qui se rapporte uniquement à la section d'en-tête. De même, le bloc de "Produits phares sur la page d'accueil" (`/homefeatured`) ne peut être placé que dans la section de contenu située au centre de la page principale.

Si vous voulez placer des modules simples tels que le bloc "Devises" vers un emplacement pour lequel il n'a pas été conçu, vous aurez à effectuer vous-même la personnalisation.

Les modules plus complexes tels que le module "Produits phares sur la page d'accueil" peuvent également être modifiés pour s'afficher dans d'autres sections de la page, mais il vous faudra pour cela les réécrire en partie afin que leur design fonctionne avec cet emplacement.

Pour personnaliser la greffe d'un module sur un point d'accroche, vous devez lui déterminer sa fonction PHP pour le point d'accroche. Reprenons le bloc "Devises", qui a cette fonction :

```
function hookTop($params)
{
    ...
}
```


Ainsi, pour greffer le bloc "Devises" dans la colonne de droite, vous devez créer :

```
function hookRightColumn($params)

{

    ...

}
```

Ceci fait, vous devez écrire le code qui affichera le contenu pour la page d'accueil. Au mieux, cela signifiera copier/coller le contenu de la fonction `hookTop()` ; au pire, vous devrez réécrire le contenu de la fonction `hookTop()` afin de fonctionner visuellement au nouvel emplacement.

Paieement

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, Moneybookers, Hipay, etc.

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

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

Installer un module de paiement

L'installation d'un module de paiement n'est pas fondamentalement différente de celle d'un module normal : cliquez simplement sur le bouton "Installer", et voilà tout. Vous devez simplement faire attention à bien le configurer, et vous assurer que ses données pointent bien vers votre adresse ou votre compte

bancaire. Configurer un module de paiement signifie que vous devez en premier lieu être connu de votre fournisseur de serveur de paiement, c'est à dire avoir un compte chez lui.

Installons le module "Comptant à la livraison". Vous devez tout d'abord accéder à la liste des modules de paiement. Il est bien entendu accessible depuis la page "Modules", dans la catégorie "Paiements" ; mais vous pouvez également y accéder depuis la page paiement : cliquez sur le bouton "Liste de modules de paiement" pour arriver sur la page "Modules" avec juste les modules de la catégorie "Paiements" affichés.

Liste de modules de paiement

[Cliquez pour voir la liste des modules de paiement.](#)

✓ Comme vous pouvez le constater, de nombreux modules de paiement ont un "Addons" à la fin de leur nom. Cela signifie que le module ne sera pas installé à partir de fichiers sur votre serveur, mais sera téléchargé depuis le site Addons. Les fichiers de ce module partenaire ne font plus partie de l'installation par défaut de PrestaShop depuis la version 1.5. Cela permet de s'assurer que vous utilisez toujours la dernière version.

Trouvez le module "Comptant à la livraison" dans la liste (3ème ligne). Pour l'installer, cliquez simplement sur le bouton "Installer". PrestaShop s'occupe de tout, et vous informe du résultat. Par exemple, si le module a besoin d'être configuré avant de pouvoir fonctionner, PrestaShop affichera une notification en haut de la page. Dans le cas du module "Comptant à la livraison", il n'y a rien à configurer.

		Comptant à la livraison INSTALLÉ	Désinstaller
Développé par : PrestaShop Version : 0.4 Catégorie : Paiement			
Description : Accepte le paiement lors de la livraison			
Désactiver Réinitialiser Supprimer			



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 disponible en fonction des devises disponibles : vous pourriez préférer que les clients puissent payer avec n'importe quelle devise avec PayPal, mais que ceux utilisant Moneybookers ne puissent utiliser que le dollar, par exemple.

\$ Restrictions des devises

Pour chaque module, veuillez cocher la ou les devises à activer.

Restrictions des devises		
Euro	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Devise du client	--	--
Devise par défaut de la boutique	--	--

Enregistrer les restrictions

✓ 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 restreindre l'usage d'un module en fonction de la devise d'un utilisateur, cochez simplement les case 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 :

- Authorize.net, Comptant à la livraison, CashTicket, PaysafeCard : vous ne pouvez pas changer les réglages par défaut.

- Virement bancaire, Buyster, chèque, DIBS, Moneybookers, Ogone : vous pouvez changer tous les réglages, sauf "Devise du client" et "Devise par défaut de la boutique", qui reste dans leur état par défaut.
- Google Checkout, Hipay, 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	
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"/>

Enregistrer les restrictions

Par exemple, disons que vous préférez que les clients non-professionnels payent par PayPal, Moneybookers 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**

Pour chaque module, veuillez cocher le ou les pays à activer.

Restrictions des pays		
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"/>
Angola	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Anguilla	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Antarctique	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Antigua et Barbuda	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Antilles Néerlandaises	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Arabie Saoudite	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Argentine	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Arménie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aruba	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Australie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autriche	<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. :

- Buyster : vous ne pouvez choisir que votre propre produit.
- Hipay : 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.

Configurer les modules natifs

Ce chapitre explore le processus de configuration de tous les modules par défaut de PrestaShop 1.5.

121 modules sont disponibles au sein de 25 sections.

 Certains modules disposent d'une page de configuration, qui vous donne accès à des outils ou des pages informatives.

Dans toutes les pages de configuration, du texte et des liens sont rassemblés dans deux blocs de contenu identiques, situés en haut et en bas de la page. Leur contenu est comme suit :

- **Nom du module.** Un rappel du module que vous êtes en train de configurer.
- **Lien retour.** Un lien pour revenir à la liste de module.
- **Gérer ses points d'accroche.** Il s'agit d'un raccourci vers la page "Positions" du menu "Modules". De là, vous pouvez changer la position de l'interface sur le front-end de votre office, ou lancer l'outil Live Edit. La page "Positions" est configurée de telle sorte que seuls les points d'accroche disponibles pour ce module sont affichés.
- **Gérer ses traductions.** Les liens en forme de drapeau sont des raccourcis vers la page "Traductions" des modules installés. De là, vous pouvez mettre à jour la traduction du module dans la langue sélectionnée. Par exemple, vous pourriez vouloir changer ses formulations afin de mieux correspondre à votre utilisation.

Administration

Artichow

Ce module apporte une bibliothèque graphique qui peut être utilisée pour créer des graphiques de statistiques.

Google Chart

Ce module apporte une bibliothèque graphique qui peut être utilisée pour créer des graphiques de statistiques.

À noter : la bibliothèque graphique utilisée par ce module a été rendue obsolète par Google, et cessera probablement de fonctionner le 21 avril 2015. Lire <https://developers.google.com/chart/image/>.

Importer / Exporter un thème

Le module "Importer / Exporter un thème" est inclus dans l'archive de PrestaShop, et devrait être installé par défaut. Il s'agit d'un module particulier, qui vous permet d'importer un thème et de l'installer (ainsi que ses modules liés), ou d'exporter un thème et ses modules afin de le partager avec le monde entier.

Trouvez ce module dans la liste de la page "Modules", et ouvrez sa page de configuration. Cette page vous présente trois méthodes d'installer un nouveau module : depuis votre ordinateur, depuis un site public, ou depuis votre propre serveur FTP. Elle vous donne également une méthode pour exporter un module dans le bon format.

Importer un thème

Quelle que soit la méthode utilisée, le processus reste le même : indiquer l'emplacement de l'archive Zip du thème, et cliquez sur le bouton "Suivant".



Importer depuis l'ordinateur : utilisez l'explorateur de fichiers pour trouver l'archive.

Importer depuis le web : indiquez directement l'adresse web de l'archive.

Importer depuis le serveur FTP : à l'aide d'un client FTP, mettez l'archive en

ligne dans le dossier suivant : `/modules/themeinstallator/import/` .

La page suivante affichera un rapide résumé de ce que l'importateur s'apprête à faire.

Cliquez de nouveau sur "Suivant" pour valider votre choix. Le thème est maintenant installé, et PrestaShop vous demande si vous souhaitez installer les modules qui étaient joints au thème, ce que vous souhaitez faire avec la configuration actuelle des modules, et la manière dont vous souhaitez que la configuration des images soit prise en compte.

Cliquez sur "Suivant" une dernière fois. Une dernière page de confirmation vous présente toutes les modifications appliquées à votre site PrestaShop. Cliquez sur "Terminer" pour mettre fin au processus.

Exporter un thème

Cette section n'est disponible que si vous avez au moins un thème installé sur votre site PrestaShop.

Il peut se révéler très utile d'exporter un thème, que ce soit pour le sauvegarder par sécurité, pour créer une archive à donner à un ami, ou pour vendre le thème sur le site Addons (<http://addons.prestashop.com/fr/>). L'exportateur ne fait pas que générer une archive Zip complète de votre thème, il ajoute également de nombreuses informations dans des fichiers XML, qui se révéleront très utiles lors de la mise à disposition sur Addons, et lors de l'import dans une boutique PrestaShop.

Choisissez un thème et cliquez sur le bouton "Exporter ce thème". Un formulaire de configuration apparaît, avec lequel vous pouvez configurer les paramètres du thème : auteur, nom du thème, version de compatibilité, modules liés (s'il en a), etc.

Une fois tous les paramètres en place, cliquez sur le bouton "Générer l'archive maintenant !" Vous obtiendrez rapidement un fichier à télécharger à l'aide de votre navigateur. Enregistrez-le sur votre disque dur, puis donnez un nom compréhensible à ce fichier. Partant de là, vous pouvez facilement partager ce thème, et s'il s'agit de votre propre création, vous pouvez également le mettre en vente sur le site PrestaShop Addons, à l'adresse <http://addons.prestashop.com/>.

Alertes e-mail

PrestaShop vous permet d'informer vos clients par e-mail dans certaines situations, par exemple lorsqu'une nouvelle commande est faite dans votre boutique, ou si un produit est presque en rupture de stock. Les clients peuvent saisir une adresse e-mail à laquelle ils seront contactés lorsque le produit est à nouveau disponible. Cliquez sur "Installer" puis "Configurer" pour configurer le module.

Lorsque vous cochez la case "Disponibilité du produit", un champ apparaît dans la page produit sur votre boutique lorsque le produit est en rupture de stock. Il propose à vos clients de laisser leurs coordonnées afin qu'ils puissent être contactés lorsque vous aurez à nouveau ce produit en stock.

Dans la section "Notifications pour le marchand", vous pouvez spécifier si vous souhaitez être alerté de chaque nouvelle commande. Pour ce faire, cochez la case "Nouvelle commande".

Si vous voulez être alerté lorsqu'un produit atteint un niveau de stock que vous avez défini, sélectionnez "Hors stock" et régler la valeur à laquelle vous souhaitez être alerté.

Les alertes par e-mail peuvent être envoyées à plusieurs destinataires à la fois. Pour ce faire, indiquez chaque adresse e-mail qui recevra la notification (une adresse e-mail par ligne. Pour aller à la ligne, appuyez sur la touche Entrée de votre clavier).

Lettre d'informations

Vos clients peuvent vous donner leur adresse e-mail, soit en la saisissant dans le bloc Newsletter situé sur la page d'accueil, soit en cochant la case "Oui" pour s'abonner à la lettre d'information lors de leur inscription. Vous avez besoin de ces adresses e-mail afin de faire du marketing. Cliquez sur "Configurer" pour afficher la page nécessaire.

Lors de leur inscription, vos clients ont deux options liées à la newsletter : la première leur propose de s'abonner à la newsletter, la seconde de recevoir des offres de vos partenaires (*opt-in*).

La première section vous permet de collecter toutes les adresses e-mail enregistrées par le bloc newsletter sur votre page d'accueil, en cliquant sur le

bouton "Exporter fichier .CSV". Une notification apparaîtra, vous demandant de cliquer sur un lien pour télécharger le fichier contenant les adresses.

Quatre éléments d'information seront présents dans ce fichier. L'id du client, son adresse e-mail, le jour de son inscription, et son adresse IP. Si vous chargez ces données avec des logiciels tels que Microsoft Excel, vous pourrez trier les informations comme vous le souhaitez.

La section suivante, appelée "Export des clients", vous permet de filtrer les adresses e-mail de vos clients. Vous pouvez ensuite filtrer les clients par pays d'origine en utilisant la liste déroulante "Pays du client", puis en sélectionnant le pays de votre choix. Le filtrage par pays est particulièrement utile pour l'envoi de newsletters dans la bonne langue et pour adapter vos offres.

Vous pouvez alors prendre en compte plus d'informations lors de l'exportation des adresses e-mail. Utilisez le champ "Inscrits lettre d'info." pour sélectionner l'un des trois éléments suivants:

- Le premier, "Tous les clients", vous permet de sélectionner toutes les adresses e-mail de vos clients qui ouvrent un compte sur votre boutique. C'est-à-dire à la fois ceux qui souhaitent recevoir des informations de votre part, et ceux qui ne le souhaitent pas.
- La seconde, "Inscrits", vous permet de sélectionner uniquement les clients qui veulent recevoir une lettre d'information de votre part.
- Le troisième, "Non-inscrits", vous permet de sélectionner uniquement les clients qui ne veulent pas recevoir une lettre d'information de votre part.

Arrivent ensuite le champ "Inscrits pub", où vous pouvez filtrer les contacts en fonction de leur volonté de recevoir des messages en provenance de vos partenaires publicitaires. Ici également, trois choix sont possibles:

- Le premier, "Tous les clients", vous permet de sélectionner toutes les adresses e-mail de vos clients qui ouvrent un compte sur votre boutique. C'est-à-dire à la fois ceux qui souhaitent recevoir des informations de vos partenaires, et ceux qui ne le souhaitent pas.
- La seconde, "Inscrits", vous permet de sélectionner uniquement les clients qui veulent recevoir une lettre d'information de vos partenaires.

- Le troisième, "Non-inscrits", vous permet de sélectionner uniquement les clients qui ne veulent pas recevoir une lettre d'information de vos partenaires.

Une fois que vous avez filtré les adresses e-mail à exporter, cliquez sur "Exporter un fichier .CSV" pour récupérer toutes les adresses. Comme précédemment, une notification sur un fond vert apparaît, vous demandant de cliquer et télécharger le fichier. Ce fichier contient six types d'informations : l'ID du client, son nom, son prénom, son adresse e-mail, son adresse IP, et la date de l'enregistrement. Vous pouvez ensuite utiliser ces informations pour envoyer vos campagnes de marketing.

Affichage HTML simple


Utilisé par le système de statistique de PrestaShop.

Visifire

Ce module apporte une bibliothèque graphique qui peut être utilisée pour créer des graphiques de statistiques.

Filigrane

Ce module vous permet d'ajouter un filigrane aux images de votre boutique. Cela permet de limiter leur diffusion sur Internet.

 Si vous avez l'intention d'exporter vos produits vers Google Shopping, sachez que sur ce service, l'utilisation de texte promotionnel / logos et filigranes sur les images n'est pas autorisée. Vous pouvez seulement y utiliser des images qui n'ont aucun filigrane / logo ajouté.

La page de configuration vous signale tout de suite quels paramètres sont actuellement manquants.

- **Fichier du filigrane.** L'image choisie doit être au format GIF.
- **Transparence du filigrane (0-100).** 100 Montant pour une image non transparente, ce qui signifie que votre logo sera très visible, mais il sera également complètement cacher une partie de l'image entière. Le réglage par défaut, 60 ans, est en général un bon compromis.

- **Alignement horizontal.** Sélectionnez où votre filigrane doit apparaître sur chacune de vos images, ici sur l'axe horizontal.
- **Alignement vertical.** Sélectionnez où votre filigrane doit apparaître sur chacune de vos images, ici sur l'axe vertical.
- **Choisissez les types d'image pour lesquels le filigrane doit s'appliquer..** Le type d'images à laquelle le filigrane doit être appliqué. Vous n'avez vraiment besoin que de choisir les plus grandes tailles, car celles-ci sont les plus susceptibles d'être volées.

Une fois que vous avez enregistré vos paramètres, la configuration est terminée, mais les filigranes ne sont pas encore ajoutés sur les photos de votre boutique. Allez dans le menu "Préférences", puis ouvrez la page "Images". De là, cliquez sur le bouton "Regénérer les miniatures" en bas de la page. PrestaShop traitera toutes vos photos (telles que sélectionnées dans la configuration), et votre image apparaîtra en filigrane sur les photos que vous avez sélectionnées.

XML/SWF Charts

Ce module apporte une bibliothèque graphique qui peut être utilisée pour créer des graphiques de statistiques.

Publicité et marketing

Bloc publicité

Il permet d'afficher sur le front-office de votre boutique une image de votre choix avec un lien vers n'importe quelle adresse. En cliquant sur "Configurer" vous pouvez charger une image, ou indiquer l'URL de l'image, et indiquer l'adresse cible. Validez et l'image apparaît à vos visiteurs.

Relance des clients

Ce module vous permet de créer des alertes par e-mail pour vos clients. Il vous donne le moyen d'envoyer automatiquement des bons de réduction pour certains de vos clients.

Par exemple, vous voudrez peut-être envoyer des chèques à ceux qui ont abandonné leurs paniers d'achat, ou à ceux que vous tenez à remercier pour

leur commande, aux meilleurs clients pour les remercier de leurs achats et de leur fidélité...

Activez ce module, puis cliquez sur "Configurer". Vous pouvez choisir parmi quatre types d'alertes e-mails.

Programme de parrainage client

Vous pouvez vous servir de vos clients actuels pour gagner de nouveaux clients grâce à un système de parrainage client. Installez ce module, puis cliquez sur "Configurer".

Voici une description de chaque champ :

- **Nombre minimum de commandes qu'un filleul doit passer afin de recevoir son bon de réduction.** Remplissez le champ avec la valeur de votre choix. Vos clients ne peuvent pas profiter du bon tant que ce nombre est atteint.
- Nombre de filleuls dans le formulaire d'invitation pour parrainage (compte client, section parrainage). Indiquez la valeur de votre choix.
- **Type de bon.** Vous pouvez offrir deux types de réduction : soit en pourcentage, soit ou un montant donné. Choisissez celui que vous préférez, puis spécifiez la valeur de la réduction que vous souhaitez appliquer dans les différentes devises prises en charge par votre boutique.
- **Description du bon.** Nommez le coupon.

Une fois l'installation terminée, cliquez sur le bouton "Mettre à jour les paramètres".

Afin d'expliquer la manière dont fonctionne le programme de parrainage, vous pouvez écrire une description dans le champ "Conditions du programme de parrainage". Une fois que les conditions sont terminées, cliquez sur le "Mise à jour du texte".

Lorsque vos clients se connectent et veulent voir les avantages qu'ils peuvent retirer de ce programme, ils doivent aller à la section "Parrainage" de leur compte. Un nouvel écran apparaît.

Votre client peut alors saisir le nom et l'adresse e-mail de la personne qu'il souhaite parrainer pour votre site. Après avoir cliqué sur "Confirmer", les personnes qu'il a fait participer reçoivent un e-mail.

Dans le champ "Amis en attente", l'outil de parrainage affiche au client lesquels de ses amis n'a pas fait un achat après le courriel a été envoyé. Ils peuvent choisir de renvoyer un e-mail en sélectionnant le nom et en cliquant sur "Parrainer mes amis". Ses amis recevront alors un e-mail les invitant à s'inscrire et à passer commande.

Le dernier onglet "Parrainage", nommé "Mes amis parrainés", permet aux clients de voir qui, parmi ceux à qui ils ont envoyé un message de parrainage, a accepté l'invitation et commandé un article sur la boutique. Lors de l'inscription, les parrainés doivent indiquer l'adresse e-mail de la personne qui les a parrainé, de sorte qu'ils puissent à leur tour bénéficier de la réduction.

AddShoppers Social Sharing Buttons

Nouveauté 1.5.

Ce module requiert l'activation de l'extension PHP cURL.

Ce module ajoute des boutons de partage sur les réseaux sociaux qui permettent à vos produits d'être plus partagés, et suivis de près par un rapport détaillé qui révèle le ROI du partage social.

Vous devez avoir un compte AddShoppers pour utiliser ce module. Vous pouvez en créer un directement depuis la page de configuration.


Une fois que vous avez un compte, vous pouvez vous connecter au service par le biais du module, puis suivre les instructions.

Google AdSense (gadsense)

Google AdSense est la solution de publicités contextuelles de Google.

Ce module vous permet d'intégrer facilement un script Google AdSense à votre boutique.

Vous devez avoir un compte Google AdSense pour utiliser ce module. Une fois que vous en avez un, tout ce que vous avez à faire est d'ajouter votre script AdSense dans le champ de texte.

 Ce module peut également être un moyen rapide d'ajouter un script au code HTML d'en-tête de votre front-end.


Statistiques et Analyses

La plupart de ces modules créent une nouvelle section dans le menu "Stats" de votre installation de PrestaShop. Beaucoup sont installés par défaut. Par conséquent, si quelques-unes des statistiques PrestaShop ne vous sont pas utiles, vous pouvez les désactiver ici. Notez que les stats sont également consommatrices de ressources, par conséquent, si votre serveur est lent ou a peu d'espace disque, vous devez limiter vos options de stats à l'essentiel.

Nombre de ces modules sont décrits en détail dans le "Comprendre les statistiques" de ce guide utilisateur. Dans la présente section, nous décrirons uniquement ceux qui ne sont pas activés par défaut.


Analytics for eCommerce

Nouveauté 1.5.

 Ce module ne peut pas être testé depuis une installation locale : vous devez l'activer depuis un serveur en ligne.

Ce module utilise le service tiers Jirafe : <http://jirafe.com>. Il recueille des données qui sont ensuite envoyées et analysées par Jirafe, un outil d'analyse de données qui a été spécifiquement conçu pour le commerce électronique, dans le but de vous aider à améliorer votre taux de conversion, d'optimiser vos dépenses marketing, et d'avoir plus de succès sur les réseaux sociaux.

Le module crée une nouvelle page dans le menu "Statistiques", nommé "Analyse Jirafe". Sur cette page, vous aurez accès à toutes les statistiques qui ont été analysées par Jirafe depuis l'installation du module.

 Jirafe n'est gratuit que pour les 30 premiers jours, après quoi vous devrez

payer une somme mensuelle, en fonction du nombre de visiteurs. Lire <https://jirafe.com/dashboard/signup>.

Meilleurs fabricants

Ce module ajoute une option "Meilleurs fabricants" à la liste des statistiques disponibles.

Dans les faits, ce module vous permet d'avoir un meilleur aperçu des produits best-seller de ce fabricant sur votre boutique. En retour, vous voudrez peut-être plus fréquemment restocker les produits provenant des meilleurs fabricants.

Géolocalisation

Ce module ajoute une option "Géolocalisation" de la liste des statistiques disponibles.

Lors du premier lancement, vous devrez mettre à jour l'emplacement de la plupart des pays manquants (surtout les moins connus). Cela aidera le module à localiser vos visiteurs. Il vous suffit de cliquer sur le nom du pays, et indiquer où il se trouve sur la carte.

Google Analytics (ganalytics)

Ce module vous permet de facilement installer un script Google Analytics sur votre boutique. Vous serez alors en mesure de profiter des outils statistiques proposés par Google.

Vous devez disposer d'un compte Google Analytics pour faire fonctionner. Vous pouvez en créer un sur <http://www.google.com/analytics/>.

Une fois que vous en avez un, suivez les instructions données par Analytics pour créer un profil pour votre boutique. Vous recevrez un identifiant unique. Mettez-le dans le champ "Votre identifiant". Google Analytics commencera à recueillir des statistiques sur vos visiteurs.

Prenez grand soin de lire toutes les instructions fournies par le module.

Facturation

Numéro de TVA Européen

Ce module permet à votre clientèle de remplir leur numéro de TVA dans leurs informations. La TVA peut être récupérée via un service Web, en fonction de votre pays.

L'écran de configuration est donc très simple :

- **Votre pays.** Choisissez le pays de votre boutique.
- **Activer la vérification du numéro de TVA avec le service web.** Indiquez à PrestaShop que vous souhaitez récupérer la TVA de votre pays.

Le champ de la TVA apparaît uniquement lorsque le client saisit le nom de son entreprise dans le champ d'adresse.

OpenSi Connect

Nouveauté 1.5.

Ce module vous permet de synchroniser les activités de votre boutique PrestaShop avec le logiciel OpenSi.

Processus de commande

Pas de module natif dans cette section.

Gestion du contenu

Pas de module natif dans cette section.

Export

Pas de module natif dans cette section.

Envoi d'e-mails

Mailjet

Ce module vous permet d'envoyer vos e-mails PrestaShop via Mailjet.

Fonctionnalités front-office

La plupart de ces modules sont installés par défaut. De fait, si certaines fonctionnalités de PrestaShop ne vous sont pas utiles, vous pouvez les désactiver ici.

Bloc réassurance

Ajoute un bloc pour afficher plus d'informations afin de rassurer vos clients. Ce bloc apparaît dans le pied de page du thème par défaut.

Les exemples de pages par défaut sont les suivants:

- **Satisfait ou remboursé.** Le terme "Satisfait ou remboursé" est essentiellement une garantie que si un acheteur n'est pas satisfait d'un produit ou d'un service, un remboursement sera effectué.
- **Échange en magasin.** Le texte doit expliquer que le client peut rapporter tout produit indésirable à votre magasin physique dans le but de faire un échange avec un autre modèle, ou d'obtenir un remboursement. Si vous n'avez pas un magasin physique, vous devriez supprimer cette page.
- **Paiement à l'expédition.** Le client ne paye sa commande qu'à l'expédition de celle-ci. À déconseiller pour les petites boutiques.
- **Livraison gratuite.** C'est ici que vous indiquez votre politique de livraison. Toutes les livraisons peuvent être gratuites, ou vous pouvez choisir de ne la rendre gratuite qu'à partir d'un certain montant, par exemple.
- **Paiement 100% sécurisé.** En règle générale, parce que vous comptez sur les services de paiement tiers comme PayPal ou Moneybookers, vous leur faites confiance pour gérer vos transferts d'argent, et il devrait en être de même pour vos clients. Vous pouvez coller des informations sur chaque service de paiement sur cette page.

Ce ne sont là que des pages d'exemple : elles n'ont pas de contenu par défaut. C'est donc à vous (et votre équipe juridique) de les remplir avec les textes proprement dits. Si quelques-uns des exemples de réassurance ne correspondent pas aux pratiques de société, vous devez les supprimer. Cliquez sur l'icône "Modifier" à droite pour ajouter du texte qui correspond aux informations de réassurance de votre boutique. Vous pouvez supprimer ou ajouter des pages comme bon vous semble.

Bloc Partager sur Facebook

Ajoute un bloc affichant un lien "Partager sur Facebook" sur les pages produits. En cliquant sur le lien, le client est renvoyé vers sa page Facebook, avec un lien pré-rempli vers le produit.

Bloc contact

Nouveauté 1.5.

Vous permet d'afficher des informations supplémentaires à propos de votre service clientèle :

- **Numéro de téléphone.** Ce numéro devrait être celui d'un service client dédié, pas celui de vos commerciaux ou de votre service partenariat (si vous en avez un). Si vous ne proposez pas de service clientèle par téléphone, laissez ce champ vide.
- **E-mail.** Encore une fois, cela devrait être celui d'un service client dédié.

Cette information apparaît dans le pied de page par défaut.

Bloc infos contact

Nouveauté 1.5.

Ajoute un bloc contenant les informations de contact de votre boutique :

- **Nom de la société.** Le nom de votre société peut être différent de celui de votre boutique. Indiquer le nom complet apporte plus de confiance en votre marque.
- **Adresse.** L'adresse de votre siège, ou le cas échéant, l'adresse de magasin principal. Ne donnez pas votre adresse personnelle, car vous ne

voulez certainement pas que les clients de viennent frapper à votre porte. Si vous ne voulez pas que les gens vous rendent visite ou vous envoient des courriers, laissez ce champ vide.

- **Numéro de téléphone.** La ligne téléphonique de votre société. Ici encore, ne donnez pas votre numéro personnel. Si vous n'avez pas une ligne dédiée, laissez le champ vide.
- **E-mail.** L'adresse e-mail sur laquelle vous souhaitez recevoir toutes votre correspondance (y compris les demandes de support).

Cette information apparaît dans le pied de page par défaut.

Bloc confidentialité des données clients

Nouveauté 1.5.

Ajoute un bloc qui affiche un message concernant la confidentialité des données client. L'écran de configuration présente simplement une grande zone de texte. C'est à vous de la remplir avec votre politique de confidentialité des données.

Il s'agit d'un texte important, car les gens sur Internet sont de plus en plus inquiets à propos de leurs informations privées. Fournir une politique claire de la façon dont vous gérez leurs informations augmente la confiance en votre marque - et également, vous oblige légalement à la respecter. Vous ne devez jamais copier / coller la politique de confidentialité d'un autre site, mais écrire la vôtre propre, basée sur les lois de votre pays.

Bloc logo de paiement

Ajoute un bloc pour afficher tous les logos de paiement.

La page de configuration du module vous permet de choisir où afficher ces logos. Par conséquent, vous devez d'abord créer une page CMS où vous souhaitez placer les logos de paiement et des descriptions pour tous les services de paiement que vous soutenez, puis faire un lien vers cette page grâce à la page de configuration du module.

Bloc social

Nouveauté 1.5.

Vous permet d'indiquer les réseaux sociaux où vos clients peuvent vous trouver. Plus précisément, vous pouvez indiquer les URL de vos comptes... :

- **Facebook.** Essayez de créer une page pour votre entreprise / boutique, et évitez d'utiliser votre propre page.
- **Twitter.** De même, utilisez le compte utilisateur de votre société, et non celle de votre patron.
- ***Flux RSS.** Un flux RSS est un fichier spécial qui est généré automatiquement par votre boutique, et peuvent être utilisés par les lecteurs RSS (comme Google Reader) pour envoyer vos dernières nouvelles à vos clients. Même s'il ne s'agit pas d'un réseau social, avoir un flux RSS est un aspect important de votre communication. Remarque : vous devez avoir le module "Flux RSS des produits" installé pour que cela fonctionne.

Bloc CMS

Ajoute un bloc avec plusieurs liens CMS.

Vous pouvez configurer deux types de contenus CMS :

- **Blocs CMS.** Vous permet d'afficher votre contenu CMS dans la colonne de gauche de votre boutique, ou la colonne de droite. Vous pouvez modifier le contenu de la page existante en cliquant sur l'icône "Modifier" sur la droite, ou ajouter de nouveaux blocs de contenu de chaque côté en cliquant sur le bouton "Ajouter un bloc".
- ***Lien de pied de page *.** Les pages CMS liées depuis cette section apparaissent au bas du site. C'est là que les propriétaires de boutiques ont tendance à placer les pages d'information : mentions légales, conditions d'utilisation, etc.

Bloc panier

Affiche les produits que vos clients ont ajoutés à leur panier. Ils peuvent alors voir leur panier, modifier la quantité de produit qu'ils commandent, et supprimer ou ajouter un coupon. En cliquant sur "Panier", ils voient le "Récapitulatif de la commande" de tous les produits ajoutés à leur panier, et leur quantité.

Vous pouvez le configurer pour utiliser Ajax, ce qui signifie que toute modification s'appliquera immédiatement au lieu de recharger la page. Le réglage de l'Ajax n'est pas compatible avec tous les thèmes, assurez-vous de le tester à fond avec votre propre thème.

Bloc catégories

Affiche une liste de vos catégories de produits sur votre boutique.

Vous disposez de quelques possibilités de configuration :

- **Profondeur maximum.** Si vous avez un grand nombre de catégories, ou qu'elles ont de longs noms, vous préférerez peut-être ne pas casser votre design et limiter le nombre de sous-niveaux qui doit être affiché.
- **Dynamique.** Lorsque cette option est activée, les sous-catégories sont masquées par défaut, et le client peut choisir de les afficher. C'est une bonne idée pour préserver l'espace et éviter le désordre : si elle est désactivée, ce module affiche toutes les catégories et toutes leurs sous-catégories.
- **Trier.** La plupart du temps, vous devriez garder le tri de catégorie alphabétique, pour faciliter la lecture. Mais l'option de tri "par position" vous permet de choisir quelles catégories devraient être en haut, et donc de les mettre en avant.
- **Nombre de colonnes pour le pied de page.** Vous permet de choisir le nombre de colonnes dans le bloc "Catégorie" du pied de page.

Ventes croisées

Affiche un bloc "Les clients qui ont acheté ce produit ont également acheté..." sur chaque page produit. Vous pouvez également décider si vous voulez afficher les prix des autres produits non.

Bloc devises

Ajoute une petite fonctionnalité à l'interface, grâce à laquelle les clients peuvent choisir quelle devise sera utilisée pour afficher les prix, ainsi que la façon dont les clients pourront régler leurs factures. Le bloc apparaît dans l'entête (partie supérieure) de votre boutique, et affiche uniquement les devises installées. Pour ajouter une devise ou configurer les existantes, aller à la page "Devises" du menu "localisation"

FIA-NET Sceau de Confiance

Réservé à la France.

Transformez vos visiteurs en acheteurs en promouvant la confiance dans votre site.

FIA-NET est un partenaire de confiance e-commerce français : il protège à la fois les clients et les boutiques en ligne contre les fraudes de cartes de crédit et autres activités malveillantes.

Vous devez être un partenaire FIA-NET afin de pouvoir utiliser le module.

Demandez plus d'informations ici :

http://www.fia-net-group.com/form_partenaires_fianet.php?p=185.

Une fois que vous avez votre compte, vous pouvez configurer le module, et le logo FIA-NET sera affiché sur votre page d'accueil. Ce logo est bien connu en France, et permet aux visiteurs de savoir que votre boutique est digne de confiance.

Lors de la configuration du module, vous pouvez choisir d'utiliser le mode Test ou le mode Production. Le mode Test vous permet d'effectuer des achats tests et de voir comment le système de FIA-NET réagit.

Produits favoris

Ajoute un lien "Ajouter ce produit à mes favoris" sur chaque page de produit, visible uniquement pour les clients connectés. Ils peuvent alors accéder à leur liste de produits préférés en visitant leur page de compte et en cliquant sur le lien "Mes produits favoris".

Produits phares sur la page d'accueil

Avec ce module, vous pouvez choisir les produits à mettre en avant en les plaçant sur votre page d'accueil.

Dans la page de configuration, vous pouvez définir le nombre de produits que vous souhaitez afficher. Une fois que cette valeur est enregistrée, allez dans la page de configuration d'un produit de votre choix (menu "Catalogue"). Sélectionnez "Home" comme catégorie dans laquelle le produit doit apparaître, en plus de ses catégories actuelles (ne pas retirer sa catégorie d'origine).

Enregistrez vos modifications, et votre produit apparaîtra sur la page d'accueil de votre boutique.

Répétez l'opération pour tous les produits que vous souhaitez placer sur la page d'accueil.

Éditeur de page d'accueil

Ajoute un bloc à la colonne centrale de votre page d'accueil, avec une image au-dessus d'un texte, que vous pouvez tous deux modifier via la page de configuration du module. Vous pouvez déplacer le bloc en utilisant l'outil Live Edit.

La page d'accueil est la première chose que vos visiteurs découvrent quand ils tombent sur votre boutique. Par conséquent, faites en sorte de la rendre agréable et efficace, et de la mettre à jour régulièrement. Assurez-vous de traduire le texte dans autant de langues que votre boutique accepte.

Le thème par défaut 1,4 a été basé sur ce bloc. Dans la version 1.5, il est désactivé par défaut et remplacé par le bloc "Carrousel d'image" (voir ci-dessous).

Carrousel d'image (*slider*) pour votre page d'accueil

Nouveauté 1.5.

Ajoute un bloc carrousel sur la colonne centrale de votre page d'accueil, où vous pouvez définir un ensemble d'images qui seront affichées les unes après les autres, avec un mouvement de glissement.

L'écran de configuration du module vous présente deux sections :

- **Configuration du carrousel.** Vous pouvez définir la taille du bloc, le temps d'attente entre deux images, et si la diapositive doit boucler ou non.
- **Configuration des diapositives.** Vous pouvez organiser visuellement les images en déplaçant leurs blocs individuels.
Trois icônes à la droite de chaque bloc vous permet d'activer / désactiver l'image, modifier ses paramètres, ou la supprimer directement.

Ajouter/modifier une image

✓ Assurez-vous que toutes les images ont la même taille, et que cette taille soit adaptée à celle du bloc (dans la section "Configuration du carrousel").

En cliquant sur le lien "Ajouter une diapositive", vous arrivez sur un nouvel écran :

- **Sélectionner un fichier.** Notez que vous pouvez avoir du texte sur l'image, et indiquer la langue de ce texte à l'aide de l'icône du drapeau. En outre, cela signifie que vous pouvez avoir une image différente pour chaque langue. Mais il faut savoir ces images seront liées : même position, incapacité de supprimer l'une sans supprimer les autres, etc.
- **Titre.** Le titre apparaît dans la section "Configuration des diapositives", et vous aide à trier les images.
- **URL.** Vous pouvez choisir d'envoyer le client sur une page donnée de votre boutique quand il clique sur l'image. Cette fonction est utile lorsque l'image met en avant un certain produit, une catégorie ou un fabricant.
- **Légende.** Le texte de remplacement à utiliser si d'une manière ou d'une autre l'image ne peut pas être chargée. C'est essentiel pour l'accessibilité.
- **Description.** Le texte apparaît lorsque le pointeur de la souris survole l'image.
- **Actif.** Vous pouvez désactiver une image autant de fois que nécessaire, par exemple lorsque la promotion qu'elle indique arrive à son terme.

Bloc langues

Affiche un bloc de drapeaux en haut de la page d'accueil. Ce bloc permet au client de choisir la langue dans laquelle il veut que la boutique apparaisse. Si vous ne voulez pas que les clients soient en mesure de changer la langue de la boutique, alors désinstallez ce bloc.

Bloc navigation à facettes

Affiche un bloc avec les filtres de navigation en facettes. Cette navigation permet au client de définir des critères cumulatifs pour filtrer les produits de la catégorie, en fournissant petit à petit plus de détails afin de réduire le nombre

de produits présentés. Il s'agit d'un excellent outil pour les clients qui connaissent les détails de ce qu'ils veulent (couleur, état de la fourchette de prix, ...), mais ne savez pas comment le trouver.

Lors de la configuration du module, 4 sections vous sont présentées :

- **Index et les caches.** Ce module s'appuie fortement sur l'indexation de votre base de données et sur son propre cache de contenu.
- **Modèles de filtres existants.** Un modèle de filtre est le type de navigation auquel le client a accès.
- **Construisez vos propres modèles de filtre.** Vous pouvez construire des modèles différents, qui serviront de base à ce que le client voit.
- **Configuration.** Vous pouvez détailler encore la manière dont ce module fonctionne.

Index et les caches

Afin de fonctionner correctement, la navigation à facette doit être mise à jour avec vos derniers produits, les caractéristiques de ces produits et leurs prix - à moins que ceux-ci ne changent jamais. Vous devez donc régulièrement réindexer les données, en utilisant les boutons fournis ici. Ils ont chacun une action spécifique :

- **Indexer les prix manquants.** Ne fait qu'ajouter à l'index des prix qui n'ont pas été indexés avant. Bien plus efficace que le bouton qui suit.
- **Réindexer l'intégralité des prix.** Ajoute à l'index tous les prix, qu'ils aient déjà été indexés avant ou non. Beaucoup plus lent que le bouton précédent lorsque vous avez beaucoup de produits.
- **Indexer les attributs.** Ajoute à l'index tous les attributs des produits.
- **Indexer les URLs.** Ajoute à l'index les URL de tous les produits.

Vous devez mettre à jour votre index à chaque fois que des changements de vos produits de données. Comme cela peut s'avérer très laborieux, voire ennuyeux, PrestaShop vous permet de déclencher automatiquement l'indexation, en utilisant les tâches cron. Ajouter l'URL fournie à votre crontab, et vous n'aurez plus à le gérer vous-même. Si vous ne savez pas ce que sont cron et crontab, demandez à votre hébergeur.

Modèles de filtres existants

La navigation à facettes est basée sur des modèles, ou un groupe de critères. Il y en a un par défaut, nommé "Mon modèle", qui utilise tous les filtres disponibles. Vous devez créer des modèles plus adaptés à votre contenu ou vos besoins.

Vous pouvez avoir autant de modèles que nécessaires. Cette section vous permet de les modifier et les supprimer si nécessaire.

Construisez vos propres modèles de filtre

Le générateur de modèle vous permet de spécifier à quels types de filtres vos clients devraient avoir accès.

Créer un nouveau modèle ne nécessite que trois étapes simples :

1. **Choisissez vos catégories.** Vous pouvez soit créer de filtre pour l'ensemble du site, soit le limiter à une catégorie.
 Vous pouvez par exemple faire en sorte que l'ensemble du site affiche le filtre Prix, tandis que certaines catégories auraient des filtres supplémentaires.
 En choisissant "Catégories spécifiques", une petite fenêtre s'ouvre, dans laquelle vous pouvez choisir dans quelles catégories ce filtre doit être disponible.
 Notez que les filtres ne s'appliquent pas automatiquement aux sous-catégories de la catégorie sélectionnée : s'il n'y a pas de produit dans votre catégorie "Accueil", alors la navigation à facette n'y apparaîtra pas.
2. **Sélectionnez vos filtres.** Le nombre de filtres disponibles dépend du contenu de votre boutique. Six filtres par défaut apparaissent ici: prix, poids, état, fabricant, stock et sous-catégories. En plus de ceux-ci, vous pouvez utiliser les groupes d'attributs pour tous les produits dans les catégories sélectionnées (avec le nombre de produits). Cochez la case d'un filtre à déplacer de "Disponibles» à "Sélectionnés". Vous pouvez déplacer les filtres de haut en bas avec le curseur de votre souris, ce qui influencera leur affichage dans la première page.
 Chaque filtre a deux menus déroulant :
 - **Type d'affichage.** Vous pouvez choisir la façon dont le filtre est affiché au client. La visualisation dépend du type du filtre.

- Numérique (prix et poids) : case à cocher, bouton radio, liste déroulante. Notez que seul le réglage en cases à cocher permet la sélection multiple.
 - Alphabétique (tous les autres) : carrousel, champ texte, la liste de valeurs.
 - **Limite.** Si certaines de vos catégories ont trop de choix pour un filtre donné, vous pouvez limiter le nombre d'éléments affichés à l'aide de ce sélecteur.
3. **Nommez votre modèle.** Les clients ne verront pas ce nom, mais il sera très utile lorsque vous devrez modifier un modèle parmi la dizaine ou centaines que vous allez peut-être créer durant la durée de vie de votre boutique.

Notez que l'enregistrement du filtre ne sauvera pas toute la configuration : vous devez enregistrer le premier filtre, puis cliquez sur "Enregistrer la configuration".

Configuration

Deux options sont disponibles :

- **Cacher les valeurs de filtre avec aucun produit correspondant.** Si elle est désactivée, vous verrez toujours les filtres, même ceux qui sont inutiles en raison de l'absence de produit correspondant (ce qui peut surcharger d'options la navigation à facette).
- **Afficher le nombre de produits qui correspondent.** Affiche le nombre après le nom du filtre, entre parenthèses. S'il n'y a pas de produit correspondant, il affichera "(0)".
- **Afficher les produits des sous-catégories.** Le filtre s'applique à plus de catégories que celle en cours.
- **Profondeur du filtre de catégorie (0 pour aucune limite, 1 par défaut).** Si l'option ci-dessus est activée, vous risquez d'avoir de trop nombreux produits pris en compte, et de perdre l'intérêt de la navigation à facettes. La profondeur est à 1 par défaut, mais vous pouvez aller encore plus profond dans les sous-catégories.
- Utiliser les taxes pour filtrer les prix.
- **Autoriser les robots d'indexation (Google, Yahoo, Bing, ...) à utiliser le filtre d'état / disponibilité / prix / fabricant.** Ces quatre filtres vous aident à indiquer si les robots des moteurs de recherche peuvent

parcourir votre navigation et l'indexer. Cela peut s'avérer bénéfique pour le référencement/SEO (*Search Engine Optimization*).

Ces options s'appliquent à tous les modèles et les filtres.

Bloc liens

Avec ce module, vous pouvez ajouter des liens vers les sites que vous voulez, ou vers des pages de votre boutique.

La page de configuration est divisée en trois sections:

- **Ajouter un nouveau lien.** Vous permet de spécifier le nom du lien et l'URL, et s'il doit s'ouvrir dans une nouvelle page ou non.
Lors de l'ajout d'un lien, ne pas oublier la partie "http://". Par exemple, <http://www.myprestashop.com>.
Notez qu'il est souvent considéré que l'ouverture d'un lien dans une nouvelle page est une mauvaise pratique. Pour bien faire, vous devriez faire en sorte que votre boutique reste visible.
- **Titre du bloc.** Permet de renommer le bloc lien lui-même, et même de faire un lien vers une page depuis le titre du bloc.
- **Configuration.** Vous permet de trier les liens. Par défaut, les liens sont tirés du plus récemment ajouté au plus ancien. Si vous voulez inverser ce paramètre, sélectionnez plutôt "les premiers liens entrés" dans la liste déroulante.

Au bas de la page, vous trouverez tous les liens que vous avez entrés. Si vous souhaitez modifier les liens, cliquez sur l'icône d'édition. Pour supprimer un lien, cliquez sur l'icône de la corbeille.

Bloc fabricant

Affiche un bloc contenant les fabricants / marques.

Ce bloc peut afficher son contenu de deux manières : soit sous forme de liste de liens, sous forme de liste déroulante. Il peut même afficher les deux à la fois, avec les liens texte limités en nombre, tandis que la liste déroulante donne accès à tous les fabricants.

Les fabricants sont affichés par ordre alphabétique.

Bloc Mon compte

Affiche un bloc contenant des liens vers les différentes pages du compte du client, une fois connecté : commandes précédentes, suivi des colis, retours de produits, adresses enregistrées, coupons disponibles, etc. Une fois que le client est connecté, ce bloc est affiché.

Bloc Mon compte dans le pied de page

Nouveauté 1.5.

C'est l'équivalent du module "Bloc Mon compte" (voir ci-dessus), mais spécifiquement conçu pour être utilisé dans le pied de page du thème.

Bloc nouveaux produits

Affiche un bloc présentant les produits ajoutés récemment, afin de leur donner plus de visibilité. Avec ce bloc, vous pouvez amener plus de trafic vers vos nouveaux produits. Vous pouvez définir le nombre de liens visibles en configurant ce module.

Par défaut, un produit est considéré comme nouveau s'il a été ajouté au catalogue de la boutique dans les 20 derniers jours. Vous pouvez modifier ce paramètre dans la page "Produits" du menu "Préférences".

Si vous n'avez pas de produit récent, l'affichage de ce bloc fera allusion au fait que vous ne renouvelez pas assez votre catalogue. Par conséquent, il n'est pas recommandé d'activer l'option "Toujours afficher ce bloc" pour ce module.

Bloc newsletter

Affiche un bloc qui invite les visiteurs de votre boutique à s'abonner à votre newsletter.

Dans l'écran de configuration, vous pouvez définir plusieurs options :

- **Afficher la configuration dans une nouvelle page ?.**
- **Envoyer un e-mail de vérification après inscription ?.** Une option importante, car elle évite les inscriptions faites à l'insu des gens.
- **Envoyer un e-mail de confirmation après inscription ?.** De même, un client doit toujours confirmer qu'il a choisi d'être abonné à votre

newsletter. De cette façon, ils ne peuvent pas dire que vous leur envoyez du spam sans leur consentement.

- **Code de réduction offert.** Vous pouvez remercier les nouveaux abonnés avec un code de réduction. Par exemple, vous pouvez leur offrir 10% sur leur prochaine commande.

Pour créer un nouveau code de réduction, allez sur la page "Règles panier" du menu "Promotions". Vous pouvez apprendre à créer un bon de réduction dans le chapitre "Mettre en place des promotions".

Bloc liens permanents

Ajoute un bloc sur le front-end, qui affiche des liens permanents vers vos pages CMS, tels que plan du site, la page contact, etc.

Commentaires produits

Permet à vos clients connectés ou à vos visiteurs de laisser un message sur votre page de produit. Les commentaires apparaîtront dans un nouvel onglet à droite sur la page du produit, à côté de la section "Plus d'info". Ils peuvent aussi noter vos produits, entre 0 et 5 étoiles.

Vous pouvez également gérer les commentaires de ce module, les modérer ou les supprimer.

Les clients connectés peuvent également vous signaler les commentaires indésirables (spam) ou inutiles : quand un commentaire est affiché sur une page produit, il a deux options :

- "Ce commentaire était-il utile ?" Si le client clique sur "Non", les autres visiteurs le verront.
- "Signaler un abus". Si le client clique sur ce bouton, le commentaire va dans la file d'attente "Commentaires signalés".

L'écran de configuration vous donne accès à plusieurs sections:

- Configuration.
 - **Les commentaires doivent être validés par un employé.** Cela permet de s'assurer qu'aucun spam ou insulte n'apparaît directement sur votre site, ce qui pourrait ruiner votre contenu. Notez que dans certains pays, valider le contenu est semblable à le publier vous-même, et peut donc vous en rendre responsable.

- **Autoriser les commentaires des visiteurs qui n'ont pas de compte client.** Vous pouvez également autoriser les visiteurs non-connectés à publier des commentaires. Soyez prudent, car cela peut augmenter considérablement les commentaires spam.
- **Temps minimum entre 2 commentaires d'un même utilisateur.** Cela permet d'éviter que les spam bots remplissent votre boîte de réception de commentaires - ou au moins de limiter l'impact.
- **Modérer les commentaires.** Si vous avez choisi d'avoir des commentaires validés par votre équipe avant qu'ils ne soient rendus publics, ils seront affichés dans cette section, et vous pouvez choisir de les mettre hors ligne si vous sentez qu'ils sont préjudiciables.
Commentaires signalés. Les clients peuvent cliquer sur un lien "Signaler un abus" sur tout commentaire, ce qui va le porter à votre attention ici. Vous pouvez choisir de rejeter ce signalement et d'accepter le commentaire, ou de supprimer définitivement le commentaire.
- **Ajouter un nouveau critère.** Vous pouvez motiver vos clients à laisser des commentaires en leur fournissant des critères, ou "thèmes" : des champs de texte avec un titre indiquant ce que le commentaire devrait être, comme "parfum", "goût", "robustesse". Cela aide vos clients à trouver des idées pour leurs commentaires.
 - **Nom.** Le nom est visible pour vos clients, donc choisissez-en un court et précis.
 - **Appliquer à.** Vous pouvez choisir de faire apparaître le champ choisi sur tous les produits ("Disponible pour le catalogue entier"), ou sur une sélection de produits.
 Si vous choisissez de limiter le critère à un sous-ensemble de votre catalogue (certaines catégories ou certains produits), une nouvelle section apparaît après l'enregistrement de votre critère: "Gérer le champ d'action des critères". Voir ci-dessous.
 - **Actif.** Vous pouvez désactiver un critère à tout moment.
- **Gérer le champ d'action des critères.** Cette section apparaît uniquement lorsque vous avez au moins un critère limité à un sous-ensemble de votre catalogue.
 Dans la liste déroulante, choisissez le critère pour lequel vous souhaitez définir le champ d'action. La page se rechargera avec un tableau de toutes vos catégories ou des produits (selon le champ choisi). Cochez les cases pour tous les éléments qui s'appliquent, et validez.
- **Gérer les commentaires.** C'est ici que tous les commentaires du public apparaissent. Vous pouvez choisir de les supprimer en cliquant sur

l'icône rouge (l'icône en panneau de sens interdit), que ce soit un par un ou par lot.

Infobulles produit

Affiche des notifications en direct sur votre boutique. Ce module permet aux visiteurs de savoir ce qui se passe sur votre boutique en temps réel. Lorsqu'un internaute visite la page d'un produit, trois types de notification peuvent être affichés au-dessus du contenu de la page en haut à droite :

- Le nombre de personnes qui sont actuellement en train de regarder cette page. Dans les faits, il affiche le nombre de personnes qui ont été sur cette page dans les 30 dernières minutes, 30 étant la valeur par défaut, que vous pouvez modifier à l'aide de l'option "Période de validité".
- La dernière fois que ce produit a été acheté.
- La dernière fois que ce produit a été ajouté à un panier.

La première option est toujours utile. Les deux autres sont un peu plus compliquées : sur un produit à succès, il peut être agréable de voir qu'il a été récemment acheté ; en revanche, les produits moins vendus seront considérés comme des échecs s'ils n'ont pas été achetés depuis longtemps. C'est pourquoi l'option "Ne pas afficher les événements datant de plus de" est importante : veillez à ne pas lui mettre un numéro à deux chiffres, ou vous ferez certainement moins de ventes pour des produits déjà décevants.

Dans la même catégorie

Sur chaque page de produit, affiche des suggestions d'autres produits qui sont dans la même catégorie. Ce module est particulièrement utile pour faire découvrir ce que votre magasin a à offrir.

Dans la page de configuration, vous pouvez choisir d'afficher ou non les prix des autres produits.

Bloc flux RSS

Ajoute un bloc affichant un flux RSS. Un flux RSS est un format de syndication de contenu de site Web, ce qui permet à quiconque d'afficher le contenu le plus récent en provenance d'un site sur un autre.

Avec ce module, vos visiteurs peuvent rester informés des nouvelles d'un site que vous aurez choisi dans la configuration du module. Le flux RSS apparaît alors sur le front-end de votre boutique dans un bloc. Les visiteurs peuvent s'inscrire au flux RSS de ce bloc.

Ce module dispose de trois options de configuration :

- **Titre du bloc.** Donnez un nom au bloc compréhensible: vous ne voulez pas vos visiteurs à penser que le contenu affiché est de votre propre site.
- **Ajouter une URL.** Ne pas mettre l'adresse de votre boutique dans ce domaine, car cela pourrait provoquer une erreur.
- **Nombre de messages affichés.** Habituellement, un flux RSS contient les 10 à 20 derniers articles du site source. Vous pouvez limiter ce nombre à 5 ou moins, afin de ne pas encombrer votre page d'accueil avec un contenu autre que vos propres produits.

Flux RSS des produits

Vous permet de générer un flux RSS pour le catalogue produit de votre boutique. Un flux RSS est un format de syndication de contenu de site Web, ce qui permet à quiconque d'afficher le contenu le plus récent à partir d'un site sur un autre.

Avec ce module, les clients fidèles seront en mesure d'obtenir les mises à jour régulières sur les produits ajoutés à votre catalogue, en ajoutant ce flux à leur propre lecteur de flux RSS, sans avoir à s'abonner à votre newsletter. Par ailleurs, les autres sites Web seront en mesure d'afficher vos nouveaux produits sur leur page. Enfin, les moteurs de recherche peuvent l'utiliser pour découvrir votre nouveau contenu.

✓ Dans le cas d'une installation multiboutique, vous pouvez afficher les nouveaux produits à partir d'une boutique donnée, directement dans la barre latérale d'une autre de votre boutique en utilisant le module "Bloc flux RSS".

Le module est activé par défaut. Si vous préférez que votre contenu ne soit pas accessible à tous, désactivez-le.

Module envoyer à un ami

Affiche un lien "Envoyer à un ami" au bas de toutes les pages produits. En cliquant dessus, une fenêtre s'ouvre, où le client peut saisir le nom et l'e-mail de la personne à qui il veut parler de ce produit. L'e-mail envoyé contient un lien simple à la page du produit.

Ce module peut être important, car en tant que propriétaire de la boutique, vous voulez donner à vos clients la possibilité de faire connaître vos produits et votre boutique.

Bloc magasins

Affiche un bloc avec un lien vers l'outil de localisation de magasins. Si vous n'avez aucun endroit physique où les clients peuvent acheter vos produits, alors assurez-vous de désactiver ce module.

Votre liste des magasins physiques est disponible sur la page " Coordonnées & magasins" du menu "Préférences". Par défaut, il y a une poignée de magasins d'exemples listés, que vous devez supprimer afin de les remplacer par les vôtres.

La page de configuration vous permet simplement de choisir une image à afficher comme lien vers le localisateur de magasins.

Bloc fournisseurs

Affiche un bloc de fournisseurs.

Ce bloc peut afficher son contenu de deux manières : soit sous forme de liste de liens, sous forme de liste déroulante. Il peut même afficher les deux à la fois, avec les liens texte limités en nombre, tandis que la liste déroulante donne accès à tous les fournisseurs.

Les fournisseurs sont affichés par ordre alphabétique.

Bloc tags

Chacun de vos produits peut avoir des tags ajoutées à sa page de description. Fondamentalement, ils contribuent à créer à la volée des catégories de produits ayant les mêmes mots-clés, mais ce module rend ces tags encore plus utile en

ajoutant un bloc dans une des colonnes du thème, où les tags les plus utilisés sont affichés dans l'ordre d'importance, avec les plus utilisés affichés dans une police plus grande.

Dans la page de configuration, indiquez combien de tags devraient apparaître.

Menu Haut horizontal

Nouveauté 1.5.

Il s'agit d'un module important : il ajoute un bloc entièrement nouveau au bas de l'en-tête, où vous pouvez afficher des liens vers les différentes catégories et les pages de votre boutique.

Il est très utile car elle permet à votre client de rapidement trouver leur chemin sur votre boutique. Vous pouvez avoir des liens simples ou des menus avec des sous-menus, permettant ainsi aux clients d'avoir un bon aperçu de votre contenu.

Bloc meilleures ventes

Ajoute un bloc affichant les produits les plus vendus de la boutique.

La page de configuration vous permet de définir si le bloc doit être affiché même quand il n'y a pas de produit ou même pas encore de produit vendu.



Le bloc n'est pas présent dans le thème par défaut. Vous devrez l'attacher à un point d'accroche, par exemple la colonne de droite.

Pour attacher le module à la colonne de droite, aller à la page de configuration du module, puis :

1. Cliquez sur le lien "Gérer ses points d'accroche" en haut. Vous êtes renvoyé sur la page "Positions".
2. Comme vous pouvez le voir dans la page "Positions", le module n'apparaît sur aucun point d'accroche. Cliquez sur le bouton "Greffer un module" en haut à droite de greffer le module.
3. Dans l'outil de greffe, sélectionnez "Right column blocks" dans la liste déroulante.
4. Enregistrez vos modifications, puis rechargez la page d'accueil pour

voir le bloc du module apparaître. Vous pouvez ensuite modifier l'emplacement du module à l'aide de l'outil Live Edit.

Treepodia

Treepodia est un service tiers, ce qui vous permet de transformer en vidéos votre catalogue produit complet. Vous pouvez accéder à leur site Web à sur <http://treepodia.com/>.

Vous devez avoir un compte chez eux pour l'utiliser leur service. Cliquez sur le bouton "Enregistrement" de la page de configuration du module.

Bloc informations clients

Ajoute un bloc qui affiche des informations sur le client :

- Lien vers son panier, avec un aperçu de son contenu.
- Lien vers son compte.
- Lien pour se déconnecter de la boutique.

Bloc produits déjà vus

Affiche les derniers produits que le client a récemment consultés. Vous pouvez définir le nombre de produits présentés en utilisant l'option "Nombre de produits affichés".

Bloc liste de cadeaux

Ajoute un lien "Ajouter à ma liste" sur toutes les pages produits. Les clients connectés peuvent alors construire une liste de produits de votre boutique, et l'envoyer sous forme de lien à leurs amis. Un client peut avoir plusieurs listes.

Le module ajoute également un bloc "Liste de cadeaux" sur toutes les pages de la boutique, que seul le client peut voir. Le bloc est là pour que le client sache exactement ce qu'il y a dans la liste, et pour la revoir régulièrement. Le bloc dispose d'un lien "Mes listes" pour accéder à l'outil de gestion de listes.

La page de configuration du module vous permet d'afficher les listes de vos clients : il suffit de sélectionner un client dans la liste déroulante pour que la page se recharge avec des listes du client choisi.

Internationalisation et Localisation

Pas de module natif dans cette section.

Merchandising

Pas de module natif dans cette section.

Outils de Migration


Import OsCommerce

Il s'agit d'un module d'import pour l'outil d'importation de boutique : le module "Import de boutique" **doit** être installé en premier (voir ci-dessous).

Installez ce module pour importer des données provenant d'une précédente boutique osCommerce. Une fois installé, allez dans la page de configuration du module "Import de boutique" pour lancer l'importation.

Import de boutique

Il s'agit d'un module générique pour importer votre stock de produits provenant d'un autre système e-commerce vers votre boutique PrestaShop. Par défaut, il ne permet rien, il a besoin de modules spécifiques à chaque plateforme pour fonctionner. Une fois un tel module activé, la page de configuration de ce module donne accès à un menu déroulant. Choisissez la plate-forme du système source, puis saisissez les détails d'authentification requis. Cliquez sur "Étape suivante" et suivez les instructions du module.

 Faites une sauvegarde de vos deux plates-formes avant de faire quoi que ce soit ! Il est vital que vous soyez en mesure de restaurer vos données en cas de problème lors de l'importation.

Paielement

Avec PrestaShop, vous pouvez accepter les transactions de vos clients à l'aide de plusieurs modes de paiement, tels que les chèques, virement bancaire, les espèces à la livraison, et certains modules partenaires tels que Hipay, Moneybookers, PayPal et autres. Ils sont déjà inclus dans votre boutique et sont prêts à l'usage. Cependant, il est nécessaire de les configurer.

PrestaShop dispose de trois modules de paiement de base, que vous pouvez utiliser directement, sans devoir s'enregistrer auprès du service tiers :

- Virement bancaire
- Règlement à la livraison
- Chèque

En outre, plusieurs modules pour les services tiers de paiement sont disponibles par défaut :

- Directement sous forme de fichiers natifs :
 - Authorize.net
 - Buyster
 - PayPal
- Par le biais du site Addons :
 - Allied Wallet
 - DIBS
 - Hipay
 - Moneybookers
 - Ogone
 - Google Checkout (gcheckout)

Il n'y a strictement aucune différence de qualité entre les modules natifs directement disponible sous forme de fichiers, et ceux qui se téléchargent depuis PrestaShop Addons. Un grand nombre ont été mis au point par les développeurs PrestaShop eux-mêmes, en étroite collaboration avec les développeurs de ces services. Tous peuvent être utilisés en toute confiance. Le téléchargement du module d'Addons s'effectue de manière transparente, dès que vous cliquez sur le bouton "Installer". Par conséquent, ce n'est pas différent de l'installation d'un module dont les fichiers sont déjà disponibles localement.

Notez que vous pouvez trouver de nombreux autres modules de paiement sur Addons : <http://addons.prestashop.com/fr/4-modules-paiement-prestashop>.

Allied Wallet



La façon dont paient vos clients au sein du processus de commande est aussi importante que le processus en lui-même. Assurez-vous donc de choisir une solution de paiement qui convienne parfaitement, aussi bien à vous, marchand, qu'à vos clients. Allied Wallet est l'une des meilleures méthodes de paiement disponibles pour les utilisateurs de PrestaShop.

Vous devez posséder un compte Allied Wallet afin d'utiliser ce module, et vous pouvez en créer un très facilement ici : <https://www.alliedwallet.com/sign-up>.

Configurez le module avec votre identifiant vendeur Allied Wallet, votre identifiant de site Allied Wallet, et votre URL de redirection. L'URL de redirection est la page à laquelle Allied Wallet devra renvoyer vos clients une fois qu'ils auront validé leur achat sur son serveur. Normalement, vous devez pouvoir garder la valeur par défaut, qui est <http://ADRESSE-DE-VOTRE-BOUTIQUE/history.php>.

Une fois que vous avez rempli le formulaire d'inscription et reçu un mail de confirmation d'Allied Wallet, vous serez fin prêt(e) à accepter les paiements de façon sécurisée, de clients à travers le monde.

Authorize.net AIM

Le module AIM Authorize.net permet à votre boutique d'accepter les paiements par carte de crédit.

Vous devez avoir un compte Authorize.net pour utiliser ce module. Vous pouvez accéder au site en cliquant sur le logo Authorize.net dans la page de

configuration du module (à droite de la page).

Ensuite, configurez le module avec votre identifiant et votre clé. Indiquez si vous êtes en mode test ou en mode de production, sélectionnez les types de cartes que vous voulez que votre boutique accepte, et enfin, indiquez quelle devrait être l'état de commande PrestaShop correspondant à l'état "En attente de vérification" d'Authorize (par défaut : "Erreur de paiement").

Une fois que les paramètres sont en place, vos clients verront l'option "Authorize.net AIM" apparaître sur le front-office de la boutique, dans le bloc des méthodes de paiement disponibles.

Virement bancaire

Ce module permet à vos clients de payer en utilisant un virement bancaire.

Pour que le module accepte les virements bancaires, vous devez remplir l'adresse de la banque utilisée par votre boutique. Pour cela, allez dans la page de configuration du module.

Une fois que les paramètres sont en place, vos clients verront l'option "Payer par virement bancaire" apparaître sur le front-office de la boutique, dans le bloc des méthodes de paiement disponibles. Après que le client l'ait choisi et ait indiqué son choix de monnaie, vos coordonnées bancaires apparaissent.

Notez que lors de la réception par virement bancaire du client, vous **devez** changer manuellement l'état de paiement de la commande pour le passer à "Paiement accepté" dans votre back-office. C'est bien différent des commandes par carte de crédit, pour lesquelles le paiement est validé automatiquement. Vous pouvez trouver la commande et changer son statut dans la page "Commandes" du menu "Commandes".

Buyster

Nouveauté 1.5.

Buyster est un nouveau service, créé conjointement par les 3 principaux opérateurs de réseaux de téléphonie cellulaire en France, et Atos, une importante société de services informatiques française. Il est approuvé par la Banque de France.

Ce module permet à votre boutique d'accepter les paiements par numéro de téléphone : le client saisit son numéro de téléphone mobile, qui est lié au compte bancaire du client chez chaque opérateur. La carte de crédit reste protégée par un code à 6 chiffres. **Par conséquent, ce module devrait être utilisé uniquement par des clients de France.**

Vous devez avoir un compte Buyster pour utiliser ce module. Vous pouvez accéder au site en cliquant sur le lien dans la page de configuration du module, dans l'onglet "Info Service Buyster".

Ensuite, configurer le module avec votre MerchantID Buyster, votre mot de passe et votre signature, dans l'onglet "Paramètres du compte".

À partir de là, vous pouvez continuer de configurer le module en utilisant les onglets "Options de paiement" et "Position du logo".

Le dernier onglet, "Gérer les transactions Buyster", vous donne des informations utiles sur le fonctionnement du module.

Une fois que les paramètres sont en place, vos clients verront l'option "Buyster" apparaître sur le front-office de la boutique, dans le bloc des méthodes de paiement disponibles.

Comptant à la livraison

Ce module permet à vos clients de vous dire qu'ils souhaitent payer le produit directement à celui qui le livrera chez eux. La transaction pourrait se faire en magasin, ou vous pourriez avoir vos propres employés qui livrent le produit à vos clients. C'est surtout utile pour les livraisons locales.

Chèque

Ce module permet à vos clients de payer en vous envoyant un chèque.

Pour configurer le paiement par chèque, ouvrez la page de configuration du module et indiquez l'ordre auquel votre client doit faire le chèque - la plupart du temps, votre nom ou celui de votre société, et votre adresse.

Cette information apparaîtra alors à l'utilisateur à la fin du processus de commande, après avoir cliqué sur le "Paiement par chèque" option et validez par un clic sur le "Je confirme ma commande".

Notez que lors de la réception par virement bancaire du client, vous **devez** changer manuellement l'état de paiement de la commande pour le passer à

"Paiement accepté" dans votre back-office. C'est bien différent des commandes par carte de crédit, pour lesquelles le paiement est validé automatiquement. Vous pouvez trouver la commande et changer son statut dans la page "Commandes" du menu "Commandes".

DIBS

Le module DIBS permet à votre boutique d'accepter les paiements par carte de crédit. DIBS est très populaire dans les pays nordiques, mais fonctionne dans le monde entier.

Vous devez avoir un compte DIBS pour utiliser ce module.

Ensuite, configurez le module avec votre MerchantID DIBS, vos deux clés sécurisées et vos URLs d'acceptation et d'annulation (par défaut, respectivement,

<http://ADRESSE-DE-VOTRE-BOUTIQUE/index.php?controller=order-confirmation> et

<http://ADRESSE-DE-VOTRE-BOUTIQUE/>).

Enfin, vous pouvez choisir si vous utilisez DIBS en mode test ou production, et le schéma de couleur de Flexwin, l'interface graphique de paiement.

Une fois que les paramètres sont en place, vos clients verront l'option "DIBS" apparaître sur le front-office de la boutique, dans le bloc des méthodes de paiement disponibles.

Hipay

Le module Hipay permet à votre boutique d'accepter les paiements par carte de crédit.

Vous devez avoir un compte Hipay pour utiliser ce module.

Ensuite, configurez le module avec votre numéro de compte, votre mot de passe marchand, et votre ID de site.

Enfin, vous pouvez choisir l'âge minimum autorisé, et restreindre le module à certaines zones géographique.

Une fois que les paramètres sont en place, vos clients verront l'option "Hipay" apparaître sur le front-office de la boutique, dans le bloc des méthodes de paiement disponibles.

Moneybookers Skrill

Le module Skrill Moneybookers permet à votre boutique d'accepter les paiements par carte de crédit.

Vous devez disposer d'un compte Moneybookers pour utiliser ce module. Vous pouvez accéder au formulaire d'inscription en cliquant sur l'image dans la section "Ouverture de compte".

Ensuite, cliquez sur "J'ai déjà un compte Moneybookers" pour continuer la configuration du module.

Une fois que les paramètres sont en place, vos clients verront l'option "Skrill Moneybookers" apparaître sur le front-office de la boutique, dans le bloc des méthodes de paiement disponibles.

Ogone

Le module Ogone permet à votre boutique d'accepter les paiements par carte de crédit.

Vous devez avoir un compte Ogone pour utiliser ce module. Vous pouvez accéder au formulaire d'inscription en cliquant sur le bouton "Créer votre compte d'essai gratuit!" dans la page de configuration.

Ensuite, configurer le module avec votre PSPID, votre signature SHA-in, votre signature SHA-out, et enfin choisissez si vous voulez utiliser le module en mode test ou en mode production.

Une fois que les paramètres sont en place, vos clients verront l'option "Ogone" apparaître sur le front-office de la boutique, dans le bloc des méthodes de paiement disponibles.

PayPal

Le module PayPal permet à votre boutique d'accepter les paiements par carte de crédit ou via le service de paiement PayPal.

Vous devez avoir un compte PayPal pour utiliser ce module. Vous pouvez accéder au formulaire d'inscription en cliquant sur le bouton "Ouvrez un compte PayPal" dans la page de configuration.

Ensuite, configurez le module puis entrez votre nom d'utilisateur de l'API, votre

mot de passe API et votre signature API. Vous devez également vous assurer que les autres paramètres correspondent à vos besoins.

Une fois que les paramètres sont en place, vos clients verront l'option "PayPal" apparaître sur le front-office de la boutique, dans le bloc des méthodes de paiement disponibles.

weXpay e-money

Nouveauté 1.5.

Le module weXpay permet à votre boutique d'accepter les paiements le système de prépaiement weXpay. weXpay est la solution française.

Vous devez avoir un compte weXpay pour utiliser ce module. Vous pouvez entrer en contact avec leur équipe en utilisant les informations contenues dans le bloc "Contactez l'équipe weXpay" sur la droite.

Ensuite, configurez le module avec votre identifiant marchand weXpay.

Vous pouvez trouver plus d'informations sur la configuration en lisant le PDF weXpay, trouvé sous le lien "Pour plus d'infos" en bas.

Une fois que les paramètres sont en place, vos clients verront l'option "weXpay" apparaître sur le front-office de la boutique, dans le bloc des méthodes de paiement disponibles.

Google Checkout (gcheckout)

Le module Google Checkout permet à votre boutique d'accepter les paiements par carte de crédit ou via le propre service de paiement de Google.

Vous devez disposer d'un compte Google Checkout pour utiliser ce module.

Vous pouvez accéder au formulaire d'inscription ici:

<https://checkout.google.com/>.

Ensuite, configurez le module avec votre ID de commerçant, et votre clé de marchand, et enfin choisissez si vous voulez utiliser le module en mode test (Sandbox) ou en mode de production (réel). Vous devez également vous assurer que les autres paramètres correspondent à vos besoins.

Une fois que les paramètres sont en place, vos clients verront l'option "Google Checkout" apparaître sur le front-office de la boutique, dans le bloc des méthodes de paiement disponibles.

Sécurité des Paiements

FIA-Net - Système d'Analyse des Commandes - Certissim

FIA-NET est un partenaire de confiance e-commerce français : il protège à la fois les clients et les boutiques en ligne contre les fraudes de cartes de crédit et autres activités malveillantes.

Vous devez déjà avoir un compte FIA-Net afin de pouvoir utiliser le module. Vous pouvez en demander un ici :

<https://www.fia-net.com/marchands/devispartenaire.php?p=185>.

Ensuite, configurez le module avec votre identifiant, votre mot de passe et votre identifiant de site, et enfin choisir si vous voulez utiliser le module en mode de production ou non. Vous devez également indiquer le type de produit par défaut de votre boutique.

En outre, vous devez indiquer le type d'activité de chacune de vos catégories, le type de support de chacun de vos transporteurs, et de quel type est votre transporteur par défaut.

Une fois que les paramètres sont en place, un logo FIA-Net apparaîtra sur votre page d'accueil, et vos commandes seront analysées par FIA-Net afin de s'assurer qu'aucune fraude n'est tentée.

Secuvad (Lutte contre la fraude)

Secuvad est une solution française pour lutter contre la fraude en ligne internationale. Elle peut également offrir une garantie contre les commandes non payées, et agir en tant qu'agent de recouvrement.

Vous devez avoir un compte Secuvad afin de pouvoir utiliser le module. Vous pouvez en créer un directement depuis le module. Assurez-vous de remplir tous les champs avec les détails exacts de votre boutique, y compris les types de produits que vous vendez.

Ensuite, configurez le module avec votre identifiant, votre mot de passe, votre

ID, et enfin choisissez si vous voulez utiliser le module en mode test ou en mode production.

Une fois que les paramètres sont en place, un logo Secuvad apparaîtra sur votre page d'accueil, et vos commandes seront analysées par Secuvad pour s'assurer qu'aucune fraude n'est tentée.

Solutions de confiance Trusted Shops

Trusted Shops offre deux services :

- Des notes vérifiables des clients de votre boutique,
- Un label de qualité et protection de l'acheteur

Vous devez avoir un compte Trusted Shops afin de pouvoir utiliser le module. Vous pouvez accéder au formulaire d'inscription en cliquant sur le lien "Enregistrement Trusted Shops" dans la page de configuration du module. Ensuite, configurez le module avec votre identifiant Trusted Shops, et suivez les instructions.

PrestaShop Security (presta fraud)

PrestaShop Security est un service proposé par PrestaShop afin de protéger la sécurité de votre boutique contre les paiements frauduleux.

Si vous ne possédez pas de compte, vous pouvez en créer un directement depuis le module : remplissez le premier champ avec votre adresse e-mail, et vérifiez que le second contient l'URL correcte de votre boutique, puis cliquez sur "Créer un compte". Vous devrez accepter les conditions de service.

Si vous possédez déjà un compte, changez le sélecteur de haut afin de faire apparaître le formulaire de configuration complet. Remplissez les différents champs avec les détails exacts de votre boutique, avec votre Shop ID et Shop Key (tel que fournis par PrestaShop Security).

Une fois que les paramètres sont en place, les commandes seront analysées par le module pour vous assurer qu'aucune fraude n'est tentée.

Prix & Promotion

Programme de fidélité

Ce module propose un outil de pointe pour la mise en place de bons d'achat en fonction des achats de vos clients, et de points de récompense.

Vos clients bénéficient d'un certain nombre de points de fidélité en fonction du montant qu'ils dépensent dans votre boutique.

L'écran de configuration vous permet d'être très précis sur la production de bons d'achat :

- **Ratio.** Fondamentalement, le taux de conversion de l'argent dépensé dans des points de récompense et des points de récompense en argent a gagné. Le module utilise la devise par défaut de la boutique.
Le premier champ indique la somme d'argent que le client doit passer afin d'obtenir 1 point de récompense.
Le second champ indique la somme d'argent que le client obtient pour chaque point de récompense.
Par défaut, les paramètres sont de 10 et 0,2, ce qui signifie que le client gagne 2 € pour chaque 100 € dépensés sur votre boutique.
- **Détails du bon.** C'est tout simplement le nom du bon. Il apparaîtra dans la page du compte du client.
- **Montant minimal d'achat pour utiliser le bon.** Vous pouvez définir une limite afin d'empêcher les clients d'utiliser leur bon dès qu'il y est la plus petite somme d'argent dessus. Par défaut, il est réglé sur 0, ce qui signifie qu'ils peuvent utiliser le bon quand ils le veulent.
- **Donner des points sur les produits en promotion.** Choisissez si les produits en promotion comptent dans le calcul du bon.
- **Des points sont attribués lorsque la commande passe à l'état.** Par défaut, les points de fidélité ne sont attribués que si le produit est livré. Mais vous pourriez préférer les voir accordés à un autre statut de la commande, par exemple dès qu'elle est payée.
- **Des points sont annulés lorsque la commande passe à l'état.** Les points peuvent être annulés si la commande atteint un état donné, par exemple si elle est annulée.
- **Catégories.** Vous voudrez peut-être que les bons attribués ne puissent pas être utilisés avec certaines catégories de produits spécifiques. Avec ce formulaire, choisissez celles pour qui le bon peut fonctionner.

- **Progression des points de fidélité.** Cette section contient les messages qui sont affichés au client. Vous pouvez modifier les phrases pour mieux correspondre à "l'attitude" de votre boutique. Par ailleurs, assurez-vous de traduire des phrases dans toutes les langues utilisées par votre boutique.

Bloc promotions

Ce module ajoute un bloc sur la page d'accueil de votre boutique, où le client peut découvrir les promotions en cours, choisies au hasard dans votre catalogue.

Vous pouvez ajouter d'autres produits à ces promotions en leur configurant un rabais : allez à la page d'administration du produit, ouvrez l'onglet "prix" sur la gauche, et dans la section "Prix spécifique", cliquez sur l'option "Ajouter un nouveau prix spécifique" afin d'ouvrir le formulaire de création.

Modification rapide / de masse

Pas de module natif dans cette section.

Recherche et filtres

Bloc recherche rapide

Ce module installe un bloc avec un champ de recherche sur le front-end de votre boutique. Le bloc de recherche permet d'afficher les résultats dès les premières lettres saisies.

Le module est installé et activé par défaut, et vous devriez le laisser activé pour faciliter la navigation des visiteurs.

Référencement - SEO

Google sitemap

Ce module vous permet de créer un sitemap pour votre magasin, et de le garder à jour.

Afin d'optimiser votre référencement, il est essentiel d'avoir un fichier sitemap, qui est un fichier XML répertoriant tous les produits et les pages de votre boutique. Ce fichier permettra aux moteurs de recherche d'indexer toutes les pages facilement et efficacement. Vos produits apparaissent alors parfaitement dans les moteurs de recherche quand un visiteur effectue une recherche. Vous pouvez créer un sitemap pour PrestaShop, et être indexé par tous les moteurs de recherche qui prennent en charge le format de fichier (Google, Yahoo, Bing, ...), en utilisant des outils tels que Webmaster Tools de Google. Une fois installé, cliquez sur le lien "Configurer".

La page de configuration a peu d'options :

- **Le sitemap inclut également les produits des catégories inactives.** Vous devez décider s'il faut ou non afficher les produits que vous n'avez pas activés dans votre boutique. Si vous souhaitez utiliser tous les produits, cochez la case "Le sitemap inclut également les produits des catégories inactives". Les produits inactifs seront ensuite indexés par Google afin que vous puissiez les rendre visibles dès que vous les remettez en ligne.
- **Le sitemap inclut également les pages CMS qui ne sont pas dans un bloc de CMS.** De même, vous voudrez peut-être que le plan du site contienne également les pages CMS qui ne sont pas directement disponibles

Une fois que vous avez fini de configurer le module, cliquez sur "Mettre à jour fichier sitemap". Vous avez alors l'adresse du sitemap (par exemple, myprestashop.com/sitemap.xml). Copiez cette URL pour l'enregistrer dans votre compte Google Webmaster Tools. Le module affichera alors la taille du fichier et le nombre de pages indexées. N'oubliez pas de le mettre à jour régulièrement afin que les moteurs de recherche indexent parfaitement votre contenu.

La dernière section de la page de configuration donne un lien cron. Un bon sitemap doit être régulièrement mis à jour, et à moins d'être prêts à cliquer sur le bouton "Mettre à jour fichier sitemap" à chaque fois qu'il y a un changement sur votre boutique, vous pouvez faire en sorte que votre serveur fasse le travail pour vous. Créez une tâche cron avec l'URL donnée, et vous n'aurez plus jamais à vous faire du souci à ce sujet.

Si vous ne savez pas ce qu'est une tâche cron, demandez à votre hébergeur.

Transporteur et logistique

Date de livraison

Ce module affiche une date approximative de livraison durant le processus de commande.

La page de configuration comporte deux sections:

- **Configuration de transporteur.** Le module s'appuie sur les indications de vos transporteurs. Vous devez donc ajouter des règles pour chacun de vos transporteurs, en cliquant sur le lien "Ajouter une nouvelle règle de transporteur".
- Plus d'options :
 - **Temps supplémentaire lorsqu'un produit est hors stock.** Donnez une estimation du temps qu'il faudra pour que votre équipe re-stocke ses produits. Ce n'est vraiment utile que si les clients peuvent commander produits hors-stock (l'option se trouve dans la page de préférence "Produits", dans la section "Stock produits").
 - **Temps supplémentaire pour la préparation des commandes.** Donnez une estimation du temps qu'il faudra pour que votre équipe prépare une commande.
 - **Option pour la préparation.** Si votre équipe d'emballage travaille également le week-end, indiquez-le, car le module le prend en compte.
 - **Format de la date.** Le format dans lequel la date de livraison prévue est affichée. Il utilise le format de la fonction `date()` de PHP : chaque lettre a un sens, comme expliqué dans le lien indiqué. La valeur par défaut, "l j F Y", signifie que la date sera affichée dans le format "Samedi 21 Janvier 2012". Il y a beaucoup plus de lettres que vous pouvez utiliser pour créer le format de date qui vous convient.

Il est facile d'ajouter une nouvelle règle transporteur :

- **Transporteur.** Choisissez le transporteur pour lequel vous souhaitez ajouter la règle.

- **Livraison entre.** Réglez le délai dans lequel le transporteur choisi annonce pouvoir livrer des produits. Vous devez recueillir cette information auprès du transporteur lui-même.
- **Option de livraison.** Certains transporteurs ont livrent également les jours de week-end. N'oubliez pas de l'indiquer le cas échéant.

Vous devez créer autant de règles transporteur que nécessaire.

Kiala avancé

Nouveauté 1.5.

Ce module permet à vos clients de faire livrer leurs colis dans un point de collecte Kiala. Les points Kiala sont largement disponibles en France, ainsi que dans certains autres pays européens.

Vous devez disposer d'un compte Kiala afin de pouvoir utiliser ce module. Vous pouvez accéder au formulaire d'inscription ici : <http://www.kiala.com/>.

Ensuite, configurez le module avec toutes les informations sur vous et votre boutique dans le formulaire de la section "Statut du module Kiala".

La section "Réglages par pays", située plus bas, vous permet d'indiquer les pays où vous voulez rendre disponible la livraison Kiala pour vos clients.

Enfin, la section "Réglages avancés de Kiala" ajoute quelques options supplémentaires:

- **Dossier d'export.** Le dossier local dans lequel le module enregistrera ses exportations, contenant une foule de renseignements utiles.
- **Préfixe pour les numéros des commandes.** Vous pouvez avoir un préfixe spécifique à votre boutique, ce qui donne un aspect plus personnalisée pour vos clients.
- **Exporter à chaque commande ?.** Vous préférerez peut-être avoir plusieurs fichiers d'exportation spécifiques à la commande plutôt qu'un seul grand fichier.
- **Critère de suivi des paquets ?.** Le colis doit-il être suivi en fonction du client ou en fonction de la commande? Si vous n'êtes pas sûr, garder le réglage "par commande".

Une fois que les paramètres sont en place, vos clients verront l'option "Kiala" option apparaître sur le front-office de votre boutique, dans la section des modes de livraison disponibles.

Mondial Relay

Ce module vous permet d'afficher prix de livraison dans les points Mondial Relay. Ce service est disponible en France, au Luxembourg, en Espagne et en Belgique.


Vous devez avoir un compte Mondial Relay pour utiliser ce service. Vous pouvez accéder au formulaire d'inscription ici : <http://www.mondialrelay.com/>. Puis, à partir de la page de configuration du module, cliquez sur l'icône "Détails du compte" et saisissez les informations nécessaires, comme indiqué par Mondial Relay : Enseigne Webservice, Code Marque, Clé Webservice, Langue des étiquettes et Coefficient de Poids. La Langue des étiquettes peut utiliser uniquement les langues qui sont activées sur votre boutique ; vous pouvez activer d'autres langues sur la page "Langues" du menu "Localisation". Cliquez sur "Mettre à jour le compte" afin de connecter votre boutique au webservice Mondial Relay, et à partir de là, suivez les instructions du module dans l'écran "Transporteur" et "Paramètres avancés".

Une fois que les paramètres sont en place, vos clients verront l'option "Mondial Relay" option apparaître sur le front-office de votre boutique, dans la section des modes de livraison disponibles.

Estimation des livraisons

Ce module permet au client de comparer les transporteurs avant de poursuivre le processus de commande.

Ce module est très simple : il suffit de l'installer pour pouvoir afficher son option sur votre front-office.

 Tous les transporteurs disponibles doivent avoir leurs tarifs réglés correctement. Cela se fait en bas de la page "Transport" page, dans la section "Frais par transporteurs, zones et tranches".

La page de configuration du module a une seule option, "Méthode de rafraîchissement de la liste des transporteurs". Cela vous permet d'afficher un transporteur, soit uniquement quand toutes les informations sont en place, ou dès que possible.

TNT Express

Nouveauté 1.5.

Ce module vous permet d'afficher prix de livraison via TNT Express. Ce service est disponible dans le monde entier.

Vous devez avoir un compte TNT pour utiliser ce module. Vous pouvez accéder au formulaire d'inscription ici : <http://www.tnt.fr/>.

Ensuite, configurez le module avec votre Identifiant TNT, votre mot de passe et votre numéro de compte, le tout dans l'onglet "Paramètres du compte".

A partir de là, vous pouvez continuer de configurer le module en utilisant les onglets "Adresse d'expédition" et "Mode de livraison". Ce dernier onglet vous permet d'être très précis sur le service de livraison que vous souhaitez proposer à vos clients, ainsi que tout supplément dont que vous pourriez réclamer en fonction du prix du colis.

Une fois que les paramètres sont en place, vos clients verront l'option "Buyster" option apparaître sur le front-office de votre boutique, dans la section des modes de livraison disponibles.

Affiliation - Accès boutique

Ce module apporte à PrestaShop une solution d'affiliation intégré, qui permet à vos affiliés d'accéder à leurs propres statistiques.

L'outil de programme d'affiliation est situé dans la page "Sites affluents " du menu "Stats". Une fois que vous avez installé le module "Affiliation - Accès boutique", ces filiales peuvent accéder à leurs statistiques en allant à l'adresse <http://ADRESSE-DE-VOTRE-SITE/modules/trackingfront/stats.php>.

Pour créer un nouvel affilié, cliquez sur le bouton "Créer", et dans le formulaire de création, ajoutez le nom d'utilisateur et le mot de passe de compte d'affiliation, puis spécifiez la commission qu'ils reçoivent par clic, par commande ou par pourcentage du chiffre d'affaires.

Cliquez sur l'en-tête de la section "Aide" pour afficher des instructions sur la façon de configurer l'URL de provenance.

La section "Informations techniques - Mode expert" vous permet d'utiliser des expressions régulières au lieu d'URL en texte clair.

So Colissimo

Nouveauté 1.5.

Ce module vous permet d'afficher les tarifs des livraisons via SoColissimo, un service de La Poste, le service postal historique de la France. Ce service est disponible principalement en France.

Vous devez avoir un compte TNT pour utiliser ce module. Cela se fait en appelant La Poste à partir d'un téléphone français, en utilisant le numéro suivant : **3634**.

Ensuite, configurez le module avec vos informations SoColissimo : Identifiant FO, clé de cryptage, temps de préparation, surcoût, URL FO, Fancybox, supervision et adresse de vérification.

Une documentation complète est disponible (en français) sous forme de fichier PDF, que vous pouvez trouver sous le lien "Documentation" de la page de configuration.

Afin de finaliser l'installation, copiez / collez les deux dernières URL dans votre back-office SoColissimo.

Une fois que les paramètres sont en place, vos clients verront l'option "SoColissimo" option apparaître sur le front-office de votre boutique, dans la section des modes de livraison disponibles.

Diaporamas

Pas de module natif dans cette section.


Guides d'achats

Twenga Ready to Sell

Ce module permet de placer votre boutique et ses produits sur Twenga. Twenga est une plateforme ouverte d'achats en ligne qui vise à rassembler tous les produits en ligne et leurs boutiques. Ce module exporte votre liste de produits vers leur service, et vous permet de suivre vos ventes grâce à eux.

Vous devez avoir un compte Twenga pour faire fonctionner de ce module. Vous pouvez accéder au formulaire d'inscription en cliquant sur le bouton "J'inscris mon site sur Twenga".

Ensuite, configurez le module avec votre hashkey, login et mot de passe. Le module se chargera de transmettre votre catalogue vers Twenga.

 Chaque visiteur qui accède à votre site coûtera quelques centimes. Vous pouvez consulter la grille tarifaire en cliquant sur le lien "Tarifs de Twenga" au bas de la page de configuration.

Export Shopping Flux

Nouveauté 1.5.

Ce module vous permet d'inscrire votre boutique et ses produits sur des centaines de sites de comparaison de prix et de places de marchés (la plupart français), par l'intermédiaire du service Shopping Flux (<http://www.shopping-flux.com/>).

Vous devez avoir un compte Shopping Flux pour faire fonctionner ce module. Vous pouvez demander de l'aide avec le formulaire situé au bas du module. Ensuite, configurez le module avec votre login et jeton (*token*), et mettez en place les différentes options selon vos désirs.

Vous pouvez trouver plus d'informations sur ce module sur le site Shopping Flux : <http://www.shopping-flux.com/module-prestashop-shopping-flux/>.

Places de marché

eBay (Addons)

Ce module vous permet de facilement mettre votre catalogue de produits sur eBay.

Vous devez avoir un compte eBay pour faire fonctionner ce module. Créez-en un sur <http://www.ebay.com/>.

Ensuite, configurez votre module avec votre identifiant eBay et cliquez sur "Enregistrer le module sur eBay". Cela permettra de relier votre boutique à

eBay, en utilisant un jeton spécifique.
À partir de là, suivre les instructions du module.

Réseaux sociaux

Pas de module natif dans cette section.

Autres modules

Kwixo

Nouveauté 1.5.

Le module Kwixo permet à votre boutique d'accepter les paiements grâce au service de paiement Kwixo. Kwixo fait partie de FIA-Net, le tiers de confiance de l'e-commerce français, et de deux grandes banques françaises, le Crédit Agricole et LCL. Les clients ont besoin d'avoir un compte Kwixo, et d'avoir enregistré une carte de crédit sur leur service.

Vous devez avoir un compte Kwixo pour utiliser ce module. Vous pouvez accéder au formulaire d'inscription en cliquant sur le lien dans la page de configuration.

Ensuite, configurez le module avec votre ID marchand, votre clé de cryptage, et indiquez si vous souhaitez travailler en mode Test pour l'instant, le type de paiement que vous souhaitez accepter, et votre délai de livraison.


À partir de là, compléter les informations de configuration en indiquant vos principaux types de produits dans la section "Informations sur les produits vendus sur votre boutique" section, et vos types de support dans la section "Configuration du transporteur".

Une fois que les paramètres sont en place, vos clients verront l'option "Kwixo" option apparaitre sur le front-office de votre boutique, dans la section des méthodes de paiement disponibles.

En tant que commerçant, vous avez accès à un back-office Kwixo spécifique à l'adresse située dans la section "Gérez vos paiements dans votre interface d'administration Kwixo".

Comprendre les préférences

Le menu "Préférences" vous permet de configurer et affiner certains détails de votre installation de PrestaShop. 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. De fait, toutes les options des préférences devraient être soigneusement abordées, et vous devriez peser le pour et le contre chaque, car activer ou désactiver une option peut avoir un fort impact sur votre boutique, et au final, vos ventes.

 Les onglets "Préférences" et "Outils" de PrestaShop 1.4 ont été entièrement réorganisés en trois menus dans la version 1.5 : "Préférences", "Paramètres avancés" et "Administration".

Générales

La page des préférences générales 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 TLS (pour "Transport Layer Security"). Les deux sont des protocoles Internet cryptographiques, qui sécurisent les échanges sur le Web. Vous pouvez en apprendre plus sur ces protocoles sur Wikipedia : http://fr.wikipedia.org/wiki/Transport_Layer_Security.

Le fait de fournir une connexion SSL pour votre boutique est non seulement une chose positive pour les échanges sur Internet, mais également un bon moyen de rassurer vos clients sur sécurité de leurs données (identifiants, carte de crédit, etc.) sur votre boutique, car de nombreux navigateurs modernes affichent aujourd'hui indiquent visuellement que la connexion est sécurisée. Si votre hébergeur propose le protocole SSL, assurez-vous de l'activer dans PrestaShop en cliquant sur le lien. Cela affichera un sélecteur, dans lequel vous devrez choisir "Yes".

- **Améliore 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 utilisé tel quel dans un autre navigateur, protégeant ainsi toutes les informations qui auraient pu être stockées durant cette session.
- **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.** Tronque le nombre au centième : 42.333333333 devient 42.33.
- **Afficher les fournisseurs et les marques.** Les blocs "Fournisseur" et "Marques" peuvent être enlevés du front-end de votre boutique, en désactivant leurs modules respectifs. Cela étant, à l'aide de cette option, vous pouvez toujours rendre leurs listes disponibles, notamment via les adresses `/manufacturer.php` et `/supplier.php`.
- **Activer le multiboutique.** Nouveauté 1.5. Cette petite option a des implications majeures : elle transforme votre boutique unique en une installation multiboutique. Elle vous donne accès à la page "Multiboutique" du menu "Paramètres avancés", et toutes les pages de l'administration peuvent changer de contexte pour appliquer leurs réglages au choix à toutes les boutiques, à un groupe de boutiques, ou à une seule boutique.
Vous pouvez en apprendre plus sur la fonctionnalité multiboutique de PrestaShop en lisant le chapitre "Gérer plusieurs boutiques" de ce guide.

Général

Activer le SSL

Cliquez ici pour utiliser le protocole HTTPS avant d'activer le mode SSL.

Si votre hébergeur propose le protocole SSL, vous pouvez activer le cryptage SSL (https://) pour l'identification des clients et le processus de commande

Améliore la sécurité du front-office

☒ Oui
☒ Non

Active ou désactive les jetons (tokens) en front-office afin d'améliorer la sécurité de PrestaShop

Règle d'arrondi

classique

Vous pouvez choisir le mode d'arrondi : arrondir toujours au supérieur, à l'inférieur, ou arrondi classique.

Afficher les fournisseurs et les marques

☒ Oui
☒ Non

Afficher les fournisseurs et les marques même si les blocs correspondants sont désactivés

Activer le multiboutique

☒ Oui
☒ Non

Le multiboutique vous permet de gérer plusieurs boutiques avec une seule administration. Si cette fonctionnalité est activée, la page "Multiboutique" apparaît dans le menu "Paramètres avancés".

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.

Préférences générales

Général

Type de processus de commande Standard (5 étapes)

Vous pouvez choisir le type de processus de commande : standard (5 étapes, 5 pages) ou "One Page Checkout" (5 étapes au sein d'une même page)

Activer la commande express (guest checkout) ✓ ☐ Oui ☒ Non

Cette fonctionnalité permet le passage de commande sans création de compte

Montant total minimum requis pour valider une commande : 0 € (HT)

o pour désactiver cette fonctionnalité.

Autoriser l'envoi multiple ✓ ☐ Oui ☒ Non

Permettre aux clients d'expédier leurs commande à différentes adresses. Cette option va transformer le panier des clients en une ou plusieurs commandes.

Envoi différé ✓ ☐ Oui ☒ Non

Permettre aux clients de fractionner leurs commandes. Une avec les produits "en stock", et une autre avec les autres produits. Cette option va transformer le panier des clients dans deux commandes.

Conditions générales de vente ✓ ☒ Oui ☐ Non

Requiert l'acceptation des CGV par le client durant la commande

Page CMS de conditions générales de vente Conditions d'utilisation

Choisissez la page CMS de conditions générales de vente

- **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".
- **Autoriser l'envoi multiple.** Nouveauté 1.5. Permet à vos clients de faire en sorte que leurs commandes soient envoyées à plus d'une adresse. Cela peut se révéler particulièrement utile dans le cadre d'une boutique de cadeaux, par exemple.

- **Envoi différé.** Nouveauté 1.5. 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 nécessaires (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 générales de vente.** 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

Options des emballages cadeaux

Proposer des emballages cadeaux ☒ Oui ☐ Non
Propose l'emballage cadeau au client et la possibilité de laisser un message

Tarifs emballages cadeaux € (HT)
Fixe un prix pour l'emballage cadeau

Taxe des emballages cadeaux
Fixe une taxe pour le prix de l'emballage cadeau

Proposer des emballages recyclés ☐ Oui ☒ Non
Suggérer au client de choisir un colis en matières recyclées

- **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.

Préférences générales

Produits (général)

Mode catalogue :

☒ Oui
 ☐ Non

Lorsque ce paramètre est activé, toutes les fonctionnalités de vente sont désactivées

Comparaison de produits

Indiquer le nombre maximum de produits qui peuvent être sélectionnés pour comparaison. 0 pour désactiver cette fonctionnalité.

Nombre de jours durant lesquels un produit est considéré comme "nouveau" :

Redirection après avoir ajouté un produit au panier :

☐ page précédente
 ☒ récapitulatif du panier

Concerne uniquement la version non-Ajax du panier

Taille maximale de la description courte

caractères

Définissez la taille maximale de la description courte du produit

Remises des quantités basées sur :

☒ Produits
 ☐ Déclinaisons

Comment calculer les remises de quantité

- **Mode catalogue.** Activer le mode catalogue signifie que vous transformez votre boutique en une simple galerie de produits, n'offrant aucune possibilité d'achat.
- Comparaison de produits.
- **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

gèrent les nouveautés de votre boutique. La page de nouveaux produits est surtout visitée par les clients réguliers.

- Redirection après avoir ajouté un produit au panier.
- Taille maximale de la description courte.
- Remises des quantités basées sur.

Pagination

Produits par page :
Nombre de produits par page. Valeur par défaut : 10

Tri par défaut :
Tri par défaut pour la liste des produits

Ordre par défaut :
Ordre de tri par défaut pour la liste des produits

- **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. 6 choix sont possibles :
 - Nom du produit. c
 - **Prix du produit.** Affiche vos produits en fonction de leurs prix.
 - **Date d'ajout.** Affiche vos produits en fonction de leurs dates d'ajout.
 - **Position dans la catégorie.** Affiche vos produits tels qu'ils sont positionnés au sein de la catégorie, dans la 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.
 - **Marque.** Affiche vos produits Affiche vos produits par ordre alphabétique du nom de leurs marques.
 - **Date de modification.** Quand vous modifiez un produit, sa date de modification est changée. Cette option les fait apparaître par ordre de modification.
- **Ordre par défaut.** L'option ci-dessus peut être arrangée par ordre croissant ou décroissant.

Page produit

 Page produit

Afficher les quantités disponibles sur la page produit : ☒ Oui ☐ Non

Afficher les dernières quantités lorsque celles-ci sont inférieures à : *
0 pour désactiver cette fonctionnalité.

Activer JqZoom au lieu de Thickbox sur les pages produits : ☒ Oui ☐ Non

Afficher les attributs indisponibles sur la fiche produit : ☒ Oui ☐ Non

Afficher le bouton "ajouter au panier" lorsque le produit a des attributs : ☒ Oui ☐ Non
Afficher ou masquer le bouton "Ajouter au panier" sur les pages catégories des produits qui ont des attributs pour forcer les clients à voir le détail du 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 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 zoomer apparaîtra également au survol de la souris.
- **Afficher les attributs indisponibles sur la fiche produit.** Votre produit peut être fait de nombreux attributs 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.** Nouveauté 1.5. 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.

Stocks produit

 Stocks produit

Autoriser la commande de produits hors stock :
 ☒ Oui
 ☐ Non

Le bouton "Ajouter au panier" est caché lorsque le produit est indisponible

Activer la gestion des stocks :
 ☒ Oui
 ☐ Non

 Activer la gestion des stocks avancée :
 ☒ Oui
 ☐ Non

Vous permet de gérer un stock physique, des entrepôts, et des commandes fournisseurs.

- **Autoriser la commande de produits hors stock.** Nouveauté 1.5. 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 faire baisse ce nombre à chaque commande, et en rajouter à chaque commande annuler et produit retourné.
Par défaut, vous devriez laisser cette fonctionnalité activée, car la désactiver affecter 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.
- **Activer la gestion des stocks avancée.** Nouveauté 1.5. Cette autre petite option a des implications majeures : elle ajoute un nouveau menu nommé "Stock", qui vous permet de gérer précisément votre inventaire, sur plusieurs entrepôts si besoin est. Vous pouvez y voir tous les détails de votre stock : mouvement, couverture, commandes de restockage, etc.
Vous pouvez en apprendre plus que le gestionnaire de stock avancé de PrestaShop en lisant le chapitre "Gérer le stock" de ce guide.

Clients

La page "Clients", apparue dans la version 1.5, combine toutes les options liées aux clients, notamment le mode B2B.

The screenshot shows the 'Général' (General) settings page for clients. It includes the following options:

- Type de processus d'enregistrement:** A dropdown menu set to 'Création de compte seulement'. A note below states: 'L'option "Création de compte seulement" permet au client de s'enregistrer plus vite et de n'enregistrer son adresse que plus tard.'
- Numéro de téléphone:** Radio buttons for 'Oui' (selected) and 'Non'. A note below states: 'Si vous choisissez d'activer cette option, vos clients devront obligatoirement renseigner un numéro de téléphone pour valider leur inscription.'
- Réafficher le panier après identification:** Radio buttons for 'Oui' and 'Non' (selected). A note below states: 'Récupération du panier après l'authentification du client'.
- Regénération du mot de passe:** A text input field set to '360' minutes. A note below states: 'Temps minimum avant de redemander un nouveau mot de passe'.
- Activer le mode B2B:** Radio buttons for 'Oui' and 'Non' (selected). A note below states: 'Active ou désactive le mode BzB. Lorsque cette option est active, plusieurs fonctionnalités BzB deviennent disponibles.'

- **Type de processus d'enregistrement.** Nouveauté 1.5. 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.
- **Réafficher le panier après identification.** Si le client a déjà créé un panier qu'il n'a pas validé, vous pouvez lui afficher lors de sa prochaine connexion à la boutique.
- **Régénération du mot de passe.** Nouveauté 1.5. 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.** Nouveauté 1.5. 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 et 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.

Liste des thèmes

La première section de cette page vous donne une liste complète des thèmes actuellement disponibles sur votre installation de PrestaShop. Un clic sur l'icône "Modifier" vous permet de changer leurs noms et dossiers (si un autre dossier est disponible).

ID	Nom	Dossier	Actions
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	--
1	default	default	 

Le bouton "Créer" vous donne accès à un formulaire qui vous aide à enregistrer un thème sur votre installation.

Thème

Nom du thème :

Répertoire du thème :

Si le répertoire n'existe pas, il sera créé.

Copier les fichiers manquant du thème existant :

Si vous créez un nouveau thème, il est recommandé de se baser sur les fichiers du thème par défaut.

C'est particulièrement utile quand vous avez besoin de créer un nouveau thème :


- **Nom du thème.** Faites en sorte que le nom n'est pas déjà utilisé par un autre thème.
- **Répertoire du thème.** Si vous n'avez pas déjà créé un dossier de thème, PrestaShop le créera pour vous.
- **Copier les fichiers manquant du thème existant.** C'est là la méthode la plus propre pour commencer un nouveau thème à partir des fichiers d'un autre thème. Lors de vos débuts, il est fortement recommandé de passer par cette méthode pour créer un nouveau thème à partir des fichiers du thème par défaut, afin de vous assurer que vous disposez bien de tous les fichiers.

Sélectionner le thème pour la boutique <nom de la boutique>

C'est dans cette section que vous allez choisir le thème actuel de votre boutique. L'interface vous présente une liste de miniatures des thèmes actuellement disponibles sur votre installation PrestaShop, et il vous revient de choisir le thème celui que vous souhaitez utiliser.

Sélectionner le thème pour la boutique PS15



 En mode multiboutique, vous ne pouvez pas appliquer un thème à toutes les boutiques ou à un groupe de boutiques ; vous devez sélectionner une boutique dans le sélecteur multiboutique, puis choisir un thème.

Apparence

Cette section vous aide à rapidement personnaliser le thème actuel : logo d'entête, logo des mails, logo des factures, favicon, icône de magasins physiques, et même le caractère de séparation de votre boutique peuvent être modifiés d'ici.

Apparence

Logo de l'en-tête :

YourLogoHere

Parcourir...

Apparaîtra sur la page d'accueil de votre boutique

Logo des mails :

YourLogoHere

Parcourir...

Attention : aucun logo d'e-mail n'étant défini, le logo de l'en-tête est utilisé à la place.
Apparaîtra dans l'en-tête des e-mails ; s'il n'est pas défini, le logo de l'en-tête sera utilisé

Logo des factures :

YourLogoHere

Parcourir...

Attention : aucun logo de facture n'étant défini, le logo de l'en-tête est utilisé à la place.
Apparaîtra dans l'en-tête des factures ; s'il n'est pas défini, le logo de l'en-tête sera utilisé

Favicon :

Parcourir...

Apparaîtra à côté de l'adresse dans votre navigateur internet

Icône de magasin :

Parcourir...

Apparaîtra sur le localisateur de magasins (dans les Google Maps)
Taille suggérée : 30x30, GIF transparent

Caractère de séparation :

>

Utilisé pour le chemin de navigation dans les catégories et les produits

Activer le thème mobile

☐ Je veux le désactiver
☒ Je veux l'activer uniquement pour les appareils mobiles
☐ Je veux l'activer uniquement pour les tablettes tactiles
☐ Je veux l'activer pour les tablettes tactiles et les appareils mobiles

Permet aux visiteurs parcourant actuellement votre site sur un appareil mobile, ou sur votre tablette, d'avoir une version allégée du site.

Enfin, l'option "Activer le thème mobile" vous donne la possibilité d'utiliser le thème mobile par défaut. Grâce à ce thème, tous les marchands PrestaShop peuvent disposer d'un site e-commerce adapté aux terminaux mobiles : de la page d'accueil au paiement, en passant par la fiche produit et le tunnel de commande. Choisissez l'option que vous préférez : mobiles, tablettes, ou les deux.

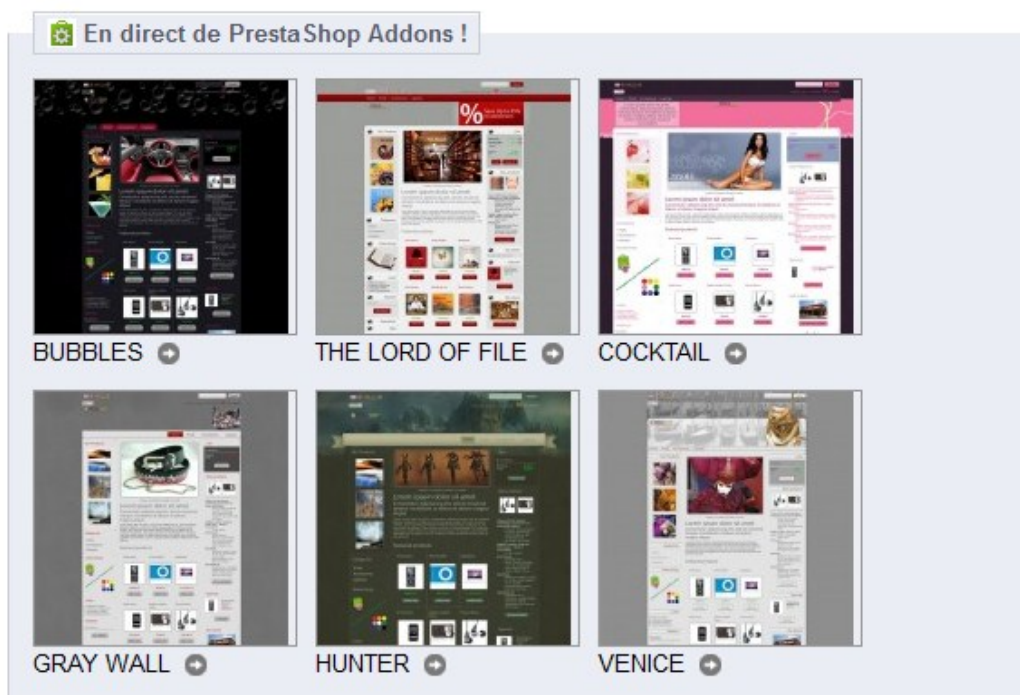
✓ Le thème mobile ne fonctionne qu'avec le thème par défaut de PrestaShop, car ses fichiers sont inclus dans son dossier : `/themes/default/mobile`. De fait, il ne fonctionnera pas si vous utilisez un autre thème ne disposant pas de son propre thème mobile.

Cela étant, vous pouvez facilement utiliser le thème mobile par défaut avec n'importe quel autre thème, ne serait-ce que temporairement : copiez simplement le dossier du thème mobile depuis le dossier du thème par défaut vers le dossier du nouveau thème, et vous devriez être paré. Par exemple, si le dossier de votre nouveau thème est `/themes/magnolia`, copiez le dossier `/themes/default/mobile` dans le dossier du nouveau thème. Cette solution peut se révéler particulièrement utile si le nouveau thème ne dispose pas d'une conception dite "responsive" : ainsi, votre boutique pourra quand même être utilisable simplement sur les supports mobiles – mais avec le design par défaut.

⚠ En mode multiboutique, vous pouvez appliquer ces modifications à toutes vos boutiques ou groupes de boutique en même temps, à partir du menu multiboutique.

En direct de PrestaShop Addons !

Cette section vous présente 6 des thèmes les plus récents en provenance du site PrestaShop Addons. Vous pouvez cliquer sur chaque image pour aller sur la page individuelle de chaque thème et obtenir plus d'information.



SEO & URLs

















































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. Vous pouvez en apprendre plus en lisant la page Wikipedia : http://fr.wikipedia.org/wiki/Optimisation_pour_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. Vous pouvez en apprendre plus en lisant la page Wikipedia : http://fr.wikipedia.org/wiki/Uniform_Resource_Locator. 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 la visiteur à savoir quel produit se trouve sur cette page. Les URL simplifiée (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 : `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 passer 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. Tout est expliqué dans le chapitre "Ajouter des produits et des catégories de produits" de ce guide.

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.

	ID ▼ ▲	Page ▼ ▲	Titre ▼ ▲	URL simplifiée : ▼ ▲	Actions
--	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	--
	1	404	Erreur 404	page-non-trouvee	 
	2	best-sales	Meilleures ventes	meilleures-ventes	 
	3	contact	Contactez-nous	contactez-nous	 
	4	index			 
	5	manufacturer	Fabricants	fabricants	 
	6	new-products	Nouveaux produits	nouveaux-produits	 
	7	password	Mot de passe oublié	mot-de-passe-oublie	 
	8	prices-drop	Promotions	promotions	 
	9	sitemap	Plan du site	plan-du-site	 
	10	supply	Fournisseurs	fournisseurs	 
	11	address	Adresse	adresse	 
	12	addresses	Adresses	adresses	 
	13	authentication	Authentification	authentification	 
	14	cart	Panier	panier	 
	15	discount	Bons de réduction	bons-de-reduction	 
	16	history	Historique des commandes	historique-des-commandes	 

 Les URL simplifiées ne fonctionnent qu'avec un serveur configuré pour reconnaître la réécriture d'URL. Assurez-vous que le vôtre est bien configuré (demandez à votre hébergeur !), car si ce n'est pas le cas et que vous activez les adresses simplifiées, votre boutique peut devenir totalement inaccessible à vos clients.

En bas de la page "SEO & URLs" se trouvent trois sections avec des options supplémentaires.

Ajouter une nouvelle URL simplifiée

Les URL simplifiées sont à définir dans les pages de configuration de chaque produit, chaque catégorie, chaque page CMS... La présente page de création ne sert que pour certaines pages automatiques, et vous n'aurez la plupart du temps pas à vous en soucier.

✓ Faites en sorte de remplir les champs pour toutes les langues disponibles sur votre boutique : c'est non seulement extrêmement utile pour vos utilisateurs internationaux, mais certains moteurs de recherche peuvent également faire bon usage de telles informations locales.

Page : *

Nom de la page concernée

Titre de la page :

Titre de la page concernée

Méta description :

Une courte description

Méta mots-clés :

Liste des mots-clés Pour ajouter un tag, cliquez dans le champ, écrire quelque chose, puis appuyez sur "Entrée"

URL réécrite :

Exemple : "contacts" pour http://maboutique.com/shop/contacts redirigera vers http://maboutique.com/shop/contact-form.php

Cliquez sur le bouton "Créer" pour atteindre le formulaire de création. Il contient une poignée de champs :


- **Page.** La liste déroulante vous donne toutes les pages pouvant bénéficier d'une URL simplifiée.
- **Titre de la page.** Le titre de cette page, qui apparaît dans les résultats des moteurs de recherche.

- **Méta description.** Une présentation de la page en quelques mots, afin d'attirer le regard du visiteur. Elle apparaîtra dans les moteurs de recherche.
- **Méta mots-clés.** Vous pouvez définir des mots-clés afin de référencer votre site sur les moteurs de recherche. Vous pouvez en donner plusieurs : saisissez les mots, appuyer sur Entrée, et vous verrez vos mots-clés encapsulés dans un bloc jaunes, avec une petite croix rouge pour l'effacer.
- **URL réécrite.** C'est ici que vous configurez vos adresses simplifiées. Faites court et descriptif, et remplacez les espaces (" ") par des tirets ("-").

Configuration des URL

Les principales options des URL simplifiées sont :

- **URL simplifiée.** Modifiez cette option si vous savez que votre serveur peut utiliser la réécriture d'URL. Si ce n'est pas le cas, laissez l'option sur "Non".

 Il se peut que s'affiche la notification "Le mode de réécriture d'URL (mod_rewrite) n'est pas activé sur votre serveur, ou il est impossible de vérifier la configuration. Pour utiliser les URL réécrites, vous devez activer ce mode." Dans ce cas, PrestaShop ne peut pas détecter votre configuration serveur, mais cela ne veut pas dire que la fonctionnalité ne peut pas fonctionner. Vous devez la tester vous-mêmes.

- **Rediriger automatiquement vers l'URL canonique.** Les adresses canoniques sont une manière d'éliminer les contenus dupliqués que vous avez créés – ce qui peut faire considérablement chuter votre référencement, étant donné que le contenu est alors considéré comme étant du spam. Pour éviter que les moteurs de recherche vous voient comme un spammeur, PrestaShop utilise la balise `rel="canonical"` qui indique quelle est la page originale d'un contenu. Bien qu'il soit vivement recommandé d'activer cette option, elle dépend également de votre thème, et de son implantation de la balise `rel="canonical"` dans l'en-tête HTML. Demandez plus d'information au concepteur du thème.
- **Désactiver l'option Apache MultiViews.** Apache est le serveur web le plus populaire, et c'est selon toute probabilité celui qui est utilisé pour

votre hébergement (même si vous devriez vérifier vous-même). L'option Multiviews active un système de négociation de contenu, grâce auquel le serveur Web tente d'envoyer au visiteur la page qui correspond le mieux à sa langue, ce quelle que soit l'adresse Web de la page. Malheureusement, cette option peut être incompatible avec les URL simplifiées. Si c'est le cas, désactivez simplement les Multiviews avec cette option.

Configuration des URL

URL simplifiée : ☒ Oui ☒ Non
N'activez cette option que si votre serveur autorise la réécriture d'URL (recommandé).

Rediriger automatiquement vers l'URL canonique ☒ Oui ☒ Non
Recommandé mais votre thème doit être conforme.

Désactiver l'option Apache MultiViews ☒ Oui ☒ Non
N'activez cette option que si vous rencontrez des problèmes avec la redirection d'URL de certaines pages.

i Dans les précédentes versions de PrestaShop, vous deviez manuellement générer le fichier `.htaccess` après avoir activé les URL simplifiées. Ce n'est plus le cas depuis la version 1.5 : le fichier `.htaccess` est désormais géré automatiquement par PrestaShop, et vous n'avez plus à vous en soucier.

URL de la boutique

Dans cette section, vous pouvez voir et modifier certains de réglages serveur par défaut :

- Domaine.
- Domaine SSL.
- Chemin.

URL de la boutique

i Vous pouvez changer ici l'URL de votre boutique. Si vous migrez votre boutique vers une nouvelle URL, veuillez penser à changer les valeurs ci-dessous.

Domaine

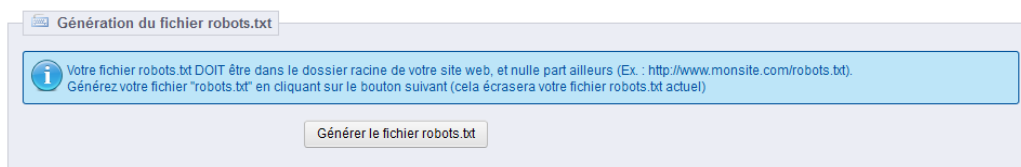
Domaine SSL

Chemin

La plupart du temps, vous ne devriez pas toucher ces champs sans savoir exactement ce que vous faites. Une seule erreur peut rendre votre boutique inaccessible.

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 tous les robots, bons et mauvais : le fichier généré utilise la chaîne "User-agent: *"

En cliquant sur le bouton "Générer le fichier robots.txt" remplace 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 - Gérer le contenu statique

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).

	ID	URL	Titre	Position	Affichée	Actions
	▼▲	▼▲	▼▲	▼▲	▼▲	
--	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	-- <input type="checkbox"/>	--
	1	livraison	Livraison	▼	<input checked="" type="checkbox"/>	
	2	mentions-legales	Mentions légales	▼▲	<input checked="" type="checkbox"/>	
	3	conditions-generales-de-ventes	Conditions d'utilisation	▼▲	<input checked="" type="checkbox"/>	
	4	a-propos	A propos	▼▲	<input checked="" type="checkbox"/>	
	5	paiement-securise	Paiement sécurisé	▲	<input checked="" type="checkbox"/>	

✓ N'oubliez pas de créer autant de versions de la page qu'il n'y a de langues sur votre boutique ! Comme toujours, cliquez sur le drapeau à côté de chaque champ afin de changer de langue.

Créer une catégorie CMS

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

Catégorie de CMS

Nom :

Affichée : ☒ ☐

Catégorie parente :

Description :

Méta titre :

Méta description :

Méta mots-clés :

URL simplifiée :

Le formulaire est assez simple :

- **CMS.** 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 nécessaires.
- **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.

Créer un page CMS

The screenshot shows the 'Page CMS' form in PrestaShop 1.5. The form is titled 'Page CMS' and contains the following fields and elements:

- Catégorie CMS:** A dropdown menu with 'Accueil' selected.
- Méta titre:** A text input field with a small French flag icon and an asterisk.
- Méta description:** A text input field with a small French flag icon.
- Méta mots-clés:** A text input field with the placeholder 'Ajouter un tag' and a small French flag icon.
- URL simplifiée:** A text input field with a small French flag icon and an asterisk.
- Contenu de la page:** A large text area with a rich text editor toolbar above it. The toolbar includes buttons for bold, italic, underline, strikethrough, bulleted list, numbered list, link, unlink, insert image, insert video, insert iframe, insert table, insert code, and other formatting options.
- Chemin:** A text input field with the value 'p'.
- Affichée:** A row of four radio buttons: the first is selected, followed by a green checkmark, a blue eye, and a red X.

Below the 'Méta mots-clés' field, there is a small note: 'Pour ajouter des "tags" cliquer dans le champ, écrivez quelque chose, puis appuyez sur "Entrer"'.

Cliquez sur le bouton "Créer" pour atteindre le formulaire de création :

















- **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'affichée 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".
- **Affichée.** Vous pouvez choisir de ne rendre la page publique qu'une fois que vous avez terminé de la relire, auquel cas votre page sera enregistrée sous forme de brouillon.

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.

Images


Le page de préférences "Images" vous permet de configurer les diverses tailles d'images telles que vues par vos clients sur la boutique.

ID	Nom	Largeur	Hauteur	Produits	Catégories	Marques	Fournisseurs	Scènes	Magasins	Actions
				--	--	--	--	--	--	--
1	small_default	45 px	45 px	✓	✓	✓	✓	✗	✗	 
2	medium_default	58 px	58 px	✓	✓	✓	✓	✗	✓	 
3	large_default	264 px	264 px	✓	✓	✓	✓	✗	✗	 
4	thickbox_default	600 px	600 px	✓	✗	✗	✗	✗	✗	 
5	category_default	500 px	150 px	✗	✓	✗	✗	✗	✗	 
6	home_default	124 px	124 px	✓	✗	✗	✗	✗	✗	 
7	scene_default	520 px	189 px	✗	✗	✗	✗	✓	✗	 
8	m_scene_default	161 px	58 px	✗	✗	✗	✗	✓	✗	 

⚠ Dans la page "Produits" du menu "Préférences", vous pouvez choisir d'utiliser un zoom lorsque que le curseur de la souris survole l'image du produit.

Ajouter une nouvelle taille d'image

Vous pouvez facilement une nouvelle taille d'image, et même configurer les types de contenus auxquels elles s'appliquent.

 Images

Nom du type : *



Lettres uniquement (ex. : small, large...)

Largeur : *


Largeur maximale en pixels

Hauteur : *


Hauteur maximale en pixels

Produits : ☐  ☒ 



Ce type sera appliqué aux images des produits

Catégories : ☐  ☒ 


Ce type sera appliqué aux images des catégories

Marques : ☐  ☒ 



Ce type sera appliqué aux images des marques

Fournisseurs : ☐  ☒ 

Ce type sera appliqué aux images de fournisseurs

Scènes : ☐  ☒ 

Ce type sera appliqué aux images des scènes

magasins: ☐  ☒ 

Ce type sera appliqué aux images des magasins

Cliquez sur le bouton "Créer", puis :

1. Saisissez le nom de la taille, sa largeur et sa hauteur.
2. Choisissez les types de contenus liés.
3. Validez.

Préférences d'images

Nouveauté 1.5.

Images

Les images JPEG ont une taille de fichier petite et une qualité standard. Les images PNG ont une taille de fichier plus importante, une meilleure qualité, et gèrent la transparence. Notez que dans tous les cas les fichiers image auront l'extension .jpg.

ATTENTION : Cette fonctionnalité peut ne pas être compatible avec votre thème ou avec certains modules. En particulier, le mode PNG n'est pas compatible avec le module Filigrane. En cas de problème, désactivez cette fonctionnalité en sélectionnant "Utiliser le JPEG".

Qualité d'image

☒ Utiliser le JPEG
☐ Utiliser le PNG uniquement si l'image de base est au format PNG
☐ Utiliser le PNG pour toutes les images


Qualité JPEG

Va de 0 (plus faible qualité, petite taille de fichier) à 100 (meilleure qualité, taille du fichier importante)

Qualité PNG

Va de 9 (plus faible qualité, petite taille de fichier) à 0 (meilleure qualité, taille du fichier importante)

- **Qualité d'image.** Vous pouvez choisir entre deux formats : JPEG et PNG. Les deux sont bien établis au sein des navigateurs web. Le format JPEG a bon taux de compression, mais cela peut donner des défauts visibles. L'algorithme de compression du format PNG n'est pas aussi fort, mais en comparaison, il y a aurait moins de défauts visibles ; cependant, les navigateurs les plus anciens peuvent ne pas lire ce format. Le choix entre l'un et l'autre se ramène souvent à une question de goût. Cela étant, le format JPEG reste le choix recommandé. Si vous préférez éviter au maximum la déperdition de qualité due au changement de format, utilisez la seconde option "Utiliser le PNG uniquement si l'image de base est au format PNG".

 Le format PNG n'est pas compatible avec le module "Filigrane".

- **Qualité JPEG.** Ne descendez pas en-dessous de 80, ou au pire 75, au risque d'avoir une forte perte d'information.
- **Qualité PNG.** Ne descendez pas en-dessous de 7, ou au pire 6, au risque d'avoir une forte perte d'information.

Images produit

Images produit

Image générée par :

Taille maximum des images des produits : octets *

La taille maximum des images envoyées par les clients (en octets)

Largeur image produit : *

La largeur maximum des images envoyées par les clients (en pixels)

Hauteur image produit : *

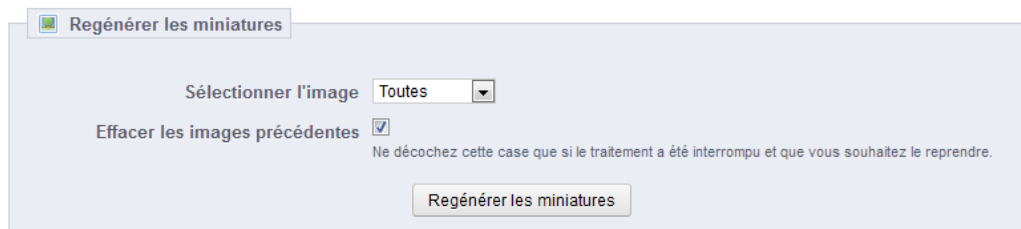
La hauteur maximum des images envoyées par les clients (en pixels)

Utiliser l'ancien système de stockage d'images ☒ Oui ☐ Non

Ce réglage doit rester sur "Oui" à moins que vous n'ayez déplacé avec succès les images dans la page "Images" du menu "Préférences"


- **Image générée par.** Cette option vous permet de positionner l'image du produit dans un espace prédéfini :
 - Choisissez "largeur" afin de remplir toute la hauteur du cadre (la largeur est alors recalculée pour conserver les proportions).
 - Choisissez "hauteur" afin de remplir toute la largeur du cadre (la hauteur est alors recalculée pour conserver les proportions).
 - Choisissez "auto" afin que l'image occupe le plus d'espace possible, tout en conservant ses proportions.
- **Taille maximum des images des produits.** Vos clients peuvent envoyer des images pour les produits personnalisables. Par défaut, PrestaShop a la valeur maximale en place dans ce champ, ce qui peut autoriser des fichiers lourds.
- **Largeur image produit.** Par défaut, les clients peuvent envoyer une image de 64 pixels de large.
- **Hauteur image produit.** Par défaut, les clients peuvent envoyer une image de 64 pixels de haut.
- **Utiliser l'ancien système de stockage d'images.** Ne changez ce réglage que si vous avez mis le dossier images ailleurs qu'à son emplacement d'origine.

Regénérer les miniatures

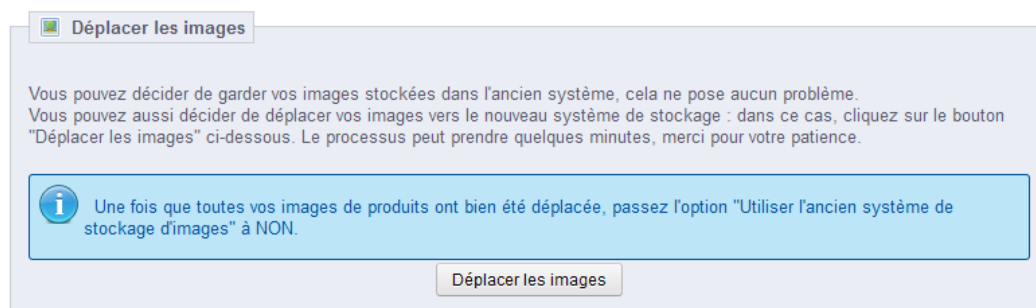


Il se peut que vous ne soyez pas satisfait de la taille des images miniatures de votre boutique. Cette section vous permet de toutes les régénérer – ou seulement ceux liés à une type particulier de contenu :

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 "Regénérer les miniatures".

 Les miniatures mises en ligne à la main seront effacées et remplacées par les miniatures générées automatiquement.

Déplacer les images



PrestaShop propose deux systèmes de stockage d'images : celui hérité des premières versions, qui est efficace et a prouvé sa qualité au fil des versions, et une version améliorée, qui offre de meilleures performances. Vous pouvez conserver l'ancien, mais vous pourriez vouloir utiliser le nouveau, auquel cas vous devrez déclencher un processus de déplacement de vos images.

Ce processus est très simple : cliquez simplement sur le bouton "Déplacer les images", et PrestaShop s'occupera de tout. Une fois le processus terminé, n'oubliez pas de changer l'option "Utiliser l'ancien système de stockage d'images" pour le passer à "Non".

Coordonnées & magasins

PrestaShop offre un outil complet de localisation de magasins physiques pour vos clients, avec des informations de contact détaillées.

Les clients peuvent chercher un magasin depuis l'outil "Découvrez nos magasins" sur le front-office.

De toute évidence, cette fonctionnalité n'est réellement utile que si vous avez des magasins physiques, où les clients peuvent acheter vos produits.

Liste des magasins

Vous pouvez choisir la manière dont ces magasins sont affichés




Tous les magasins sont listés dans une liste qui vous donne également leurs principales informations ainsi qu'un indicateur de l'activation du magasin – vous pourriez par exemple vouloir ne mettre en ligne un magasin qu'une fois que vous aurez réunis toutes les informations nécessaires.

	ID	Nom :	Adresse	Ville :	Code postal	État/région	Pays :	Téléphone	Fax	Activé	Actions
	▼▲	▼▲	▼▲	▼▲	▼▲	▼▲	▼▲	▼▲	▼▲		
—	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
	1	Dade County	3030 SW 8th St Miami	Miami	33135	Florida	États-Unis			<input checked="" type="checkbox"/>	
	2	E Fort Lauderdale	1000 Northeast 4th Ave Fort Lauderdale	Miami	33304	Florida	États-Unis			<input checked="" type="checkbox"/>	
	3	Pembroke Pines	11001 Pines Blvd Pembroke Pines	Miami	33026	Florida	États-Unis			<input checked="" type="checkbox"/>	
	4	Coconut Grove	2999 SW 32nd Avenue	Miami	33133	Florida	États-Unis			<input checked="" type="checkbox"/>	
	5	N Miami/Biscayne	12055 Biscayne Blvd	Miami	33181	Florida	États-Unis			<input checked="" type="checkbox"/>	

Ajouter un nouveau magasin.

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

 Magasins

Nom :
Nom du magasin, par exemple : Magasin du Citycentre Mall

Adresse *

Adresse (2) :

Code postal : *

Ville : *

Pays : France ▼ *

Latitude / Longitude : /
Coordonnées du magasin, ex. : 45.265469 / -47.226478

Téléphone

Fax

Adresse e-mail :

Commentaire :
 ...

État ☒ ☐ ☐ ☒

Afficher ou non ce magasin

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

🏠 > Nos magasins

Nos magasins

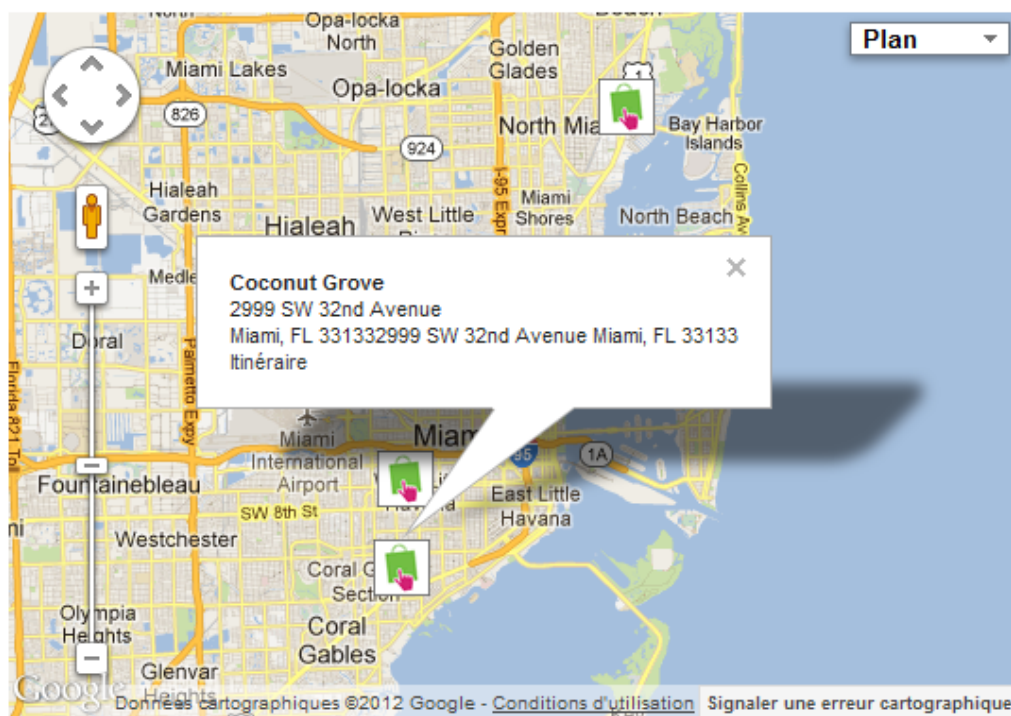
Saisissez un lieu (ex. : un code postal, une adresse, une ville ou un pays) afin de trouver les boutiques les plus proches.

Votre adresse :

Rayon : km

Rechercher

3 boutiques trouvées - voir les résultats :



Le champ "Latitude / Longitude" est très important, car il indique à PrestaShop l'emplacement de votre magasin. Vous pouvez utiliser l'outil en ligne de Steve Morse pour obtenir la latitude et longitude d'une adresse :

<http://stevemorse.org/jcal/latlon.php>.

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.

The screenshot shows a web form for configuring a storefront. At the top, there is a label "Image :" followed by a text input field and a "Parcourir..." button. Below this is the text "Photo du magasin". In the center, there is a box titled "Heures :" containing an example "Exemple : 10h00-21h30" and seven input fields for the days of the week: "Lundi", "Mardi", "Mercredi", "Jeudi", "Vendredi", "Samedi", and "Dimanche". At the bottom of the form is an "Enregistrer" button.

Image : [Parcourir...](#)

Photo du magasin

Heures :

Exemple : 10h00-21h30

Lundi

Mardi

Mercredi

Jeudi

Vendredi

Samedi

Dimanche

[Enregistrer](#)

Paramètres

 Paramètres

Affichage dans le pied de page : ☒ Oui ☒ Non
Afficher un lien vers le localisateur de magasins dans le pied de page

Afficher dans le sitemap ☒ Oui ☒ Non
Mettre un lien vers le localisateur de magasins dans le sitemap

Affichage simplifié de la page de localisation de magasin : ☒ Oui ☒ Non
Pas de carte, pas de recherche, juste un annuaire des magasins

Latitude par défaut :
Utilisé pour la position par défaut de la carte

Longitude par défaut :
Utilisé pour la position par défaut de la carte

- **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

Coordonnées

Nom de la boutique : *
Affiché dans les en-têtes des pages et des e-mails

Adresse e-mail de la boutique : *
Affichée dans les e-mails envoyés aux clients

Immatriculation : ...
Immatriculation de la boutique (ex. : SIRET, RCS, ...)

Adresse du magasin (ligne 1) :

Adresse du magasin (ligne 2) :

Code postal :

Ville :

Pays : ▼

Téléphone :

Fax :

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.** Utilisez l'adresse générale de contact de votre société, celle qui envoie des e-mails à vos clients.
- **Immatriculation.** Donnez le numéro d'enregistrement de votre société. Cela prouve que vous êtes une société officiellement déclarée, ce qui vous permet de gagner la confiance de vos clients.

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.

Alias	Recherche	État	Actions
--		--	--
ipdo	ipod	✓	 
plod	ipod	✓	 

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 "Stats", 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 ajouter-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, mettons 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.

Nous vous invitons également à consulter la section de ce guide sur les méta tags de produits et de catégories, afin de mieux comprendre comment afficher des produits en fonction des mots saisis par le client. Rendez-vous sur les

chapitres "Ajouter des produits et des catégories de produits" et "Un aperçu du catalogue".

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.

 **Indexation**

Les produits indexés ont été analysés par PrestaShop et apparaîtront dans la recherche en front-office.
Produits indexés : 8 / 8.

La construction de l'index des produits peut prendre plusieurs minutes. Si votre serveur arrête le processus avant qu'il se termine, vous pouvez continuer l'indexation en cliquant sur "Ajouter à l'index les produits manquant".

- > **Ajouter à l'index les produits manquant.**
- > **Reconstruire l'index.**

Vous pouvez définir une tâche cron qui va reconstruire votre index en utilisant l'URL suivante : <http://127.0.0.1/ps15x-demo/admin-dev/searchcron.php?full=1&token=2mRNmLWk>

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.

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.

PrestaShop vous donne également une adresse afin de créer une tâche cron permettant de régulièrement reconstruire votre index. Si vous ne savez pas ce que qu'est une tâche cron ou un crontab, contactez vos hébergeur.

Options de recherche

Recherche

Recherche Ajax

✓ ☒ Oui

✗ ☐ Non

Active la recherche Ajax pour les visiteurs.

Avec la recherche Ajax, les 10 premiers produits correspondant aux mots-clés indiqués par l'utilisateur apparaîtront en temps réel sous le champ de recherche.

Recherche instantanée :

✓ ☐ Oui

✗ ☒ Non

Active la recherche instantanée pour les visiteurs.

Avec la recherche instantanée, les résultats apparaîtront immédiatement pendant que l'utilisateur fait sa recherche.

Taille de mot minimum

3

Seuls les mots à partir de cette taille seront indexés.

Mots à ne pas indexer

le|les|de|et|en|des|les|une

Veuillez saisir les mots séparés par un "|" (caractère "barre verticale").

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

- **Recherche Ajax.** Activer cette option fait que les clients obtiendra une liste de 10 résultats dès qu'il aura saisi ses premières lettres dans le moteur de recherche, affichés juste sous celui-ci.
- **Recherche instantanée.** Activer cette option fait que les clients obtiendra une liste de résultats dès qu'il aura saisi ses premières lettres dans le moteur de recherche, affichés dans la colonne centrale de la boutique. Cette option est désactivée par défaut car de nombreux visiteurs ne sont pas habitués à voir le contenu entier d'une page remplacé par des résultats de recherche sans même avoir à cliquer un bouton. De fait, à utiliser avec précaution.
- **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.

 **Poids**

Le "poids" d'un mot représente son importance et sa pertinence pour le classement des produits lorsqu'un utilisateur fait une recherche. Un mot avec un poids de 8 aura 4 fois plus de valeur qu'un mot avec un poids de 2.

C'est pourquoi nous vous conseillons de mettre plus de poids pour les mots qui apparaissent dans le nom ou la référence d'un des produits que ceux de la description. Ainsi, les résultats de la recherche seront aussi précis que possible.

Poids du nom du produit	<input type="text" value="6"/>
Poids de la référence	<input type="text" value="10"/>
Poids de la description courte	<input type="text" value="1"/>
Poids de la description longue	<input type="text" value="1"/>
Poids de la catégorie	<input type="text" value="3"/>
Poids de la marque	<input type="text" value="3"/>
Poids des tags	<input type="text" value="4"/>
Poids des attributs	<input type="text" value="2"/>
Poids des caractéristiques	<input type="text" value="2"/>

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 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 :

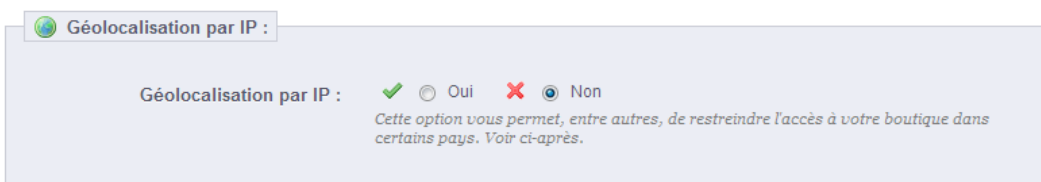
- **Activer la boutique.** Vous pouvez utiliser cette option pour désactiver temporairement votre boutique, typiquement lorsque vous devez faire une action de maintenance sur votre boutique.

 Le service web sera toujours actif, donc vos données seront toujours accessibles à ceux ayant une clé. Si vous voulez également désactiver le service web, rendez-vous dans la page "Service web" du menu "Paramètres avancés".

- **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 laissé malgré tout certaines machines utilisés par les membres de votre équipe et vous-mêmes 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

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.



Comme indiqué la première fois que vous ouvrez la page "Géolocalisation", vous devez télécharger et installer un fichier afin de profiter de cet outil : <http://geolite.maxmind.com/download/geoip/database/GeoLiteCity.dat.gz>. Il s'agit du fichier GeoLite City Database de MaxMind, une base de données assez précise de villes et autres emplacements. Téléchargez-le en cliquant sur le lien, puis décompressez-le dans le dossier `/tools/geoip/` de votre installation de PrestaShop.

Une fois le fichier en place, activez l'option "Géolocalisation par IP", et vous êtes paré.

Options

Vous pouvez choisir les pays qui ont accès à votre site (par défaut, tous), et configurer les comportements de PrestaShop pour les pays restreints et ceux non reconnus (ou les "autres pays"). Vous avez le choix entre ces trois options :

- Les visiteurs ne peuvent pas voir le catalogue.
- Les visiteurs peuvent voir le catalogue mais ne peuvent pas commander. Dans les faits, cette option leur présente votre boutique en mode "Catalogue".
- Toutes les fonctionnalités sont disponibles (uniquement pour les pays restreints).

Options

i Les fonctionnalités suivantes ne sont disponibles que si vous activez la fonctionnalité de géolocalisation par IP.

Comportement de la géolocalisation pour les pays restreints :

Comportement de la géolocalisation pour les pays non-reconnus :


Sélectionnez les pays qui peuvent accéder à votre boutique :


<input type="checkbox"/> Nom
<input checked="" type="checkbox"/> Afghanistan
<input checked="" type="checkbox"/> Afrique du Sud
<input checked="" type="checkbox"/> Åland, Îles
<input checked="" type="checkbox"/> Albanie
<input checked="" type="checkbox"/> Algérie
<input checked="" type="checkbox"/> Allemagne
<input checked="" type="checkbox"/> Andorre
<input checked="" type="checkbox"/> Angola
<input checked="" type="checkbox"/> Anguilla
<input checked="" type="checkbox"/> Antarctique
<input checked="" type="checkbox"/> Antigua et Barbuda
<input checked="" type="checkbox"/> Antilles Néerlandaises

Vous pouvez sélectionner ou désélectionner tous les pays à la fois en cliquant sur la case en haut de la liste. Lorsque vous sélectionnez des pays qui peuvent accéder à votre boutique, faites en sorte de ne pas bloquer un pays par erreur, car vous perdriez toutes les ventes potentielles pour ses citoyens !

Liste des adresses IP autorisées

Cette section vous permet d'accepter certaines adresses IP spécifiques malgré un blocage. Cela peut se révéler en cas de spammeurs ou d'attaques. La liste est déjà remplie avec une liste de bonnes adresses connues. Ajoutez-en autant que nécessaires, une par ligne, et cliquez sur "Enregistrer".

 Liste des adresses IP autorisées

 Vous pouvez ajouter plusieurs adresse IP, ces adresses auront toujours la possibilité de voir votre boutique (par exemple : les adresses IP des bots de Google).

Adresses IP autorisées :

209.185.108
209.185.253
209.85.238
209.85.238.11
209.85.238.4
216.239.33.96
216.239.33.97
216.239.33.98
216.239.33.99
216.239.37.98
216.239.37.99
216.239.39.98
216.239.39.99
216.239.41.96
216.239.41.97
216.239.41.98
216.239.41.99
216.239.45.4
216.239.46
216.239.51.96
216.239.51.97
216.239.51.98
216.239.51.99
216.239.53.98
216.239.53.99
216.239.57.96
216.239.57.97
216.239.57.98
216.239.57.99
216.239.59.98
216.239.59.99

Comprendre les paramètres avancés

Informations

Cette page sert de rappel pratique de votre configuration PrestaShop : numéro de version, informations sur le serveur, version de PHP et de MySQL... Ce sont des éléments essentiels à communiquer aux développeurs de PrestaShop en cas de problème, ou tout simplement à votre webmaster ou votre hébergeur.

 Informations à propos de votre configuration

Informations sur votre serveur
Informations sur votre serveur: Windows NT build 7601 (Windows 7 Business Edition Service Pack 1) i586
Version du logiciel serveur: Apache/2.4.2 (Win32) OpenSSL/1.0.1c PHP/5.4.4
Version de PHP: 5.4.4
Limite de mémoire: 128M
Temps d'exécution maximal (max_execution_time): 30

Informations sur la base de données
Version de MySQL: 5.5.25a
Moteur MySQL: InnoDB
Préfixe des tables: ps_

Informations sur votre boutique
Version de PrestaShop: 1.5.2.0
URL de votre boutique: http://127.0.0.1/ps15x-demo/
Nom du thème utilisé: default

Informations sur la configuration mail
Méthode d'envoi de mail: Vous utilisez la fonction mail() de PHP

Vos informations
Informations vous concernant: Mozilla/5.0 (Windows NT 6.1; rv:16.0) Gecko/20100101 Firefox/16.0

 Vérifiez votre configuration

Paramètres requis: **OK**


Paramètres facultatifs: **OK**

Performances

Cette page combine de nombreux outils et conseils que peuvent vous aider à améliorer les performances de votre boutique côté serveur, pas côté commercial – bien qu'un serveur qui fonctionne bien permet d'avoir plus de clients à la fois, et donc de faire plus de ventes.

Smarty




Smarty est le nom du langage de template utilisé par les thèmes de PrestaShop. Vous pouvez en apprendre plus sur ce langage à l'adresse <http://www.smarty.net/>.

 Smarty

Cache des templates :

☐ Ne jamais recompiler les fichiers de templates
☒ Recompiler les fichiers de templates si ils ont été mis à jour
☐ Forcer la compilation à chaque appel

Cache :

☒   
Devrait être activé sauf pour les tests et débogage.

Console de débogage :

☒ Ne pas ouvrir la console
☐ Ouvrir la console avec un paramètre dans l'URL (SMARTY_DEBUG)
☐ Toujours ouvrir la console

Trois options sont disponibles :


- **Cache des templates.** Afin d'obtenir de meilleures performances, PrestaShop conserver vos pages HTML dans un système de cache.
 - **Ne jamais recompiler les fichiers de templates.** À n'activer que si vous êtes en train de créer un thème, et que vous avez besoin de voir vos modification à chaque rechargement.
 - **Recompiler les fichiers de templates si ils ont été mis à jour.** PrestaShop est en mesure de savoir si un thème a été modifié, mais cela peut ne toujours fonctionner correctement.

- **Forcer la compilation à chaque appel.** Le comportement normal : les pages HTML sont compilées et mise en cache, même si le thème a été modifié.
- **Cache.** Cette option vous permet tous les caches de fichiers, et pas seulement ceux liés aux thèmes. À ne désactiver que si vous êtes en train de corriger un thème ou un module PrestaShop. Autrement, vous ne devriez sans doute pas y toucher.
- **Console de débogage.** Nouveauté 1.5. PrestaShop vous permet d'afficher la console de débogage de Smarty, qui vous donne de précieuses informations sur la page du thème. Vous pouvez en apprendre plus en lisant cette page : <http://www.smarty.net/docsv2/en/chapter.debugging.console.tpl>. Notez que la console s'ouvre dans une fenêtre pop-up : assurez-vous que votre navigateur les autorise sur le nom de domaine de votre boutique.
La console peut afficher des informations privées, donc faites en sorte de ne l'utiliser qu'une fois votre boutique en mode de maintenance, ou avec le paramètre d'URL.
 - **Ne pas ouvrir la console.** Le réglage par défaut. La console ne s'affiche jamais, pour personne.
 - **Ouvrir la console avec un paramètre dans l'URL (SMARTY_DEBUG).** La console n'est affichée que si vous ajoutez `?SMARTY_DEBUG` à la fin de l'URL. C'est très pratique, mais dès que vos tests sont terminés, revenez au réglage par défaut de cette option, car cette astuce est connue et certains hackers pourraient s'en servir.
 - **Toujours ouvrir la console.** Le réglage "complet". Tout ceux pouvant accéder à votre boutique peuvent voir la console. De fait, n'activez cette option qu'une fois en mode maintenance.

Fonctionnalités désactivables

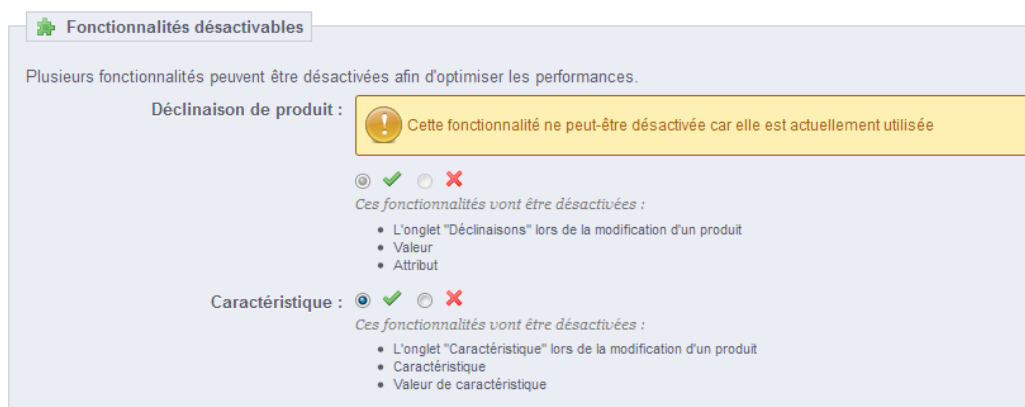
Nouveauté 1.5.

Certaines fonctionnalités de PrestaShop peuvent être désactivées si vous ne les utilisez pas, car elles peuvent ralentir votre boutique.

 Si votre catalogue contient des produits qui font déjà usage de ces fonctionnalités, alors vous ne pourrez pas les désactiver. Vous devrez supprimer quelques informations produits afin de les désactiver.

Vous pouvez désactiver les fonctionnalités suivantes :


- **Déclinaison de produit.** Les déclinaisons de produits vous permettent de créer toute une ligne de produits à partir d'un seul produit : variation de taille, de couleur, de capacité, etc.
- **Caractéristiques.** Les caractéristiques vous permettent de donner des détails sur le produit : poids, matériaux, pays d'origine, etc.



Concaténation, Compression et mise en Cache (CCC)

CCC est un ensemble d'outils pour vous aider à minimiser la charge du serveur Web et le temps de chargement du thème.

Le nom est explicite : ces outils combinent les fichiers textuels de même temps en un seul fichier plus gros, ce qui réduit le nombre de fichiers à télécharger ; il compresse ensuite le fichier à l'aide de l'algorithme Zip, ce qui donne des téléchargements plus rapides ; enfin, il met en cache les fichiers compressés, afin d'éviter au serveur de devoir relancer ce processus de concaténation et de compression à chaque fois qu'un fichier est demandé, ce qui alourdit la tâche du processus du serveur.

 Votre thème doit être complètement compatible avec au moins PrestaShop 1.4, sinon le CCC ne fonctionnera pas comme prévu. C'est la raison pour laquelle la plupart des options sont désactivées par défaut.

CCC (Concatenation, Compression et mise en Cache)

La CCC vous permet de réduire le temps de chargement de votre page. Avec ces paramètres, vous gagnerez en performance sans même toucher au code de votre thème. Assurez-vous toutefois que votre thème soit compatible avec PrestaShop 1.4+, sinon la CCC pourrait causer des problèmes.

"Smart cache" pour le CSS :

☐ Utiliser CCC pour les feuilles de style
☒ Conserver le fonctionnement classique

"Smart cache" pour le code JavaScript

☐ Utiliser CCC pour le code JavaScript
☒ Conserver le fonctionnement classique

Réduction du code HTML

☐ Réduire le code HTML après l'exécution de la compilation Smarty
☒ Conserver le fonctionnement classique

Compression du JavaScript dans le code HTML

☐ Compression du JavaScript dans le code HTML après l'exécution de la compilation Smarty
☒ Conserver le fonctionnement classique

Compression maximum du code HTML (risqué)

☐ Compression maximum du code HTML. Ne fonctionne que lorsque "Réduction du code HTML" est activée. Attention, cette fonctionnalité désactive la validité W3C.
☒ Conserver la validation W3C

Optimisation Apache

☐ ☒ ☐


En cochant cette case, votre fichier .htaccess sera complété automatiquement avec des directives améliorant le cache et la compression.

- **"Smart cache" pour les feuilles de style.** Les fichiers CSS sont des fichiers textuels, et peuvent être combinés et compressés en toute sécurité.
- **"Smart cache" pour le code JavaScript.** Les fichiers JavaScript sont également des fichiers textuels, mais leur combinaison peut parfois être problématique. Assurez de tout tester avant de laisser ce réglage activé.
- **Réduction du code HTML.** Le code HTML généré par Smarty peut être "minifié", ce qui signifie que PrestaShop en enlèvera tous les espaces inutiles afin de sauver quelques octets. C'est le plus souvent sans risque.
- **Compression du JavaScript dans le code HTML.** Certains thèmes ont du code JavaScript directement dans leur code HTML. Vous pouvez soit les laisser tels quels, ou les compresser. Ici encore, s'agit de compression JavaScript, assurez de tout tester avant de laisser ce réglage activé.
- **Compression maximum du code HTML (risqué).** Cette option est indiquée comme étant risquée car bien que le code HTML soit extrêmement bien compressé, il ne respecte plus les standards du Web. Le risque est donc que les moteurs de recherche analysent votre site comme n'étant pas respectueux des standards, ce qui peut avoir un impact certain sur votre position dans les résultats de recherche.
- **Optimisation Apache.** Ce réglage changera la configuration de votre serveur Web afin de le rendre plus efficace dans le cadre des options CCC.

Serveurs de média

Cette option vous permet de renvoyer une partie de votre trafic spécifique (fichiers vidéo, par exemple) vers d'autres serveurs en votre possession, par le

biais d'autres domaines ou sous-domaines. Par défaut, PrestaShop peut utiliser jusqu'à trois serveurs de média.

 **Serveurs de média (utilisé uniquement lorsque CCC est activé)**

Vous devez mettre un autre domaine ou sous-domaine, afin d'utiliser du contenu statique sans cookie.


Serveur de média n°1 :
Nom du deuxième domaine de votre boutique, (par exemple, myshop-media-server-1.com). Si vous n'avez pas un autre domaine, laisser ce champ vide

Serveur de média n°2 :
Nom du troisième domaine de votre boutique, (par exemple, myshop-media-server-1.com). Si vous n'avez pas un autre domaine, laisser ce champ vide

Serveur de média n°3 :
Nom du quatrième domaine de votre boutique, (par exemple, myshop-media-server-1.com). Si vous n'avez pas un autre domaine, laissez ce champ vide

Chiffrement

Le chiffrement signifie l'encryption de données afin de les rendre illisible à ceux qui ne devraient pas y avoir accès. Les informations des comptes de vos clients, ainsi que du vôtre, sont ainsi protégées par le chiffrement.

 **Chiffrement**

Mcrypt est plus rapide que la classe BlowFish, mais nécessite l'extension PHP "mcrypt". Si vous changez cette configuration, tous les cookies seront réinitialisés.

Algorithme : ☒ Utiliser Rijndael avec la librairie mcrypt
☐ Utiliser la classe locale BlowFish

Voici les algorithmes que vous pouvez choisir.

- Utiliser Rijndael avec la librairie mcrypt. Le choix par défaut. Rapide et sûr.
- **Utiliser la classe locale BlowFish.** Offre une meilleure sécurité, mais les performances baissent, et il faut plus de temps pour valider l'authentification, ce à chaque chargement de page. Vos clients apprécieront sans doute d'être mieux protégés, mais peuvent ne pas aimer le temps de chargement – bien que la différence ne soit pas vraiment notable.

De fait, choisissez bien.

Cache

Le cache de votre serveur stocke des versions statiques de vos pages dynamiques, afin d'envoyer celles-ci à vos clients, et donc de réduire la charge serveur et le temps de compilation.

✓ Dans la plupart des cas, vous devriez d'abord vérifier auprès de votre hébergeur s'il accepte ce réglage, car il nécessite une certaine configuration serveur.



Cache

Les systèmes de Cache sont utilisés pour améliorer la rapidité de votre boutique en stockant des données dans la mémoire du serveur, évitant ainsi les trop nombreuses requêtes à la base de données.

Utiliser le cache : ☐ ☒ ☐

Activer ou désactiver le système de cache

Système de cache : Memcached

Ajouter un serveur

Cette section vous permet d'activer le cache, et de choisir la méthode de cache :

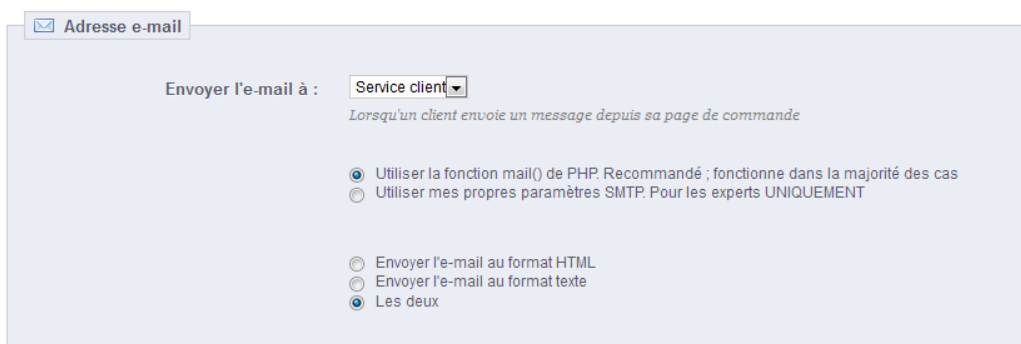
- **Memcached.** Un système distribué de cache. Très efficace, surtout si vous utilisez plusieurs serveurs, mais vous devrez d'abord vous assurer que votre serveur/hébergeur peut l'utiliser. Le plus souvent, si votre configuration PHP comprend l'extension PECL Memcached, tout est bon (vous pouvez télécharger cette extension ici : <http://pecl.php.net/package/memcache>). Vous pouvez ajouter des serveurs en cliquant sur le lien "Ajouter un serveur".
- **APC.** Une alternative gratuite et ouverte à PHP Cache, robuste mais ne fonctionnant qu'avec un serveur – ce qui est souvent le cas lorsque vous lancez votre boutique en ligne. Ici encore, vérifiez la disponibilité de l'extension PECL APC sur votre serveur : <http://pecl.php.net/package/APC>.
- **Xcache.** Xcache est un nouveau système de cache, spécifique au serveur Lighttpd – de fait, il ne fonctionnera pas avec le serveur Apache, l'un des plus populaires. Pour en apprendre plus, lisez <http://xcache.lighttpd.net/>.
- **Système de fichier.** Les fichiers statiques sont simplement stockés comme n'importe quel autre fichier, sur votre serveur. Vous pouvez préciser le nombre de niveaux de l'arborescence.

Les trois dernières options affichent un champ contenant "1" par défaut. Il s'agit de la profondeur du système de fichiers. Ne changez cette valeur que si vous savez ce que vous faites.

E-Mail

Adresse e-mail


Le premier réglage, "Envoyer l'e-mail à", concerne le front-end. À la fin du processus de commande, un client peut laisser un message. Vous pouvez choisir à qui ce message est envoyé à partir de la liste déroulant.



La suite de cette section vous permet de configurer PrestaShop pour envoyer des e-mails aux clients. Cependant, nous vous conseillons fortement de vérifier auprès de votre hébergeur les réglages à utiliser.

Votre boutique envoie de nombreux messages tout au long des étapes d'enregistrement ou de passage de commande. Vous pouvez ici configurer comment ces messages sont envoyés. Par défaut, il est préférable d'utiliser la première option, "Utiliser la fonction mail() de PHP".

Dans le cas où le réglage par défaut ne marcherait pas, utilisez la seconde option, "Utiliser mes propres paramètres SMTP". Une nouvelle section apparaîtra alors, avec de nouveaux champs. Ces champs doivent être remplis avec des informations fournies par votre hébergeur : nom de domaine, serveur SMTP, utilisateur SMTP, etc. Faites en sorte de recopier exactement les informations de votre hébergeur.

 Adresse e-mail

Domain mail

Nom de domaine pour l'envoi de mail (laissez vide si vous ne savez pas)

Serveur SMTP :

IP ou nom du serveur (ex. : smtp.mondomaine.com)

Utilisateur :

Laisser blanc si non applicable

Mot de passe :

Laisser blanc si non applicable

Cryptage :

Aucun ▼

Utiliser un protocole crypté

Port :

Numéro du port à utiliser (ex. : 25)

Enregistrer

Les informations de configuration doivent être fournies par l'une de ces entités :

- Votre administrateur système,
- Votre hébergeur Web,
- Votre fournisseur d'accès Internet,
- Votre fournisseur d'e-mails.

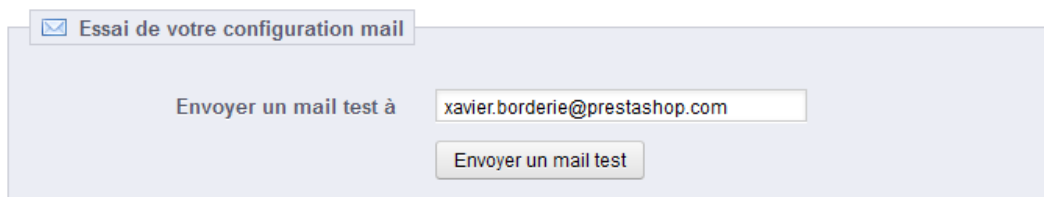
Votre hébergeur peut vous indiquer si le nom d'utilisateur est obligatoire, ainsi que le mot de passe et le type de cryptage à utiliser.

Par exemple, dans le cas de GMail (le service de mail offert par Google), saisissez les informations suivantes :

- Serveur SMTP : smtp.gmail.com
- Utilisateur : nom.utilisateur@gmail.com (exemple)
- Mot de passe : RT22UE87 (exemple)
- Cryptage : SSL
- Port : 465

Essai de votre configuration mail

Une fois que vous avez configuré vos envois d'e-mails à avec l'une ou l'autre des méthodes proposées, saisissez vos adresses e-mail dans le champ intitulé "Envoyer un mail test à", puis cliquez sur le bouton "Envoyer un mail test". Vérifiez maintenant la boîte de réception de l'adresse fournie, afin de vérifier que vous avez bien reçu le mail de test. Si vous ne l'avez pas reçu, veuillez modifier votre configuration en conséquence.



✉ Essai de votre configuration mail

Envoyer un mail test à

Import

Les fonctions d'import vous permettent de rapidement remplir votre catalogue de produits quand vous disposez d'une grande quantité d'entrées à intégrer, ou d'importer les données que vous avez exportées et converties depuis un autre outil e-commerce, sous forme de fichiers CSV.

CSV est l'acronyme de "*Comma-separated values*" ("valeurs séparées par des virgules"). C'est un format de texte brut très populaire pour tout ce qui concerne l'import, l'export ou simplement le stockage de données dans un format non propriétaire. Quasiment tous les outils de manipulation de données reconnaissent le format CSV, sous ses différentes formes. Vous pouvez en apprendre plus sur le format CSV sur Wikipedia : http://fr.wikipedia.org/wiki/Comma-separated_values.

Import

Votre fichier CSV (0 fichier) :

Quel type d'entités souhaitez-vous importer ?

Langue du fichier : Les locales doivent être installées

Fichier encodé en ISO-8859-1 ? ☐

Séparateur de champs : ex. : "1;ipod;129.90;5"

Séparateur de champs à valeurs multiples : ex. : "1pod;red.jpg;blue.jpg;green.jpg;129.90"

Supprimer tous les catégories avant l'import ? ☐

Forcer tous les identifiants lors de l'importation? ☐ Si vous n'utilisez pas cette option, tous les identifiants seront générés via l'auto-incrémentation.

Étape suivante Vous devez télécharger un fichier pour aller à la prochaine étape.

Les processus d'import demande de la préparation, et commence avec un formulaire fait des premiers réglages :

- **Votre fichier CSV.** Vous pouvez importer plus d'un fichier à la fois, mais assurez-vous d'abord d'avoir le bon type de données.
Le formulaire qui apparaît quand vous cliquez sur le bouton "Mettre en ligne un fichier" présente également des liens utiles : vous pouvez télécharger des fichiers d'exemple pour chaque type de données, ce qui vous aide à vérifier que les fichiers que vous importez sont bien prêts à être importés par PrestaShop.
- **Quel type d'entités souhaitez-vous importer ?** Les entités sont les types de données que vous pouvez importer. PrestaShop vous permet d'importer 7 types de données:
 - Catégories ;
 - Produits ;
 - Déclinaisons (qui dans les versions précédentes de PrestaShop étaient appelées "versions") ;
 - Clients ;
 - Adresses ;
 - Fabricants ;
 - Fournisseurs.
- **Langue du fichier.** Les données ne peuvent être importées que pour un fichier à la fois. Si vos données existent dans plus d'une langue, vous devriez les découper en autant de fichiers.
- **Fichier encodé en ISO-8859-1 ?** Par défaut, les fichiers d'import devraient être encodés en UTF-8. Mais si vos fichiers utilisent l'encodage

ISO-8859-1 et que vous préféreriez ne pas les convertir, cochez cette case.

- **Séparateur de champs.** Tous les fichiers CSV n'utilisent pas la virgule comme séparateur de données : certains utilisent de tabulations, d'autres des points-virgules, etc. Vous pouvez indiquer ce qu'utilisent vos fichiers dans ce champ.
- **Séparateur de champs à valeurs multiples.** Quand un attribut peut contenir plus d'une valeur, ces valeurs doivent être séparées par un séparateur spécifique. Après avoir vérifié la manière dont sont conçus vos fichiers, indiquez le bon séparateur dans ce champ.
- **Supprimer tous les catégories avant l'import ?.** Cette option effacera toutes les entrées actuelles du type de données que vous importez. Cela vous aide à partir de zéro.
- **Forcer tous les identifiants lors de l'importation ?.** Uniquement pour l'import produit. Vous pouvez choisir de laisser PrestaShop déterminer l'identifiant d'un produit, ou utiliser sa référence comme identifiant. Dans ce cas, vérifiez bien que le fichier contient effectivement des références pour tous les produits importés.

Lorsque vous changez d'entité, la section à droite, intitulée "Champs disponibles", affiche les champs attendus. Bien que l'outil d'import soit conçu pour vous aider à faire correspondre les champs de votre fichiers à ceux de PrestaShop, vous devriez vous efforcer de rendre vos données aussi simple à importer que possible, notamment en suivant le format de nommage et l'ordre des champs présentés. Sans cela, l'importation sera laborieuse, mais pas impossible.

Certains de ces champs ont une petite icône d'information affichant une pop-up au survol de la souris. Ils se rapportent pour la plupart au mode multiboutique de PrestaShop. Lisez-les bien tous avant de construire ou modifier vos fichiers de données.

Data format

Les données importées doivent l'être sous la forme d'un fichier texte, utilisant un format de données de type CSV (*Coma Separated Value*), pour "valeurs séparées par des virgules", et l'extension de fichier liée .csv. Nous vous recommandons d'avoir recours au point-virgule ";" comme séparateur.

Vous pouvez créer un tel fichier avec n'importe quel éditeur de texte (nous vous recommandons Notepad++ : <http://notepad-plus-plus.org/>), mais il est

préférable d'utiliser un tableur, puis d'enregistrer votre travail au format CSV. En comparaison avec un éditeur de texte, un tableur vous permet de travailler plus rapidement et de manière visuelle. Vous pouvez utiliser le logiciel payant Microsoft Excel (<http://office.microsoft.com/fr-fr/excel/>) ou le logiciel gratuit OpenOffice.org (<http://www.openoffice.org/fr/>) Calc.

Voici un exemple de fichier prêt à l'import, ici pour une liste de produits :

```
"Enabled";"Name";"Categories";"Price";"Tax rule ID";"Buying price";"On
sale";"Reference";"Weight";"Quantity";"Short desc."; "Long desc."; "Images
URL"

1;"Test";"1,2,3";130;1;75;0;"PROD-TEST";"0.500";10;"'Tis a short
desc."; "This is a long
description."; "http://www.myprestashop/images/product1.gif"

0;"Test 02";"1,5";110;1;65;0;"PROD-TEST2";"0.500";10;"'Tis also a short
desc."; "This is a long description
too."; "http://www.myprestashop/images/product2.gif"

1;"Test 03";"4,5";150;1;85;0;"PROD-TEST3";"0.500";10;"'Tis a short desc.
again"; "This is also a long
description."; "http://www.myprestashop/images/product3.gif"
```

Notez bien qu'il s'agit ici d'un fichier d'exemple conçu pour cette démonstration ; il n'a pas été optimisé pour l'import PrestaShop, à dessein. Si vous avez besoin de fichiers d'exemples sur lesquels baser vos propres fichiers d'import, vous pouvez en télécharger depuis la fenêtre qui s'affiche en cliquant sur le bouton "Mettre en ligne un fichier".

La première colonne doit être un nom descriptif pour la colonne de données (vous pourrez ne pas la prendre en compte lors du processus d'import). Il doit y avoir le même nombre de colonnes dans chaque ligne.

Notez bien que :


- La colonne de prix utilise la devise par défaut de votre boutique ;
- Les catégories sont indiquées à l'aide de leur identifiant existant (il vous faut donc les importer en premier), et séparées par des virgules ;
- L'adresse Web des images doit être spécifiée en totalité. En d'autres termes, ce doit être l'adresse que le navigateur doit appeler pour afficher l'image ; par exemple, <http://www.monprestashop/images/produitXXX.gif> ;
- Préférez l'encodage de données UTF-8, ou au pire ISO-8859-1.

Mise en ligne du fichier

Une fois que toutes vos données sont au format CSV, vous pouvez les envoyer dans la base de données de votre boutique à l'aide du formulaire de cette page. Chargez le(s) fichier(s) depuis votre ordinateur en cliquant sur le bouton "Mettre en ligne un fichier", cliquez sur le bouton "Parcourir..." pour trouver votre fichier, et confirmez votre choix en cliquant sur le bouton "Mettre en ligne un fichier". Répétez ce processus autant de fois que nécessaires pour lister tous vos fichiers d'import.

Une fois tous vos fichiers listés dans la section "Votre fichier CSV", vous pouvez continuer à remplir le formulaire :

1. **Sélectionnez le type de données que contient votre fichier**, à l'aide du menu déroulant "Quel type d'entités souhaitez-vous importer ?". Une fois que vous avez choisi le type de donnée, une liste des champs disponibles apparaît à droite, ce qui peut vous aider à affiner votre fichier CSV – au moins en ce qui concerne l'ordre des colonnes, ce qui va vous être utile très bientôt.
2. **Sélectionnez la langue des données importées**. Si la langue cible n'est pas disponible, vous devez en premier lieu l'installer, via la page "Langues" du menu "Outils".
3. **Sélectionnez l'encodage du fichier**. Indiquez simplement si le fichier est en iso-8859-1 ou non. Si ce n'est pas le cas, l'outil d'import partira du principe que l'encodage utilisé est UTF-8.
4. **Sélectionnez les séparateurs de champs**. Nous vous suggérons de laisser les valeurs par défaut ("Séparateur de champs" avec un point-virgule, "Séparateur champs à valeurs multiples" avec une virgule). Bien entendu, si votre fichier CSV est conçu différemment, vous devriez changer ses valeurs en conséquence.
5. Si vous voulez enlever tous vos produits avant de lancer l'importation, cochez la case appropriée.
6. Une fois tous vos choix faits, cliquez sur "Étape suivante".

 Tous les fichiers d'import sont envoyés directement dans le sous-dossier `/import` de votre dossier d'administration. Si le menu déroulant des fichiers CSV contient trop d'entrées, vous pouvez effacer les imports les plus anciens directement à l'aide de votre client FTP.

En cliquant sur le bouton "Étape suivante", la page se recharge avec l'outil de correspondance. Cette interface vous aide à faire correspondre les colonnes de données de votre fichier avec celles dont PrestaShop a besoin.

Choisissez la valeur correspondant à chaque colonne

Sauter lignes

Identifiant	Actif (0/1)	Nom *	Catégories (x,y,z...)	Prix HT	ID règles de taxes
id	Active (0/1)	Name*	Categories (x,y,z...)	Price tax excl. Or Price tax excl	Tax rules id
1	1	iPod Nano	Home, iPods	49	1
2	1	iPod shuffle	Home, iPods	66.05	1

Par exemple, avec le fichier d'exemple pour des produits :

- **Première colonne.** Nous l'avons marquée comme "Enabled", PrestaShop utilise l'en-tête "ID". Cliquez sur le menu déroulant de l'en-tête, et sélectionnez "Actif (0/1)".
- **Deuxième colonne.** Marquée "Name", mais l'en-tête utilise "Actif (0/1)". Changeons cela pour "Nom".
- **Troisième colonne.** Et ainsi de suite...

L'écran ne peut contenir toutes vos colonnes de données, aussi il vous faut cliquer sur les boutons ">>" et "<<" pour vous déplacer dans les colonnes, et toutes les faire correspondre au bon en-tête.

Dans notre exemple, nous avons utilisé la première ligne pour servir d'indicateurs de colonne. Étant donné que nous ne voulons importer cette ligne, saisissez "1" dans le champ "Sauter X lignes".

Une fois que toutes vos colonnes auront trouvée correspondance, cliquez sur le bouton "Importer les données" (en haut à droite de l'écran), et PrestaShop lancera le processus d'import. Quand ce processus est terminé, vous êtes renvoyé à l'écran principal, qui en fonction du résultat, soit vous confirmera que tout a bien été importé, soit vous notifiera des problèmes rencontrés. Dans le second cas, vous devrez relire vos fichiers CSV et faire en sorte de tout corriger.

Configurations des correspondances

Le processus de configuration peut être une tâche laborieuse si vous ne pouvez pas choisir l'ordre des colonnes de votre fichier CSV en concordance avec celui utilisé par l'outil d'import de PrestaShop. C'est pourquoi PrestaShop comprend

un petit outil permettant d'enregistrer l'ordre de correspondance que vous avez mis en place avec tous les menus déroulants des en-têtes de colonnes.

L'outil est un simple champ en haut de l'outil de correspondance. Vous avez trois fonctions de base :

- **Sauvegarder.** Saisissez un nom descriptif dans le champ, et cliquez sur "Sauvegarder". L'interface se met à jour pour afficher les configurations enregistrées dans sa liste déroulante.
- **Charger.** Choisissez une configuration de correspondances dans le menu déroulant, et cliquez sur "Charger".
- **Supprimer*.** Choisissez une configuration de correspondances dans le menu déroulant, et cliquez sur "Supprimer".


Sauvegarde BDD

La sauvegarde de BDD (base de données) consiste à enregistrer le contenu de votre base de données au sein de fichiers que vous mettez en lieu sûr. L'objectif consiste à être en mesure de revenir en arrière au cas où la base de données ne fonctionnerait plus.

Il vous faut régulièrement effectuer des sauvegardes du contenu de votre boutique, de sorte que si un problème survenait, vous pourriez retomber sur vos pieds rapidement et efficacement. La base de données contient toutes les informations de votre boutique, qui sont essentielles au bon fonctionnement de PrestaShop – et cela ne prend pas en compte les produits, catégories et autres données que vous avez ajoutées depuis l'installation. Plus vous faites de sauvegardes régulièrement, plus vous êtes en sécurité. Au minimum, faites en une au moins une fois par semaine.

Pour créer une sauvegarde de votre base de données, vous disposez de plusieurs solutions. Vous pouvez utiliser des outils tels que phpMyAdmin (à

réserver aux utilisateurs chevronnés) ou l'outil intégré à PrestaShop, disponible dans la "Sauvegarde BDD" du menu "Paramètres avancés".

 La page s'ouvre avec deux textes proéminents. Vous devriez les lire tous les deux du début à la fin afin de vous faire une meilleure idée de ce que fait cette page.




La section "Avertissement" à gauche vous donner une série de rappels concernant les sauvegardes, que vous devriez lire à chaque fois que vous en faites une. Cette section se termine par un bouton "J'ai lu l'avertissement - Créer une sauvegarde", sur lequel vous devez cliquer pour créer une sauvegarde. Une fois celle-ci créée, elle apparaît dans la liste sous l'avertissement.

La section "Comment restaurer" à droite vous donne des conseils sur la manière de remettre vos données dans PrestaShop en cas de défaillance. Mémorisez-les bien les mémoriser, ou au moins conserver cette information en lieu sûr au cas où la base de données devenait inaccessible, rendant impossible la connexion à l'administration de PrestaShop – et donc à la page de gestion des sauvegarde.

Le tableau en-dessous liste toutes les sauvegardes déjà effectuées, en indiquant leur date de création, leur âge, leur nom de fichier et leur taille.

À droite de chaque ligne se trouvent deux icônes :

- L'icône "Voir" vous permet de télécharger la sauvegarde.
- L'icône "Supprimer" vous permet d'effacer la sauvegarde. Attention, c'est une action définitive.

	Date	Créée il y a	Nom du fichier	Taille du fichier	Actions
	De <input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	--
	À <input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
	11/10/2012 16:10:00	14 jours	1349964600-71d48cfe.sql.bz2	110.60 Kb	 

Après chaque sauvegarde, vous devriez télécharger le fichier généré en cliquant sur l'icône "Voir", ou simplement en utilisant le lien du texte de notification en haut.

 **Télécharger**

 **Télécharger le fichier de sauvegarde (0.11Mo)**

Astuce : vous pouvez également télécharger ce fichier par FTP, les fichiers de sauvegardes sont situés dans le répertoire "admin/backups".

Votre base de données est enregistrée au format SQL dans un fichier `.sql`, puis compressé à l'aide de l'algorithme BZip2 (une variante du format populaire Zip. Pour en apprendre plus, lisez <http://en.wikipedia.org/wiki/Bzip2>) dans un fichier `.bz2`. Cela vous donne une archive avec l'extension `.sql.bz2`.

Mettez cette sauvegarde en lieu sûr, pour pouvoir vous en servir dès que le besoin de présente. Par ailleurs, vous pouvez retrouver ces sauvegardes directement sur votre serveur, dans le sous-dossier `/backup` de votre dossier `/admin` (renommé par vos soins).

Options de sauvegarde

En bas de l'écran, deux options sont disponibles :

- **Ignorer les tables de statistiques.** PrestaShop enregistre les statistiques de votre site dans une poignée de table de la base de données, et ces tables peuvent prendre beaucoup d'espace très rapidement. Il peut évidemment être utile de garder vos statistiques en lieu sûr, mais cela donne des fichiers souvent très lourds à télécharger, alors que vous n'êtes sans doute intéressé que par une sauvegarde de vos produits, catégories, clients, commandes, etc.
Par défaut, PrestaShop sauvegarde toutes les tables, mais si vous manquez d'espace disque, passez cette option sur "Oui".
- **Supprimer les tables existantes durant l'import.** Quand vous importez un fichier de sauvegarde, le système peut soit réécrire par-dessus les tables existantes, ou effacer d'abord les tables en place afin de les remplacer par celles de la sauvegarde. Le premier cas peut donner des doublons, ce qui explique pourquoi par défaut cette option est activée.

Options de sauvegarde

Ignorer les tables de statistiques : ☒ Oui ☒ Non

*Les tables suivantes ne seront PAS sauvegardées si vous activez cette option :
ps_connections, ps_connections_page, ps_connections_source, ps_guest, ps_statssearch*

Supprimer les tables existantes durant l'import : ☒ Oui ☒ Non

*Choisissez cette option pour indiquer que le fichier de sauvegarde doit supprimer les tables existantes avant la restauration des données sauvegardées.
(ie. "DROP TABLE IF EXISTS")*

SQL Manager


Nouveauté 1.5.

Le SQL Manager est une fonctionnalité complexe, destinée aux personnes techniques et qui savent comment parcourir une base de données avec le langage SQL. Cette complexité amène cependant un outil extrêmement puissant et pouvant se mettre très utile à ceux qui peuvent le maîtriser.

ID	Nom	Requête	Actions
1	Produit en français et activés	SELECT p.id_product, pl.name, pl.link_rewrite, pl.description FROM ps_product p LEFT JOIN ps_product_lang pl ON (p.id_product = pl.id_product) WHERE p.active = 1 AND pl.id_lang = 4	

Cet outil vous permet de lancer des requêtes SQL directement sur la base de données de PrestaShop, et les enregistrer pour les réutiliser quand vous le souhaitez. En effet, donne accès au contenu de sa base de données de plusieurs manières, mais vous pourriez avoir besoin de plus de détail, ou plus simplement d'un rendu plus brut que ce que donne l'interface de PrestaShop. Grâce au SQL Manager, vous pouvez lancer des requêtes complexes qui utilisent les données de la manière dont VOUS le souhaitez.

Par exemple, à l'aide de cet outil et de votre connaissance de SQL, vous pouvez créer une requête réutilisable vous donnant une liste à jour des clients qui ont souscrit à votre newsletter, ou obtenir une liste de produits en format HTML ou CSV.

 Pour des raisons de sécurité, certaines requêtes ne sont pas autorisées : UPDATE, DELETE, CREATE TABLE, DROP... Pour résumer, vous ne pouvez que lire les données (requête SELECT).

Par ailleurs, les clés sécurisées et mots de passe sont cachés (*****).

Créer une nouvelle requête

Comme d'habitude, le bouton "Créer" vous mène au formulaire de création. Il dispose de deux champs :

- **Nom.** Utilisez un nom aussi long et descriptif que nécessaire.
- **Requête.** La requête SQL elle-même. Vous pouvez utiliser des JOIN ou d'autres sélections complexes.

Requête

Nom :

Requête :

```
SELECT p.id_product, pl.name, pl.link_rewrite, pl.description
FROM ps_product p
LEFT JOIN ps_product_lang pl ON (p.id_product = pl.id_product)
WHERE p.active = 1
AND pl.id_lang = 4
```

Enregistrer

Par ailleurs, la section "Liste des tables MySQL" vous aide à explorer la base de données, et vous facilite la construction de requêtes. Elle vous donne un sélecteur pratique et cliquable pour toutes les tables de la base de données disponibles. Sélectionnez une table pour que PrestaShop affiche ses attributs et types, puis cliquez sur "Ajouter un attribut" pour envoyer ce nom dans le champ "Requête".

Liste des tables MySQL:

- ps_pack
- ps_page
- ps_page_type
- ps_page_viewed
- ps_pagenotfound
- ps_product**
- ps_product_attachment
- ps_product_attribute
- ps_product_attribute_combination
- ps_product_attribute_image

Ajouter une table

Attribut	Type	Action
id_product	int(10) unsigned	<input type="button" value="Ajouter un attribut"/>
id_supplier	int(10) unsigned	<input type="button" value="Ajouter un attribut"/>
id_manufacturer	int(10) unsigned	<input type="button" value="Ajouter un attribut"/>
id_category_default	int(10) unsigned	<input type="button" value="Ajouter un attribut"/>
id_shop_default	int(10) unsigned	<input type="button" value="Ajouter un attribut"/>
id_tax_rules_group	int(11) unsigned	<input type="button" value="Ajouter un attribut"/>
on_sale	tinyint(1) unsigned	<input type="button" value="Ajouter un attribut"/>
online_only	tinyint(1) unsigned	<input type="button" value="Ajouter un attribut"/>
ean13	varchar(13)	<input type="button" value="Ajouter un attribut"/>
upc	varchar(12)	<input type="button" value="Ajouter un attribut"/>
ecotax	decimal(17,6)	<input type="button" value="Ajouter un attribut"/>

En enregistrant ce formulaire, vous revenez à la page principale, avec la liste des requêtes.

Lancer une requête.

Chaque requête enregistrée dans le tableau dispose de quatre icônes à la fin de sa ligne :

- **Export.** Lance la requête, et vous donne le résultat sous forme de fichier CSV.
- **Voir.** Lance la requête, et l'affiche sous forme de tableau HTML, directement dans l'interface de PrestaShop.
- **Modifier.** Vous pouvez modifier une requête aussi souvent que nécessaire, afin de l'affiner et d'obtenir de meilleurs résultats.
- **Supprimer.** Une fois qu'une requête ne vous est plus utile (ou simplement si elle ne marche pas), vous pouvez l'effacer en cliquant sur cette icône et en confirmant votre choix.

Produit en français et activés

id_product	name	link_rewrite	description
1	iPod Nano	ipod-nano	<p>Des courbes avantageuses. Pour les amateurs de sensations, voici neuf nouveaux coloris. Et ce n'est pas tout ! Faites l'expérience du design elliptique en aluminium et verre. Vous ne voudrez plus le lâcher.</p> <p>Beau et intelligent. La nouvelle fonctionnalité Genius fait d'iPod nano votre DJ personnel. Genius crée des listes de lecture en recherchant dans votre bibliothèque les chansons qui vont bien ensemble.</p> <p>Fait pour bouger avec vous. iPod nano est équipé de l'accéléromètre. Secouez-le pour mélanger votre musique. Basculez-le pour afficher Cover Flow. Et découvrez des jeux adaptés à vos mouvements.</p>
2	iPod shuffle	ipod-shuffle	<p>Un lien immédiat. Portez jusqu'à 500 chansons accrochées à votre manche, à votre ceinture ou à votre short. Arborez votre iPod shuffle comme signe extérieur de votre passion pour la musique. Existe désormais en quatre nouveaux coloris encore plus éclatants.</p> <p>Emplissez votre iPod shuffle. iTunes est un immense magasin dédié au divertissement, une collection musicale parfaitement organisée et un jukebox. Vous pouvez en un seul clic remplir votre iPod shuffle de chansons.</p> <p>La musique en technicolor. iPod shuffle s'affiche désormais dans de nouveaux coloris intenses qui rehaussent le design épuré du boîtier en aluminium anodisé. Choisissez parmi le bleu, le vert, le rose, le rouge et l'argenté d'origine.</p>

Paramètres

Il n'y a qu'un seul réglage à l'heure actuelle :

- **Sélectionner votre encodage de fichier par défaut.** Vous pouvez configurer l'encodage des caractères du fichier CSV. L'encodage par défaut, UTF-8, est recommandé, mais vous pouvez utiliser ISO-8859-1 si besoin est.


Paramètres

Sélectionner votre encodage de fichier par défaut

utf-8 ▼

Quelques exemples de requêtes.

Les possibilités sont infinies, mais voici quelques exemples pour vous aider à créer vos propres requêtes.

Lister les adresses e-mail de tous les clients.

```
SELECT email FROM ps_customer
```

Liste les adresses e-mail de tous les clients qui sont inscrits à votre newsletter

```
SELECT email
FROM ps_customer
WHERE newsletter = 1
```

Lister tous les produits activés et ayant une description en français

```
SELECT p.id_product, pl.name, pl.link_rewrite, pl.description
FROM ps_product p
LEFT JOIN ps_product_lang pl ON (p.id_product = pl.id_product)
WHERE p.active = 1
AND pl.id_lang = 4
```

Lister toutes les commandes, en donnant le transporteur, la devise, le paiement, le prix total et la date

```
SELECT o.`id_order` AS `id`,
       CONCAT(LEFT(c.`firstname`, 1), '. ', c.`lastname`) AS `Customer`,
       ca.`name` AS `Carrier`,
       cu.`name` AS `Currency`,
       o.`payment`, CONCAT(o.`total_paid_real`, ' ', cu.`sign`) AS
`Total`,
       o.`date_add` AS `Date`
FROM `ps_orders` o
```

```
LEFT JOIN `ps_customer` c ON (o.`id_customer` = c.`id_customer`)

LEFT JOIN `ps_carrier` ca ON (o.id_carrier = ca.id_carrier)

LEFT JOIN `ps_currency` cu ON (o.`id_currency` = cu.`id_currency`)
```

Log

Des problèmes surviendront tôt ou tard. La plupart du temps, vous n'en avez pas conscience car le système les gère pour vous. Mais vous pourriez vouloir les connaître, afin de corriger les plus courantes, et assurer à votre boutique une meilleure stabilité.

Niveau de gravité

Signification des niveaux de gravité :

1. À but informatif
2. Avertissement
3. Erreur
4. Problème majeur (erreur critique)

Page 1 / 1 | Afficher 50 / 0 résultat(s) Réinitialiser Filtre

ID	Gravité (1-4)	Message	Type de l'objet	ID de l'objet	Code d'erreur	Date	Actions
--						De <input type="text"/> À <input type="text"/>	--

Pas d'élément trouvé

La page "Log" vous permet de voir les erreurs PHP qui surviennent. Elles sont consignées dans le tableau central du sous-onglet, et sont présentées sous 4 niveaux d'importance

- **A but informatif.** Indiquent que le script a rencontré quelque chose qui peut être une erreur, mais peut aussi être un événement normal dans la vie du script.
- **Avertissement.** Indiquent un problème qui doit être intercepté par le script durant l'exécution du script.
- **Erreur.**
- **Problème majeur (erreur critique).** Indiquent des erreurs qui ne peuvent pas être ignorées, comme des problèmes d'allocation de mémoire, par exemple.

Ces explications proviennent du manuel de PHP. Pour en apprendre plus, lisez <http://www.php.net/manual/fr/errorfunc.constants.php>.

Le système de gestion d'erreur vous permet également d'être notifié des dernières erreurs. Les notifications sont envoyées sur l'adresse e-mail du propriétaire de la boutique, et vous pouvez configurer le niveau d'importance à partir duquel vous recevrez ces e-mails : saisissez "3" si vous ne voulez être tenu au courant que des problèmes majeurs, "1" si vous voulez tout savoir. Le réglage par défaut, "5", n'envoie aucune notification.

Alerte par e-mail

Niveau de gravité minimum :

5

Mettre "5" si vous ne souhaitez pas recevoir d'alertes par e-mail.
Les e-mails seront destinés au propriétaire de la boutique.

Service web

Un service Web est une méthode de communication entre deux entités logicielles, au travers d'un réseau. Elle repose sur un jeu de méthode, formats et droit d'accès connu, afin de pouvoir utiliser le contenu du service web à parti de n'importe quel outil autorisé, et étendre le contenu original. Pour en apprendre plus, lisez la page Wikipedia http://fr.wikipedia.org/wiki/Service_Web.

Sur cette page, vous pouvez activer le service Web de la boutique, afin que des outils tiers puissent avoir accès à vos données. Cela ouvre la porte à la création d'outils intéressants qui aideront vos clients ou vous-mêmes à utiliser votre boutique plus efficacement (par exemple, sous forme d'application mobile).

La page s'ouvre avec une liste des clés actuellement en place. Une clé de service Web offre un accès unique à votre base, que vous donnez à un développeur afin qu'il lie son outil à votre boutique. N'en créez pas des centaines, car vous pourriez ne pas souhaiter que tout le monde puisse accéder à vos données.

	Clé	Activée	Description de la clé	Actions
	<div> <div>▼ ▲</div> <div></div> </div>	<div> <div>▼</div> <div></div> </div>		<div> <div></div> <div></div> </div>
	RJEPPBMT04RSDWHJYSBQLXLFR2517LFA	✓	App mobile e-Commerce	<div> <div></div> <div></div> </div>

Toutes les applications ne peuvent pas accéder au service Web de PrestaShop : vous décidez qui le peut, et ce que chacune est autorisée à faire. Chaque application dispose d'une clé de connexion unique, avec des droits d'accès spécifiques.

Ajouter une nouvelle clé

Le bouton "Créer" vous emmène au formulaire de création :

- **Clé.** Une clé unique. Vous pouvez soit en créer une vous-même, soit en générer une, par exemple à l'aide du bouton "Générer !" ou en utilisant un générateur en ligne. Les clés générées sont la plupart du temps plus sûres, car plus difficiles à deviner.
- **Description de la clé.** Un rappel du destinataire de la clé, et des droits qu'elle donne.
- **Statut.** Vous pouvez désactiver une clé aussitôt que nécessaire. Cela vous permet de ne donner qu'un accès temporaire à vos données pour certaine clé.
- **Permissions.** Vous n'avez pas à partager TOUTES vos données avec chaque clé. Vous pouvez choisir parmi une grande quantité de permissions, soit par section, soit pas type d'accès. Certaines applications n'auront ainsi que le droit de lire une poignée d'éléments, tandis que d'autres (par exemple, celle que vous souhaitez utiliser pour gérer votre boutique à distance) devront avoir le droit de modifier et effacer à peu près toutes les données. Par conséquent, nous vous recommandons de faire un choix éclairé.

Comptes service web :

Clé : *

Clé du compte service web

Description de la clé :


Description de la clé

État : ☒ ☐ ☐ ☐

Permissions : Configurez les permissions pour cette clé :

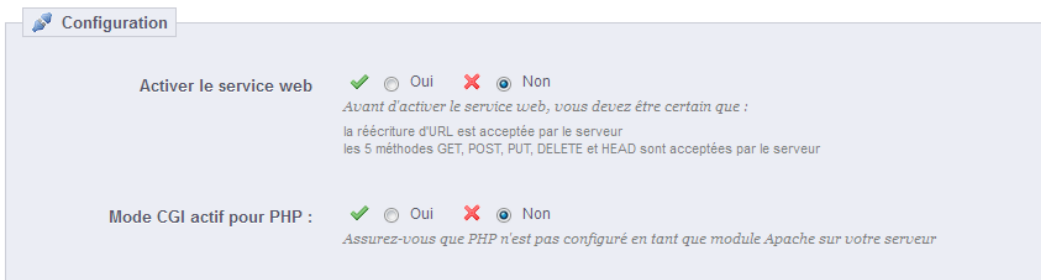
Ressource		Voir (GET)	Modifier (PUT)	Ajouter (POST)	Supprimer (DELETE)	Aperçu (HEAD)
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
addresses	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
carriers	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
carts	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
categories	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
combinations	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
configurations	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
content_management_system	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
countries	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
currencies	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
customers	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Configuration



 Pour des raisons de sécurité, assurez que le serveur de votre boutique accepte les connexions SSL !



La configuration est assez simple :


- **Activer le service web.** Si vous voulez que personne n'accède à votre boutique par le biais d'outils et applications tiers, désactivez simplement cette fonctionnalité.
- **Mode CGI actif pour PHP.** Le mode CGI est un réglage particulier du serveur Apache, avec lequel vous indiquez qu'il doit utiliser PHP en mode de script CGI plutôt qu'en tant que module Apache. Bien que le mode CGI ait la réputation d'être plus sécurisé, des failles de sécurité y ont été découvertes en mai 2012. Demandez conseil à votre hébergeur.



Configuration

Activer le service web  ☐ Oui  ☒ Non
Avant d'activer le service web, vous devez être certain que :
 la réécriture d'URL est acceptée par le serveur
 les 5 méthodes GET, POST, PUT, DELETE et HEAD sont acceptées par le serveur

Mode CGI actif pour PHP :  ☐ Oui  ☒ Non
Assurez-vous que PHP n'est pas configuré en tant que module Apache sur votre serveur

 **Développeurs :** la documentation sur le service Web de PrestaShop se trouve ici :
<http://doc.prestashop.com/display/PS15/Using+the+PrestaShop+Web+Service> (en anglais).

Administrer le back-office

Le menu "Administration" contient un jeu de paramètres particuliers : plutôt que de présenter des options qui ont un impact sur votre client ou votre front-end, toutes ces options concernent le fonctionnement interne de votre boutique, et même de votre société elle-même. Dans les faits, ces pages vous permettent de régler la manière dont le logiciel PrestaShop fonctionne, et la manière dont vous et votre équipe pouvez vous en servir.

Préférences

La page d'administration "Préférences" contient des options et réglages concernant la manière dont PrestaShop lui-même fonctionne. Elle contient quatre sections.

Général

Général

Vérifier automatiquement les mises à jour de modules ☒ Oui ☐ Non
De nouveaux modules et mises à jour sont affichés sur la page des modules

Vérifier l'IP dans le cookie ☒ Oui ☐ Non
Vérifiez l'adresse IP du cookie afin d'éviter que votre cookie soit volé

Durée de vie du cookie front-office
Indiquez le nombre d'heures

Durée de vie du cookie back-office
Indiquez le nombre d'heures

Cette section comprend quatre réglages :

- **Vérifier automatiquement les mises à jour de modules.** Nouveauté 1.5. Vous pouvez demander à PrestaShop de régulièrement vérifier s'il existe de nouvelles versions de vos modules sur le site Addons. Si c'est le cas, la page "Modules" affichera un bouton "Mettre à jour !".
- **Vérifier l'IP dans le cookie.** Il s'agit d'une mesure de sécurité supplémentaire : vous pouvez dire à PrestaShop de vérifier que l'utilisateur vient bien de l'IP stockée dans le cookie de son navigateur.
- **Durée de vie du cookie front-office.** Par défaut, un cookie de PrestaShop dure 480 heures (20 jours). Vous pouvez réduire sa longévité si vous estimez que la sécurité de votre boutique en dépend.
- **Durée de vie du cookie back-office.** Par défaut, un cookie de PrestaShop dure 480 heures (20 jours). Vous pouvez réduire sa longévité si vous estimez que la sécurité de votre boutique en dépend.

Quota de téléchargement

Cette page vous aide à définir la taille autorisée de fichiers mis en ligne par votre propre équipe – pas la limite imposée à vos clients.

Quota de téléchargement

Poids maximum des fichiers joints Mégaoctets
Définissez la taille maximale des fichiers joints (en mégaoctets). Maximum : 2M

Limite de téléchargement de fichier Mégaoctets
Définit la limite de téléchargement pour un produit. Cette valeur doit être inférieure ou égale à celle de votre serveur.(2 MB).

Limite de téléchargement d'images Mégaoctets
Définit la limite de téléchargement pour une image. Cette valeur doit être inférieure ou égale à celle de votre serveur(2 MB).

Trois options sont présentes, la première étant très générales et les deux suivantes plus spécifiques :

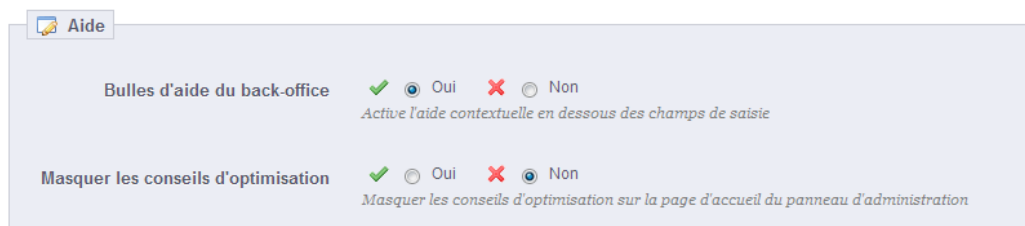
- **Poids maximum des fichiers joints.** La valeur par défaut est prise directement des réglages de votre serveur, mais vous pouvez la baisser si besoin est.
- **Limite de téléchargement de fichier.** Si vous vendez des produits dématérialisés (services, réservations, fichiers téléchargeables), ce réglage vous permet de limiter la taille des fichiers que votre équipe peut mettre en ligne – et donc, la taille du produit final. Prévoyez bien

votre usage, afin de ne pas bloquer un membre de votre équipe qui doit mettre en ligne un fichier plus lourd que prévu.

- **Limite de téléchargement d'images.** De la même manière, vous pouvez limiter la taille des images que vous ou votre équipe pouvez mettre en ligne sur votre boutique. Cela peut servir de rappel pratique à votre équipe, les poussant à réduire le poids d'une image, étant donné qu'il est rarement utile d'utiliser des images de plus de 600x600 pixels (ce qui correspond environ à 200 ko une fois correctement compressé). Allez sur la page de préférences "Images" pour voir les différentes tailles configurées dans votre installation de PrestaShop. Autre avantage : vous utilisez ainsi moins de bande passante, et moins de temps processeur (étant donné que PrestaShop redimensionne les images créer des miniatures, entre autres formats).

Aide

Afin de vous aider dans votre quotidien sous PrestaShop, l'équipe de développement a ajouté de nombreuses aides dans l'interface.



Vous pouvez les afficher à l'aide de ces deux options :

- **Bulles d'aide du back-office.** Cela affichera des sections d'aide jaunes sous les champs les plus complexes.
- **Masquer les conseils d'optimisation.** Cela affichera une section de conseils de configuration sur la page d'accueil du back-office.

Notifications

Les notifications sont de petites bulles numérotées, situées tout en haut de n'importe quelle page de l'administration, juste à côté du nom de la boutique. Elles affichent le nombre de nouveaux éléments depuis la dernière fois que vous les avez cliquées.

Notifications

Affiche les notifications pour les nouvelles commandes ☒ Oui ☐ Non
Afficher les notifications lorsque de nouvelles commandes seront passées sur votre boutique

Affiche les notifications pour les nouveaux clients ☒ Oui ☐ Non
Afficher les notifications lorsque de nouveaux clients s'inscriront sur votre boutique

Affiche les notifications pour les nouveaux messages ☒ Oui ☐ Non
Afficher les notifications lorsque de nouveaux clients vous enverront de nouveaux messages sur votre boutique











Vous pouvez choisir de ne pas en recevoir pour certains types de contenus :

- **Affiche les notifications pour les nouvelles commandes.** En cliquant sur cette notification, l'interface affichera les noms des utilisateurs inscrits depuis votre dernière vérification. De là, vous pouvez soit ouvrir la page individuelle de chaque client, ou ouvrir la page "Clients" pour obtenir la liste complète.
- **Affiche les notifications pour les nouveaux clients.** En cliquant sur cette notification, l'interface affichera le nombre de commandes récentes, leurs montants et le nom des clients. De là, vous pouvez soit ouvrir la page individuelle de chaque commande, ou ouvrir la page "Commandes" pour obtenir la liste complète.
- **Affiche les notifications pour les nouveaux messages.** En cliquant sur cette notification, l'interface affichera les e-mails des personnes qui vous ont envoyé un message à l'aide du formulaire de contact de votre boutique. De là, vous pouvez soit ouvrir un message individuel, ou ouvrir la page "SAV" pour la liste complète.

Quick Access

PrestaShop dispose de raccourcis pratiques pour les pages les plus importantes, accessibles depuis le menu "Accès rapide" en haut à droite de chaque page de l'administration (à côté du nom de l'employé).

La page d'administration "Accès rapide" vous permet de créer des raccourcis personnalisés afin de rendre la navigation au sein de l'administration encore plus proche des besoins et habitudes de votre équipe.

	ID	Nom	Lien	Nouvelle fenêtre	Actions
	1	Accueil	index.php	✗	 
	2	Ma boutique	./	✓	 
	3	Nouvelle catégorie	index.php?controller=AdminCategories&addcategory	✗	 
	4	Nouveau produit	index.php?controller=AdminProducts&addproduct	✗	 
	5	Nouveau bon de réduction	index.php?controller=AdminCartRules&addcart_rule	✗	 

La page affiche tous les raccourcis qui ont déjà été créés. Par défaut, vous avez :


- **Accueil.** Ouvre la page d'accueil du back-office.
- **Ma boutique.** Ouvre la page d'accueil de la boutique. Il s'agit du même comportement que si vous cliquez sur le lien "Voir ma boutique" situé en haut à droit du back-office.
- **Nouvelle catégorie.** Ce lien spécial vous amène directement au formulaire de création de catégories.
- **Nouveau produit.** Ce lien spécial vous amène directement au formulaire de création de produits.
- **Nouveau bon de réduction.** Ce lien spécial vous amène directement au formulaire de création de bons de réductions.

Les pages qui s'ouvrent dans un nouvel onglet ou une nouvelle fenêtre ont une coche verte dans la colonne "Nouvelle fenêtre".

Vous pouvez créer autant de raccourcis que nécessaire – mais faites en sorte de ne pas en mettre trop, bien entendu, au risque de rendre le menu "Accès rapide" trop long à parcourir.

Ajouter un lien

Créons un raccourci vers la page de création d'une commande, qui vous permet de créer des commandes à la demande, et même de créer un utilisateur à la volée en cas de besoin.

 **Menu d'accès rapide**

Nom :

URL :

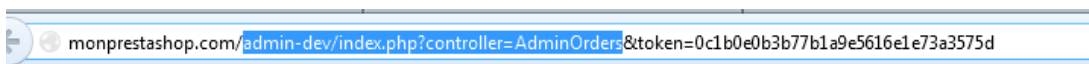
Si c'est une URL qui vient du back-office, vous ne devez pas mettre le jeton (token) de sécurité.

Ouvrir dans une nouvelle fenêtre : ☐ ☒ ☐ ☒

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

- **Nom.** Donnez-lui un nom unique. Faites en sorte qu'il soit court et descriptif.
- **URL.** Indiquez l'adresse de la page. Voici comment faire pour utiliser mêmes les pages avec des liens complexes :
 1. Tout en gardant ouverte la page de création d'un lien, ouvrez un autre onglet du navigateur et rendez-vous sur la page "Commandes" du menu "Commandes".
 2. Prenez son adresse dans la barre d'adresse du navigateur. Par exemple,

<http://www.myprestashop.com/admin/index.php?controller=AdminOrders&token=f326b0419984706791c03f7e96599147>.



3. Enlever toute la section `&token=xxx` et ne conservez que les parties importantes (ainsi, ne gardez pas le nom de domaine ou le dossier d'administration). Dans notre cas :

`index.php?controller=AdminOrders.`
 4. Collez le résultat dans le champ "URL" du formulaire.
- **Ouvrir dans une nouvelle fenêtre.** Indiquez si vous préférez que ce raccourci s'ouvre dans une nouvelle fenêtre ou non. De manière générale, les liens vers le back-office devraient rester dans la même fenêtre, tandis que ceux sortant de l'administration (front-office, autres sites) devraient s'ouvrir dans une nouvelle fenêtre.

Remarquez que vous pouvez absolument créer des liens vers d'autres sites, par exemple votre compte PayPal ou votre webmail. Copiez simplement l'URL dans le champ "URL", en incluant le préfixe `http://`.

Employés

La page d'administration "Employés" liste tous les comptes utilisateurs ayant accès au back-office de votre boutique. Par défaut, vous ne trouverez que le compte qui a été créé durant l'installation de la boutique, qui est automatiquement considéré comme SuperAdmin. Le SuperAdmin a accès à toutes les fonctionnalités de PrestaShop, sans restriction.

ID	Nom	Prénom	Adresse e-mail	Profil	Peut se connecter	Actions
1	Dupont	Jean	jean@monprestashop.com	SuperAdmin	✓	

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 personnelle est un pour 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.

Employés

Prénom : *

Nom : *

Mot de passe : *
Minimum 8 caractères, uniquement lettres, nombres ou _

Adresse e-mail : *

Couleur du back-office :
L'arrière-plan du back-office utilisera de cette couleur. Couleurs HTML uniquement (ex. : "lightblue", "#006600")

Page par défaut :
Cet page s'affichera juste après que l'employé soit authentifié

Largeur du back-office :
Largeur du back-office en pixels. La valeur "o" signifie que la largeur sera flexible.

Langue : *

Thème :
Thème du back-office

Montrer screencast : ☐ ☒
Voir la vidéo de bienvenue sur le tableau de bord du back-office

État : ☒ ☐
Autoriser cet employé à se connecter au back-office

Profil : *

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.
- **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.
- **Couleur du back-office.** Un réglage un peu superficiel, mais qui peut vous aider à savoir plus rapidement sur quel compte vous êtes actuellement connecté. Par exemple, vous pourriez faire en sorte que le SuperAdmin ait un fond vert, tandis que les logisticiens auraient la couleur jaune. Quand vous vous connectez sur l'ordinateur de votre société, la couleur vous aide à savoir aussitôt si vous êtes sur le bon compte.
- **Page par défaut.** Vous pouvez décider de la page qui s'affiche lorsque l'utilisateur se connecte à l'administration. Il peut s'agir des statistiques pour les SuperAdmin, ou la page des commandes pour les commerciaux.
- **Largeur du back-office.** Par défaut, le back-office de PrestaShop est aussi large que possible en fonction de votre écran. Si vous avez un écran extrêmement large, cela peut poser problème. Utilisez ce réglage pour limiter la largeur de l'interface à une certaine taille en pixels.
- **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.
- **Montrer screencast.** Une fois activé, PrestaShop affichera une vidéo de présentation sur la page d'accueil du back-office, qui montre les améliorations et fonctionnalités de la version en place de PrestaShop.
- **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.** 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 :

- **Regénération du mot de passe.** Vous permet de régler la fréquence à laquelle un employé peut changer son mot de passe.
- **Mémorisation de la langue par défaut.** Si l'option est activée, elle permet aux employés de régler leur propre langue par défaut pour les formulaires.

Options des employés

Regénération du mot de passe : minutes
Temps minimum avant de pouvoir redemander un nouveau mot de passe

Mémorisation de la langue par défaut :
Autoriser les employés à mémoriser la langue par défaut de leurs 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.

	ID	Nom	Actions
--	<input type="text"/>	<input type="text"/>	--
	1	SuperAdmin	
	2	Administrateur	
	3	Logisticien	
	4	Traducteur	
	5	Commercial	

Par défaut, cinq 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.
- **Administrateur.** Peut faire et voir quasiment tout, sauf le contenu de pages CMS, les URL des boutiques, les règles de prix, les réglages multiboutique, et quelques autres pages. Seuls les employés de confiance devraient avoir ce profil.
- **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.

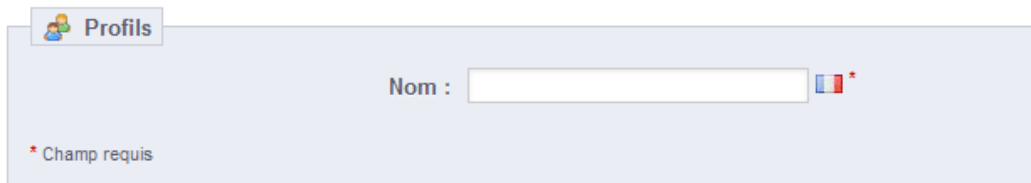
Vous pouvez voir le détail des droits d'accès de chaque profil en parcourant la page "Permissions" (voir ci-dessous).

 Le profil SuperAdmin ne peut pas être supprimé, juste renommé.

Ajouter un nouveau profil

Vous pouvez ajouter autant de profils que nécessaires.

Ajouter un profil est assez simple : cliquez sur le bouton "Créer", donnez-lui un nom unique, et enregistrez.



La partie la plus complexe vient au moment de configurer les droits d'accès du nouveau profil. Tout se passe dans la page "Permissions" (voir ci-dessous).

Permissions

Les permissions sont un aspect central des profils de PrestaShop. Elles permettent de voir précisément ce qu'un compte d'employé peut ou ne peut pas faire sur votre boutique.

SuperAdmin	Menus	<input type="checkbox"/> Voir	<input type="checkbox"/> Ajouter	<input type="checkbox"/> Modifier	<input type="checkbox"/> Supprimer	<input type="checkbox"/> Tout	Modules	<input type="checkbox"/> Voir	<input type="checkbox"/> Configurer
Administrateur	Accueil	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Virement bancaire	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logisticien	Pages CMS	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	» Bloc publicité	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Traducteur	Catégories CMS	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	» Bloc meilleures ventes	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Commercial	Générateur de déclinaisons	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	» Bloc panier	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Recherche	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	» Bloc catégories	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Boutiques	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	» Bloc CMS	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	URLs de boutique	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	» Bloc contact	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Catalogue	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	» Bloc infos contact	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	» Produits	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	» Bloc devises	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	» Catégories	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	» Bloc confidentialité des données clients	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	» Suivi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	» Bloc langues	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	» Attributs et Valeurs	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	» Bloc fabricant	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	» Caractéristiques	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	» Bloc Mon compte	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	» Marques	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	» Bloc Mon compte dans le pied de page	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	» Fournisseurs	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	» Bloc nouveaux produits	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	» Scènes	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	» Bloc newsletter	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	» Tags	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			

La page d'administration "Permissions est faite d'onglets :

- Sur la gauche de l'écran, autant d'onglet que de profils disponibles.
- Sur le reste de l'écran, PrestaShop affiche les permissions du profil cliqué. Cet onglet contient deux tableaux, côte à côte.

Quand vous cliquez sur n'importe quel profil (autre que SuperAdmin), les deux tableaux apparaissent pour vous donner accès à leurs critères :

- - À gauche, les permissions liées aux menus : vous pouvez décider ce que le profil peut faire sur un menu/page. Dans les faits, vous pouvez empêcher un profil de modifier le contenu d'une page, ou même lui cacher complètement un menu.
 - À droite, les permissions liées aux modules : bien que vous puissiez autoriser certains profils à voir les modules disponibles, vous pourriez préférer que seuls les employés de confiance aient accès à la configuration de certains modules.


Pour chacun de ces critères des menus, vous avez 5 options :

- **Voir.** Autorise l'employé à consulter des informations.
- **Ajouter.** Autorise l'employé à ajouter de nouvelles informations

- **Modifier.** Autorise l'employé à modifier des informations.
- **Supprimer.** Autorise l'employé à supprimer des informations.
- **Tout.** Autorise les 4 critères ci-dessus.

De leurs côtés, les critères des modules ont 2 options :

- **Voir.** Autorise l'employé à consulter la configuration d'un module.
- **Configurer.** Autorise l'employé à configurer un module.

 Les permissions du SuperAdmin ne peuvent pas être changées : le profil dispose simplement de tous les droits pour tous les critères.

Régler les permissions d'un nouveau profil

Pour cet exemple, nous allons créer un nouveau profil, "Préparateur de commandes". Commencez par créer le profil dans la page "Profils", en remplissant le champ "Nom". Dans que le profil est enregistré, il apparaît dans la liste des profils.

Il vous faut ensuite assigner des permissions à ce nouveau profil. Rendez-vous sur la page "Permissions", et cliquez sur l'onglet du nouveau profil : la liste de critères apparaît. Par défaut, un nouveau profil n'a accès à aucune page du back-office, et ne peut voir que l'impact des modules sur le back-office (pour les pages qu'il a les permissions de voir).

Il y a deux manières de remplir les critères, en fonction des limites ou libertés que vous voulez donner au profil :

- Cliquez sur les case des permissions une à une jusqu'à ce que tous les droits soient en place.
- Cochez toutes les cases d'un coup, puis enlevez les droits un à un jusqu'à ce qu'il ne reste que les droits nécessaires.

Il y a deux manières de cocher plusieurs cases d'un coup :

- Par colonne : en haut de chaque colonne, une case de cocher permet de cocher toutes les cases de la colonne d'un coup. Décocher la case signifie décocher les cases cochées dans la colonne.

- Par rangée : si vous cliquez sur la case "Tout" d'une rangée, toutes les cases de cette ligne sont cochées. Décocher la case signifie décocher les cases cochées dans la rangée.

Vous pouvez ensuite cocher les rangées sélectionnées plutôt que de passer du temps à les cocher une à une.

Pour éviter les erreurs lors de la configuration des permissions, PrestaShop enregistre automatiquement les réglages à chaque modification. Cela signifie que vous n'avez pas à cliquer sur un bouton "Enregistrer". Une fois que vous avez assigné ses droits à un profil, vous pouvez revenir à la page d'administration "Employés" et assigner ce profil aux employés qui en sont la cible.

Menus

L'organisation des menus du back-office de PrestaShop n'est pas gravée dans le marbre : bien que l'organisation par défaut a été conçue pour accéder au plus vite aux pages les plus utiles, vous pourriez avoir une opinion différente, et vouloir changer cette organisation, totalement ou en partie.

ID ▼▲	Nom ▼▲	Icône	Module ▼▲	Activé ▼▲	Position ▼▲	Actions
<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	--	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	--
9	Catalogue		--	<input checked="" type="checkbox"/>	▼	
10	Commandes		--	<input checked="" type="checkbox"/>	▼▲	
11	Clients		--	<input checked="" type="checkbox"/>	▼▲	
12	Promotions		--	<input checked="" type="checkbox"/>	▼▲	
13	Transport		--	<input checked="" type="checkbox"/>	▼▲	
14	Localisation		--	<input checked="" type="checkbox"/>	▼▲	
15	Modules		--	<input checked="" type="checkbox"/>	▼▲	
16	Préférences		--	<input checked="" type="checkbox"/>	▼▲	
17	Paramètres avancés		--	<input checked="" type="checkbox"/>	▼▲	
18	Administration		--	<input checked="" type="checkbox"/>	▼▲	
19	Stats		--	<input checked="" type="checkbox"/>	▼▲	
20	Stock		--	<input checked="" type="checkbox"/>	▲	

Cette page d'administration vous permet de déplacer, modifier, désactiver et même de créer des pages.

Déplacer des menus

Les menus peuvent directement être déplacés dans la liste. Vous pouvez soit cliquer sur les flèches de la colonne "Position", ou glisser la ligne elle-même pour la position dans la position que vous souhaitez lui donner. Aussitôt que vous avez déposé la ligne, PrestaShop enregistre automatiquement la position. Vous pouvez glisser la ligne quand le curseur survol la colonne "Position".

ID	Nom	Icône	Module	Activé	Position	Actions
9	Catalogue		--	<input checked="" type="checkbox"/>	▼	
21	Produits		--	<input checked="" type="checkbox"/>	▼	
22	Catégories		--	<input checked="" type="checkbox"/>	▼	
23	Suivi		--	<input checked="" type="checkbox"/>	▼	
24	Attributs et Valeurs		--	<input checked="" type="checkbox"/>	▼	
25	Caractéristiques		--	<input checked="" type="checkbox"/>	▼	
26	Marques		--	<input checked="" type="checkbox"/>	▼	
27	Fournisseurs		--	<input checked="" type="checkbox"/>	▼	
28	Scènes		--	<input checked="" type="checkbox"/>	▼	

Vous pouvez désactiver un menu simplement en cliquant sur la coche verte de la colonne "Activé". Notez que cela désactivera le menu pour tous les utilisateurs du back-office. Si vous souhaitez cacher un menu à une sélection d'utilisateurs, modifiez les permissions de leur profil, dans la page d'administration "Permissions".

Déplacer des pages

Pour accéder aux pages d'un menu, cliquez sur l'icône "+" à droite de la ligne. Une nouvelle liste apparaît au sein de la liste principale, avec les mêmes colonnes.

Les pages peuvent être déplacées au sein d'un menu directement depuis la liste. Vous pouvez soit cliquer sur les flèches de la colonne "Position", ou glisser la ligne elle-même pour la position dans la position que vous souhaitez lui donner. Aussitôt que vous avez déposé la ligne, PrestaShop enregistre automatiquement la position. Vous pouvez glisser la ligne quand le curseur survol la colonne "Position".


Vous pouvez également déplacer une page d'un menu à l'autre. Cela ne peut se faire directement depuis la liste ; vous devez ouvrir le formulaire de configuration de la page, où vous trouverez l'option "Parent". Modifiez cette option pour y mettre un autre nom de menu, enregistrez vos modifications, et en revenez à la page "Menus", la page aura changé de menu.

Vous pouvez désactiver une page simplement en cliquant sur la coche verte de la colonne "Activé". Notez que cela désactivera la page pour tous les utilisateurs du back-office. Si vous souhaitez cacher une page à une sélection d'utilisateurs, modifiez les permissions de leur profil, dans la page d'administration "Permissions".

Créer une nouvelle page ou menu

Cliquez sur le bouton "Créer pour ouvrir le formulaire de création.

Menus



Nom :  *

Classe : *

Module :

Icône :

Mettre en ligne un logo depuis votre ordinateur (.gif, .jpg, .jpeg ou .png).

État : ☒  ☐ 
Afficher ou cacher le menu.

Parent : ▼

Le formulaire dispose d'une poignée d'options, certaines pouvant se montrer compliquées :

- **Nom.** Donnez-lui un nom unique, car il servira d'identifiant interne.
- **Classe.** Pour résumer, une page du back-office de PrestaShop est basée sur des fichiers PHP internes spécifiques, appelés "contrôleur d'administration" ("admin controllers"), et qui sont le plus souvent stockés dans le dossier `/controllers/admin` de votre installation de PrestaShop. Lors de la création d'une nouvelle page, vous devez savoir quel contrôleur cibler, et surtout le nom de sa classe – qui est le nom de son fichier PHP.
 Par exemple, si vous voulez créer une page affichant l'administration des sauvegardes de PrestaShop, vous devez d'abord trouver le nom de son

contrôleur (ici, `AdminBackupController`), et le copier dans le champ "Classe".

- **Module.** Dans certains cas, le contrôleur d'administration pour lequel vous voulez créer une page vient d'un module. Dans ce cas, vous devez également indiquer l'identifiant de ce module (dans la plupart des cas, le nom de son dossier) et le copier dans le champ "Module", en caractères minuscules. Ainsi, PrestaShop saura qu'il ne doit pas chercher le contrôleur dans le dossier `/controllers/admin`, mais plutôt dans le dossier `/modules/NOM-DU-MODULE/`.
- **Icône.** Vous pouvez utiliser des icônes ne 16*16 ; par exemple, l'excellent jeu d'icônes gratuites FamFamFam Silk : <http://www.famfamfam.com/lab/icons/silk/>.
- **État.** Vous pouvez désactiver la page à tout moment, mais notez bien que cela affecte tous les utilisateurs du back-office.
- **Parent.** Vous pouvez choisir n'importe quel menu, mais pour des questions de cohérence, faites en sorte d'en choisir un qui corresponde à la page que vous créez.

Si vous souhaitez créer un nouveau menu, choisissez le parent "Accueil".

Comprendre les statistiques

L'un des aspects les plus intéressants de PrestaShop réside dans sa capacité à révéler des informations sur le comportement des clients. Voyons comment s'y prendre.

Loin d'être "la forme la plus raffinée du mensonge", les statistiques que vous fournit PrestaShop sont des informations solides et sur lesquelles vous pouvez compter pour améliorer votre boutique, modifier la manière dont vos produits sont présentés ou adapter leurs prix, retirer les produits qui ne marchent pas ou simplement mettre en avant ceux qui marchent. Tout cela, et bien plus encore, peut être déduit des données que PrestaShop réunit automatiquement pour vous, et qui vous sont présentées au sein d'une douzaine de points d'entrée, avec graphiques et chiffres qui vous aident à prendre vos décisions. L'objectif final reste de vous aider à prendre des décisions ferme quand il s'agit de cibler votre audience.

En plus de cela, PrestaShop dispose d'un système interne de gestion des partenaires, ce qui vous permet de facilement créer un programme d'affiliation.

Stats

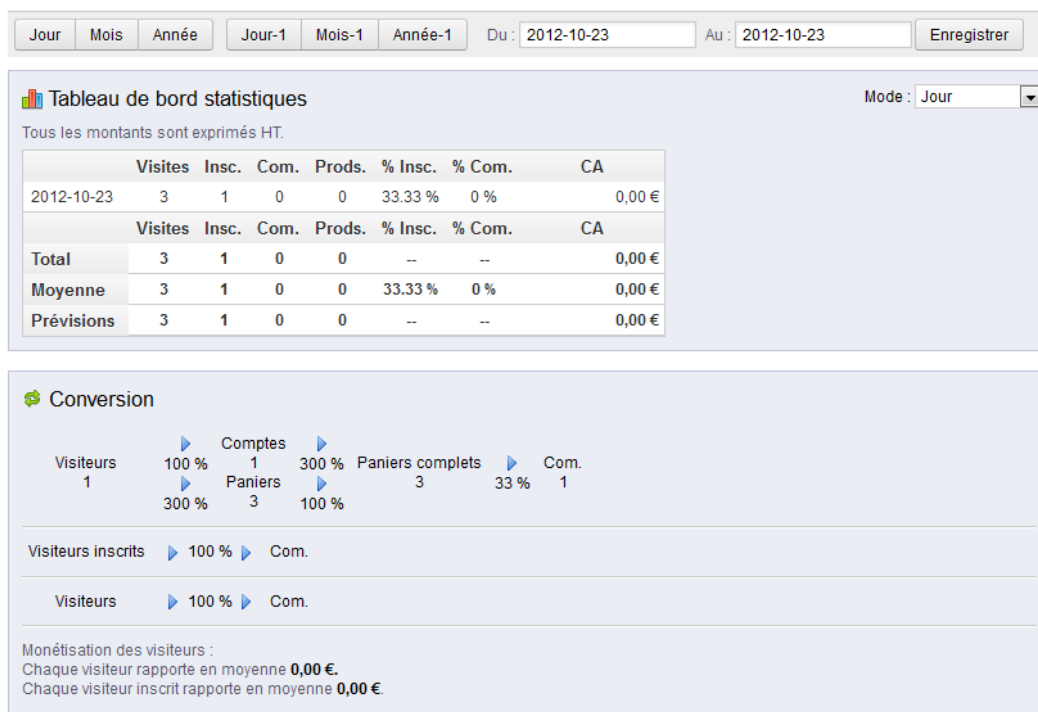
Au travers de cette section, nous allons comprendre l'utilité et le sens des différentes statistiques. En cliquant sur chacune des catégories dans la barre de navigation sur la gauche, la section centrale se recharge pour présenter les chiffres les plus récents.

Pour la plupart des statistiques, une explication est donnée afin que vous puissiez comprendre les informations qui vous sont présentées, et en tirer profit pour améliorer la gestion de votre boutique et votre chiffre d'affaires.

- ✓ Les données statistiques sont réunies à partir du premier jour où vous avez installé PrestaShop. Si vous préférez que les données ne soient enregistrées qu'à partir du jour d'ouverture de votre boutique (et donc, effacer toutes les données des phases de test), vous pouvez utiliser l'option "Période de nettoyage automatique" au moins 24 heures avant le lancement définitif de votre boutique.

Interface principale

Par défaut, la page affiche le tableau de bord des statistiques, un aperçu des principaux chiffres réunis par le système de statistique de PrestaShop depuis le jour de lancement de votre boutique.



En haut de la page, une barre vous aide à choisir la période temporelle actuellement affichée. Trois jeux d'options sont disponibles :

- Ce jour, ce mois, cette année.
- Jour, mois ou année précédent(e).
- Une date précise.

Le tableau de bord contient 8 sections :

- **Tableau de bord statistiques.** Voici réellement le cœur de vos statistiques. Dans un seul tableau, PrestaShop affiche un aperçu de chiffres les plus importants qui ont été réunis pendant la période de temps choisie : visiteurs, nombre d'inscriptions, nouvelles commandes, produits vendus, pourcentage d'inscription par visiteur, pourcentage de commandes par visiteurs, nombre de bons utilisés, montant total combiné des ventes.

Vous pouvez changer la granularité de ce tableau à l'aide de la liste déroulante en haut à droite de la section. Les périodes de temps disponibles sont Jour, Semaine, Mois et Année.

Les trois lignes en bas du tableau ne sont pas affectées par le sélecteur de période : Total, Moyenne et Prévission vous permettent de mieux estimer la santé de votre boutique.
- **Conversion.** Cette section vous donne une idée de la valeur de chaque visiteur ou chaque client enregistré, en fonction du nombre de commande qu'ils lancent, pour résumer. C'est ici encore un bon indicateur de la santé de votre boutique.
- **Répartition par modes de paiement.** Cette section présente les méthodes de paiement le plus souvent choisies par vos clients. En fonction de ces chiffres, vous pourriez vouloir adapter votre boutique ou même de votre société afin de mieux prendre en compte les méthodes les plus populaires, ou mettre en avant une méthode spécifique que vous préféreriez que vos clients utilisent.

En utilisant le sélecteur "Zone" en haut à droite de la section, vous pouvez limiter les chiffres à une zone géographique spécifique, et donc voir quelle méthode marche le mieux ou le moins bien sur un marché donné.
- **Répartition par catégories.** Cette section donne des informations spécifiques en fonction de la catégorie. Pour chaque catégorie, elle présente des chiffres utiles : produits, ventes, pourcentage de produits de l'ensemble de votre catalogue, pourcentage de ventes sur l'ensemble de la boutique, prix moyen. Si vous notez qu'une catégorie est beaucoup plus populaire que d'autres, vous pourriez vouloir faire la promotion de celle-ci. D'un autre côté, vous pourriez vouloir améliorer les chiffres des catégories les plus décevantes en proposant des bons de réductions pour celles-ci, ou lancer d'autres actions promotionnelles.

En utilisant le sélecteur "Zone" en haut à droite de la section, vous pouvez limiter les chiffres à une zone géographique spécifique, et donc voir quelle catégorie marche le mieux ou le moins bien sur un marché donné.

- **Répartition par langues.** Vos clients peuvent choisir leur langue préférée lors de leur inscription, et vous pouvez voir la répartition des langues grâce à cette section. Faites en sorte que tous vos produits soient correctement traduits dans au moins les deux langues les plus populaires.
- **Répartition par zones.** Vous pouvez filtrer les autres sections par zone géographique, et cette section vous donne directement un aperçu par zone de votre nombre de clients inscrits et des ventes réalisées (et leurs pourcentages respectifs).
- **Répartition par devises.** Si vous acceptez plus d'une devise, cette section vous aidera à voir laquelle est la plus utilisée par vos clients. En utilisant le sélecteur "Zone" en haut à droite de la section, vous pouvez limiter les chiffres à une zone géographique spécifique, et donc voir quelle devise marche le mieux ou le moins bien sur un marché donné.
- **Répartition des ventes par attributs.** Il s'agit plutôt ici d'une statistique interne, vous permettant de voir quels sont les attributs et groupes d'attributs les plus utilisés au de vos produits.

Liste des statistiques disponibles

✓ La plupart des statistiques peuvent être téléchargées sous forme de fichier CSV, en cliquant sur le bouton "Export CSV".

- **Visites et visiteurs.** Cette page vous donne des statistiques sur les visiteurs du site et sur le nombre de visites qu'ils effectuent. Plus le nombre est grand, plus le site est populaire. Le graphique vous aide à comprendre le comportement des visiteurs. Vous y verrez combien de visites a eu votre site, et vous comparerez ce nombre avec le nombre de visiteurs (PrestaShop reconnaît quand un même visiteur visite le site plusieurs fois, d'où la possibilité d'avoir un nombre de visites bien plus important que le nombre de visiteurs). Si la différence entre ces deux nombres est grande, cela signifie que vous possédez une base fidèle de clients.
- **Commandes et CA.** Ces deux graphiques présentent l'évolution des ventes et commandes de votre boutique. Ils peuvent être filtrés par pays, en utilisant le menu-déroulant en haut à droite.
 - Le premier graphique indique le nombre total de commandes

valides, et le nombre total de produits commandés. Avec ce graphique, vous pouvez déterminer sur quelles périodes vous avez reçu le plus de commandes.

- Le deuxième graphique vous permet de visualiser vos ventes graphiquement. Il peut analyser les périodes où vous avez effectué les meilleurs résultats. Cela vous permettra de savoir quand mettre en place vos campagnes marketing.
- **Comptes clients.** Cette page propose un graphique avec le nombre de comptes utilisateurs créés dans votre boutique en ligne. Avec cette information, vous pouvez mesurer l'impact de vos campagnes marketing. Vous pouvez connaître le nombre de visiteurs qui se sont inscrits mais qui n'ont rien acheté. Vous pouvez aussi connaître le nombre d'utilisateurs qui ont créé un compte et acheté un produit immédiatement après.
- **Informations clients.** Cette section est divisée en 5 graphiques.
 - **Répartition par sexe.** Vous pouvez voir de quelle manière votre clientèle est distribuée en fonction des titres de civilité que vous avez configuré – par défaut, M., Mme et Melle, mais il peut y en avoir de nombreux autres comme Dr. ou Sr. De fait, vous ne pouvez pas toujours prendre ce graphique au premier degré... à moins de n'avoir gardé qu'un minimum de titres de civilités, tous genres.
 - **Tranches d'âges.** Vous pouvez voir de quelle manière votre clientèle est distribuée en fonction de l'âge. Si vous constatez que la tranche d'âge de vos clients n'est pas celle que vous avez

Navigation

[Visites et visiteurs](#)

[Commandes et CA](#)

[Comptes clients](#)

[Informations clients](#)

[Visiteurs en ligne](#)

[Équipement](#)

[Meilleurs coupons de réduction](#)

[Statistiques du catalogue](#)

[Meilleurs clients](#)

[Sites affluents](#)

[Pages introuvables](#)

[Mots-clés](#)

[Détail produit](#)

[Meilleurs produits](#)

[Meilleures catégories](#)

[Meilleurs fournisseurs](#)

[Répartition par transporteur](#)

[Newsletter](#)

[Recherches de la boutique](#)

[Évaluation du catalogue](#)

[Quantités statistiques disponibles](#)

[Tableau de bord statistiques](#)

imaginée, il faudra peut-être réadapter votre approche marketing.

- **Répartition par pays.** Vous pouvez voir rapidement dans quels pays vos clients vivent. Cela peut vous permettre de mieux cibler vos efforts marketing locaux.
- **Tranches de devise.** Vous pouvez voir les devises utilisées dans votre boutique, et les proportions.
- **Répartition par langue.** Vous pouvez voir les langues utilisées pour consulter votre site, et donc décider si vous devez ou non améliorer les traductions dans votre site.
- **Visiteurs en ligne.** Cette section indique le nombre de visiteurs actuellement sur votre site. Vous pouvez voir leurs noms et les pages qu'ils sont en train de visiter. Ces données sont mises à jour en direct, tandis que vos clients circulent sur vos catégories.
- **Équipement.** Cette section vous indique quels sont les navigateurs Web utilisés pour consulter votre site. Il est judicieux de vérifier que votre site est parfaitement compatible avec ces navigateurs, ou au moins les trois plus populaires. Vous pourrez aussi savoir si les clients utilisent Internet depuis leur mobile pour accéder au site. Si ce nombre de clients est important, il pourrait être intéressant de développer une version mobile de votre boutique.
Enfin, vous serez en mesure d'analyser le système d'exploitation vos clients utilisent. Assurez-vous que votre site est bien compatible avec toutes les plateformes utilisées par vos visiteurs.
- **Meilleurs bons de réduction.** Cette section résume l'utilisation des bons de réduction, promotions et règles de prix catalogue qui ont été distribué, que ce soit directement ou via une campagne promotionnelle. Ce tableau affiche aussi le chiffre d'affaires, et le nombre de bons utilisés.
- **Statistiques catalogue.** Cette section contient des informations pratiques sur les produits vendus dans votre boutique en ligne, et sur votre catalogue en général. Les résultats qui apparaissent ici peuvent être classés par catégorie. Vous pouvez agir sur la performance de votre catalogue en considérant les indicateurs suivants :
 - **Produits disponibles.** Nombre de produits proposés dans cette catégorie (par défaut, toutes les catégories).
 - **Prix moyen (HT).** Prix moyen des produits dans la catégorie sélectionnée.
 - **Pages produits vues.** Nombre de pages consultées par vos

clients. Comparez cette information entre les différentes catégories pour savoir quels produits sont les plus appréciés, ou au contraire quels sont ceux qui attirent le moins de clients. Utilisez ces informations pour améliorer votre catalogue.

- **Produits achetés.** Le nombre de produits achetés pour chaque catégorie.
- **Nombre moyen de visites.** Le nombre global de visites pour les produits dans la catégorie sélectionnée.
- **Nombre moyen d'achats.** Le revenu global pour les ventes de produits dans la catégorie sélectionnée.
- **Images disponibles.** Indique le nombre d'images liées aux produits de la catégorie sélectionnée. Un moyen simple et rapide de savoir si certains de vos produits manquent d'images : s'il y a moins d'image que de produits.
- **Nombre moyen d'images.** Nombre d'images divisées par le nombre de produits dans la catégorie sélectionnée.
- **Produits jamais consultés.** Vous montre quels produits, s'il y en a, n'attirent pas du tout vos visiteurs. Vérifiez leurs pages afin d'en comprendre la raison.
- **Produits jamais achetés.** Certains de vos produits n'ont jamais été achetés par vos clients. Il s'agit d'un problème à prendre au sérieux, il vous faut prendre le temps de comprendre pourquoi.
- **Taux de transformation.** Indique la relation entre le nombre de visiteurs et le nombre d'achats. Il est important que ce taux soit aussi haut que possible.
- Un tableau au bas de la page vous indique quels produits dans cette catégorie n'ont jamais été achetés. Nous suggérons que vous changiez leur prix, ou que vous écriviez une description plus attrayante.
- **Meilleurs clients.** Cette section vous indique quels sont les meilleurs clients de votre boutique. Leurs coordonnées sont affichées, ainsi que le nombre de fois qu'ils ont visité le site, le nombre de pages consultées, et combien ils ont dépensé. Gardez un œil sur cette page pour les suivre et prendre soin d'eux. En cliquant sur les boutons en haut des colonnes, vous pouvez choisir le mode d'affichage de ces informations.
- **Sites affluents.** Un graphique vous indique les 10 sites et moteurs de recherche affluents parmi lesquels les visiteurs passent pour accéder à votre boutique. Habituellement, les moteurs de recherche jouent un rôle important. Si vous créez une campagne marketing en publiant des

articles sur d'autres sites, vous pouvez voir quel est l'impact sur votre site. En dessous du graphique, vous trouverez le nom des sites qui vous ont ramené le plus d'audience, avec le nombre de visiteurs provenant de chacun de ces sites sur la colonne de droite.

- **Pages introuvables.** On vous indique ici les pages de votre catalogue qui n'ont pas été atteintes (donnant une erreur "HTTP 404"). C'est utile pour déceler des problèmes techniques potentiels qui seraient susceptibles d'amoindrir vos performances.
- **Mots clés.** Cette page vous indique quels mots-clés dans les moteurs de recherche ont amené des visiteurs vers votre boutique. Cela vous permet de savoir quels termes vous rendent facilement identifiable. Inversement, vous saurez quels mots-clés sont absents de la liste et ne sont pas efficaces.
- **Détail produit.** Cette page vous affiche tous les produits de votre boutique en fonction de leur référence, nom et stock. Vous pouvez trier les résultats en sélectionnant à partir du menu déroulant au-dessus quelles catégories vous souhaitez traiter. Cliquez sur un produit pour accéder à ses statistiques. Vous verrez alors un graphique avec deux informations : le nombre de ventes et le nombre de visites sur la page du produit. Le taux de transformation sera également affiché.
- **Meilleurs produits.** Cette section affiche vos produits les plus performants. Vous aurez accès au chiffre d'affaires, aux ventes moyennes quotidiennes, au nombre de pages vues et à la quantité disponible en stock. Avec ce tableau, vous pouvez identifier vos produits phares et ainsi décider par exemple d'augmenter ou de réduire le prix, de proposer des réductions sur un produit spécifique.
- **Meilleures catégories.** Cette section vous affiche les performances de votre boutique en fonction de vos catégories. Vous pouvez savoir pour chaque catégorie combien de produits ont été vendu, le revenu généré et le nombre de pages vues. Consultez régulièrement les résultats des différentes catégories afin d'améliorer la cohérence de votre boutique.
- **Meilleurs fournisseurs** Cette section propose des statistiques sur vos fournisseurs : elle affiche les quantités vendues et le revenu généré.
- **Distribution par transporteur.** Cette page indique les transporteurs les plus utilisés par vos clients. Vous pouvez filtrer les résultats en fonction de l'état de la commande. Si vous vous apercevez qu'un transporteur n'est pas souvent utilisé, alors qu'il est rapide et efficace, il pourrait être judicieux de le mettre plus en évidence lors du processus de finalisation de commande, afin d'améliorer la satisfaction des clients.

- **Newsletter.** Cette page affiche les statistiques relatives aux souscriptions à la newsletter. Vous pouvez utiliser cette base de données pour garder vos clients informés. La newsletter contribue en général à l'augmentation du trafic sur votre site. Si vous souhaitez faire augmenter les souscriptions, vous pouvez par exemple proposer des bons de réduction avec la newsletter. Vous pouvez consulter l'adresse de tous les souscripteurs via le module "Newsletter", dans la page "Module".
- **Recherches de la boutique.** Cette section comprend deux indicateurs :
 - Le premier affiche la répartition des mots-clés qui ont été recherchés sur votre site. Vous pouvez ainsi savoir quels produits attirent le plus vos clients – et donc, ceux dont il vous faut impérativement avoir un large stock.
 - Le deuxième est en tableau résumant les recherches de vos clients. Vous pouvez ainsi voir quels mots-clés sont utilisés, combien de fois ils ont été saisis, et quels étaient les résultats de ces recherches. Il est important que toutes les recherches de vos clients aboutissent sur un résultat. Pour améliorer vos performances, ajouter des produits qui correspondent à la demande des consommateurs (aux produits fréquemment recherchés dans la boutique), et ajouter des tags à vos produits qui les rendent clairement identifiables.
- **Évaluation du catalogue.** Cette section donne une vision d'ensemble des performances de votre catalogue. Vous pouvez savoir si chaque produit est actif, si leurs descriptions sont proposées dans toutes les langues de la boutique. Vous pouvez aussi savoir combien d'images sont affichées par produit, si un produit s'est bien vendu, son stock. Les résultats sont affichés avec une icône colorée. Vous pouvez définir ces couleurs en définissant certains critères dans le tableau en haut de page, puis en enregistrant vos paramètres.
- **Quantités statistiques disponibles.** Cette section vous donne une idée de la valeur de votre stock.
- **Tableau de bord statistiques.** C'est la page d'accueil des statistiques. Elle donne une vue d'ensemble de vos statistiques. En cliquant cette dernière option, vous revenez simplement au tableau de bord global des statistiques.

Paramètres

Les pages de statistiques de PrestaShop peuvent être configurées pour avoir l'apparence que vous préférez.

Paramètres

Moteur de graphiques
XML/SWF Charts ▼

Moteur de grilles
Affichage HTML simple ▼

Période de nettoyage automatique
Jamais ▼

Enregistrer


Moteur de graphiques

Un graphique peut prendre plusieurs formes, en fonction de vos préférences. Avec le réglage "Moteur de graphiques", vous pouvez choisir le moteur de graphique utilisé pour vos statistiques. Cela ne change en rien vos données statistiques, seulement la manière dont elles sont présentées, donc vous pouvez choisir celui que vous préférez. Vous avez le choix entre quatre moteurs :

- **Visifire.** Ce moteur repose sur des technologies Microsoft : Silverlight, WPFR, Windows Phone... Il vous faudra installer l'extension Silverlight dans votre navigateur pour le faire fonctionner. Pour en apprendre plus, rendez-vous sur <http://www.visifire.com/>.
- **XML / SWF Charts.** Un moteur complet et gratuit, qui utilise pour son affichage. Il vous faudra donc l'extension Flash. Pour en apprendre plus, rendez-vous sur http://www.maani.us/xml_charts/.
- **Google Chart.** Un très bon moteur qui utilise les dernières technologies web pour afficher ses graphiques : HTML5, SVG, JavaScript. Aucune extension n'est requise. Pour en apprendre plus, rendez-vous sur <https://developers.google.com/chart/>.
- **Artichow.** Un moteur assez vieux et mis dans le domaine public, qui rend des services de base.

Vous pouvez ajouter plus de moteurs. Rendez-vous sur le site Addons pour trouver plus d'options : <http://addons.prestashop.com/fr/63-statistiques-analyses-modules-prestashop>.

Vous pouvez ainsi disposer d'un affichage à la fois plaisant à l'œil et compatible avec votre navigateur.


 PrestaShop propose la version gratuite de XML/SWF Chart. Pour cette raison, lorsque vous cliquez sur un graphique généré par ce moteur, une nouvelle page s'ouvre avec le site officiel de XML/SWF Chart : http://www.maani.us/xml_charts/.

Moteur de grilles

Vous pouvez également configurer la manière dont les tableaux de données sont présentés. L'installation par défaut de PrestaShop ne dispose que d'un moteur : "Affichage HTML simple". Vous pouvez ajouter plus de moteurs. Rendez-vous sur le site Addons pour trouver plus d'options : [\[addons.prestashop.com/fr/63-statistiques-analyses-modules-prestashop\]](http://addons.prestashop.com/fr/63-statistiques-analyses-modules-prestashop).































Période de nettoyage automatique

Vous pouvez également sélectionner automatiquement la manière dont les statistiques seront effacées de votre boutique. L'effacement de donnée permet de disposer d'un site plus réactif, et donc d'améliorer le confort de vos visiteurs. Vous disposez de quatre options, en fonction de votre trafic et des performances de votre serveur : Jamais, Semaine, Mois, Année.

 Cette option peut se révéler très utile pour nettoyer les données statistiques que vous avez amassées pendant les premiers tests de votre boutique, et donc ne garder que les données récupérées à compte de l'ouverture de la boutique.

Moteurs de recherche

Un grand nombre de visiteurs viennent sur votre site depuis un moteur de recherche. Afin de savoir ce qu'ils recherchaient, et de rendre votre site plus compatible avec ces recherches, vous devez connaître leurs requêtes.

ID	Serveur	Variable GET	Actions
--	<input type="text"/>	<input type="text"/>	--
1	google	q	 
2	aol	q	 
3	yandex	text	 
4	ask.com	q	 
5	nhl.com	q	 
6	yahoo	p	 
7	baidu	wd	 
8	lycos	query	 
9	exalead	q	 
10	search.live	q	 
11	volla	rdata	 
12	altavista	q	 
13	bing	q	 
14	daum	q	 
15	eniro	search_word	 

Cette page vous présente un tableau de tous les moteurs de recherche intégrés à votre installation de PrestaShop – c'est à dire les moteurs que PrestaShop peut reconnaître, et dont il peut extraire la requête du visiteur en provenance du moteur de recherche.

Si Google est le moteur de recherche le plus utilisé, il y a beaucoup d'autres moteurs de recherche avec lesquels votre site peut être retrouvé. Vous devez donc être en mesure de récupérer leurs requêtes. Quand un moteur de recherche commence à rapporter des visiteurs réguliers, il est temps de l'ajouter dans votre base de données – autrement, ces visiteurs seront marqués dans vos statistiques comme provenant d'un "Autre moteur de recherche", ce qui ne vous aide en rien.

Ajouter un moteur de recherche

Il y a très peu à faire pour ajouter un nouveau moteur de recherche à votre liste.

Origine

Serveur :

Variable \$_GET :

Mettons que vous voulez ajouter DuckDuckGo, un moteur très respectueux des données privées :

1. Obtenez l'URL référent pour la recherche. Par exemple, <http://duckduckgo.com/?q=chaussures+pour+enfants>.
2. Prenez la partie serveur, qui est spécifique au moteur de recherche, et placez la dans le champ "Serveur". Dans notre cas, "duckduckgo".
3. Trouvez la variable de requête :
 1. Trouvez la chaîne de requête. La forme correspond à un ensemble de lettres, suivis du signe "=", suivi de la requête, et suivi soit par un "&", soit par la fin de la chaîne. Dans notre cas : "q=chaussures+pour+enfants".
 2. La variable de requête est l'ensemble des lettres avant le signe "=". Dans notre cas : "q". Insérez-la dans le champ "Variable \$_GET".
4. Cliquez sur le bouton "Enregistrer", et à partir de maintenant, PrestaShop sera en mesure de reconnaître les visiteurs en provenance de DuckDuckGo.

Sites affluents

Un site affluent est un site qui vous amène au moins un visiteur. Ce site présente un lien vers votre boutique, et donc nous aider à vous construire un public et au final à faire plus de ventes.

Certains sites affluents sont plus importants que d'autres : vous pourriez avoir des partenaires qui mettent en place des liens vers votre site sur le leur, et vos comme votre partenaire voudrez certainement savoir combien de visiteurs ce lien vous amène. Vous pourriez même rémunérer vos partenaires pour la mise en place de ce lien, en fonction de la manière dont vous estimez votre trafic. Dans les faits, on appelle cela "faire de l'affiliation", et la page "Sites affluents" vous aidera à construire un véritable programme de partenariat, auquel même votre partenaire pourra se connecter pour voir le nombre de visites et de ventes que leur lien a généré. Les partenaires enregistrés génèrent du trafic vers votre boutique, vous voulez les remercier pour ces visiteurs, et le programme d'affiliation est l'outil que vous utiliserez pour voir les chiffres sur lesquels cette rémunération est basée.

<input type="checkbox"/>	ID	Nom	Visiteurs	Visites	Pages	Insc.	Com.	Chiffre d'affaires	Pa
	▼ ▲	▼ ▲	▼ ▲	▼ ▲	▼ ▲	▼ ▲	▼ ▲	▼ ▲	▼
—	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	1	Site de Franck	0	0	0	0	0	0.00	

L'outil de d'affiliation de PrestaShop peut être comparé à un tableau de bord statistique ouvert à d'autres membres que votre équipe. Lorsque vous créer une campagne d'affiliation pour un site, vous pouvez accorder à ce site un accès à toute l'activité qu'il aura généré sur votre boutique par le biais de ce lien, au moyen d'une adresse protégée par mot de passe :

<http://ADRESSE-DE-VOTRE-BOUTIQUE.com/modules/trackingfront/stats.php>.

Ajouter un nouveau site affluent

L'espace d'affiliation vous permet de créer un accès privilégié pour vos partenaires. Ils auront accès à toutes les statistiques sur le flux de visiteurs en provenance de leur site. Pour leur créer cet espace privilégié, vous devez leur créer un compte dans votre programme d'affiliation, puis définir la manière dont vous allez les rémunérer en fonction du trafic et des ventes générées.

Pour créer un nouveau partenaire affilié, cliquez sur le bouton "Créer", qui vous amène au formulaire de création.


Affilié

Nom :

Mot de passe :

Laissez vide si vous ne souhaitez pas le changer

Les affiliés peuvent accéder à leur propre informations avec ces identifiants
 Accès front : <http://127.0.0.1/ps15x-demo/modules/trackingfront/stats.php>

* Champ requis


Commissions

Coût par clic :

Rémunération pour chaque visite.

Rémunération de base :

Pour chaque commande passée.

Rémunération en % :

Pourcentage de la commande reversé.

Chaque section est importante :

- **Affilié.** Le compte de votre partenaire dans le programme d'affiliation.
 - **Nom.** Pour se connecter à votre back-office d'affiliation, votre partenaire a besoin d'un identifiant ; vous pouvez utiliser un simple nom ou une adresse e-mail, mais faites en sorte d'utiliser un identifiant dont vous comme votre partenaire pourrez vous souvenir facilement.
 - **Mot de passe.** La première fois que vous créez le compte, PrestaShop enregistre le mot de passe en même temps que l'identifiant. Lorsque vous voudrez modifier le compte (par exemple, lorsque vous souhaitez changer la valeur d'une commission), le champ du mot de passe sera blanc. Cela ne signifie pas qu'il n'y a pas de mot de passe enregistré ; si vous mettre un nouveau mot de passe dans le champ vide, il remplacera celui qui était enregistré.
- **Commissions.** C'est ici que vous indiquez la rémunération de votre affilié – c'est à dire l'argent que vous devrez à votre partenaire en fonction des actions des visiteurs venant de leur site.
 - **Coût par clic.** Vous définissez ici la valeur d'un visiteur en provenance du site du partenaire. Chaque fois qu'un visiteur

- vient du site de votre partenaire, le partenaire gagne le montant indiqué.
- **Rémunération de base.** Vous pouvez également récompenser vos partenaires si les visiteurs en provenance de leur site achètent vos produits. Notez que cela ne compte que si l'achat se fait dans la session de navigation suivant le clic sur le lien du partenaire.
 - **Rémunération en %.** En plus de la rémunération de base, ou en remplacement de celle-ci, vous pouvez récompenser les partenaires avec un pourcentage des ventes faites sur la session de navigation suivant le clic sur leur lien.
 - **Informations techniques - Mode simple.** C'est extrêmement important, car c'est ce chiant qui fera en sorte que le système fera la différence entre un partenaire un autre site affluent. Une fois configuré, vous devriez faire plusieurs tests pour vous assurer que vous suivez correctement l'affilié.
 - **Référent HTTP.** Dans le champ "Inclure", configurez le nom de domaine que vous voulez suivre pour cet affilié.
 - **URI de requête.** Dans le champ "Inclure", configurez la dernière partie de l'adresse cliquée. Le système suivra les sites affluents qui ont une requête spéciale dans leur adresse. Par exemple, vous pouvez suivre les sites affluents qui ont `?prestaff=` en argument de leur URL. Cela vous aidera d'autant plus à différencier les affiliés.
 - **Informations techniques - Mode expert.** Tandis que le mode simple fait correspondre vos champs à l'aide de la fonction "LIKE" de MySQL, le mode expert utilise des expressions régulièrement. Cela peut certes se montrer beaucoup plus puissant, mais également beaucoup plus complexe à maintenir. N'utilisez ces champs que si vous êtes vous-mêmes un expert en expressions régulières.

Informations techniques - Mode simple

[Obtenir de l'aide !](#)

Référant HTTP

Inclure :

Exclure :

URI de requête

Inclure :

Exclure :

Si vous savez utiliser les expressions régulières de MySQL, vous pouvez utiliser le **mode expert**.

La section "Aide" vous donne de précieuses indications sur la meilleure manière de configurer un affilié. Lisez-la attentivement.

Configuration

Les réglages des sites affluents sont surtout des outils pour vous aider à mieux gérer votre programme d'affiliés.

Configuration

Enregistrer le trafic direct ☒ Oui ☐ Non

L'enregistrement du trafic direct peut être très lourd en termes d'espace disque et de performances, vous ne devez l'activer que si vous avez la base de données adéquate et un réel besoin de ces informations.

[Enregistrer](#)

Indexation

Il y a un grand nombre de données stockées, donc chaque connexion correspondant à un site référent est indexée. Vous pouvez rafraîchir les index en cliquant sur le bouton ci-dessus. Sachez que cette opération peut prendre plusieurs minutes, et n'est requise que si vous modifiez ou ajoutez un référent, ou si vous souhaitez que vos modifications soient rétroactives.

[Rafraîchir l'index](#)

Cache

Pour que vous puissiez trier et filtrer vos données, un cache est utilisé. Vous pouvez rafraîchir le cache en cliquant sur le bouton ci-dessus.

[Rafraîchir le cache](#)

Vous avez trois possibilités :

- **Enregistrer le trafic direct.** Le trafic direct correspond aux visiteurs qui arrivent sur votre boutique directement, en saisissant l'adresse de votre boutique dans leur navigateur. Bien que ces visiteurs soient important,

car ils connaissent vraiment votre boutique et sont intéressés pas vos produits (au contraire des visiteurs en provenance de liens affiliés, qui ne savent pas forcément sur quelle boutique ils vont tomber), enregistrer ce trafic peut se montrer être un poids excessif sur votre base de données. C'est pourquoi par défaut, ce trafic n'est ni enregistré, ni analysé. N'activez cette option que si vous savez ce que vous faites.

- **Indexation.** Le bouton "Rafraîchir l'index" est nécessaire lorsque vous ajoutez un nouvel affilié et que vous voulez analysez votre trafic passé en fonction de celui-ci.
- **Cache.** PrestaShop met en cache les données qu'il récupère. Vous pouvez utiliser ce bouton pour régulièrement rafraîchir le cache.

Gestion avancée des stocks

La version 1.5 de PrestaShop apporte une nouvelle gestion des stocks : plutôt que d'avoir une simple liste donnant les quantités disponibles de chacun de vos produits, ce menu vous permet d'enregistrer des entrepôts et d'avoir une vision précise de votre stock, de ses mouvements, de votre couverture, de vos commandes de stocks, etc.

Cette fonctionnalité n'est pas forcément utile pour tous les marchands. Elle est donc facultative et une gestion des quantités proche de ce qui est disponible en 1.4 a été repensée.

Vous pouvez activer la gestion avancée des stocks en vous rendant dans la page de préférences "Produits", au bas de laquelle vous trouverez la section "Stocks produit". Choisissez "Oui" pour l'option "Activer la gestion des stocks avancée".

Concepts généraux

Afin d'éviter toute confusion avec la gestion des stocks de la version 1.4, il convient de présenter deux concepts distincts : les stocks physiques et les quantités de produits disponibles à la vente.

Les quantités de produits disponibles à la vente

Cela correspond à la gestion des stocks dans PrestaShop 1.4.x. Il s'agit des quantités qui sont affichées en boutique pour chaque produit et déclinaison de produit. C'est cette quantité qui définit si le produit peut être commandé ou non (sauf si l'option "Autoriser la commande de produits hors stock" est activée). Cette quantité peut être définie manuellement pour chaque produit et déclinaison de produit.

Dans PrestaShop 1.5.x, cette quantité peut être automatiquement déterminée en fonction du stock physique du produit concerné. Dans le cas d'une utilisation multiboutique, la quantité doit être définie pour chaque boutique.

Par conséquent, ce qui était appelé "stock" dans PrestaShop 1.4.x est maintenant appelé "quantités de produits disponibles à la vente" dans PrestaShop 1.5.x.

Les stocks de produits (stockés physiquement)

Cela correspond à la gestion des produits réellement stockés dans un ou plusieurs lieux de stockage ou entrepôts. C'est ce nouveau concept qui est appelé "stock" dans Prestashop 1.5.x

Cette nouvelle gestion de stocks inclut les mouvements de stocks, la valorisation du stock, les transferts de stocks entre entrepôts, l'intégration avec le multiboutique et la gestion de commandes aux fournisseurs.

Elle permet aussi de prendre en compte la notion de stock réel. A un instant T, un produit peut être disponible dans le stock physique mais plus disponible à la vente du fait de commandes clients en attente d'expédition. Ce même produit peut aussi faire l'objet d'une commande fournisseur en cours de livraison, et donc pas encore comptabilisée dans le stock physique.


Le stock réel est donc constitué du stock physiquement présent dans un entrepôt, auquel on ajoute les quantités en cours de commande aux fournisseurs, et duquel on retranche les quantités commandées par les clients pour lesquelles les commandes n'ont pas encore été expédiées.

Utilisation de la nouvelle gestion des stocks

Est-ce obligatoire d'utiliser la nouvelle gestion des stocks ?

Il n'est pas obligatoire d'utiliser la nouvelle gestion des stocks, de la même façon qu'il n'est pas obligatoire d'utiliser la gestion des quantités disponibles à la vente.

L'activation de la gestion des quantités disponibles à la vente et de la gestion des stocks se fait dans la page de préférences "Produits". Descendez jusqu'à la section "Stocks produit" et mettez "Oui" pour les deux options de gestion du stock. Vous devrez d'abord activer la gestion des stocks avant de pouvoir activer la gestion avancée des stocks.

 L'activation de la gestion avancée des stocks, et d'une façon générale la gestion de votre stock et de vos entrepôts, est indépendante de la fonctionnalité multiboutique. Par conséquent, quelle que soit la boutique en cours d'administration dans le back-office de PrestaShop, lorsque vous vous trouvez dans le menu "Stock", vous gérez toujours votre stock de façon globale.

Comment faire pour ne rien changer à ce que j'avais avec Prestashop 1.4.x ?

Si vous ne souhaitez pas bénéficier de la gestion avancée des stocks de PrestaShop 1.5 et êtes pleinement satisfait du fonctionnement de PrestaShop 1.4 en ce qui concerne la gestion des quantités de vos produits, il vous suffit d'activer la gestion des quantités de produits et de ne pas activer la gestion avancée des stocks.

: rendez-vous dans la page de préférences "Produits", descendez jusqu'à la section "Stocks produit" et mettez "Oui" pour l'option "Activer la gestion des stocks" en laissant l'option "Activer la gestion des stocks avancée" à "Non".

La gestion des quantités disponibles à la vente de vos produits est désormais centralisée dans l'onglet « Quantités » de la fiche produit : créez un nouveau produit ou modifiez un produit existant, et l'onglet apparaît parmi tous les autres, à gauche de l'écran.

La nouvelle gestion des stocks s'applique-t-elle à mon cas ?

La nouvelle gestion des stocks permet de gérer un stock de produits de façon avancée. Cette fonctionnalité s'applique à votre activité si :

- Vous gérez un stock des produits en vente sur votre(vos) boutique(s).
- Vous utilisez au moins un lieu de stockage (entrepôt) que vous gérez vous-même.
- Vous commandez tout ou partie de vos produits à un ou plusieurs fournisseurs.
- Vous avez besoin de statistiques sur l'état de votre stock et de votre (vos) entrepôt(s).

Cette fonctionnalité ne s'applique pas à votre activité si :

- Vous ne gérez pas les stocks des produits en vente sur votre boutique.

- Vous possédez déjà un système de gestion de stock dont vous souhaitez poursuivre l'utilisation sans rien changer.

Présentation des interfaces back-office de gestion des stocks

Amélioration de la fiche produit

Gestion des quantités



Différences entre les versions 1.4 et 1.5

Dans PrestaShop 1.4, vous pouviez spécifier manuellement les quantités de produits disponibles en boutique.

Dans PrestaShop 1.5, si vous avez activé la gestion avancée des stocks, il est aussi possible de déterminer automatiquement cette quantité en fonction de l'état de votre stock physique. Notez qu'il est donc possible d'activer globalement la gestion avancée des stocks, mais de n'avoir qu'un ou quelques produits utilisant cette fonctionnalité.

Lorsque vous vous activez l'option "Activer la gestion des stocks", tous les produits se voient ajouter un nouvel onglet à leur page d'administration, nommé "Quantités". Cette interface simple, claire et unique vous permet de gérer les quantités disponibles à la vente sur votre(vos) boutique(s) pour un produit et toutes ses déclinaisons éventuelles.

Cette page s'ouvre avec une section explicative, que ne vous enjoignons à lire en entier. Cette section est suivie par l'interface de gestion des quantités disponibles à la vente elle-même, qui s'ouvre par trois options :

- **Je veux utiliser la gestion des stocks avancée pour ce produit.**
- **Les quantités disponibles pour ce produit sont synchronisées sur le stock physique (utilisable) en entrepôts.**
- **Je veux définir mes quantités manuellement.**


Par défaut, seule la troisième option ("Je veux définir mes quantités manuellement") est activée. Tant que vous n'avez pas coché la première option ("Je veux utiliser la gestion des stocks avancée pour ce produit"), les quantités sont gérées de la même manière qu'elles l'étaient en version 1.4, c'est à dire

manuellement : vous ajoutez vous-mêmes les quantités disponibles, et PrestaShop enlèvera des quantités à chaque vente.

Si vous souhaitez que les quantités d'un produit soient synchronisées avec le stock de votre entrepôt, il vous faut changer de méthode de gestion des quantités :

1. Cochez la case "Je veux utiliser la gestion des stocks avancée pour ce produit" afin de changer de méthode de gestion.
2. La seconde option, "Les quantités disponibles pour ce produit sont synchronisées sur le stock physique (utilisable) en entrepôts", est alors disponible. Sélectionnez-la pour synchroniser la quantité disponible de ce produit avec le stock de votre entrepôt.

Dès que vous avez sélectionné la deuxième option, la colonne "Quantité" du tableau n'est plus modifiable : les quantités sont directement reprises du stock actuel indiqué par votre stock.

 Le cas des packs est particulier. En effet, étant donné qu'il n'est pour le moment pas possible d'ajouter de déclinaisons de produits dans un pack, les développeurs de PrestaShop ont décidé, si besoin est, de se baser, sur la déclinaison par défaut pour décrémenter le stock physique.

Par ailleurs, un message indique le nombre de packs maximum conseillé.

Le reste de cette page est expliqué dans le chapitre "Ajouter des produits et des catégories de produits".

Gestion des fournisseurs

Il est désormais possible de définir plusieurs fournisseurs pour un même produit. Pour chaque fournisseur associé à un produit, il est possible de spécifier une référence fournisseur et un prix d'achat par défaut pour ce produit ainsi que pour toutes ses déclinaisons. Ces informations seront utilisées lors de commandes fournisseurs.

Gestion des entrepôts

Si vous avez activé la gestion avancée des stocks, un onglet "Entrepôts" s'ajoute à la fiche produit afin de spécifier dans quel(s) entrepôt(s) peut être stocké le

produit en cours et chacune de ses déclinaisons éventuelles. Il est aussi possible de spécifier l'emplacement dans l'entrepôt pour ce produit et ses déclinaisons.

Images	▼ 01254 - Entrepôt principal
Caractéristiques	
Personnalisation	
Documents joints	
Fournisseurs	
Entrepôts	







Stocké	Produit	Emplacement (facultatif)
<input type="checkbox"/>	iPod Nano - Capacité - 16Go, Couleur - Bleu	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	iPod Nano - Capacité - 8Go, Couleur - Bleu	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	iPod Nano - Capacité - 16Go, Couleur - Jaune	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	iPod Nano - Capacité - 8Go, Couleur - Jaune	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	iPod Nano - Capacité - 16Go, Couleur - Metal	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	iPod Nano - Capacité - 8Go, Couleur - Metal	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	iPod Nano - Capacité - 16Go, Couleur - Noir	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	iPod Nano - Capacité - 8Go, Couleur - Noir	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	iPod Nano - Capacité - 16Go, Couleur - Orange	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	iPod Nano - Capacité - 8Go, Couleur - Orange	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	iPod Nano - Capacité - 16Go, Couleur - Rose	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	iPod Nano - Capacité - 8Go, Couleur - Rose	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	iPod Nano - Capacité - 16Go, Couleur - Vert	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	iPod Nano - Capacité - 8Go, Couleur - Vert	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	iPod Nano - Capacité - 16Go, Couleur - Violet	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	iPod Nano - Capacité - 8Go, Couleur - Violet	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	<i>Définir tous les produits comme stockés dans cet entrepôt.</i>	

► 55136 - Entrepôt secondaire

Il convient au préalable de déclarer au moins un entrepôt (voir ci-dessous) avant de pouvoir associer un produit et définir un emplacement. Cette étape est indispensable : il est important de déclarer au minimum un entrepôt dans lequel un produit peut être entreposé. Cela aura un impact fondamental lors de la préparation des commandes dans le cadre du multi-shipping.

Gestion des entrepôts

Dans la version 1.4.x de la solution, la gestion des stocks est intimement liée aux quantités de produits disponibles en vente sur la boutique. La quantité de produits disponibles en stock est initialisée une première fois, puis augmenté par le système de mouvements de stocks sans tenir compte de la notion d'entrepôt.

Référence ▼ ▲	Nom ▼ ▲	Méthode de valorisation ▼ ▲	Gérant ▼ ▲	Emplacement	Téléphone	Actions
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	--	--	--
01254	Entrepôt principal	CUMP	Dupont Jean	Paris - FR		  
55136	Entrepôt secondaire	CUMP	Dupont Jean	Paris - FR		  

La gestion avancée de stocks, il est désormais possible de créer un ou plusieurs entrepôts. Pour cela, ouvrez la page "Entrepôts" du menu "Stocks".

 Informations de l'entrepôt

Référence : *
Référence de cet entrepôt

Nom : *
Nom de cet entrepôt

Téléphone :
Numéro de téléphone de cet entrepôt

Adresse : *
 Adresse : (2)
Adresse de cet entrepôt (l'adresse complémentaire est optionnelle).

Code postal : *
 Ville : *
 Pays : France ▼ *
Pays où la région, le département ou la ville est situé(e)

Gérant : Dupont Jean ▼ *
 Transporteurs : PS15 ▲
 My carrier ▼
Transporteurs associés. Utiliser CTRL+clik pour en sélectionner plusieurs.

Méthode de valorisation : Moyenne pondérée ▼ *
Méthode de valorisation des stocks

Devise de valorisation du stock : Euro ▼ *

Lorsque vous créer un nouvel entrepôt, vous devez remplir les champs suivants :

- **Référence et Nom.** L'identifiant unique de l'entrepôt et son nom. Faites en sorte d'utiliser un nom reconnaissable : vous devez être en mesure de facilement différencier les entrepôts entre eux dans une liste déroulante.
- **Adresse, Code postal*, "Ville" et "Pays".** L'adresse physique de l'entrepôt/ Cette information sera utilisée sur les commandes à vos fournisseurs.

- **Gérant.** La personne en charge de l'entrepôt, choisie parmi les employés enregistrés sur votre boutique. Si le compte de l'employé n'a pas encore été créé, vous devez impérativement le faire. Faites en sorte qu'il ne s'agisse pas d'un compte utilisateur général : une seule personne peut être responsable de cet entrepôt, et le compte de l'employé doit en tenir compte.
- **Transporteur.** Les transporteurs autorisés à s'occuper des envois en provenance de cette boutique. Maintenez la touche Shift enfoncée en cliquant pour choisir plus d'un transporteur.
- **Méthode de valorisation.** La manière dont vous gérez la boutique, en fonction des lois fiscales de votre pays. Lire la section "Méthode de valorisation" de ce chapitre pour avoir plus d'information.
- **Devise de valorisation du stock.** Une devise de valorisation pour le stock de cet entrepôt (à choisir parmi les devises enregistrées).



Il n'est pas possible de changer la méthode et la devise de valorisation d'un entrepôt après la première initialisation. Si vous devez changer ce réglage, vous devez recréer l'entrepôt, et supprimer celui mal configuré. Vous pouvez supprimer un entrepôt s'il ne contient plus aucun produit.

Faites attention lorsque vous choisissez vos transporteurs car cela aura un impact fondamental lors de la préparation des commandes dans le cadre du multi-shipping.

Dans le cas où vous administrez plusieurs boutiques, vous devrez aussi associer chaque boutique à un ou plusieurs de vos entrepôts. Cela permet de définir à partir de quel entrepôt pourront être expédiées les commandes de vos clients sur chaque boutique respective.

Une fois l'entrepôt créé, vous disposez d'une vue synthétique sur celui-ci. Cliquez sur l'icône "Voir" à droite pour avoir un aperçu de ses informations, notamment le nombre de références de produits s'y trouvant, la somme des quantités, une valorisation comptable globale, le détail des produits stockés, et l'historique des mouvements de stocks liés à cet entrepôt.

La page des détails d'un entrepôt contient également deux liens :

- Cliquez ici pour afficher le détail des produits stockés dans cet entrepôt. Vous amène à la page "Etat instantané du stock" de l'entrepôt.

- Cliquez ici pour afficher l'historique (mouvements) de cet entrepôt. Vous amène à la page "Mouvement de Stock" de l'entrepôt.

Gestion du stock

Maintenant que vous avez créé votre ou vos entrepôts, il faut initialiser le stock pour chacun d'eux. Pour cela, allez dans la page "Gestion du stock" du menu "Stock".

Référence produit ▼▲	EAN-13 ▼▲	UPC ▼▲	Nom ▼▲	Quantité	Actions
				--	--
--	--	--	iPod Nano	--	+
--	--	--	iPod shuffle	--	+
--	--	--	MacBook Air	--	-

Référence produit	EAN-13	UPC	Nom	Quantité	Actions
			MacBook Air : Couleur - Metal, Capacité - Disque dur PATA de 80 Go à 4 200 tr/min, ICU - Intel Core 2 Duo à 1,6 GHz	0	↑
			MacBook Air : Couleur - Metal, Capacité - Disque dur SSD (solid-state drive) de 64 Go, ICU - Intel Core 2 Duo à 1,6 GHz	0	↑
			MacBook Air : Couleur - Metal, Capacité - Disque dur PATA de 80 Go à 4 200 tr/min, ICU - Intel Core 2 Duo à 1,8 GHz	0	↑
			MacBook Air : Couleur - Metal, Capacité - Disque dur SSD (solid-state drive) de 64 Go, ICU - Intel Core 2 Duo à 1,8 GHz	0	↑
	0		MacBook	0	↑
--	--	--	iPod touch	--	+

Tous les produits disponibles dans votre catalogue sont listés dans cette interface. Pour les éventuelles déclinaisons, il est possible de les gérer en utilisant l'action "Détails" (l'icône "+").

Selon le cas, vous pouvez manuellement grâce à cette interface :

- **Icône "flèche vers le haut"**. Ajouter du stock pour un produit dans un entrepôt donné
- **Icône "flèche vers le bas"**. Retirer du stock pour un produit dans un entrepôt donné
- **Icône "flèches transversales"**. Transférer du stock d'un entrepôt à un autre

--	--	MacBook Air	--	+
0		MacBook	250	↑ ↓ ↔
--	--	iPod touch	--	+

Les deux dernières icônes n'apparaissent que s'il y a déjà du stock du produit en question dans l'un des entrepôts.

Ajouter du stock à un entrepôt

Pour ajouter du stock, utilisez l'action "Ajouter du stock" (flèche vers le haut) en relation avec le produit ou déclinaison de produit souhaitée. Une page s'ouvre, où les informations importantes du produit sont rappelées afin de l'identifier de façon certaine (référence, codes EAN13 et UPC et dénomination). Cette information ne peut pas être changée dans ce formulaire, donc elle est grisée.

Vous devez alors spécifier :

- **Quantité à ajouter.** Le nombre doit être positif. Vous ne pouvez pas enlever de la quantité en utilisant un nombre négatif.
- **Disponible à la vente ?.** Si cette quantité de stock est utilisable en boutique ou bien simplement entreposée et réservée à un usage ultérieur.
- **Entrepôt.** L'entrepôt dans lequel le produit doit être ajouté. Le formulaire ne vous laisse ajouter du stock de ce produit que dans un entrepôt à la fois. Si vous devez ajouter du stock de ce produit dans plus d'un entrepôt, vous devez reprendre tout le processus d'ajout pour chaque entrepôt.
- **Prix unitaire HT.** Le prix unitaire du produit au moment de l'ajout en stock (pour la valorisation).
- **Devise.** La devise du prix unitaire. Si la devise n'est pas disponible, vous pouvez la créer dans la page "Devises" du menu "Localisation", ou importer une devise depuis la page "Localisation" de ce même menu, en important le pack de localisation du pays de la devise que vous voulez utiliser.
- **Label.** Un libellé pour le mouvement de stock généré, pour référence future. C'est purement informatif.



En survolant avec votre curseur les champs "Quantité à ajouter" et "Prix unitaire HT", vous aurez un rappel des valeurs saisies lors du dernier ajout.

Tout ce qui est lié aux valorisations est géré automatiquement selon le mode de gestion choisi dans chaque entrepôt. De même pour les conversions de devises.

Retirer du stock d'un entrepôt

Lorsque vous voulez retirer une certaine quantité de stock d'un produit, vous devez utiliser l'action "Supprimer du stock" (flèche vers la bas, disponible

uniquement quand il y a déjà des produits en stock). Une nouvelle page s'ouvre, contenant un formulaire où est affichée les informations les plus importantes, afin de vous aider à identifier le produit avec certitude (référence, codes EAN13 et UPC, et son nom). Ces informations ne peuvent pas être changées depuis ce formulaire, donc elles sont grisées.

Vous devez alors spécifier :

- **Quantité à supprimer.** Le nombre doit être positif. Vous ne pouvez pas ajouter de la quantité en utilisant un nombre négatif.
- **Utilisable à la vente.** Si cette quantité doit être retirée parmi celles utilisables en boutique ou parmi l'ensemble du stock (y compris les quantités réservées).
- **Entrepôt.** Dans quel entrepôt retirer cette quantité. Le formulaire ne vous laisse retirer du stock de ce produit que dans un entrepôt à la fois. Si vous devez retirer du stock de ce produit dans plus d'un entrepôt, vous devez reprendre tout le processus de retrait pour chaque entrepôt.
- **Label.** Un libellé pour le mouvement de stock généré, pour référence future. C'est purement informatif.

Tout ce qui est lié aux valorisations est géré automatiquement selon le mode de gestion choisi dans chaque entrepôt. De même pour les conversions de devises.

Transférer du stock d'un entrepôt à un autre

Le transfert de stock permet de transférer des produits d'un entrepôt à un autre, ou d'un état à l'autre (utilisable en boutique / réservé) au sein du même entrepôt. Vous devez utiliser l'action "Transférer du stock" (flèches transversales, disponible uniquement s'il y a déjà du stock de ce produit). Une page s'ouvre, où les informations importantes du produit sont rappelées afin de l'identifier de façon certaine (référence, codes EAN13 et UPC et dénomination). Cette information ne peut pas être changée dans ce formulaire, donc elle est grisée.

Vous devez alors spécifier :

- **Quantité à transférer.** Le nombre doit être positif.
- **Entrepôt d'origine.** L'entrepôt "source", depuis lequel vous souhaitez transférer des produits, ou dans lequel vous souhaitez modifier l'état de certains stocks.

- **Disponible à la vente dans l'entrepôt d'origine?** Si la quantité à retirer de l'entrepôt "source" doit l'être parmi celles utilisables en boutique ou parmi celles réservées
- **Entrepôt destinataire.** L'entrepôt "cible", vers lequel vous souhaitez transférer des produits. Si vous voulez simplement l'état de certains stocks dans votre entrepôt "source", faites attention de bien choisir le même entrepôt en source comme en destination.
- **Disponible à la vente dans l'entrepôt destinataire ?** Si la quantité à ajouter dans l'entrepôt "cible" est utilisable en boutique ou réservée. C'est également l'option à utiliser lorsque vous souhaitez simplement modifier l'état d'une partie de votre stock dans l'entrepôt "source" :
 - Si vous ne voulez pas changer l'état lors d'un transfert entre deux entrepôt : assurez-vous que les deux réglages "Disponible à la vente ?" sont identiques.
 - Si vous souhaitez changer l'état, que ce soit au sein d'un même entrepôt ou lors d'un transfert entre deux entrepôts : assurez-vous que les deux réglages "Disponible à la vente ?" sont différents.

Tout ce qui est lié aux valorisations est géré automatiquement selon le mode de gestion choisi dans chaque entrepôt. De même pour les conversions de devises.

Mouvements de stocks


Cette interface permet de consulter l'historique des mouvements de stocks. Il est possible d'afficher tous les mouvements de stocks ou bien ceux liés à un entrepôt. Des filtres peuvent être appliqués pour affiner votre recherche.

Référence ▼▲	EAN-13 ▼▲	UPC ▼▲	Nom ▼▲	Entrepôt ▼▲	Signe ▼▲	Quantité ▼▲	Prix HT ▼▲	Label ▼▲	Employé ▼▲	Date ▼▲
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	De <input type="text"/> À <input type="text"/>
0			MacBook	Entrepôt principal	↑	250	1 234,00 €	Augmenter	Dupont Jean	26/10/2012 16:08:15

Quand la sélection "Filtrer les mouvements par entrepôt" est sur un entrepôt, il est possible d'exporter en CSV la liste ainsi obtenue.

État instantané du stock

Cette interface permet d'obtenir un aperçu précis de votre stocks, que ce soit globalement ou par entrepôt. Les nombres affichés sont corrects à l'affichage de la page.

Référence ▼▲	EAN-13 ▼▲	UPC ▼▲	Nom ▼▲	Prix HT ▼▲	Valorisation ▼▲	Quantité physique ▼▲	Quantité utilisable ▼▲	Quantité réelle ▼▲	Actions
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	--	--	--	--	--	--
	0		MacBook	--	N/A	250	250	250	
				1 234,00 €	308 500,00 €	250	250		

Pour chaque produit ou déclinaison de produit, les indicateurs suivants sont disponibles :

- Quantité disponible en stock.
- Stock disponible à la vente.
- Quantité réelle (comme expliqué précédemment).
- Prix unitaire (HT).
- Valorisation du produit en fonction de la quantité physique de stock.

En fonction de la méthode de valorisation choisie, la répartition des prix unitaires et des valorisations associées est disponible en cliquant sur l'action "Détails" (icône "+").

De plus, pour un entrepôt donné, vous disposez de deux moyens d'exporter la liste affichée au format CSV :

- Exporter les indicateurs liés aux quantités.
- Exporter les indicateurs liés aux valorisations.

Couverture de stock

Cette interface vous permet de consulter la couverture de votre stock. Celle-ci indique le nombre de jours de consommation que le stock peut couvrir. Cette information est utile pour prévoir à l'avance les réapprovisionnements nécessaires. Elle est calculée en fonction des mouvements précédemment enregistrés.

Filtrer sur une période :
 Filtrer par entrepôt :
 Surligner quand la prévision (en jours) est inférieure à :

Page 1 / 1 | Afficher / 1 résultat(s)

Référence	EAN-13	UPC	Nom	Quantité vendue	Couverture	Quantité	Actions
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	--	--	--	--
	0		MacBook	--	--	250	

Vous pouvez consulter la couverture de stock pour l'ensemble des entrepôts ou pour un entrepôt en particulier.

Vous pouvez aussi choisir la période (une semaine, deux semaines, trois semaines, un mois, six mois et un an) sur laquelle les mouvements de stocks enregistrés seront pris en compte pour le calcul de la couverture.

Enfin, vous pouvez mettre en évidence le stock dont le nombre de jours de consommation est inférieur à une valeur (en jours) saisie. Cela surlignera les produits concernés afin de les identifier rapidement.

Pour obtenir la couverture de stock des déclinaisons d'un produit, il vous faudra utiliser l'action "Détails" (icône "+") pour le produit souhaité.

✓ Enfin, il est possible de recevoir des alertes sur la couverture de stock d'un produit. Le module de notification par e-mails (mailalerts) a été mis à jour pour prendre en compte la couverture du stock. Il est donc disponible de donner un nombre de jours de couverture à partir desquels vous recevrez une notification. Lisez la documentation de ce module.

Commandes aux fournisseurs

L'une des fonctionnalités majeure de la gestion des stocks est la possibilité de passer des commandes à des fournisseurs afin de gérer les réapprovisionnements.

Cette interface vous permet de gérer l'ensemble de vos commandes à vos fournisseurs, ainsi que des modèles de commandes réutilisables.

Référence ▼▲	Fournisseur ▼▲	Entrepôt ▼▲	État ▼▲	Création ▼▲	Dernière modification ▼▲	Livraison (attendue) ▼▲	Exporter	Actions
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	De <input type="text"/> À <input type="text"/>	De <input type="text"/> À <input type="text"/>	De <input type="text"/> À <input type="text"/>	--	--
123456	AppleStore	Entrepôt principal	1 - CRÉATION EN COURS	26/10/2012	26/10/2012	31/10/2012	- -	
Dernière mise à jour		Employé		État				
26/10/2012 16:12:12		Dupont Jean		1 - CRÉATION EN COURS				
26/10/2012 16:11:48		Dupont Jean		1 - CRÉATION EN COURS				

La création d'un modèle de commande fonctionne comme la création d'une commande (excepté le champ "Date de livraison"). Seul le processus de création d'une commande sera donc expliqué.

Création d'une commande

La création d'une commande à un fournisseur se décompose en deux étapes : créer la commande, puis y ajouter des produits.

Informations de la commande

Référence : *

Référence de votre commande.

Fournisseur : *

Sélectionnez votre fournisseur.

Entrepôt : *

Sélectionnez l'entrepôt où vous souhaitez recevoir les produits.

Devise : *

La devise de la commande.

Langue de la commande : *

La langue de la commande.

Taux de remise global (%) : *

Il s'agit du taux de remise global pour cette commande.

Charger automatiquement les produits : ☐

Si spécifié, chaque produit dont la quantité est inférieure ou égale à cette valeur sera chargé.

Date de livraison : *

Il s'agit de la date de livraison attendue pour cette commande.

Commencez donc par définir les entêtes de la commande :


- Spécifiez une référence unique. Il s'agit d'une référence administrative ; n'utiliser donc pas un nombre qui vous semble unique.
- Sélectionnez un fournisseur. Si le fournisseur désiré n'est pas dans la liste déroulante, vous devez le créer en passant par la page "Fournisseurs" du menu "Catalogue".
- Sélectionnez un entrepôt pour la réception de la commande. Vous devez avoir déjà créé au moins un entrepôt.
- Sélectionnez une devise dans laquelle sera formalisée la commande. Si besoin est, vous pouvez créer ou importer une devise, en passant par respectivement par les pages "Devises" ou "Localisation" du menu "Localisation".

- Sélectionnez une langue dans laquelle sera formalisée la commande. Si besoin est, vous pouvez créer ou importer une langue, en passant par respectivement par les pages "Langues" ou "Localisation" du menu "Localisation".
- Si besoin est, spécifiez une remise globale sur la commande en pourcentage. Vous pouvez laisser le champ à "0" si vous n'avez pas de remise sur cette commande.
- Si besoin, spécifiez la quantité physique d'un produit en dessous de laquelle tous les produits doivent être réapprovisionnés, et donc ajoutés automatiquement à la commande. Chaque produit pré-ajouté aura comme quantité à commander la quantité saisie retranchée de la quantité déjà disponible.
- Spécifiez une date prévisionnelle de livraison.

Une fois la commande créée, celle-ci apparaît dans la liste avec l'état "Création en cours". Cet état permet de modifier les informations précédemment renseignées ainsi que d'ajouter des produits à la commande, ce qui constitue la deuxième étape.

Pour faire cette seconde étape, il suffit de cliquer sur l'action "Modifier" de la commande que vous venez de créer. L'interface proposée est la même que pour la création, avec un second formulaire sous les champs précédents, que vous pouvez utiliser pour ajouter des produits via un moteur de recherche intégré. Les produits éventuellement pré-ajoutés apparaissent directement sous forme de liste.




Pour chaque produit, il convient de spécifier ou mettre à jour le prix d'achat unitaire hors taxes, la quantité à commander, un éventuel taux de taxe applicable, et une éventuelle remise spécifique pour ce produit.

 Il est impossible de supprimer une commande : vous ne pouvez que l'annuler.

Une fois la commande créée, vous devez continuer le processus, en indiquant les changements d'état dans l'interface de PrestaShop. C'est à cela que sert le premier bouton d'action de la liste. Cliquez sur l'icône "Modifier l'état" pour ouvrir le formulaire de changement d'état. Lisez la section "Changer l'état d'une commande fournisseur" ci-dessous pour avoir plus d'information.


Création d'un modèle de commande

L'intérêt du modèle est qu'il permet de base pour générer une commande.

Référence ▼▲	Fournisseur ▼▲	Entrepôt ▼▲	Création ▼▲	Actions
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	De <input type="text"/> À <input type="text"/>	--
1234567	AppleStore	Entrepôt principal	26/10/2012	  

Le processus de création d'un modèle de commande est le même que celui d'une commande, sauf que :

- Il n'est pas demandé de spécifier une date prévisionnelle de livraison.
- la valeur saisie pour "Charger automatiquement les produits" sera la quantité à commander pour les produits chargés et non le différentiel stock / valeur saisie.

 Informations de la commande

Référence : *
Référence de votre commande.

Fournisseur : ▼ *
Sélectionnez votre fournisseur.

Entrepôt : ▼ *
Sélectionnez l'entrepôt où vous souhaitez recevoir les produits.

Devise : ▼ *
La devise de la commande.

Langue de la commande : ▼ *
La langue de la commande.

Taux de remise global (%) : *
Il s'agit du taux de remise global pour cette commande.

Charger automatiquement les produits :
Si spécifié, chaque produit dont la quantité est inférieure ou égale à cette valeur sera chargé.







Par ailleurs, contrairement à une commande :

- Un modèle ne possède pas d'état.
- Un modèle peut être supprimé.
- Un modèle n'a pas d'historique de modifications.

Une fois que vous avez créé le modèle, il suffit d'utiliser l'action "Utiliser ce modèle pour créer une commande fournisseur" (l'icône "deux fenêtres") pour lancer la création d'une commande.

Changer l'état d'une commande fournisseur

Chaque commande dispose de plusieurs actions. L'une d'entre elles vous permet de modifier l'état. Il y a six différents états possibles par défaut, mais vous pouvez ajouter les vôtres (lire la section "Configuration") de ce chapitre.

Nom ▼ ▲	Modifiable ?	Note de livraison disponible ?	Est un état d'attente de livraison ?	Est un état de livraison ?	Est un état de livraison effectuée ?	Actions
	-- ▼	-- ▼	-- ▼	-- ▼	-- ▼	--
1 - CRÉATION EN COURS	✓	✗	✗	✗	✗	
2 - COMMANDE VALIDÉE	✗	✓	✗	✗	✗	
3 - EN ATTENTE DE RÉCEPTION	✗	✗	✓	✗	✗	
4 - COMMANDE RÉCEPTIONNÉE PARTIELLEMENT	✗	✗	✓	✓	✗	
5 - COMMANDE RÉCEPTIONNÉE TOTALEMENT	✗	✗	✗	✓	✓	
6 - COMMANDE ANNULÉE	✗	✗	✗	✗	✓	

Voici la signification des six états par défaut :

1. **Création en cours.** C'est l'étape de création de la commande où il est possible de tout modifier à volonté.
2. **Commande validée.** Cette étape permet de valider la commande et figer les informations y figurant (prix d'achat, quantités, ...). À cette étape, une nouvelle action apparaît et permet d'éditer au format PDF le bon de commande à envoyer au fournisseur.
3. **En attente de réception.** Il faut passer la commande dans cet état dès que le fournisseur a reçu le bon de commande et validé celui-ci. Il sera possible à partir de ce moment d'enregistrer des réceptions de produits.
4. **Commande réceptionnée partiellement.** Dès qu'une première réception de produit à lieu, la commande passe dans cet état. Des réceptions multiples sont possibles et un historique est conservé pour chaque produit. A chaque réception, le stock est automatiquement incrémenté.
5. **Commande réceptionnée totalement.** Lorsqu'une commande est réceptionnée complètement ou partiellement suite à une annulation partielle, il faut la passer dans cet état. Les stocks ne seront donc plus affectés à ce niveau et il n'est plus possible de faire d'actions sur la commande.
6. **Commande annulée.** Cet état concerne les commandes annulées peu importe la raison. Les stocks ne seront donc plus affectés à ce niveau et il n'est plus possible de faire d'actions sur la commande.

À chaque changement d'état, l'interface de changement d'état évolue afin de proposer uniquement les états possibles en fonction de l'état en cours. Les états qui ne sont pas disponibles sont grisés.

Détails d'une commande fournisseur

La liste des commandes vous permet d'avoir une vision synthétique de votre commande, et de télécharger le bon de commande généré en PDF (rendu disponible dès que vous avez validé la commande).

Vous pouvez également la commande fournisseur au format PDF depuis la page de changement d'état.

L'action "Détails" vous permet d'afficher l'historique de changement d'état pour la commande en cours.

Enregistrement d'une réception de produits

Une fois que la commande est passée à l'état "En attente de réception", une nouvelle action est rendue disponible. À l'aide de l'icône "camion", l'action "Mettre à jour les réceptions en cours" vous permet d'enregistrer la réception de produits dans un ordre donné.

Le formulaire qui s'ouvre après avoir cliqué sur cette action vous permet de voir combien d'articles sont attendus, et d'indiquer la quantité de produit livré pour chaque produit. Cliquez sur le bouton "Mettre à jour la sélection" pour indiquer que les produits cochés ont bien été reçus, dans la quantité que vous avez indiqué avec le champ "Quantité reçue aujourd'hui ?". La case à gauche de chaque ligne doit être cochée pour que PrestaShop la prenne en compte.

Cette opération peut être faite autant de fois que nécessaire, et il est possible de recevoir et intégrer dans le stock plus de produits qu'attendu.

Si vous avez reçu moins de produits qu'attendu, l'état de la commande passe automatiquement à l'état "Commande réceptionnée partiellement".

Pour chaque produit, un historique des réceptions est disponible (action "Détails"), ainsi qu'une indication sur la quantité reçue, attendue, et restante. Si "quantité reçue" est égale à la "quantité attendue", la ligne correspondante sera affichée en vert. Si la "quantité reçue" est supérieure à la "quantité attendue", la ligne correspondante sera affichée en rouge.

Quand tous les produits d'une commande ont été reçus, vous devez changer l'état de la commande pour "Commande réceptionnée totalement".

Import CSV

Via l'interface dédiée aux imports CSV, il est possible d'importer des commandes et des produits à commander.

Export CSV

Via l'interface de commandes aux fournisseurs, il est possible de filtrer la liste des commandes ou les détails de ces commandes, à exporter, selon les filtres disponibles dans la liste (référence, fournisseur, etc.).

Par ailleurs, il est possible de ne pas afficher les commandes terminées ou annulées, à l'aide des cases à cocher appropriées.

Configuration

Cette interface permet de configurer et personnaliser :


- Les états possibles pour une commande à un fournisseur.
- Les libellés de mouvements de stocks.
- Les libellés par défaut pour certains mouvements de stocks utilisé de façon standard dans la solution.


Ajouter un nouvel état de commande par défaut


Il est possible d'ajouter des états personnalisés selon votre activité. Il n'est pas possible de supprimer les états par défaut.

La liste sur la page principale vous permet d'avoir une meilleure vision des états disponibles, et leur impact sur une commande.

Cliquez sur la bouton "Créer" pour atteindre le formulaire de création.

 **Etats des commandes fournisseurs**

Etat : 

Couleur : 

Le background du back-office sera affichée dans cette couleur. Couleurs HTML seulement.

Modifiable : ☐ ☒ ☐ ☐

Pour cet état, vous devez définir s'il est possible de modifier la commande. Une commande modifiable est une commande qu'il n'est pas possible d'envoyer au fournisseur.

Bon de livraison : ☐ ☒ ☐ ☐

Pour cet état, vous devez définir s'il est possible de générer le bon de livraison de la commande.

Condition à la livraison : ☐ ☒ ☐ ☐

Pour cet état, vous devez définir si les produits ont été reçu en partie ou totalement. Cela permet de savoir si les produits commandés doivent être ajoutés aux entrepôts correspondants.

En attendant la réception : ☐ ☒ ☐ ☐


Cet état signifie-t-il que vous êtes en attente pour la livraison ?


Un statut a un libellé, une couleur, et permet de définir si :


- La commande est modifiable. Tant que la commande est modifiable, vous ne pouvez pas l'envoyer au fournisseur.
- Le bon de commande peut être généré.
- Une réception de produits est en attente, ce qui signifie que vous n'avez pas reçu tous les produits commandés.
- Une réception de produits est en cours, ce qui signifie que vous attendez encore que vos produits n'arrivent.

Ajouter un libellé de mouvements de stock

Il est aussi possible d'ajouter des libellés de mouvements de stock. Cliquez sur le bouton "Créer" de la section "Libellés de mouvements de stock" pour ouvrir le formulaire de création.

 **Label de mouvement de stock**

Nom :  *

Action :  *

Sélectionnez l'action correspondante : incrémenter ou décrémenter le stock.

Il suffit de définir un libellé et spécifier s'il correspond à un ajout de stock ou un retrait de stock. Ces libellés seront utilisables lors d'un ajout/retrait/transfert de stock manuel (comme expliqué précédemment).

Modifier les états des commandes fournisseurs


The screenshot shows the 'Options' tab in the PrestaShop configuration interface. It contains four dropdown menus for setting default labels for stock management actions:

- Label par défaut lors de l'incrémentation du stock :** Set to 'Augmenter'.
- Label par défaut lors de la décrémentation du stock :** Set to 'Diminuer'.
- Label par défaut lors de la décrémentation du stock quand une commande est envoyée :** Set to 'Commande client'.
- Label par défaut lors de l'incrémentation du stock quand un retour de commande est validé :** Set to 'Commande fournisseur'.

Il est possible de choisir les états des commandes fournisseurs par défaut pour les cas standards suivants :

- Incrémentation du stock (manuellement).
- Décrémentation du stock (manuellement).
- Décrémentation du stock suite à l'expédition d'une commande d'un client.
- Incrémentation du stock suite à une réception de produit sur une commande fournisseur.

Règles de gestion

Vous trouverez ici les règles de gestion appliquées automatiquement dans la gestion des stocks.

Chaque entrée ou sortie de stock doit pouvoir être valorisée. C'est pourquoi chaque produit unitaire entré en stock doit avoir un prix unitaire hors taxes (d'achat ou de production) associé que ce soit par l'intermédiaire d'une commande fournisseur, ou d'une entrée manuelle. Et chaque sortie de produit doit aussi être valorisée.

Il existe pour cela trois méthodes de valorisation principales qu'il faut choisir en fonction de son activité ou des règles en vigueur dans son pays pour chaque entrepôt :

- FIFO (*First In, First Out* ; premier entré, premier sorti).
- LIFO (*Last In, First Out* ; dernier entré, premier sorti).
- CUMP (Coût Unitaire Moyen Pondéré).

Dans le cas des méthodes FIFO et LIFO, chaque produit unitaire dans le stock possède un prix d'achat fixé au moment de son ajout au stock. Ainsi, pour une référence donnée disponible en 100 exemplaires, 40 exemplaires peuvent avoir un prix d'achat X, et 60 un prix d'achat Y. Lors du passage d'une commande, et selon la méthode choisie, on sait quel produit réserver et à quel prix d'achat, ce qui permet de gérer précisément un éventuel retour de commande et remettre les produits en stock avec leurs prix d'achat d'origine.

Le tableau ci-dessous illustre l'utilisation de la méthode FIFO pour valoriser un stock. Dans ce cas, on construit un tableau à deux entrées (prix et quantités par type de mouvement). On ajoute de nouvelles colonnes au fur et à mesure des réceptions faites avec de nouveaux prix.

Prix	4	6	7
Stock initial	1000		
Entrée		500	
Sortie	(700)		
Sortie	(300)	(400)	
Entrée			900
État instantané	0	100	900

La valeur du stock lors de l'état instantané dans ce cas est de 6900.

Le tableau ci-dessous illustre l'utilisation de la méthode FIFO pour valoriser un stock. Nous reprenons les mêmes entrées et sorties que dans l'exemple précédent. Le principe est identique au cas du FIFO, sauf que lors des sorties, on consomme prioritairement les dernières unités entrées.

Prix	4	6	7
Stock initial	1000		
Entrée		500	
Sortie	(200)	(500)	
Sortie	(700)		
Entrée			900
État instantané	100	0	900

La valeur du stock lors de l'état instantané dans ce cas est de 6700.

La troisième méthode couramment utilisée pour valoriser un stock est le Coût Unitaire Moyen Pondéré. Le calcul du CUMP se fait après chaque entrée dans le stock.

Pour un produit donné, le calcul du CUMP se fait avec la formule :

$$\checkmark \text{ CUMP} = (\text{QS} * \text{CUMP précédent} + \text{QA} * \text{CU}) / (\text{QS} + \text{QA})$$

Sauf si QS est négative ou nulle, auquel cas CUMP = CU.

Avec :

- QS = Quantité actuellement en stock, ou stock initial.
- QA = Quantité à ajouter en stock.
- CU = Coût Unitaire (prix d'achat HT ou coût de production).

Le tableau ci-dessous illustre l'évolution du CUMP en prenant l'exemple d'un produit initialement en 20 exemplaires en stock, et acheté à un prix unitaire de 2. Les nouvelles entrées/sorties seront valorisés de la façon suivante :

	Entrées	PU entrées	Sorties	PU sorties	CUMP	Valeur du stock
Stock Initial	20	2			2	40
Date X			12	2	2	16
Date Y	20	3.4			3*	84
Date Z			10	3	3	54

* : Détail du calcul : $((8 \text{ quantités restantes en stock} * 2) + (20 \text{ quantités à ajouter} * 3,4)) / 28 \text{ quantités au total} = 3$.

À la date Y, on a donc recalculé le CUMP en fonction du nombre de produits ajoutés au stock et de leur nouvelle valeur unitaire. L'ensemble des produits en stock a donc une valeur unitaire réaffectée en fonction du nouveau CUMP.

Gérer plusieurs boutiques

L'une des principales nouveautés de PrestaShop 1.5 s'appelle le "mode multiboutique", c'est à dire la possibilité de gérer plusieurs boutiques à partir du même back-office.

Grâce à cette fonctionnalité, vous pouvez gérer des boutiques qui partagent de nombreux éléments communs. Pour gagner en efficacité, vous pouvez créer des groupes de boutiques.

Comment savoir si vous avez besoin du mode multiboutique

Il arrive qu'une boutique pour laquelle on pense utiliser le multiboutique ne le nécessite pas. C'est le cas notamment lorsque l'on souhaite faire seulement un site multilingue, multidevises ou avec un template graphique différent par catégorie.

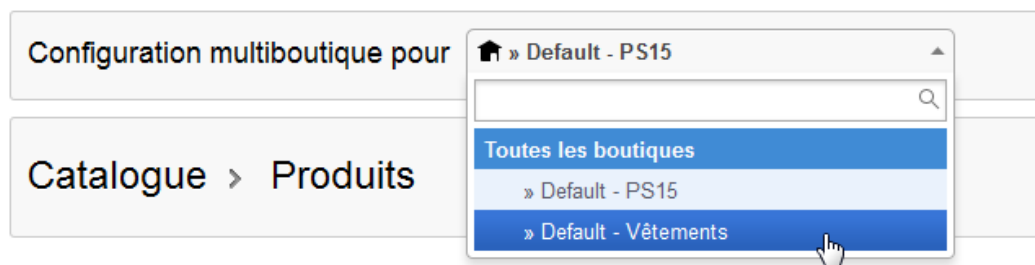
Voici donc les deux questions à se poser pour savoir si un site nécessite le multiboutique ou non :

1. Souhaitez-vous pouvoir afficher des prix différents pour un même produit ? (hors prix particuliers pour groupe de client / client)
Si oui, c'est forcément du multiboutique.
2. Est-ce que l'historique des commandes et les factures d'un client sur une boutique sont invisibles pour lui depuis l'autre boutique (et même si le client peut s'identifier sur les deux boutiques) ?
Si oui, c'est forcément du multiboutique et les visiteurs qui mettront des articles au panier sur chaque boutique auront un panier différent sur chaque boutique.

Si les deux réponses sont négatives, ce n'est pas du multiboutique.

Un seul back office pour plusieurs boutiques Front-Office

Une fois que la fonctionnalité multiboutique est activée dans votre installation de PrestaShop 1.5, de nombreux aspects de PrestaShop sont personnalisables pour chaque boutique



Dans le tableau suivant, vous trouverez si un élément peut être personnalisé par boutique, par groupe de boutiques ou pour toutes les boutiques en même temps.

Élément	Par boutique	par groupe de boutique	Toutes les boutiques
Employés	X	X	X
Groupes de clients	X	X	X
Produits	X	X	X
— Prix	X	X	X
— Déclinaisons et prix	X	X	X
— Langues	X	X	X
— Images multiples (sauf l'image principale)	X	X	X
— Quantités disponibles à la vente, à condition que : <ul style="list-style-type: none"> • L'option de partage des quantités disponibles à la vente ait été cochée pour le groupe, • Le groupe ne partage pas ses 	X	X	

quantités avec une boutique en dehors du groupe.			
— Toutes les autres informations (description, tags, URL simplifiées, etc.)	X	X	X
Valeurs et Attributs, Caractéristiques	X	X	X
Réductions : règles de promotions panier	X		
Réductions : règles de promotions catalogue	X		
Règles de taxes	X	X	X
Catégories (sauf l'image principale)	X	X	X
Transporteurs	X	X	X
Entrepôts	X	X	X
Stock avancé	X		
Fournisseurs	X	X	X
Marques	X	X	X
Pages CMS	X	X	X
Contacts	X	X	X
Pays Le statut d'un pays (activé ou désactivé) est commun à toutes les boutiques auxquelles il est associé.	X	X	X
Devises	X	X	X
Langues	X	X	X
Modules	X	X	X
— Points d'accroche et exceptions	X	X	X
— Activation / Désactivation	X	X	X
— Configuration (par exemple nom d'utilisateur et mot de passe pour PayPal)	X		
Modules de paiement	X	X	X
— Restrictions par pays	X		

— Restrictions par devise	X		
— Restrictions par groupe d'utilisateur	X		
URLs personnalisées	X		
Scènes	X	X	X
Comptes service web	X	X	X
Carrousel d'image (slider) pour votre page d'accueil	X		
Élément	Par boutique	par groupe de boutique	Toutes les boutiques



Notes

Catégories : un produit apparaît en front office dans une catégorie donnée d'une boutique si et seulement si il a été associé à cette catégorie dans le contexte de la boutique. En d'autres termes : si les boutiques A et B ont en commun la catégorie C, on peut associer un produit P dans le contexte de la boutique A à la catégorie C, et ce produit P ne sera pas visible dans la boutique B à la catégorie C.

Transporteurs : vous pouvez gérer les associations de transporteurs par boutique, par groupe, ou sur l'ensemble des boutiques, mais pas personnaliser un transporteur par boutique. Il faut dupliquer le transporteur si vous souhaitez utiliser un même transporteur avec des tranches de prix différentes sur deux boutiques.

Entrepôts : bien que la gestion avancée du stock ne puisse être utilisée qu'avec une boutique à la fois, les entrepôts peuvent être gérés par groupe de boutiques, et vous pouvez simplement gérer les entrepôts pour manipuler le stock de manière avancée.

Pour chaque boutique, vous pouvez définir des prix spécifiques pour les produits, partager tout ou partie du catalogue, changer les images des produits, etc.

Vous pouvez choisir de partager les comptes clients pour permettre à vos clients de s'identifier sur l'ensemble de vos boutiques avec les mêmes identifiants, et même de se connecter à toutes vos boutiques de manière transparente.

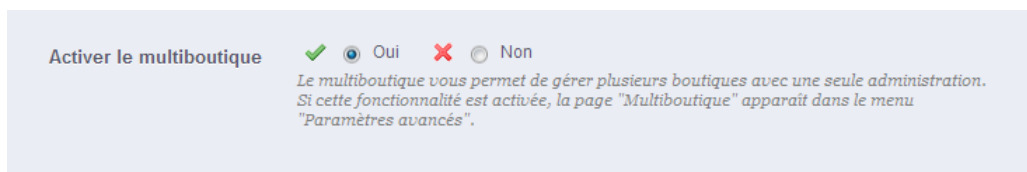
Avec la gestion avancée des stocks, vous pouvez gérer plus finement les associations entre les entrepôts et les boutiques.

Utiliser le mode multiboutique

Activer le multiboutique

Pour transformer votre installation PrestaShop à boutique unique en une installation multiboutique se fait très rapidement :

1. Connectez-vous à l'administration de votre boutique,
2. Dans le menu "Préférences", ouvrez la page "Générales",
3. Trouvez l'option "Activer le multiboutique" et passez-la à "Oui".
4. Enregistrez votre changement.



Voilà tout : la mode multiboutique est maintenant en place, à commencer par l'addition de la page "Multiboutique" dans le menu "Paramètres avancés". C'est de cette page que vous allez gérer les différentes boutiques créées avec votre installation de PrestaShop.

L'interface multiboutique

La page "Multiboutique" comprend trois sections principales :

- **Arbre multiboutique.** Vous donne un aperçu global de vos groupes de boutiques, et de leurs boutiques, et même des adresses web rattachées à une boutique. Par défaut, il n'y a qu'une seule boutique, dans le groupe par défaut : votre boutique principale.
- ***Groupe de boutique ***. Liste les groupes de boutiques disponibles. Vous pouvez les modifier en cliquant sur l'icône "Modifier" à droite.
- **Options multiboutiques.** Liste les options disponibles pour les boutiques existantes.
 - **Boutique par défaut.** La boutique par défaut est celle qui vous sert de point central pour toutes les autres, partage ses détails

avec d'autres boutiques (produits, transporteurs, etc.), et est celle qui apparaît quand vous vous connectez à l'administration.

Créer un nouveau groupe de boutiques

Le fait d'avoir un groupe de boutiques vous permet de partager certaines caractéristiques entre les boutiques de ce groupe : catalogue, employés, transporteurs, modules, etc. Cela vous permet de gérer un ensemble de boutiques aussi facilement que si vous gériez une boutique seule, tout en pouvant régler plus finement les détails de chaque boutique à la main. Ainsi, il ne vous faudra qu'une action pour appliquer de nouveaux paramètres à toutes les boutiques d'un groupe. En mode multiboutique, un menu déroulant est disponible en haut de la plupart des pages de l'administration, et vous permet de filtrer vos modifications par boutique ou groupe de boutiques.

Arbre multiboutique

- Groupe de boutique
 - Groupe : Default
 - PS15
 - 127.0.0.1/ps15x-demo/
 - Vêtements

Groupe

Attention : il n'est pas recommandé d'activer les options "partage des clients" et "partage des commandes", car une fois activées et que des clients ou commandes sont passées, il ne sera plus possible de les désactiver. Si vous souhaitez tout de même utiliser ces options, demandez-vous au préalable si scinder votre catalogue produit en plusieurs catégories avec des thèmes différents ne serait pas plus judicieux.

Nom du groupe :

Partager les clients : ☒ ☒ ☒ ☒

Partager les quantités disponible à la vente : ☒ ☒ ☒ ☒

Partager les commandes : ☒ ☒ ☒ ☒

État : ☒ ☒ ☒ ☒

* Champ requis

i Techniquement, lorsque vous sélectionnez un groupe de boutiques dans le menu déroulant, les entités affichées présentent **l'union** des entités rattachées aux boutiques dans ce groupe.

Plus généralement, les paramètres sont appliqués à toutes les entités appartenant à l'entité choisie avec le menu déroulant multiboutique. Tout ceci est expliqué en détail dans ce chapitre.

En cliquant sur le bouton "Ajouter un nouveau groupe de boutiques" ouvre un formulaire avec peu d'options mais beaucoup de texte : assurez-vous de lire chaque description du début à la fin, car elles vous aideront à prendre les bonnes décisions pour ces options. Étant donné que certaines sont irréversibles (vous ne pouvez pas les désactiver après la avoir activé), il vous faut absolument comprendre ce qu'elles activent.

Les réglages sont disponibles sont :

- **Nom du groupe.** Le nom reste privé, et les clients ne le verront pas. Cependant, faites en sorte d'utiliser un nom explicite : plus vous aurez de groupe de boutiques, plus aurez besoin de les discerner rapidement. Vous pouvez changer le nom à tout moment.
- **Partager les clients.** Une fois activée, vous ne pouvez pas désactiver cette option. Très utile quand vous souhaitez autoriser vos clients à

utiliser les même identifiants sur toutes les boutiques de ce groupe de boutiques.

- **Partager les quantités disponibles à la vente.** Vous pouvez avoir différentes quantités disponibles pour un même produit en fonction de la boutique. Avec cette option, toutes les boutiques de ce groupe partageront la même quantité disponible de produit. Cela vous facilitera grandement la gestion de ces quantités.
- **Partager les commandes. Une fois activée, vous ne pouvez pas désactiver cette option.** Cette option ne peut être activée que si les options "Partager les clients" et "Partager les quantités disponible à la vente" sont toutes les deux activées. Avec cette option, les clients qui sont connectés à n'importe quelle boutique de ce groupe pourront accéder à leur historique de commande pour toutes les boutiques du groupe.
- État.



Deux groupes de boutiques ne peuvent pas partager les clients, paniers et commandes.

Les groupes de boutiques existants peuvent être modifiée de la liste des groupes de boutiques sur page d'accueil "multiboutique" : pour ouvrir le formulaire de modification, cliquez simplement sur l'icône "modifier" à droite de la ligne de la boutique. Comme indiqué, vous ne pouvez pas modifier les options "Partager les clients" et "Partager les quantités disponible à la vente".

Créer une nouvelle boutique

L'outil de création de boutique, situé sur la page "Multiboutique", vous permet de définir simplement et précisément à la fois l'apparence front-office de votre boutique (en l'occurrence, son thème) et les éléments que vous voulez y importer depuis votre boutique principale.

Boutique

Nom de la boutique : *

*Ce champ ne se réfère pas le nom de la boutique visible sur le front-office. Suivez **ce lien** pour modifier le nom de la boutique utilisé sur le front-office.*

Groupe de boutiques :

Attention : vous ne pourrez plus changer le groupe de cette boutique, si cette boutique appartient à un groupe avec une des options "partage de clients" ou "partage des quantités" ou "partage des commandes" activée.

Catégorie parente :

*Il s'agit de la catégorie racine de la boutique que vous créez. Afin de définir une nouvelle catégorie parente pour votre boutique, veuillez créer dès maintenant une nouvelle catégorie racine **Cliquez ici***

Catégories associées :

- ☒ iPods
- ☒ Accessoires
- ☒ Portables

En sélectionnant catégories associées, vous choisissez de partager les catégories de produits entre les différentes boutiques. Une fois associées entre les boutiques, toute modification d'une catégorie associée impactera toutes les boutiques pour lesquelles lesdites catégories seront associées.

Thème : 

* Champ requis

En cliquant sur le bouton "Ajouter une nouvelle boutique", un formulaire s'ouvre avec deux sections. La première a 5 options :

- **Nom de la boutique.** Le nom est public : les clients le verront en de nombreux endroits, tels que le titre du site ou les références e-mail. Faites en sorte qu'il corresponde bien à la boutique en question.
- **Groupe de boutiques.** Une boutique ne peut appartenir qu'à un seul groupe de boutique. De même, elle doit appartenir à un groupe.
Note : vous ne pourrez pas déplacer une boutique dans un autre groupe si vous le créer dans un groupe de boutiques ayant l'une de ses trois

options activées ("Partager les clients", "Partager les quantités disponible à la vente" ou "Partager les commandes").

- **Catégorie parente.** Bien que votre boutique principale à la racine de son catalogue comme catégorie racine, les autres boutiques peuvent utiliser soit la même racine, soit une autre catégorie du catalogue en tant que racine – dans les faits, en utilisant un sous-ensemble du catalogue principal comme son propre catalogue.
- **Catégories associées.** En plus de pouvoir limiter le catalogue d'une boutique à un sous-ensemble du catalogue principal (voir l'option "Catégorie parente" ci-dessus), vous pouvez choisir de ne rendre disponible pour cette boutique que certaines sous-catégories de la catégorie principale.
- **Thème.** Vous pouvez utiliser n'importe lequel des thèmes disponibles comme thème de cette boutique. Dans les faits, cela vous permet d'avoir le même catalogue disponible dans deux boutiques complètement différentes, avec thèmes, adresses et prix différents.

La seconde section, "Importer les informations associées (produits, etc.) depuis une autre boutique", vous permet de préciser les données de la boutique principale que vous voulez utiliser au sein de cette boutique.

Importer les informations associées (produits, etc.) depuis une autre boutique

Importer les données : ☒ Oui ☐ Non

Choisissez la boutique (source) : PS15


Choisissez les données :

- ☒ Attributs
- ☒ Bloc CMS
- ☒ Caractéristiques
- ☒ Carrousel d'image (slider) pour votre page d'accueil
- ☒ Comptes service web
- ☒ Contact
- ☒ Déclinaisons
- ☒ Devises
- ☒ Employées
- ☒ Entrepôt
- ☒ Fournisseurs
- ☒ Groupes de clients
- ☒ Images
- ☒ Langues
- ☒ Méta
- ☒ Magasins
- ☒ Marques
- ☒ Menu Haut horizontal
- ☒ Modules
- ☒ Page CMS
- ☒ Pays
- ☒ Points d'accroches des modules
- ☒ Produits
- ☒ Quantités disponibles à la vente
- ☒ Réductions
- ☒ Règles de prix panier
- ☒ Règles de taxes
- ☒ Scènes
- ☒ Sites affluents
- ☒ Transporteurs
- ☒ Zones

Elle dispose de deux options :

- **Importer les données.** Si cette option est désactivée, votre boutique ne partagera aucune donnée avec d'autres boutiques, et la section se fermera d'elle-même. Bien qu'il puisse s'avérer utile de gérer deux boutiques totalement différentes avec une seule installation de PrestaShop, cela signifie également que vous devrez configurer les deux boutiques de A à Z, là où le partage de données vous permet de ne pas recréer des transporteurs, des devises ou des configurations de modules, par exemple. Réfléchissez bien à votre choix, car vous ne pourrez pas revenir en arrière.
- **Choisissez la boutique (source).** Si vous souhaitez effectivement importer des données, vous devez indiquer la boutique de laquelle ces données doivent provenir. Si vous avez déjà défini une sous-boutique de la boutique principale, cela peut vous aider à faire une "copie" de cette sous-boutique, au lieu de devoir configurer à nouveau les diverses options d'import.
- **Choisissez les données.** C'est ici que vous choisissez les types de données que vous souhaitez importer de la boutique source. Vous


devriez au minimum importer tous les modules, même si cela signifie en désactiver certaines, car l'intégralité du front-office est affichée à l'aide de modules, ainsi que certaines sections majeures du front-office.

 Lorsque vous créez un produit dans une nouvelle boutique, et que le produit existe déjà dans une autre boutique, PrestaShop essayera de suggérer un produit existant, afin de ne pas devoir tout recréer.

Au moment d'enregistrer la boutique, PrestaShop vous préviendra qu'elle n'a pas déjà d'URL. Cliquez sur l'avertissement rouge pour en ajouter un (voir ci-dessous).

Mettre en place l'adresse d'une boutique

Chaque boutique peut avoir sa propre adresse – ou même plusieurs adresses – totalement indépendantes de la boutique principale. Vous devez définir au moins une adresse pour chaque boutique.

 Ne créez pas d'adresse à la main, que ce soit sur votre serveur ou votre ordinateur : PrestaShop s'occupera de créer l'adresse pour vous sur le serveur. Au moment d'accéder à l'adresse, PrestaShop redirigera les visiteurs vers la bonne boutique automatiquement.

Deux boutiques ne peuvent pas partager la même adresse. Si vous essayez de donner à une boutique une adresse déjà utilisée par une autre boutique, PrestaShop affichera une erreur.

D'un autre côté, vous pouvez avoir autant de boutiques que vous le souhaitez sur un même domaine : <http://www.monprestashop.com/hommes/>, <http://www.mnprestashop.com/femmes/>, <http://www.monprestashop.com/enfants/>, <http://www.monprestashop.com/animaux/>, etc.

Pour ajouter une adresse à une boutique, sélectionnez la boutique dans le sélecteur "Arbre multiboutique", puis cliquez sur le bouton "Ajouter une nouvelle URL". PrestaShop chargera l'écran avec deux sections et huit options :

- **Options de l'URL.**

- **Boutique.** Un rappel de la boutique à laquelle vous ajouter une adresse. Vous pourriez également vouloir utiliser une autre boutique.
- **URL principale.** En activant cette option, vous indiquez que vous voulez que toutes les autres adresses de cette boutique redirigent vers cette nouvelle adresse.
- **État.** Vous pouvez désactiver et réactiver une adresse à n'importe quel moment.
- URL de la boutique.
 - **Domaine.** L'adresse elle-même. Elle n'a pas à se limiter au nom de domaine : vous pouvez indiquer un sous-domaine si vous en avez besoin, tel que <http://www.myprestashop.com/kids/>.
 - **Domaine SSL.** Si votre domaine SSL est différent du domaine principal, faites en sorte de bien l'indiquer dans ce champ.
 - **URI physique.** Vous pouvez ici configurer le chemin physique de votre boutique sur votre serveur. Si votre boutique se trouve à la racine, laissez ce champ vide.
 - **URI virtuelle.** Vous pouvez rendre la boutique disponible à vos clients de manière transparente à l'aide de cette option : sans devoir créer de sous-dossier, vous pouvez faire en sorte que la boutique soit affichée, grâce à la réécriture d'URL. Bien entendu, la réécriture d'URL doit être activée.
 - **Votre URL finale sera.** Vous donne un aperçu de vos réglages d'adresse.

Exemples d'utilisations en multiboutique

Gestion du catalogue en multiboutique

En mode multiboutique, certaines des pages d'administration de PrestaShop présentent un menu déroulant bien visible, intitulé "Configuration multiboutique pour". Ce menu vous donne le contexte de ce que vous êtes en train de faire : il vous permet de déterminer le groupe ou la boutique pour lesquelles les modifications du catalogue seront effectuées.

Par exemple, lors de la création d'un produit, la sélection de ce menu déterminera si ce produit est disponible pour toutes les boutiques, les boutiques d'un groupe, ou une seule boutique.

Lors de la modification d'un produit, PrestaShop affiche des notifications qui vous aide à comprendre l'étendu de vos modifications. Par exemple, lors de la modification d'un produit dans un contexte "Boutique A", la notification indiquera "Attention, si vous modifiez la valeur des champs qui ont un icône orange, la valeur sera changé dans toutes les boutiques pour ce produit", avec l'icône orange placée en face des champs touchés, tels que "Type", "Référence", les mesures de l'emballage, etc.

De la même manière, si vous modifiez un produit dans le contexte "Toutes les boutiques" ou un contexte de groupe de boutiques, certains champs seront désactivés afin que vous ne puissiez pas les modifier du fait de leur impact global. Si vous avez réellement besoin de modifier son contenu, chaque champ dispose d'une case que vous pouvez cocher pour modifier toutes les boutiques appartenant à ce contexte.



Si vous modifier un champ désactivé, le produit sera créé dans toutes les boutiques du contexte qui n'ont pas déjà ce produit dans leur catalogue. Faites en sorte de vérifier exactement votre contexte.

Gérer les pages CMS en mode multiboutique

Lorsque vous affichez la liste de pages CMS dans le contexte "Toutes les boutiques", toutes les pages CMS sont affichées. De la même manière, lorsque vous vous trouvez un contexte de groupe de boutiques, les pages de toutes les boutiques de ce groupe sont affichées.

Si une page est créée dans un contexte de groupe de boutiques, toutes les boutiques de ce groupe afficheront cette page, et pourtant celle-ci sera unique : la modifier pour une boutique fera qu'elle sera modifiée pour toutes les boutiques de ce groupe.

Sur la page de création, une section apparaît avec une liste, indiquant lesquelles seront touchées.

Gérer les promotions en mode multiboutique

Lors de la création de promotions panier ou catalogue dans un contexte multiboutique, une condition supplémentaire apparaît et permet de choisir les boutiques sur lesquelles apparaît la promotion.

Multiboutique et webservice

L'accès au webservice est lui aussi entièrement paramétrable au niveau de la boutique ou du groupe de boutiques. Lors de la création d'une clé pour le webservice vous pouvez choisir de l'associer soit à toutes les boutiques, soit à des groupes de boutiques, soit à des boutiques individuelles.

Index

Administration	attributs et valeurs 113
employés 392	caractéristiques 115
menus 399	coût du transport 89
permissions..... 397	créer des déclinaisons 90
préférences..... 387	créer un pack de produits 107
profils 395	créer un produit téléchargeable 108
quick access 390	créer une catégorie 72
Back-office	déterminer le prix d'un produit 81
interface..... 53	documents joints..... 129
premiers pas 53	fournisseur 120
préparer votre boutique..... 59	gérer la personnalisation 100
se connecter 49	gérer les caractéristiques du produit..... 98
Catalogue	gérer les documents joints 102
ajouter des produits 76	gérer les entrepôts 105
améliorer le référencement du produit 85	gérer les fournisseurs 104
associations du produit 87	gérer les images du produit 97

gérer les quantités.....	95	factures	148
informations globales d'un produit.....	78	messages prédéfinis.....	157
marque (fabricant)	116	modifier une commande	138
scènes (image maps)	123	retours produits	150
suivi.....	111	status.....	154
tags	126	Formation.....	7, 15, 463
Clients		Front-office	19
adresses.....	168	acheter un produit	41
contacts	177	colonne de droite.....	27
groupes.....	168	colonne de gauche	24
list de vos clients	161	créer un compte client.....	39
paniers.....	171	en-tête.....	21
SAV	172	pied de page.....	23
Service Après-Vente	172	section centrale.....	29
titres de civilité	179	thème par défaut	19
Commandes		trouver une magasin	46
bons de livraison	152	Gestion avancée du stock	
créer un avoir	153	commandes fournisseurs.....	434
créer une commande	131	concepts généraux.....	421
détails d'une commande.....	136	configuration.....	440
		couverture.....	433

entrepôts	426	statistiques et analyses	276
état instantané	433	transporteur et logistique	312
gestion du stock.....	429	vue normale	239
interface.....	424	vue par favoris.....	242
mouvement de stock.....	432	Modules de paiement	
règles de gestion.....	442	Allied Wallet	301
installation	245	Authorize.net AIM	301
Modules		Buyster	302
administration	268	chèque	303
fonctionnalités front-office	279	comptant à la livraison	303
greffe	253	DIBS	304
guides d'achats	316	Google Checkout	306
Live Edit.....	257	Hipay.....	304
paiement.....	300	Moneybookers Skrill.....	305
places de marché.....	317	Ogone	305
position sur la page d'accueil .	253	PayPal	305
prix & promotion	309	virement bancaire	302
publicité et marketing	273	weXpay e-money.....	306
recherche et filtre	310	Multiboutique	
référencement - SEO	310	activation.....	451
sécurité des paiements.....	307	adresse web	458

back-office	448	service web	384
CMS.....	460	SQL manager	378
créer une boutique.....	454	Préférences	
exemples	459	clients	328
interface	451	CMS	339
pour qui ?	447	commandes.....	321
promotions.....	460	coordonnées & magasins.....	347
service web.....	461	images	342
Paie ment		maintenance	357
installation d'un module	261	préférences générales.....	319
restriction par devise.....	262	produits	324
restriction par groupe	264	recherche	353
restriction par pays.....	265	SEO & URLs.....	334
Paramètres avancés		thèmes	329
e-mail.....	368	Promotions.....	181
import.....	370	différence entre un avoir, un bon et une règle panier	182
informations	361	règles de prix catalogue	190
log	383	règles paniers	181
performances	362	Réglages locaux	
sauvegarde de la base de données	376	devises.....	222

états.....	220	explications.....	403
langues.....	213	moteurs de recherche.....	413
localisation.....	209	paramètres.....	412
pays.....	217	sites affluents.....	415
règles de taxe.....	229	statistiques disponibles.....	406
taux de change.....	223	Thèmes	
taxes.....	225	installation.....	248
traductions.....	231	thème mobile.....	251
zones.....	216	Transport.....	195
Service client		frais.....	197
créer un avoir.....	153	tranches de poids.....	205
retours produits.....	150	tranches de prix.....	204
Statistiques		transporteurs.....	198