

Witold Wrotek

PrestaShop

{ Sklep internetowy szyty na miarę }



**Własny sklep internetowy?
Z PrestaShop to nic trudnego!**

Jak zbudować sklep internetowy, który przyciągnie klientów?
Jak zarządzać ofertą i użytkownikami, aby odnieść sukces?
Jak sprawić, aby sklep internetowy przynosił zyski?

Helion



Wszelkie prawa zastrzeżone. Nieautoryzowane rozpowszechnianie całości lub fragmentu niniejszej publikacji w jakiegokolwiek postaci jest zabronione. Wykonywanie kopii metodą kserograficzną, fotograficzną, a także kopiowanie książki na nośniku filmowym, magnetycznym lub innym powoduje naruszenie praw autorskich niniejszej publikacji.

Wszystkie znaki występujące w tekście są zastrzeżonymi znakami firmowymi bądź towarowymi ich właścicieli.

Autor oraz Wydawnictwo HELION dołożyli wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były kompletne i rzetelne. Nie biorą jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich. Autor oraz Wydawnictwo HELION nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

Redaktor prowadzący: Michał Mrowiec
Projekt okładki: Studio Gravite / Olsztyn
Obarek, Pokoński, Pazdrijowski, Zaprucki

Fotografia na okładce została wykorzystana za zgodą Shutterstock.com

Wydawnictwo HELION
ul. Kościuszki 1c, 44-100 GLIWICE
tel. 32 231 22 19, 32 230 98 63
e-mail: helion@helion.pl
WWW: <http://helion.pl> (księgarnia internetowa, katalog książek)

Drogi Czytelniku!
Jeżeli chcesz ocenić tę książkę, zajrzyj pod adres
http://helion.pl/user/opinie/presta_ebook
Możesz tam wpisać swoje uwagi, spostrzeżenia, recenzję.

ISBN: 978-83-246-9012-1

Copyright © Helion 2014

Printed in Poland.

- [Poleć książkę na Facebook.com](#)
- [Kup w wersji papierowej](#)
- [Oceń książkę](#)

- [Księgarnia internetowa](#)
- [Lubię to! » Nasza społeczność](#)

Spis treści

| | |
|--|-----------|
| Wstęp | 9 |
| Nie tylko strony prywatne | 9 |
| Warsztat pracy | 11 |
| Wersja instalacyjna PrestaShop | 12 |
| Wersja instalacyjna XAMPP-a | 13 |
| Instalowanie XAMPP-a | 15 |
| Uruchamianie serwera Apache | 15 |
| Zatrzymywanie serwera Apache | 18 |
| Kończenie pracy z pakietem XAMPP | 18 |
| Sprawdzanie działania serwera | 18 |
| Zabezpieczanie serwera | 20 |
| Uruchamianie bazy danych MySQL | 21 |
| Zabezpieczanie bazy danych | 24 |
| Instalowanie PrestaShop | 27 |
| Pakiet językowy | 33 |
| Podsumowanie | 36 |
| Rozdział 1. Administracja | 37 |
| Logowanie do zaplecza | 37 |
| Preferencje | 38 |
| Szybki dostęp | 40 |
| Dodawanie linku | 41 |
| Personel | 42 |
| Tworzenie nowego konta | 43 |
| Minimalna częstotliwość zmiany hasła | 46 |
| Język zaplecza sklepu | 46 |
| Profile | 46 |
| Zmiana nazwy profilu | 47 |
| Usuwanie profilu | 47 |
| Uprawnienia | 48 |
| Menu | 50 |
| Dodawanie menu | 51 |
| Podsumowanie | 56 |

| | |
|---|---------------|
| Rozdział 2. Parametry zaawansowane | 57 |
| Dane konfiguracji | 57 |
| Wydajność | 59 |
| Smarty | 59 |
| Funkcje opcjonalne | 61 |
| Funkcjonalność CCC | 61 |
| Serwery mediów | 63 |
| Szyfrowanie | 63 |
| Cache | 64 |
| CloudCache | 65 |
| E-mail | 65 |
| Import CSV | 67 |
| Kopia bazy danych | 70 |
| Opcje wykonywania kopii bazy danych | 73 |
| Zarządzanie bazą danych | 73 |
| Logi | 75 |
| Usługi sieciowe | 76 |
| Podsumowanie | 78 |
| Rozdział 3. Preferencje | 79 |
| Preferencje ogólne | 79 |
| Preferencje zamówień | 81 |
| Preferencje produktów | 83 |
| Preferencje klientów | 87 |
| Preferencje szablonów | 88 |
| Dodawanie nowego szablonu | 89 |
| Zmiana szablonu | 89 |
| Wygląd | 90 |
| Preferencje SEO & URLs | 92 |
| Nowy przyjazny URL | 92 |
| Ustawianie adresów | 93 |
| Adres sklepu | 94 |
| Plik robots.txt | 95 |
| Opcje | 95 |
| Preferencje CMS | 95 |
| Nowa kategoria | 96 |
| Nowa strona | 99 |
| Preferencje obrazów | 100 |
| Nowy rozmiar | 100 |
| Jakość | 101 |
| Zdjęcia produktów | 102 |
| Aktualizacja miniatur | 103 |
| Przenoszenie obrazków | 104 |
| Preferencje danych kontaktowych | 104 |
| Dodawanie adresu sklepu | 105 |
| Parametry | 106 |
| Dane kontaktowe | 109 |
| Preferencje wyszukiwania | 109 |
| Dodawanie aliasu | 110 |
| Indeksowanie | 110 |
| Opcje wyszukiwania | 111 |
| Waga słów | 112 |
| Preferencje konserwacji | 112 |

| | |
|--|------------|
| Preferencje geolokalizacji | 113 |
| Instalowanie bazy danych | 114 |
| Geolokalizacja na podstawie IP | 115 |
| Czarna lista | 115 |
| Biała lista | 116 |
| Podsumowanie | 116 |
| Rozdział 4. Moduły | 117 |
| Moduły | 117 |
| Filtrowanie modułów | 118 |
| Statusy modułów | 120 |
| Moduły nieużywane | 120 |
| Dodawanie modułu | 120 |
| ABC operacji na modułach | 121 |
| Dodatkowe moduły i szablony | 121 |
| Położenie modułów | 122 |
| Płatności | 123 |
| Zarządzanie modułami płatności | 124 |
| Wylączenie modułu płatności | 125 |
| Konfigurowanie modułu płatności | 125 |
| Instalowanie modułu płatności | 126 |
| Podsumowanie | 128 |
| Rozdział 5. Wersja językowa | 131 |
| Lokalizacja | 131 |
| Języki | 133 |
| Dodawanie nowego języka | 134 |
| Strefy | 136 |
| Kraje | 138 |
| Kraje obsługiwane przez przewoźników | 138 |
| Dodawanie nowego kraju | 139 |
| Waluta | 140 |
| Ręczna aktualizacja kursów | 141 |
| Automatyczna aktualizacja kursów | 141 |
| Dodawanie waluty | 142 |
| Podatki | 144 |
| Opcje podatku | 144 |
| Dodawanie nowego podatku | 145 |
| Zasady opodatkowania | 146 |
| Tłumaczenie | 147 |
| Modyfikacja tłumaczenia | 147 |
| Podsumowanie | 149 |
| Rozdział 6. Dostawa | 151 |
| Pakowanie i wysyłka | 151 |
| Przewoźnik | 153 |
| Wybór przewoźnika | 153 |
| Zarządzanie przewoźnikami | 155 |
| Dodawanie nowego przewoźnika | 156 |
| Przedziały cenowe | 158 |
| Przedziały wagowe | 160 |
| Podsumowanie | 161 |

| | |
|--|------------|
| Rozdział 7. Reguły cenowe | 163 |
| Cart Rules | 163 |
| Credit Slip, Voucher i Cart Rule | 164 |
| Dodawanie nowej reguły | 165 |
| Catalog Price Rules | 168 |
| Dodawanie nowej reguły cenowej | 168 |
| Podsumowanie | 170 |
| Rozdział 8. Klienci | 171 |
| Klienci | 171 |
| Nowe konto | 173 |
| Adresy | 175 |
| Nowy adres | 176 |
| Pola wymagane | 176 |
| Grupy | 176 |
| Nowa grupa | 178 |
| Karty zakupowe | 180 |
| Obsługa klientów | 180 |
| Kontakty | 183 |
| Tytuły | 185 |
| Podsumowanie | 186 |
| Rozdział 9. Zamówienia | 187 |
| Zamówienia | 187 |
| Nowe zamówienie | 188 |
| Przeglądanie zamówień | 191 |
| Zmienianie zamówień | 191 |
| Faktury | 194 |
| Zwroty towarów | 196 |
| Listy przewozowe | 197 |
| Statusy zamówień | 198 |
| Nowy status zamówienia | 198 |
| Nowy status zwrotu | 199 |
| Komunikaty zamówień | 200 |
| Nowy komunikat zamówienia | 200 |
| Podsumowanie | 201 |
| Rozdział 10. Katalog | 203 |
| Produkty | 203 |
| Nowy produkt | 203 |
| Informacja | 204 |
| Ceny | 205 |
| SEO | 207 |
| Powiązania | 208 |
| Dostawa | 209 |
| Kombinacje atrybutów | 209 |
| Ilości | 212 |
| Zdjęcia | 213 |
| Cechy | 214 |
| Dostosowanie | 215 |
| Załączniki | 215 |
| Dostawcy | 215 |
| Produkt wirtualny | 216 |

Kategorie 217

 Nowa kategoria 218

Monitoring 220

Atrybuty i wartości 221

 Nowy atrybut 221

 Nowa wartość 222

Właściwości 222

 Nowa funkcja 222

 Nowa wartość funkcji 223

Producenci 223

Dostawcy 225

Obrazy 227

Tagi 229

Załączniki 231

Podsumowanie 232

Skorowidz 233

Wstęp

Ze wstępu dowiesz się:

- ♦ czy na komputerze lokalnym można zainstalować serwer, bazę danych i PrestaShop;
- ♦ jakie są zalety instalowania pakietu PrestaShop na komputerze lokalnym;
- ♦ do czego służy strona: <http://localhost/prestashop/>.

PrestaShop jest otwartym oprogramowaniem sklepu internetowego udostępnianym na licencji *Open Software License* (<http://opensource.org/licenses/OSL-3.0>). Ma wbudowane systemy: komentarzy, banerów, analizy zamówień, rabatowe, dodatkowej prezentacji wybranych produktów itp. PrestaShop można zainstalować i tylko korzystać z wyników pracy innych programistów. Ale program pozwala również na pisanie i instalowanie dodatkowych modułów, np.: płatności, porównywarek, systemów śledzenia przesyłek itp. Można także tworzyć indywidualne szablony graficzne, zmieniając domyślny wygląd sklepu. To wszystko sprawia, że PrestaShop jest bardzo popularne (rys. W.1).

Rysunek W.1.

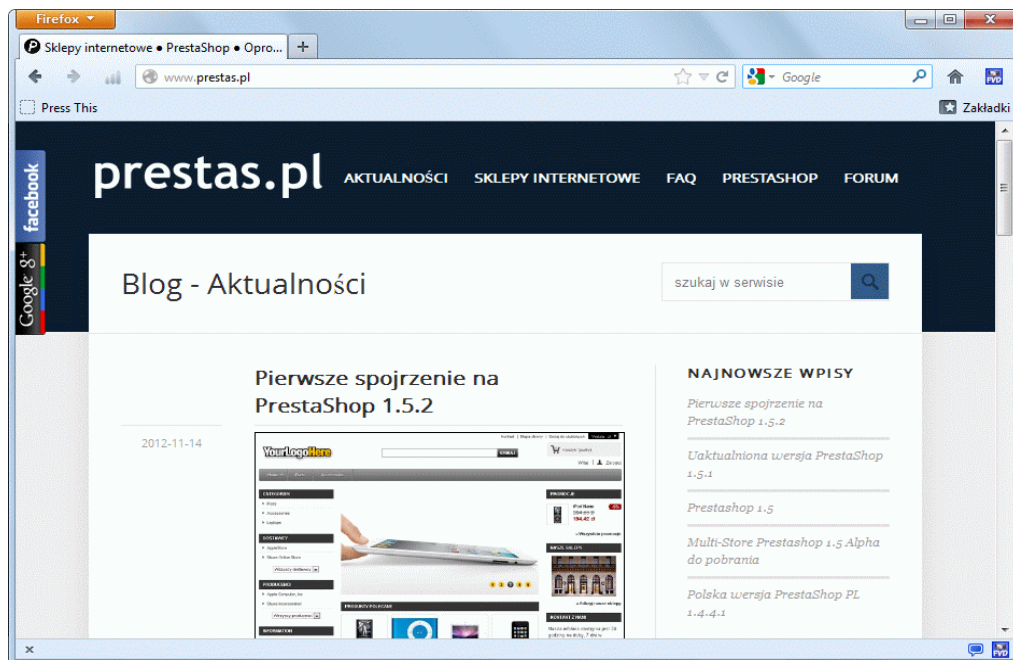
Do grudnia 2012 r.
wersja instalacyjna
została ściągnięta
ponad 2 mln razy



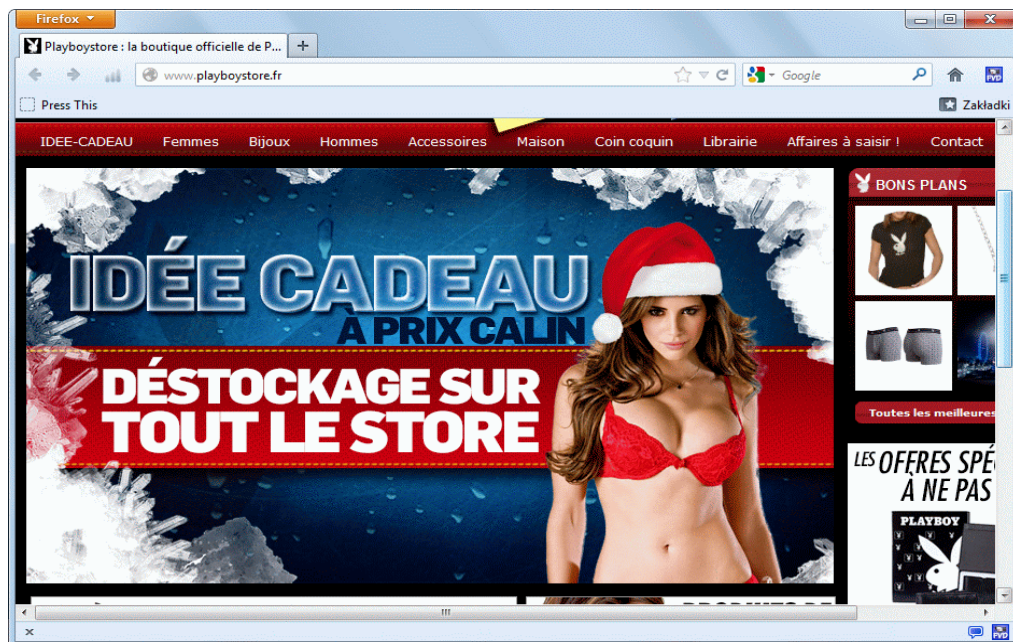
Oprócz oprogramowania w wersji angielskiej istnieją wersje w 54 językach, w tym w języku polskim. PrestaShop doczekało się polskiej wersji serwisu internetowego (rys. W.2).

Nie tylko strony prywatne

PrestaShop może być używane do tworzenia sklepów internetowych przez osoby, które nie mają wykształcenia informatycznego i nie znają języka HTML czy PHP. Jest wykorzystywane nie tylko do prowadzenia małych serwisów, ale występuje na tak popularnych witrynach, jak np. <http://www.playboystore.fr/> (rys. W.3).



Rysunek W.2. Z polskojęzycznej witryny poświęconej oprogramowaniu PrestaShop można przejść do forum dyskusyjnego. Zawiera ono odpowiedzi na wiele pytań związanych z aplikacją

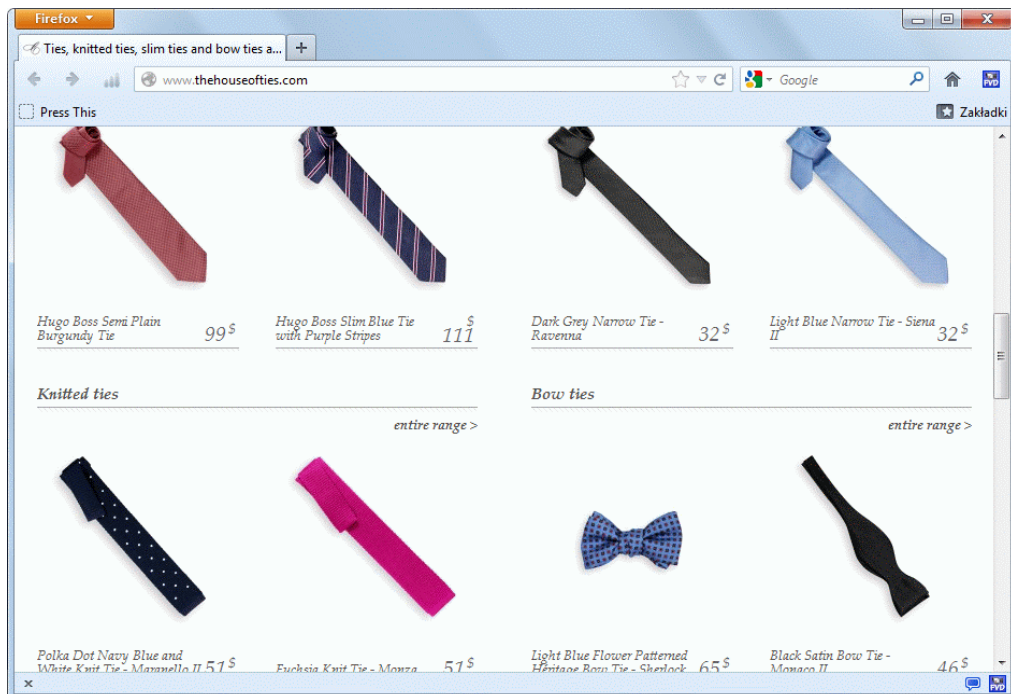


Rysunek W.3. Strona sklepu Playboy Store



Pod adresem: <http://www.prestashop.com/en/showcase> znajduje się katalog sklepów wykonanych przy wykorzystaniu pakietu PrestaShop. Rzecz jasna nie są to wszystkie strony korzystające z tej aplikacji, ale mnogość i różnorodność realizacji pozwala się przekonać, jak uniwersalnym narzędziem jest PrestaShop.

PrestaShop świetnie nadaje się do prowadzenia zarówno sklepu z krawatami (rys. W.4), jak i witryny firmy świadczącej usługi ochrony osób i mienia (rys. W.5).



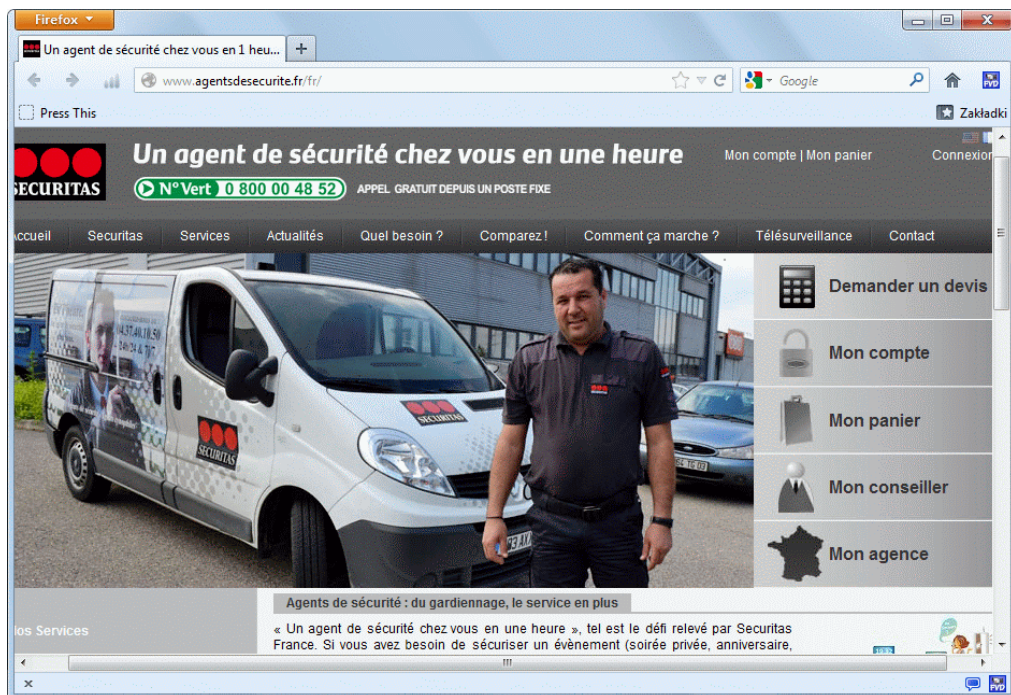
Rysunek W.4. Sklep <http://www.thehouseofties.com/>

Warsztat pracy

Projekt serwisu najlepiej jest wykonać w środowisku testowym. Dopiero po ostatecznym sprawdzeniu można go przenieść do środowiska produkcyjnego.

Optymalnym rozwiązaniem jest wykorzystanie do testowania projektu z komputera lokalnego. Dzięki temu:

- ♦ unikniesz awarii serwisu użytkowego spowodowanej omyłką;
- ♦ zmiany będą wprowadzane szybciej;
- ♦ nie będziesz pokazywał całemu światu projektu w fazie tworzenia.



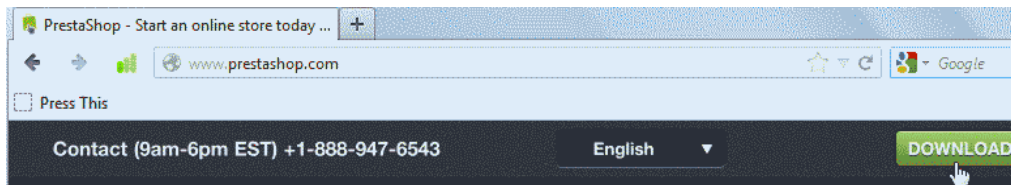
Rysunek W.5. Sklep <http://www.agentsdesecurite.fr/en/>

Do wyposażenia warsztatu pracy potrzebne będą:

- ◆ wersja instalacyjna programu PrestaShop,
- ◆ serwer stron WWW,
- ◆ baza danych MySQL,
- ◆ PHP.

Wersja instalacyjna PrestaShop

Poszukiwania najlepiej rozpocząć od źródła, czyli od strony: <http://www.prestashop.com/> (rys. W.6).

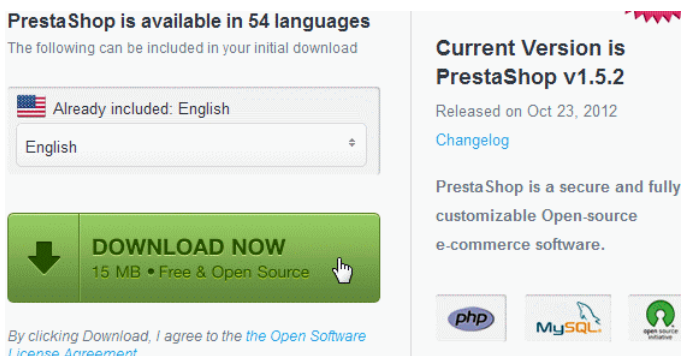


Rysunek W.6. Odszukaj przycisk Download i kliknij go

Docelowo zainstalujesz PrestaShop w wersji polskojęzycznej. Mimo to podczas pobierania aplikacji zaczniesz od interfejsu w języku angielskim (rys. W.7).

Rysunek W.7.

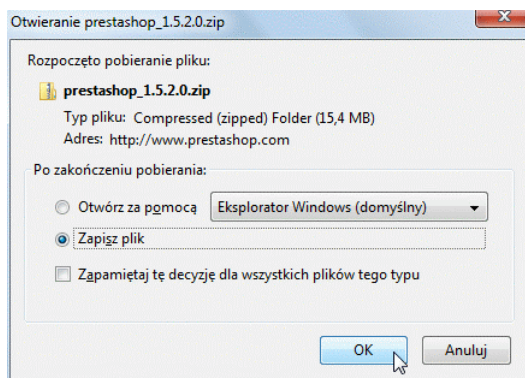
Odsyłacz do wersji instalacyjnej pakietu



Wersję instalacyjną zapisz na dysku twardym (rys. W.8).

Rysunek W.8.

Proces instalowania będziesz wykonywał z archiwum zapisanego na dysku twardym



Uwaga

Do zainstalowania PrestaShop na komputerze lokalnym konieczne są:

- ◆ system operacyjny Windows, Mac lub Linux;
- ◆ web serwer Apache 1.3, Apache 2.x, Nginx lub Microsoft IIS;
- ◆ PHP 5.1+;
- ◆ MySQL 5.0+.

Znacznym uproszczeniem pracy jest zainstalowanie pakietu XAMPP.

Wersja instalacyjna XAMPP-a

W książce opisana jest praca z komputerem działającym pod kontrolą systemu operacyjnego Windows 7. W wersji instalacyjnej nie zawiera on serwera, bazy danych ani PHP. Nie oznacza to jednak, że proces instalowania jest skomplikowany. Dzięki pakietowi XAMPP pobieranie, instalowanie i konfiguracja zostały uproszczone do minimum.

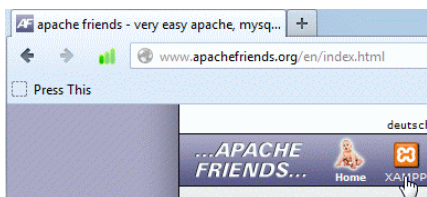
XAMPP to pakiet oprogramowania pozwalający na zamianę komputera lokalnego w serwer internetowy. Najważniejsze składniki pakietu to:

- ◆ serwer WWW Apache,
- ◆ baza danych MySQL,
- ◆ język skryptowy PHP.

Pakiet XAMPP jest dostępny pod adresem: <http://www.apachefriends.org/> (rys. W.9).

Rysunek W.9.

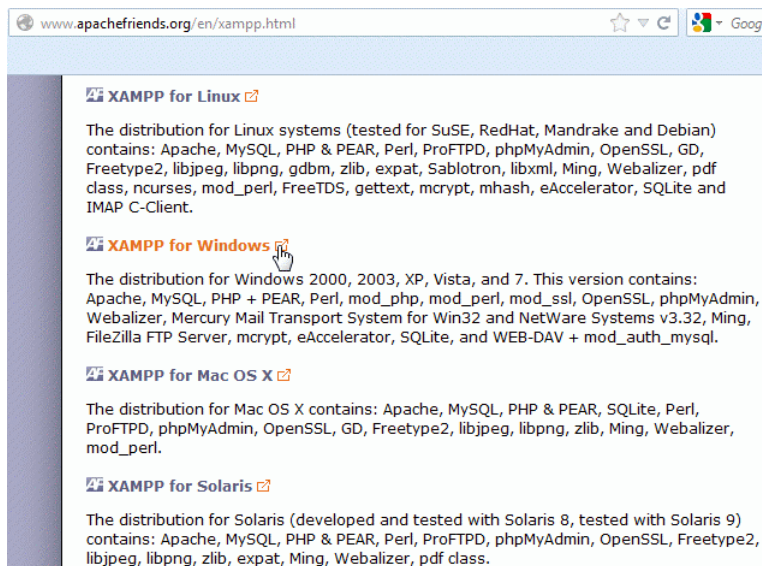
Wersja instalacyjna dostępna jest po kliknięciu odsyłacza XAMPP



W kolejnym kroku wybierzesz wersję odpowiednią do używanego systemu operacyjnego (rys. W.10).

Rysunek W.10.

W książce omawiana jest praca w środowisku Windows



Teraz określisz, czy interesuje Cię pakiet, czy dodatki do niego (rys. W.11).

Rysunek W.11.

Kliknij odsyłacz XAMPP



To jeszcze nie koniec wybierania. Musisz zdecydować, jaki pakiet chcesz pobrać. Aby uniknąć przykrych niespodzianek, ściągnij pełny pakiet w postaci archiwum *.zip (rys. W.12).

Rysunek W.12.

Archiwum jest obszerne, ale kompletne i łatwe do zainstalowania

| XAMPP for Windows 1.8.1, 30.9.2012 | | |
|------------------------------------|--------|--|
| Version | Size | Content |
| XAMPP Windows 1.8.1 | | |
| Installer | 99 MB | Apache 2.4.2, MySQL 5.5.27, PHP 5.4.7, OpenSSL 1.0.1c, phpMyAdmin 3.5.2.2, XAMPP Control Panel 3.1.0, Webalizer 2.23-04, Mercury Mail Transport System v4.62, FileZilla FTP Server 0.9.41, Tomcat 7.0.30 (with mod_proxy_ajp as connector), Strawberry Perl 5.16.0.1 Portable For Windows 2000, XP, Vista, 7. |
| ZIP | 184 MB | ZIP archive MDS checksum: 924e9cdc0fc49984e0c4916aa8f31c18 |

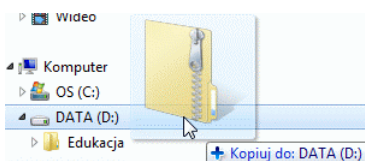
Oprogramowanie będziesz instalował z pliku zapisanego na dysku twardym komputera.

Instalowanie XAMPP-a

Archiwum XAMPP-a wprawdzie jest duże, ale pozwala zaoszczędzić czas podczas instalowania pakietu XAMPP. Instalowanie nie ingeruje bowiem w system operacyjny ani nie wprowadza zmian w rejestrze. Aby je rozpocząć, skopiuj archiwum do katalogu głównego dysku (rys. W.13).

Rysunek W.13.

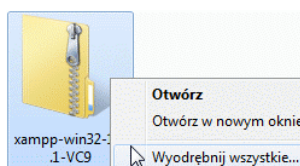
Archiwum zostanie skopiowane do katalogu głównego



Kliknij archiwum prawym klawiszem myszy i z menu podręcznego wybierz polecenie *Wyodrębnij wszystkie* (rys. W.14).

Rysunek W.14.

Przed użyciem archiwum należy rozpakować



Musisz jeszcze wybrać folder docelowy. W tym przypadku jest to *xampp* (rys. W.15).



Uwaga

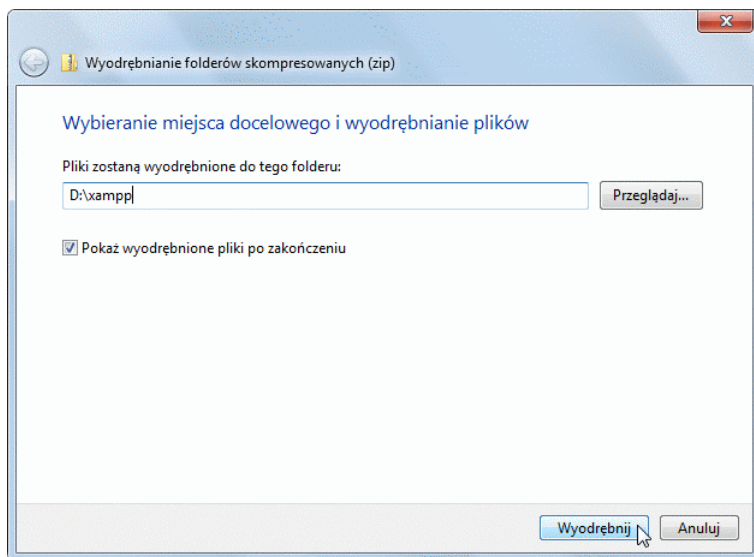
Pakiet XAMPP ma po rozpakowaniu objętość 656 MB.

Uruchamianie serwera Apache

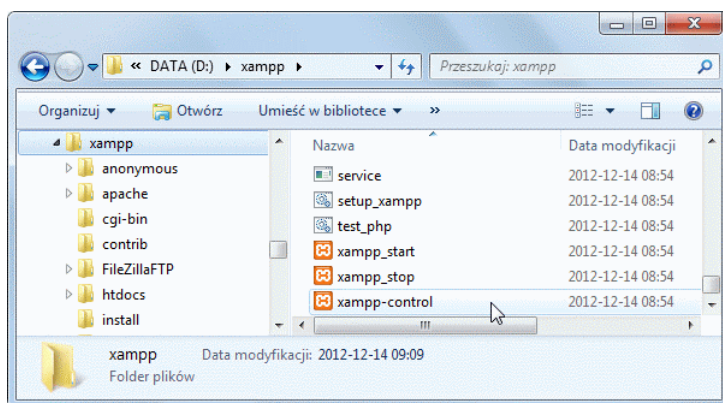
Pakiem XAMPP najwygodniej jest zarządzać, korzystając z panelu kontrolnego. Aby go uruchomić, dwukrotnie kliknij plik *xampp-control* (rys. W.16).

Rysunek W.15.

*Instalowanie
sprowadza się do
rozpakowania
archiwum*

**Rysunek W.16.**

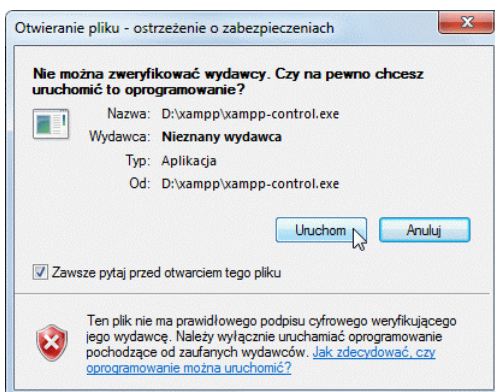
*Panel kontrolny
można uruchomić
dwukrotnym
kliknięciem pliku
xampp-control*



System Windows zapyta o zgodę na uruchomienie oprogramowania. Ponieważ nazwa zgadza się z plikiem, który chcesz uruchomić, możesz potwierdzić operację (rys. W.17).

Rysunek W.17.

*Należy wyrazić zgodę na
uruchomienie programu
xampp-control*



Teraz wybierz interfejs językowy (rys. W.18).

Rysunek W.18.

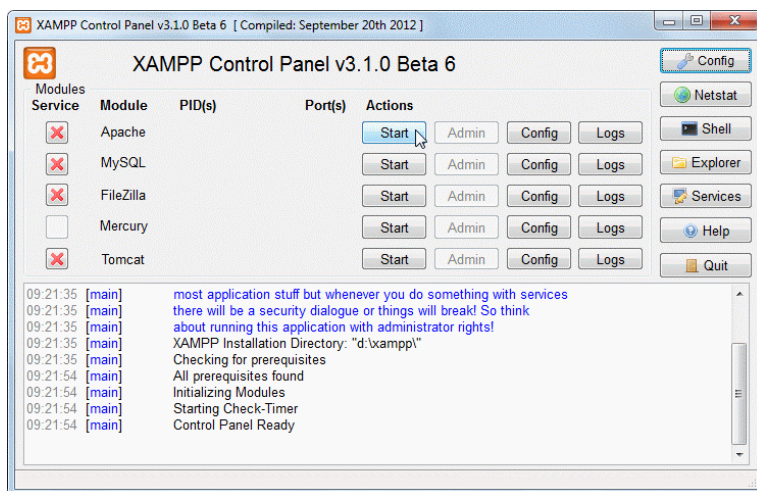
*W książce opisany
jest pakiet
z anglojęzycznym
interfejsem językowym*



Voilà! Uruchomiłeś *XAMPP Control Panel* (rys. W.19). Po lewej stronie widoczne są nazwy modułów. Aby uruchomić moduł, kliknij przycisk *Start*.

Rysunek W.19.

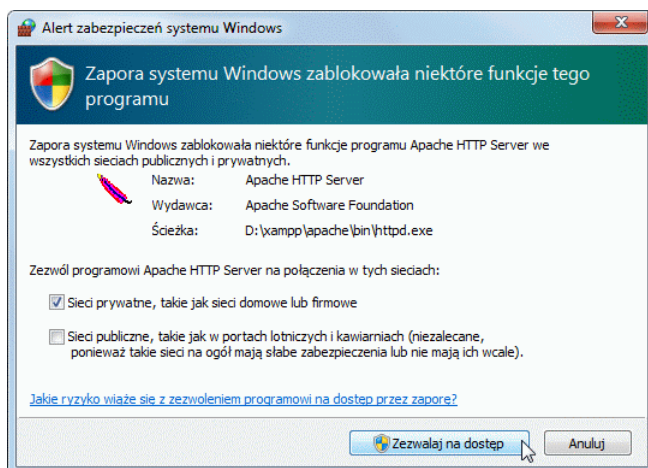
*Kliknij przycisk Start
widoczny na prawo
od napisu Apache*



Zapora systemu Windows domyślnie blokuje próby komunikacji (rys. W.20). Opisany w tej książce serwer Apache będzie wykorzystywany najwyżej w sieci prywatnej.

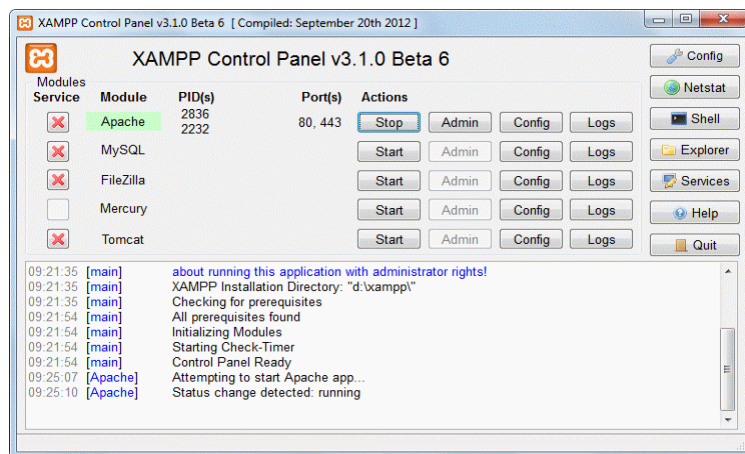
Rysunek W.20.

*Serwer Apache będzie
mógł nawiązywać
połączenia w sieciach
prywatnych*



Serwer został uruchomiony (rys. W.21). Świadczy o tym podświetlenie na zielono nazwy serwera i wyświetlenie numerów używanych portów.

Rysunek W.21.
Serwer Apache działa



Uwaga

Serwer Apache korzysta z portu o numerze 80. Tego samego portu używa popularny program Skype. Aby było możliwe korzystanie z programu Skype i uruchomienie serwera, należy w opcjach sieciowych zmienić numer portu wykorzystywanego przez Skype. Nie wpływa to na działanie Skype'a, a pozwala na uruchomienie serwera Apache.



Uwaga

Jeżeli użytkownik napotka problemy z działaniem XAMPP-a, serwera Apache czy bazy danych MySQL, powinien uruchomić plik `setup_xampp.bat`.

Zatrzymywanie serwera Apache

Po zakończeniu pracy serwer Apache trzeba zatrzymać. Samo zamknięcie panelu kontrolnego programu XAMPP nie powoduje wyłączenia serwera. Aby zatrzymać serwer Apache, kliknij widoczny obok jego nazwy przycisk *Stop* (rys. W.22).

Kończenie pracy z pakietem XAMPP

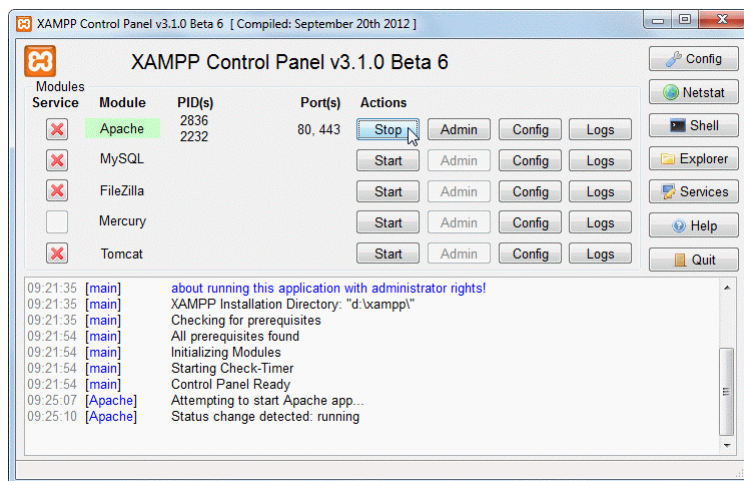
Aby zakończyć pracę z pakietem XAMPP, zamknij uruchomione za jego pomocą usługi i kliknij przycisk *Quit* (rys. W.23).

Sprawdzanie działania serwera

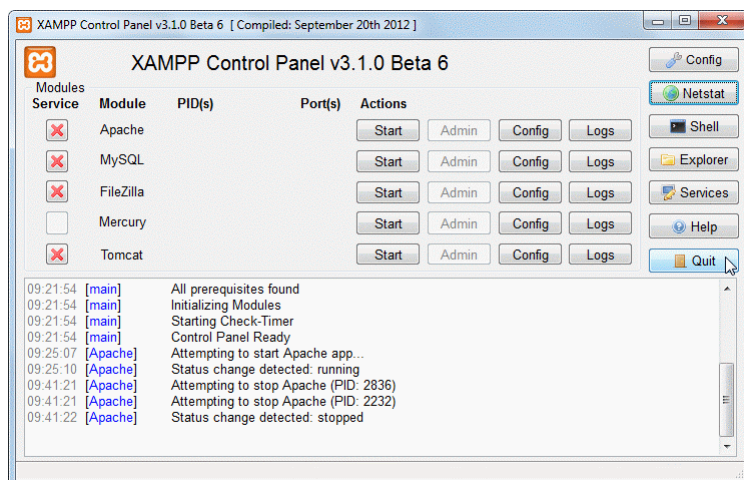
Aby sprawdzić, jak działa serwer, musisz go uruchomić (rys. W.19), a następnie w oknie przeglądarki wpisać: `http://localhost`.

Po chwili wyświetli się strona powitalna. Możesz ją przełączyć na język polski (rys. W.24).

Rysunek W.22.
Miejsce przycisku Start
zajął przycisk Stop



Rysunek W.23.
Panel sterujący
XAMPP-a należy
zamknąć dopiero
po zatrzymaniu
wszystkich
uruchomionych usług



Rysunek W.24.
Strona główna
pakietu XAMPP



Zanim przejdziesz do wykorzystania pakietu XAMPP, warto kliknąć odsyłacz *Stan* (rys. W.25) i upewnić się, że pakiet został pomyślnie zainstalowany w systemie.

Rysunek W.25.
*Włączone komponenty
działają poprawnie*

| XAMPP 1.8.1 [PHP: 5.4.7] | | Stan XAMPP | |
|--|--|---|------------|
| Witam Stan Bezpieczeństwo Dokumentacja Komponenty | | Na tej stronie możesz znaleźć wszystkie informacje o usługach, zarówno tych uruchomionych i działających jak i tych nieaktywnych. | |
| Komponent | | Stan | Informacje |
| Baza danych MySQL | | NIEAKTYWNY | |
| PHP | | AKTYWNY | |
| HTTPS (SSL) | | AKTYWNY | |
| Common Gateway Interface (CGI) | | AKTYWNY | |
| Server Side Includes (SSI) | | AKTYWNY | |
| Usługa SMTP | | NIEAKTYWNY | |
| Usługa FTP | | NIEAKTYWNY | |
| Usługa Tomcat | | NIEAKTYWNY | |



Katalog główny serwera WWW nosi nazwę *htdocs*. Jest podkatalogiem katalogu, w którym został zainstalowany XAMPP.

Zabezpieczanie serwera

Serwer instalowany jest z ustawieniami domyślnymi. Dostęp do składowych XAMPP-a jest nieograniczony. Każda osoba znająca IP komputera, na którym został on zainstalowany, ma do niego dostęp.

Ładuj stronę o adresie: <http://localhost/security/index.php> i wybierz wyświetlanie komunikatów w języku polskim (rys. W.26).

Rysunek W.26.
*Raport o stanie
bezpieczeństwa
XAMPP-a*

XAMPP for Windows

Bezpieczeństwo XAMPP

(Requests allowed from localhost only)

Na tej stronie znajdują się informacje ogólne o stanie bezpieczeństwa twojej instalacji XAMPP. (Ciąg dalszy tekstu znajduje się pod tabelką.)

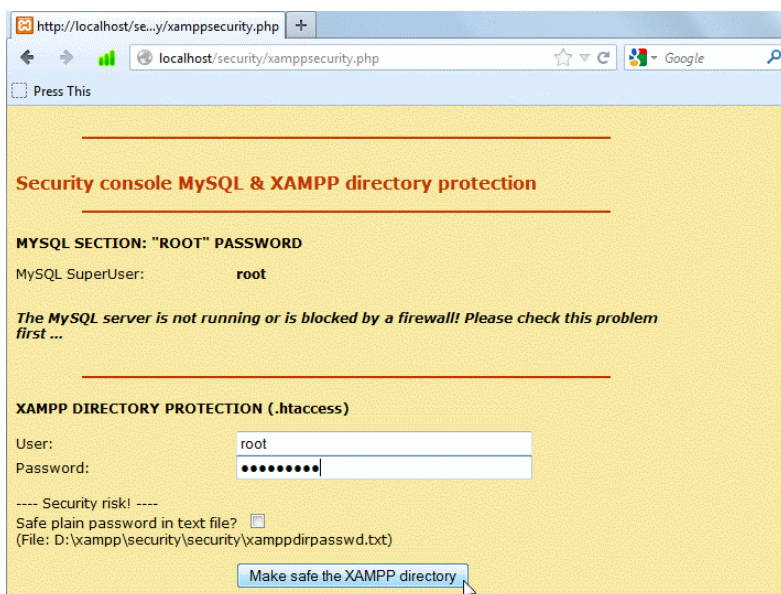
| Temat | Stan |
|--|---------------|
| Te strony XAMPP dostępne z sieci dla każdego Każda strona demo XAMPP na którą właśnie patrzysz jest dostępna dla każdego w sieci. Każdy kto zna Twój adres IP może je zobaczyć. | NIEBEZPIECZNY |
| A MySQL server is not running or is blocked by a firewall! A MySQL server is not running or is blocked by a firewall! | NIEZNY |
| PhpMyAdmin is free accessible by network PhpMyAdmin is accessible by network without password. The configuration 'httpd' or 'cookie' in the "config.inc.php" can help. | NIEBEZPIECZNY |
| A FTP server is not running or is blocked by a firewall! A FTP server is not running or is blocked by a firewall! | NIEZNY |

The green marked points are secure; the red marked points are definitively unsecure and the yellow marked points couldn't be checked (for example because the software to check isn't running).

Ładuj stronę o adresie: <http://localhost/security/xamppsecurity.php> (rys. W.27). Górna część formularza służy do ustalenia hasła administratora bazy danych (użytkownika *root*). Baza danych nie została utworzona, zatem ta część jest nieaktywna.

Rysunek W.27.

Ustalanie nazwy użytkownika oraz hasła dostępowego do katalogu xampp

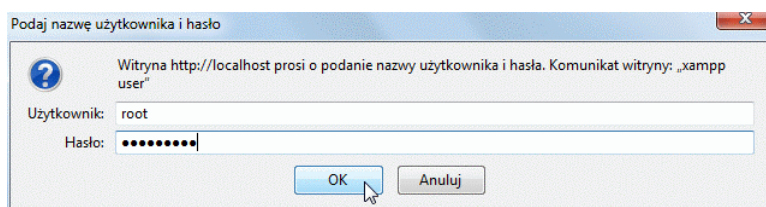


W dolnej części formularza można wprowadzić nazwę użytkownika oraz hasło, których podanie umożliwi dostęp do stron konfiguracyjnych (podkatalogu *xampp* serwera WWW).

Po wpisaniu nazwy użytkownika i hasła kliknij przycisk *Make safe the XAMPP directory*. Gdy ustawienia zostaną zapisane w systemie, dostęp do stron: <http://localhost/xampp> i <http://localhost/security> będzie wymagał podania wprowadzonych przed chwilą nazwy użytkownika i hasła (rys. W.28).

Rysunek W.28.

Okno służące do logowania



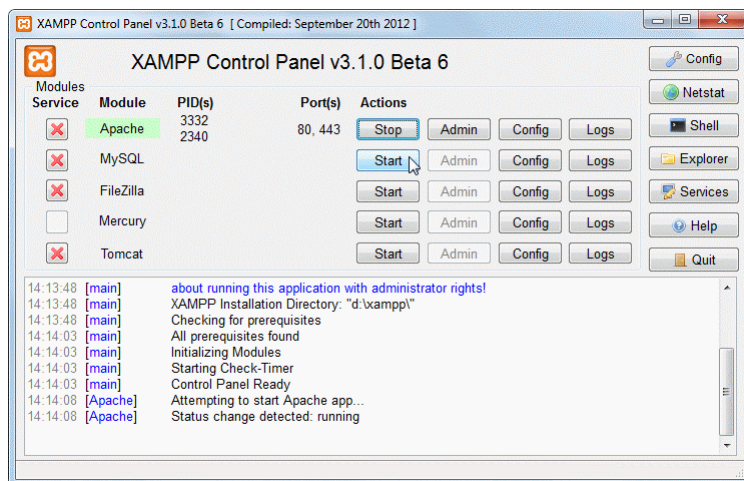
Uruchamianie bazy danych MySQL

Poznanie możliwości pakietu XAMPP jest niewątpliwie wciągające. Nie należy jednak zapominać o celu zasadniczym — zainstalowaniu PrestaShop. Do tego potrzebna jest jeszcze baza danych MySQL, którą można zainstalować przez XAMPP-a. Uruchom bazę MySQL (rysunek W.29).

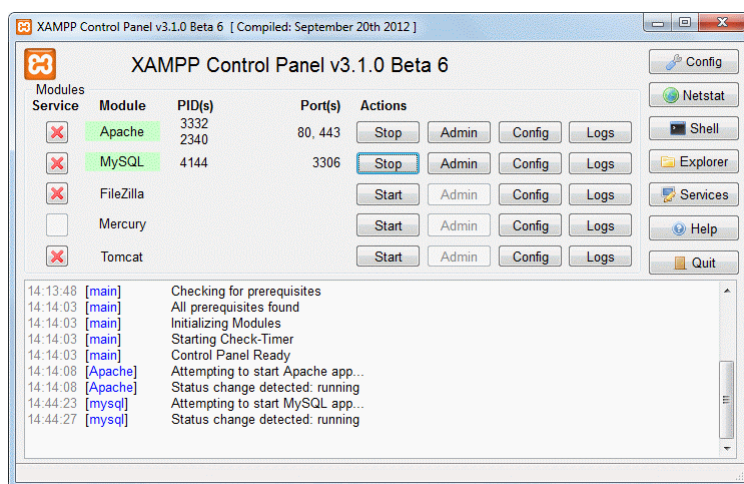
Dopiero gdy nazwa bazy danych będzie wyświetlana na zielonym tle (rys. W.30), możesz załadować w przeglądarce stronę <http://localhost/xampp/>.

Rysunek W.29.

Bazę MySQL można uruchomić kliknięciem przycisku Start

**Rysunek W.30.**

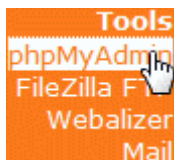
Działa serwer WWW i baza danych



Następnie kliknij widoczny w sekcji *Tools* odsyłacz *phpMyAdmin* (rys. W.31).

Rysunek W.31.

Odsyłacz *phpMyAdmin*

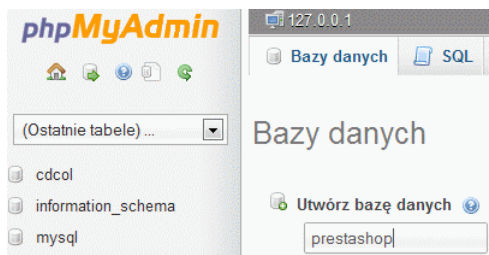


Wyświetli się okno *phpMyAdmin* (rys. W.32). Umożliwia ono zarządzanie bazami danych.

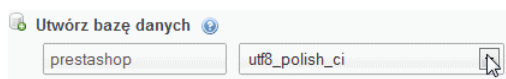
Do działania PrestaShop potrzebna jest baza danych. Musisz więc ją utworzyć. Kliknij przycisk *Bazy danych*. W sekcji *Utwórz nową bazę danych* wpisz nazwę bazy (rys. W.32).

Z listy rozwijanej wybierz metodę porównywania napisów, która udostępni polskie znaki (rys. W.33).

Rysunek W.32.
Jeśli baza ma nazwę łatwo kojarzącą się z aplikacją, wygodnie będzie ją odszukać

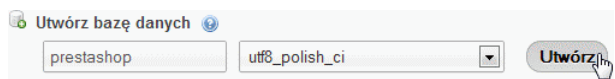


Rysunek W.33.
utf8_polish_ci to kodowanie obsługujące wiele języków bez rozróżniania wielkości liter



Pozostało jeszcze tylko kliknięcie przycisku *Utwórz* (rys. W.34).

Rysunek W.34.
Ostatnia okazja, aby sprawdzić poprawność ustawień



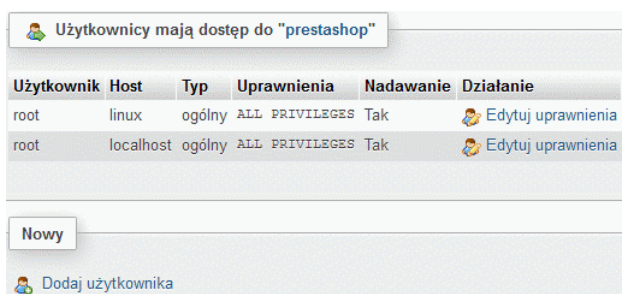
Baza danych została utworzona (rys. W.35). Możesz sprawdzić jej ustawienia.

Rysunek W.35.
Link do parametrów bazy danych



Jedynym użytkownikiem bazy danych *prestashop* jest *root* (rys. W.36).

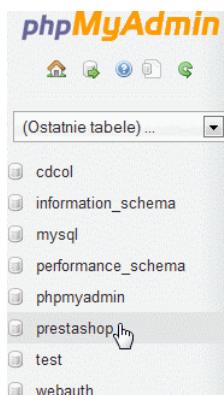
Rysunek W.36.
Lista użytkowników wraz z ich uprawnieniami



W oknie *phpMyAdmin* (rys. W.37) kliknij nazwę bazy danych.

Rysunek W.37.

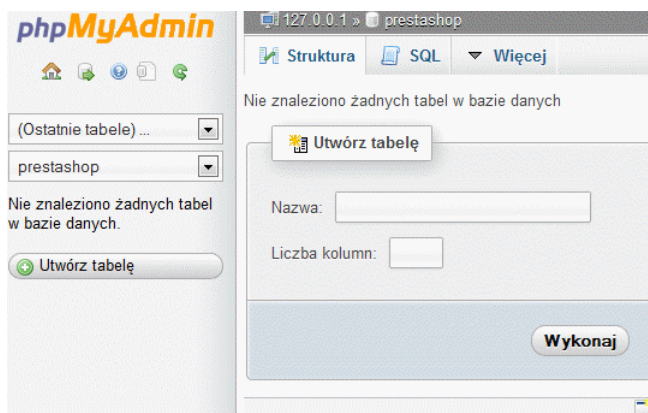
Po lewej stronie okna widoczna jest lista baz danych



Baza nie zawiera tabel (rys. W.38).

Rysunek W.38.

Tabele zostaną utworzone podczas instalowania i konfiguracji PrestaShop



Powrót na stronę główną *phpMyAdmin* bez wprowadzania zmian w bazie danych (rys. W.39).

Rysunek W.39.

Kliknięcie ikony domku powoduje przejście na stronę główną programu



Zabezpieczanie bazy danych

Zanim poświęcisz czas na przygotowanie projektu, warto zadbać o jego bezpieczeństwo. Załaduj stronę o adresie: <http://localhost/security/index.php> (rys. W.40).

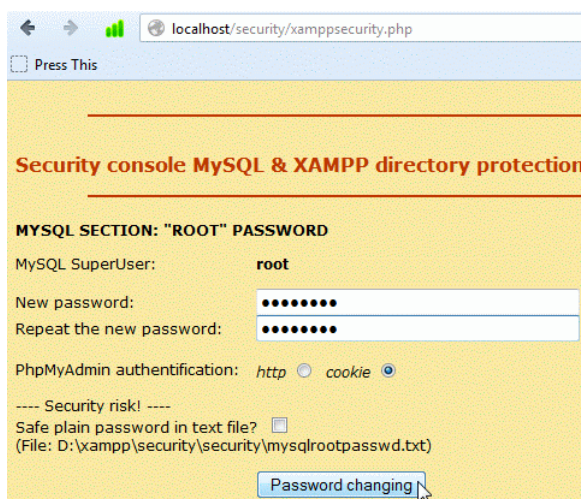
Załaduj stronę o adresie: <http://localhost/security/xamppsecurity.php> (rys. W.41). Dostęp do bazy danych użytkownika *root* zostanie zabezpieczony hasłem.



Rysunek W.40. Baza danych uruchomiona z parametrami domyślnymi nie jest zabezpieczona

Rysunek W.41.

Domyślnie użytkownik root nie ma konta zabezpieczonego hasłem

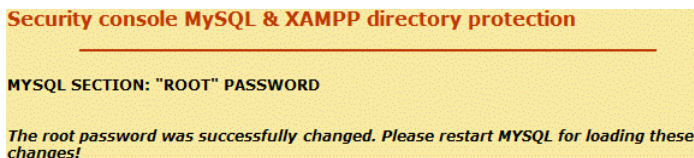


Po wpisaniu hasła kliknij przycisk *Password changing*. Jeżeli zmiana hasła została wykonana poprawnie, wyświetli się komunikat (rys. W.42). Wprowadzone zmiany będą obowiązywały dopiero po zamknięciu bazy MySQL i jej ponownym uruchomieniu.

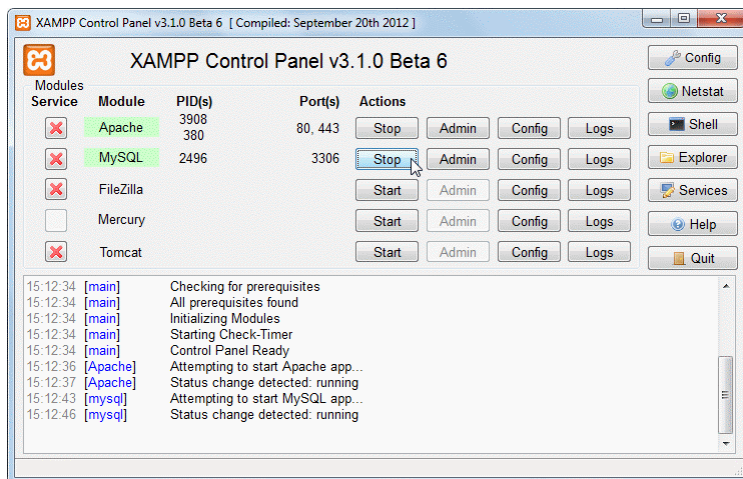
Bazę MySQL najwygodniej jest zatrzymać za pomocą panelu sterowania XAMPP-a (rys. W.43).

Rysunek W.42.

Hasło zostało zaakceptowane, ale konto nadal nie jest zabezpieczone

**Rysunek W.43.**

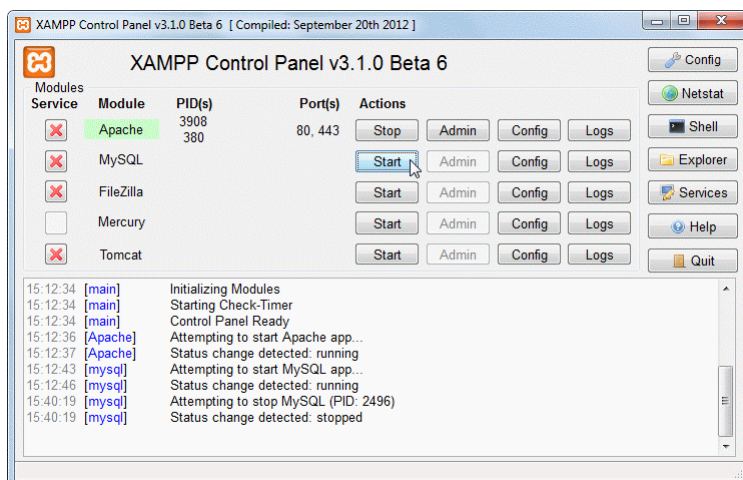
Baza zostanie zamknięta po kliknięciu przycisku Stop



Baza została zamknięta. Świadczy o tym zniknięcie napisu *Running* oraz komunikat wyświetlany w dolnej części panelu sterowania XAMPP-a. Aby uruchomić bazę, należy kliknąć przycisk *Start* (rys. W.44).

Rysunek W.44.

Baza zostanie wczytana



Załaduj stronę o adresie: <http://localhost/security/index.php> (rys. W.45). Po zamknięciu bazy danych i jej ponownym uruchomieniu zaczęły obowiązywać nowe ustawienia.

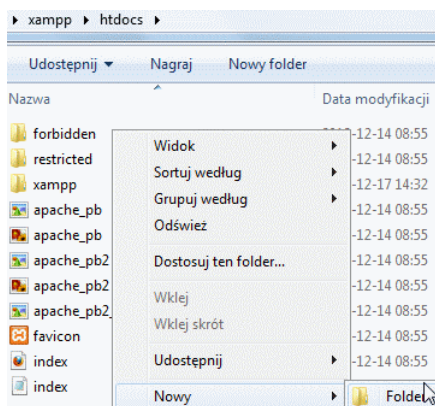
Rysunek W.45.
XAMPP, MySQL
i PhpMyAdmin
zostały zabezpieczone



Instalowanie PrestaShop

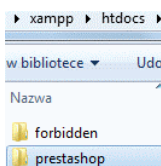
W podpunkcie „Wersja instalacyjna PrestaShop” opisałem, skąd i jak uzyskać wersję instalacyjną. Musisz zacząć od znalezienia miejsca na pliki instalacyjne na serwerze (rys. W.46). Otwórz kolejno foldery: *xampp*, *htdocs*. Kliknij prawym przyciskiem myszy puste miejsce w oknie. Z menu podręcznego wybierz kolejno polecenia: *Nowy*, *Folder*.

Rysunek W.46.
Miejsce na pliki
instalacyjne trzeba
przygotować



Folderowi najlepiej nadać nazwę pozwalającą łatwo zidentyfikować zawartość (rys. W.47).

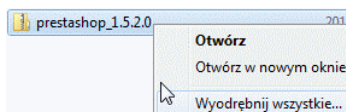
Rysunek W.47.
Miejsce na pliki
instalacyjne zostało
przygotowane



Przed instalowaniem musisz rozpakować archiwum (rys. W.48). Kliknij je prawym przyciskiem myszy. Z menu podręcznego wybierz polecenie *Wydzielnij wszystkie*.

Rysunek W.48.

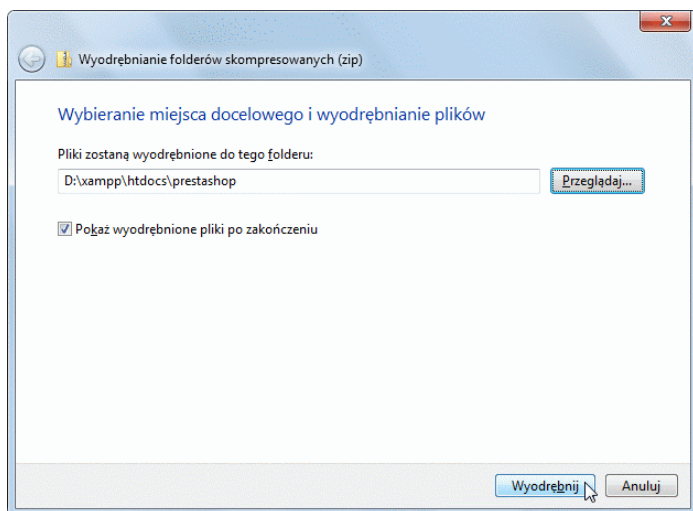
*Archiwum to plik z rozszerzeniem *.zip*



Jako miejsce docelowe dla rozpakowywanych plików wskaż folder *prestashop* (rys. W.49).

Rysunek W.49.

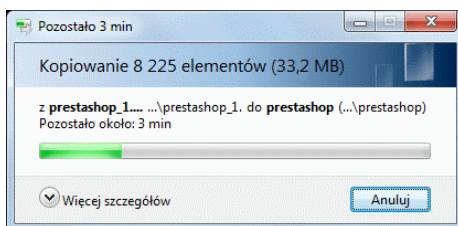
Zawartość rozpakowanego archiwum zostanie skopiowana do przygotowanego folderu



Podczas rozpakowywania archiwum wyświetlany jest pasek postępu (rys. W.50).

Rysunek W.50.

Czego można się spodziewać po aplikacji składającej się z ponad 8000 plików?



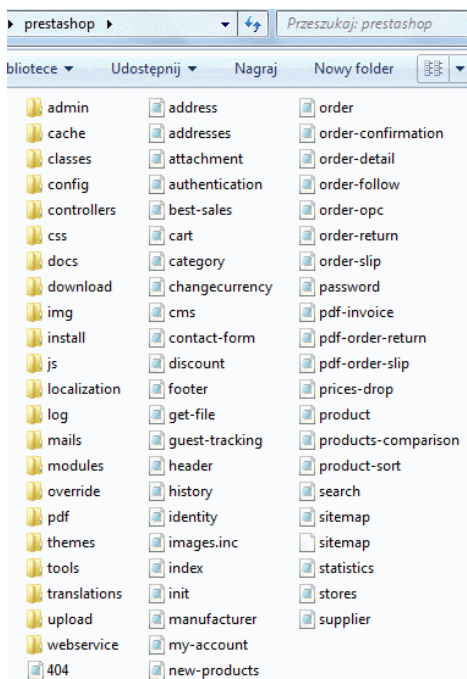
Po rozpakowaniu archiwum możesz zapoznać się z jego zawartością (rys. W.51). W katalogu głównym znajduje się plik *index.php*.

W pasku adresu przeglądarki wpisz: *localhost/nazwa_foldera* (rys. W.52). Naciśnij klawisz *Enter*.

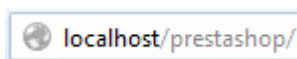
Wyświetli się pierwszy ekran instalacyjny (rys. W.53). Wybierz język, który będzie używany podczas instalowania.

Zapoznaj się z umową licencyjną. Zaznacz opcję *I agree to the above terms and conditions*. Kliknij przycisk *Next* (rys. W.54).

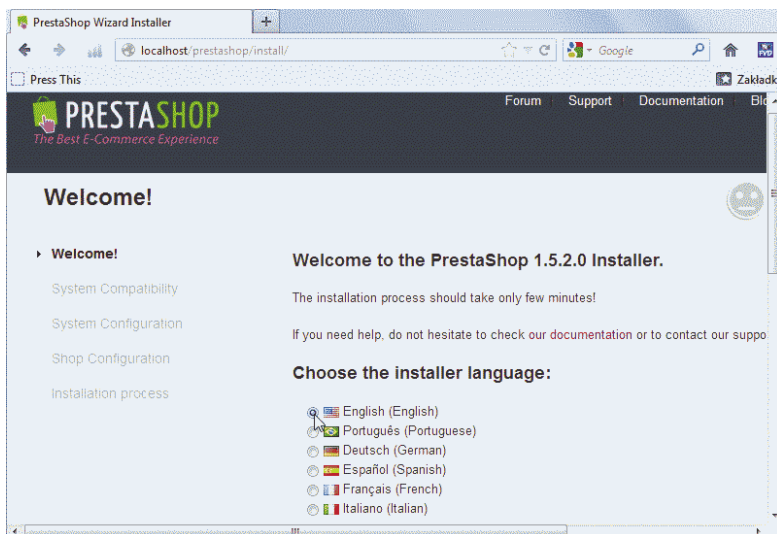
Rysunek W.51.
Pliki i foldery tworzą uporządkowaną strukturę



Rysunek W.52.
W przykładzie folder instalacyjny nosi nazwę prestashop

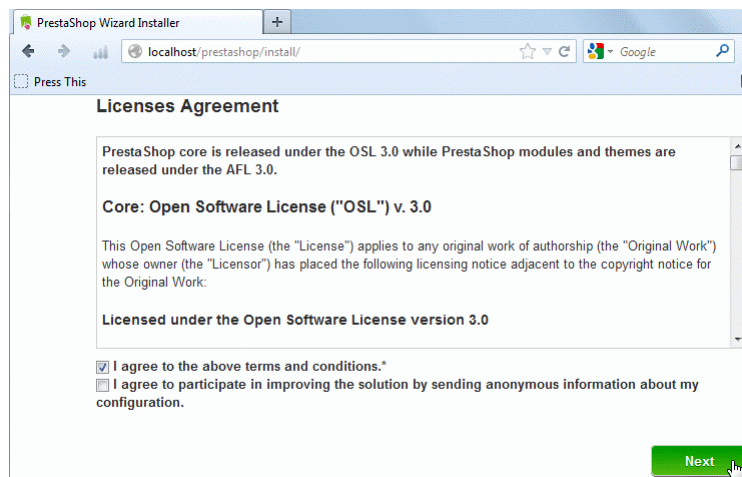


Rysunek W.53.
Język instalowania nie ma wpływu na język witryny ani panelu administracyjnego



Rysunek W.54.

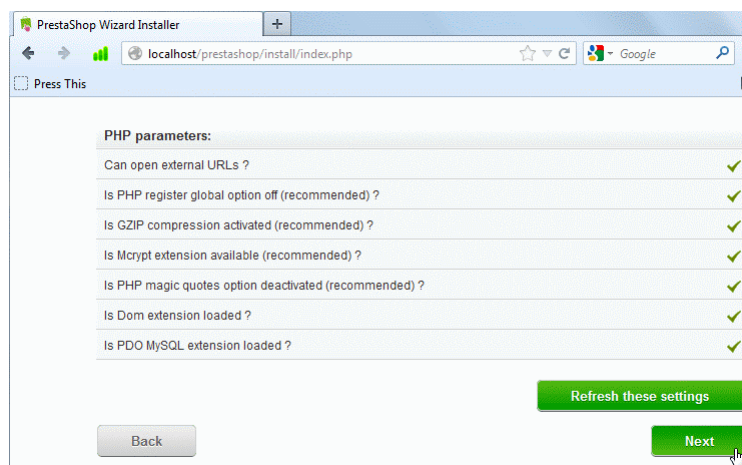
Przycisk Next znajduje się w prawym dolnym rogu okna



Kolejnym etapem jest sprawdzenie zgodności środowiska instalacyjnego z wymaganiami PrestaShop (rys. W.55). Kliknij przycisk *Next*.

Rysunek W.55.

Wynik testu wyświetlany w kolorze zielonym — ustawienie nie będzie przeszkadzało w instalowaniu i użytkowaniu PrestaShop



W kolejnym oknie (rys. W.56) należy wprowadzić informacje niezbędne do nawiązania połączenia z bazą danych. Typ bazy danych jest zależny od serwera. Na rysunku pokazano ustawienia dla środowiska pakietu XAMPP. Kliknij przycisk *Verify now!*.



Uwaga

Zanim polecisz programowi instalacyjnemu nawiązać połączenie z bazą danych, włącz ją w programie XAMPP.

O nawiązaniu połączenia z bazą danych świadczy wyświetlenie komunikatu (rys. W.57).

W dolnej części okna znajdują się ustawienia dotyczące poczty elektronicznej. Z uwagi na uruchamianie serwera na komputerze lokalnym nie musisz konfigurować tej usługi. Kliknij przycisk *Next* (rys. W.58).

Rysunek W.56.

*Dane do komunikacji
z bazą danych*

Configure your database by filling out the following fields:

You have to create a database, help available in [our online documentation](#).

Database server address:
If you want to use a different port, add :XX after your server address where XX is your port number.

Database name:

Database login:

Database password:

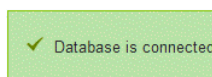
Database Engine:

Tables prefix:

Verify now!

Rysunek W.57.

*Połączenie z bazą
danych zostało
nawiązane*

**Rysunek W.58.**

*Podczas każdego
z etapów instalowania
można przejść do okna
poprzedniego lub
następnego*

E-mail delivery set-up

☒ Configure SMTP manually (advanced users only)
By default, the PHP mail() function is used

Send me a test email!

Back **Next**

W kolejnym oknie (rys. W.59) możesz wpisać informacje, które zostaną użyte podczas instalowania aplikacji.

Rysunek W.59.

*Pierwsza część
ustawień
konfiguracyjnych*

Shop settings and merchant account information

Shop name:

Main activity:

Install demo products: ☒ Yes ☐ No

W polu *Shop name* wpisz nazwę sklepu.

Pole *Main activity* (główny obszar aktywności) nie jest obowiązkowe. Jest ono wykorzystywane przez autorów programu do celów statystycznych. Nie zaznaczaj go.

Wraz z oprogramowaniem mogą zostać zainstalowane towary demonstracyjne. Aby skorzystać z tej opcji, w sekcji *Install demo products* zaznacz opcję *Yes*.

W dalszej części okna (rys. W.60) z listy *Default country* wybierz kraj. Dla Polski jest to *Poland*.

Rysunek W.60.
Druga część ustawień
konfiguracyjnych

W sekcji *Shop timezone* zostanie automatycznie ustawiona strefa czasowa sklepu.

Jeżeli masz przygotowany plik graficzny z logo sklepu (optymalne wymiary to 209×53 pikseli), możesz zastąpić nim plik domyślny. Wczytanie pliku nastąpi po kliknięciu przycisku *Przeglądaj...*

W ostatniej części ustawień konfiguracyjnych (rys. W.61) możesz wpisać imię (*First name*), nazwisko (*Last name*) i adres poczty elektronicznej (*E-mail address*) administratora sklepu.

Rysunek W.61.
Trzecia część ustawień
konfiguracyjnych

W polach *Shop password* i *Re-type to confirm* wpisz hasło dostępu do sklepu.

Kliknij przycisk *Next*.

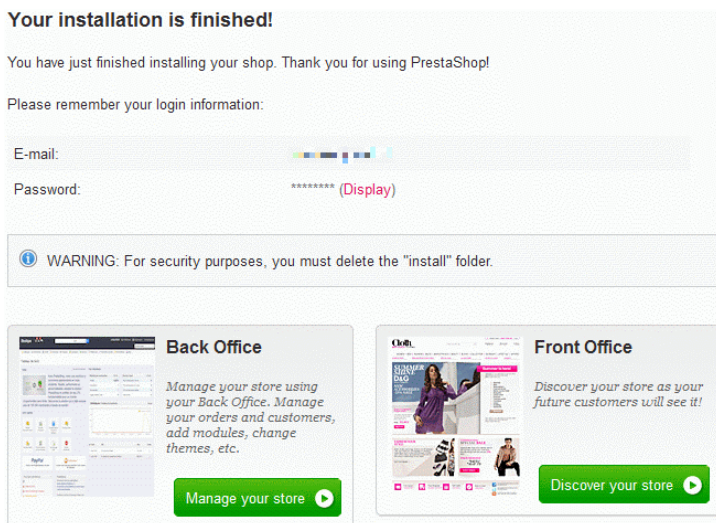
Po chwili wyświetli się komunikat o zakończeniu instalowania (rys. W.62).



Aby utrudnić włamanie do pakietu PrestaShop, należy usunąć katalog *install* i zmienić nazwę folderu *admin* np. na *admin123892*.

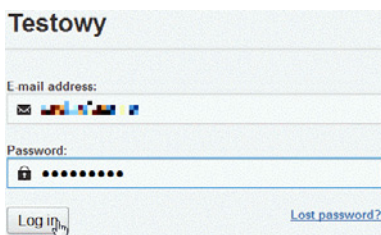
Możliwe jest już pierwsze wejście do panelu zarządzania sklepem. Kliknij przycisk *Manage your store*.

Rysunek W.62.
*Fragment okna
wyświetlany po
zakończeniu
instalowania*



W pasku adresu przeglądarki wpisz: *localhost/prestashop/admin123892/index.php*. Wyświetli się okno logowania (rys. W.63.). Wpisz w nim dane logowania i kliknij przycisk *Log in*.

Rysunek W.63.
Okno logowania



Wyświetli się panel do zarządzania sklepem (rys. W.64).

Kliknij widoczny w prawym górnym rogu ekranu odsyłacz *View My Shop*. Wyświetli się strona główna sklepu, którą zobaczą klienci (rys. W.65).



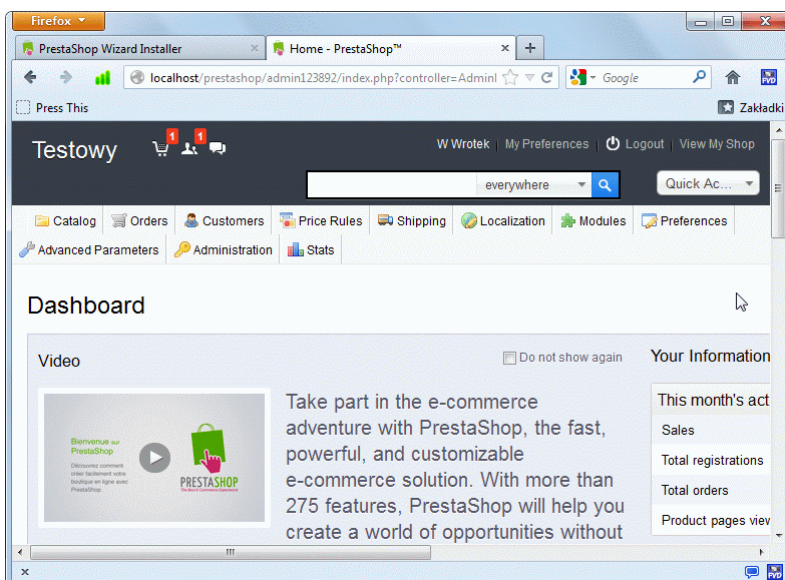
Uwaga

Aby wylogować się z panelu administracyjnego sklepu, kliknij odsyłacz *Logout* (rys. W.64).

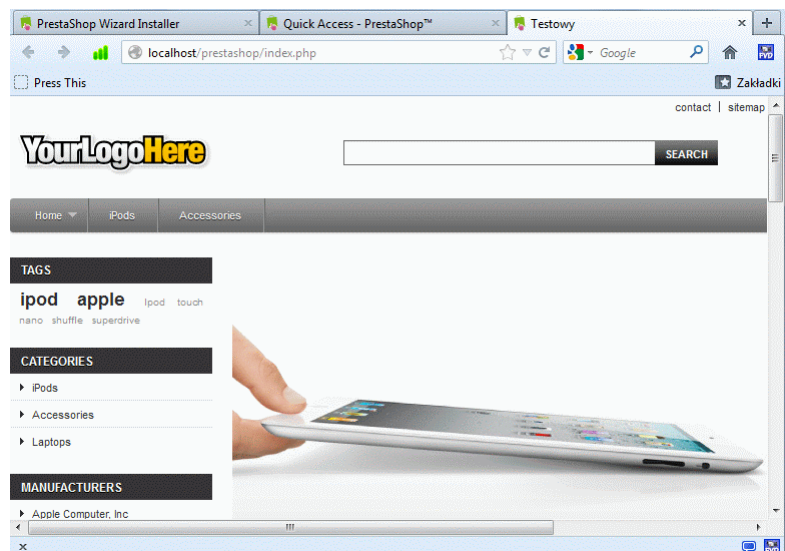
Pakiet językowy

Okna kreatora instalowania były wyświetlane w języku polskim, taki bowiem język został wybrany. Wybór języka instalowania nie ma wpływu na język witryny i zaplecza. Te części systemu mogą zostać zmienione na polskojęzyczne. W tym celu wymagane jest wybranie pakietu językowego. Zaloguj się do panelu zarządzania sklepem. Kliknij odsyłacz *My Preferences* (rys. W.66).

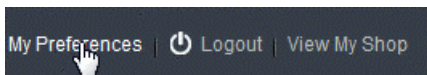
Rysunek W.64.
Panel do zarządzania sklepem



Rysunek W.65.
Strona główna sklepu

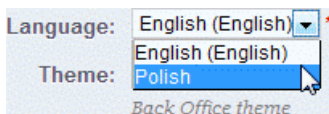


Rysunek W.66.
Odsyłacz do okna
wyboru preferencji



Przewiń zawartość okna, aż wyświetli się sekcja *Language* (rys. W.67). Wybierz *Polish*.

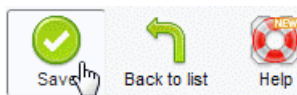
Rysunek W.67.
Do wyboru są języki
angielski i polski



Kliknij widoczny w prawym górnym rogu okna przycisk *Save* (rys. W.68).

Rysunek W.68.

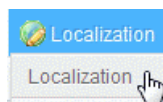
Po kliknięciu przycisku zostaną zapisane nowe ustawienia



Wybierz polecenia: *Localization, Localization* (rys. W.69).

Rysunek W.69.

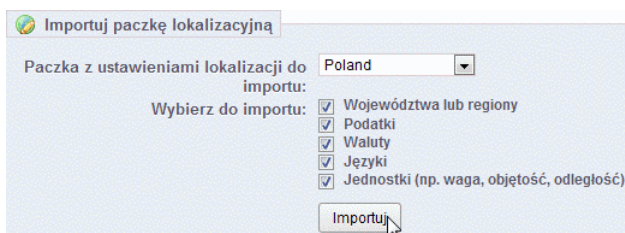
Menu lokalizacji



W sekcji *Importuj paczkę lokalizacyjną* wybierz opcję *Poland* (rys. W.70) i kliknij przycisk *Importuj*.

Rysunek W.70.

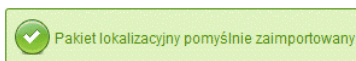
Lista importowanych danych



Zaczekaj na wyświetlenie komunikatu o zakończeniu importowania (rys. W.71).

Rysunek W.71.

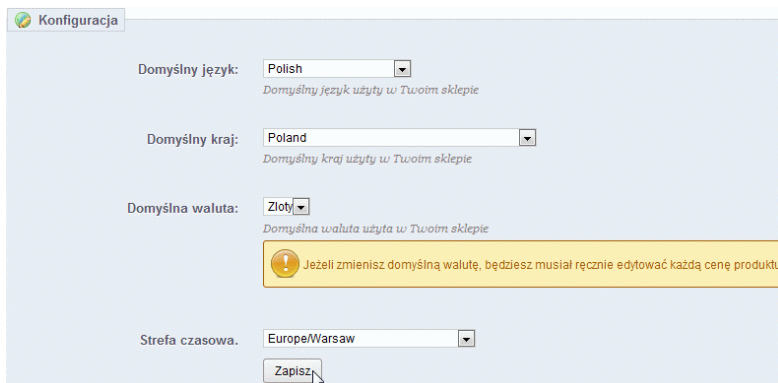
Dane zostały zaimportowane



W sekcji *Konfiguracja* wybierz ustawienia tak, jak pokazano na rys. W.72, i kliknij przycisk *Zapisz*.

Rysunek W.72.

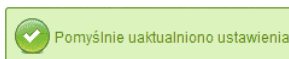
Opcje wyboru ustawień lokalizacyjnych sklepu



Zaczekaj na wyświetlenie komunikatu o zakończeniu aktualizacji ustawień (rys. W.73).

Rysunek W.73.

Ustawienia zostały zapisane



W sekcji *Lokalizacja* wybierz ustawienia tak, jak pokazano na rys. W.74, i kliknij przycisk *Zapisz*.

Rysunek W.74.

Jednostki miary, które będą używane w sklepie

Zaczekaj na wyświetlenie komunikatu o zakończeniu aktualizacji ustawień (rys. W.73).

Podsumowanie

- ◆ Na komputerze lokalnym możliwe jest zainstalowanie serwera, bazy danych i oprogramowania PrestaShop. Potrzebny jest do tego pakiet XAMPP (serwer stron WWW, baza MySQL) oraz pakiet instalacyjny PrestaShop wraz z plikami językowymi.
- ◆ Zainstalowanie pakietu PrestaShop na komputerze lokalnym pozwala testować projekt bez konieczności korzystania z serwera w internecie oraz ukryć prace nad serwisem przed internautami.
- ◆ Strona: <http://localhost/prestashop> służy do przeglądania zawartości sklepu.

Rozdział 1.

Administracja

Z tego rozdziału dowiesz się:

- ♦ jak zabezpieczyć się przed kradzieżą ciasteczka;
- ♦ gdzie znajduje się menu *Szybki dostęp*;
- ♦ dlaczego należy określić minimalny czas pomiędzy dwiema zmianami hasła.

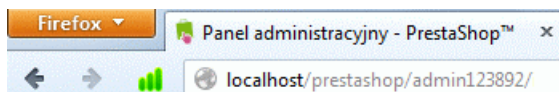
Logowanie do zaplecza

Witryna tworzona na podstawie PrestaShop jest podzielona na dwie części: ogólnodostępną i zaplecze. Zmiany w konfiguracji możesz wykonywać po zalogowaniu się do zaplecza.

Aby zalogować się do zaplecza, wpisz w pasku adresu przeglądarki adres strony logowania (rys. 1.1).

Rysunek 1.1.

Adres strony logowania dla procesu instalowania PrestaShop opisanego we wstępie



1. Naciśnij klawisz *Enter* i zaczekaj na wyświetlenie formularza logowania (rys. 1.2).
2. W polu *Adres e-mail* wpisz adres poczty elektronicznej podany podczas instalowania programu (rys. W.61).
3. W polu *Hasło* wpisz hasło.
4. Kliknij przycisk *Zaloguj się*.

Rysunek 1.2.
Formularz logowania



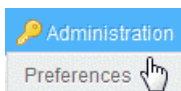
The screenshot shows a login form with the title 'Testowy'. It contains two input fields: 'Adres e-mail:' with an email icon and 'Hasło:' with a lock icon. Below the fields are two buttons: 'Zaloguj się' and a link 'Zagubione hasło?'.

Preferencje

Konfigurowanie serwisu zaczyna się od ustawień, które są wspólne dla całej witryny.

Po zalogowaniu wyświetli się strona główna zaplecza. Wybierz kolejno: *Administration*, *Preferences* (rys. 1.3).

Rysunek 1.3.
*Fragment menu
Administration*



Wyświetl sekcję *Ogólne* (rys. 1.4). Moduły są okresowo poprawiane. Aby w sklepie mieć zainstalowane najnowsze moduły, w sekcji *Automatycznie sprawdzaj aktualizacje modułów* zaznacz opcję *Tak*.

Wiele stron w internecie (ale nie wszystkie) do weryfikacji użytkownika używa informacji zawartych w plikach cookies (ciasteczkach) użytkownika: sesja, login, hasło, numer ID, kod weryfikacyjny itp. Dzięki ciasteczkom zapisanych w komputerze po wejściu na już odwiedzoną stronę zostajesz „rozpoznany”. Jest to wygodne, ale i niebezpieczne. Plik cookie można bowiem skraść z komputera. Wystarczy odwiedzić stronę, która ma zainstalowany skrypt do kradzieży ciasteczek. Dodatkowym zabezpieczeniem może być sprawdzanie IP pliku cookie. Dopiero zgodność numeru IP komputera, na którym zapisano ciasteczko, i komputera, na którym się ono znajduje, pozwala stwierdzić, że nie zostało skradzione. Aby skorzystać z tej opcji, w sekcji *Sprawdź IP pliku cookie* zaznacz *Tak*.

Po upływie czasu ważności ciasteczka przeglądarka usuwa je. Inny czas można określić dla witryny (*Front Office*), a inny dla zaplecza (*Back Office*). Domyślnie ich czas ważności jest identyczny i wynosi 480 godzin (20 dób).

Wyświetl sekcję *Limit wielkości wysyłanych danych* (rys. 1.5). Marzeniem każdego sprzedawcy jest wielkie zainteresowanie sklepem. Zainteresowanie oznacza również osoby, które przeglądają ofertę, ale nie zawsze dokonują zakupu. Przeglądają oferty, czyli ściągają pliki. Powoduje to generowanie ruchu. W umowie z usługodawcą internetowym zazwyczaj widnieje zapis o ograniczeniu transferu w skali miesiąca lub o dodatkowych opłatach naliczanych po przekroczeniu limitu.

Rysunek 1.4.
Sekcja Ogólne

Ogólne

Automatycznie sprawdzaj aktualizacje modułów ☒ Tak ☐ Nie
Nowe moduły i aktualizacje są wyświetlane na stronie modułów

Sprawdź IP pliku cookie ☒ Tak ☐ Nie
Sprawdź IP pliku cookie aby zapobiegać kradzieży pliku

Okres ważności pliku cookie Front Office
Podaj ilość godzin

Okres ważności pliku cookie Back Office
Podaj ilość godzin

Rysunek 1.5.
Sekcja Limit wielkości wysyłanych danych

Limit wielkości wysyłanych danych

Maksymalny rozmiar załącznika Megabajtów
Ustal maksymalny rozmiar plików załączników (w Megabajtach). Maksimum: 2M

Wartość limitu wysłanego pliku Megabajtów
Zdefiniuj limit wysyłania dla produktów pobieranych, ta wartość musi być mniejsza bądź równa maksymalnej wartości wysłanego pliku dla Twojego serwera (2 MB).

Limit wysyłania zdjęć Megabajtów
Zdefiniuj limit wysyłania dla zdjęć, ta wartość musi być mniejsza bądź równa maksymalnej wartości wysłanego pliku dla Twojego serwera (2 MB).

Z punktu widzenia klienta, który nie ma szybkiego łącza, istotne jest przesłanie maksymalnej liczby informacji w plikach o minimalnej objętości. Można więc nałożyć ograniczenie na rozmiar załączników, plików i zdjęć. Domyślnie ograniczone są one do 2 MB.

Wyświetl sekcję *Pomoc* (rys. 1.6). PrestaShop pozwala na wyświetlanie pomocy na temat elementów okna. Dopóki nie uzyskasz biegłości w obsłudze programu, proponuję pozostawić aktywne wyświetlanie okien pomocy i podpowiedzi dotyczących optymalizacji.

Rysunek 1.6.
Sekcja Pomoc

Pomoc

Okienka pomocy dla Back Office ☒ Tak ☐ Nie
Włącz żółte okienka pomocy które będą wyświetlane pod polami formularzy w Back Office

Ukryj podpowiedzi optymalizacji ☐ Tak ☒ Nie
Ukryj podpowiedzi optymalizacji na stronie głównej Back Office

Wyświetl sekcję *Powiadomienia* (rys. 1.7). Można w niej włączyć lub wyłączyć wyświetlanie informacji o nowych zamówieniach, klientach lub wiadomościach. Powiadomienia wyświetlane są w lewym górnym rogu ekranu (rys. 1.8). Sugeruję pozostawić je włączone. Informacja o zdarzeniach wymagających reakcji obsługi sklepu wyświetlana będzie w jednym miejscu i nie powinna zostać niezauważona.

Rysunek 1.7.
Sekcja
Powiadomienia

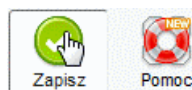


Rysunek 1.8.
Białe cyfry informują o liczbie nowych zdarzeń w każdej kategorii



Po wprowadzeniu nowych ustawień zapisz je, klikając przycisk *Zapisz* (rys. 1.9) widoczny w prawym górnym rogu ekranu.

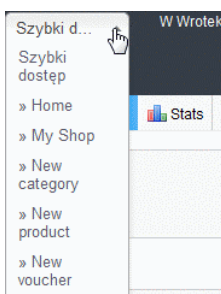
Rysunek 1.9.
Dopiero po kliknięciu przycisku *Zapisz* wprowadzone ustawienia zostaną uwzględnione



Szybki dostęp

Pracę z PrestaShop ułatwiają skróty do najważniejszych stron. Mogą one być dostępne w menu, w prawym górnym rogu każdej strony zaplecza aplikacji (rys. 1.10).

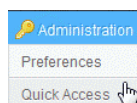
Rysunek 1.10.
Menu *Szybki dostęp*



Menu *Szybki dostęp* możesz edytować.

1. Po zalogowaniu wyświetla się strona główna zaplecza. Wybierz kolejno: *Administration*, *Quick Access* (rys. 1.11).

Rysunek 1.11.
Fragment menu
Administration



2. Wyświetli się strona *Quick Access* (rys. 1.12).

Rysunek 1.12.

Strona Quick Access pozwala na tworzenie niestandardowych skrótów dostosowanych do specyfiki sklepu i preferencji personelu

Administration > Quick Access

Dodaj nowy

Pomoc

Strona 1 / 1 | Wyświetl 50 / 5 wynik(i)

WyczyśćFiltr

| | ID | Nazwa | Odnosnik | Nowe okno | Akcje |
|--|----|--------------|--|-----------|-------|
| | | | | | |
| | 1 | Home | index.php | | |
| | 2 | My Shop | .J | | |
| | 3 | New category | index.php?controller=AdminCategories&addcategory | | |
| | 4 | New product | index.php?controller=AdminProducts&addproduct | | |
| | 5 | New voucher | index.php?controller=AdminCartRules&addcart_rule | | |

Usuń zaznaczone

Wraz z PrestaShop instalowane są skróty:

- ♦ *Home* — do strony głównej zaplecza;
- ♦ *My shop* — do strony głównej sklepu;
- ♦ *New category* — do formularza dodawania nowej kategorii;
- ♦ *New product* — do formularza dodawania nowego produktu;
- ♦ *New voucher* — do formularza dodawania nowego vouchera.



PrestaShop umożliwia utworzenie nieograniczonej liczby skrótów. Gdy będzie ich za dużo, menu *Szybki dostęp* przestanie pełnić swą funkcję.

Dodawanie linku

Aby dodać nowy link, kliknij przycisk *Dodaj nowy* (rys. 1.13).

Rysunek 1.13.

Przycisk Dodaj nowy



1. Wyświetli się sekcja *Menu szybkiego dostępu* (rys. 1.14).
2. W polu *Nazwa* wpisz tekst (krótki i opisowy).
3. W polu *URL* wpisz adres strony.
4. Wybierz, czy strona ma otwierać się w oknie nowym, czy aktualnym.



Adres strony wyświetlany jest na pasku adresu przeglądarki. Można z niego skopiować fragment od *index.php* do nazwy polecenia włącznie (zob. rys. 1.14). Token wraz z wartością jego parametru można pominąć.

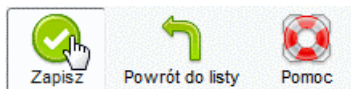
Rysunek 1.14.

*Sekcja Menu
szybkiego dostępu
z wypełnionymi
polami formularza*

5. Po wpisaniu danych kliknij przycisk *Zapisz* (rys. 1.15).

Rysunek 1.15.

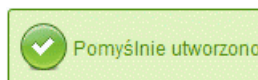
*Grupa, do której należy przycisk Zapisz,
znajduje się po prawej stronie ekranu*



6. Zaczekaj na wyświetlenie komunikatu o zakończeniu tworzenia pozycji menu (rys. 1.16).

Rysunek 1.16.

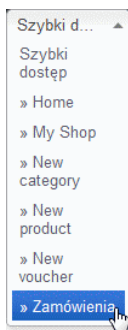
*Utworzenie nowej grupy wymaga nieco czasu.
Dopiero po wyświetleniu komunikatu możesz
być pewny, że nowe ustawienia zostały zapisane*



7. Pozostało jeszcze tylko przetestowanie linku. Rozwiń menu *Szybki dostęp* i wybierz z niego ostatnio dodaną pozycję (rys. 1.17).

Rysunek 1.17.

*Menu Szybki dostęp
z dodaną pozycją*



Personel

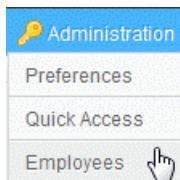
Dobłą zasadą jest, aby od samego początku działania sklepu każdy pracownik miał własne konto. Tylko on powinien znać hasło do niego. Pracownicy mogą zmieniać adresy dostawy, przyjmować płatności, wykonywać zwrot pieniędzy itp. Dzięki personalizacji kont łatwo będzie ustalić, kto i co zrobił w sklepie.

Konieczny jest również podział kompetencji. Każdy pracownik powinien mieć jasno określony ich zakres. PrestaShop umożliwia egzekwowanie zasad: każdy ma swoje konto i tylko tyle uprawnień, ile jest mu potrzebnych do wykonywania powierzonych obowiązków.

Aby wyświetlić listę pracowników, wybierz kolejno: *Administration*, *Employees* (rys. 1.18). Wyświetli się strona z wszystkimi kontami użytkowników, którzy mają dostęp do zaplecza sklepu. Znajduje się tutaj konto utworzone podczas instalowania sklepu — *SuperAdmin*. Superadmin ma dostęp do wszystkich funkcji PrestaShop bez ograniczeń.

Rysunek 1.18.

Polecenia, które należy wybrać, aby uzyskać dostęp do menu zarządzania pracownikami



Tworzenie nowego konta

Aby utworzyć nowe konto, wykonaj poniższe czynności.

1. Kliknij przycisk *Dodaj nowy*, który znajduje się po prawej stronie okna (rys. 1.19).

Rysunek 1.19.

Przycisk Dodaj nowy



2. Wyświetli się formularz do tworzenia nowego konta użytkownika (rys. 1.20).

Rysunek 1.20.

Górna część formularza definiowania ustawień dla konta nowego użytkownika

3. W polu *Imię* wpisz imię pracownika.
4. W polu *Nazwisko* wpisz nazwisko pracownika. Klient sklepu nie widzi nazwiska pracownika, który go obsługuje. Nazwisko jest potrzebne, aby wiedzieć, kto i co zrobił w sklepie.
5. W polu *Hasło* wpisz hasło. Oprogramowanie sklepu narzuca następujące wymogi:
 - ♦ hasło musi zawierać minimum osiem znaków;

- ♦ mogą w nim występować litery, liczby i znak podkreślenia.
- 6. W polu *Adres e-mail* wpisz adres poczty elektronicznej pracownika. Tam będzie kierowana korespondencja od klientów i powiadomienia ze sklepu. Adres poczty elektronicznej jest również używany jako identyfikator konta logowania.
- 7. W polu *Kolor panelu administracyjnego* możesz zmienić kolor panelu. Opcja ta ma znaczenie nie tylko estetyczne. Kolor tła może oznaczać grupę, do której należy pracownik. Na przykład sprzedawcy mogą mieć tło w kolorze niebieskim, a logistycy w kolorze zielonym. Po zalogowaniu się na konto na pierwszy rzut oka wiadomo, czy można używać go do pracy, czy należy przełączyć się na inne konto.
- 8. W polu *Domyślna strona* możesz wybrać, którą stronę ma widzieć użytkownik zaraz po zalogowaniu. Wybór możesz uzależnić od grupy, do której należy użytkownik. Na przykład sprzedawcy mogą widzieć stronę z zamówieniami, a logistycy z zamówieniami opłaconymi.



Hasłem nie może być słowo, które kojarzy się z użytkownikiem: imię członka rodziny, imię zwierzątka domowego, numer rejestracyjny samochodu lub numer telefonu. Od poszukiwania takich wyrazów może rozpocząć włamywacz amator.

Włamywacz nieco bardziej uparty może posłużyć się atakiem słownikowym. Użyje programu, który będzie kolejno wpisywał wyrazy ze słownika. Takiego rodzaju hasło też nie jest bezpieczne.

Hasło można wygenerować w sposób losowy. Problemem staje się jednak jego zapamiętanie. Wielu użytkowników trzyma hasła zapisane na karteczkach przy klawiaturze czy w notesie. W ten sposób oczywiście hasło staje się tylko tak bezpieczne, jak trudny jest fizyczny dostęp do notatek. Z drugiej strony, kto zapamięta kilka czy kilkanaście haseł typu „mukrstw”?

Na szczęście istnieją dobre metody pozwalające na wybór haseł jednocześnie skomplikowanych i... łatwych do zapamiętania! Hasłem mogą być pierwsze litery słów cytatu, przysłowia, dowcipu. Na przykład:

„Murzynek Bambo w Afryce mieszka. Czarną ma skórę ten nasz koleżka”.

Zapisz pierwsze litery cytatu, dodając znaki interpunkcyjne:

MBwAm.Cmsktnk.

Możesz jeszcze zastąpić literę B cyfrą 8, a kropki podkreśleniami:

M8wAm_Cmsktnk_

W ten sposób uzyskasz dobre czternastoznakowe hasło, którego zapamiętanie powinno Ci przyjść bez trudu.

Niestety, to nie koniec komplikacji! Niektóre programy wymuszają zmianę hasła co określony czas. Ma to na celu utrudnienie działania osobom, które w sposób nieuprawniony uzyskały dostęp do hasła. W takim przypadku należy za każdym razem opracowywać nowe hasło. Wszelkie algorytmy polegające np. na uzupełnianiu hasła kolejnym numerem czy datą przypadającą w piątek poprzedniego tygodnia są łatwe do odkrycia i stanowią wyrwę w murze bezpieczeństwa informatycznego.

Nie wykorzystuj również żadnego hasła podanego w tej książce lub innych traktujących o doborze haseł i bezpieczeństwie systemów.

9. W PrestaShop interfejs zaplecza sklepu zajmuje całą szerokość ekranu. Może to stanowić problem, gdy masz naprawdę szeroki ekran. W takim przypadku w *Szerokość Back Office*: możesz wpisać szerokość mierzoną w pikselach.
10. W polu *Język* możesz określić język domyślny. W przypadku firmy międzynarodowej zwróć uwagę na to, aby domyślny był angielski, a w procesie konfigurowania sklepu możesz ewentualnie dodać inne języki (menu *Localization, Languages*).
11. W polu *Szablon graficzny* możesz użyć motywu innego niż domyślny.
12. Przewiń formularz w dół (rys. 1.21). W polu *Pokaż screencast po zalogowaniu* zaznacz krzyżyk, w przeciwnym razie po każdym zalogowaniu na zaplecze wyświetlana będzie informacja o poprawkach i funkcjach wprowadzonych w aktualnej wersji PrestaShop.

Rysunek 1.21.

Dolna część formularza definiowania ustawień dla konta nowego użytkownika

13. W polu *Status* możesz zablokować konto. Opcja ta pozwala na tworzenie tymczasowych kont, na przykład gdy trzeba zastąpić pracownika w czasie urlopu.
14. Rozwiń listę *Profil*. Każde konto osoby logującej się do zaplecza może zostać przydzielone do jednej z pięciu grup. Z profilem związany jest zestaw uprawnień, a tym samym część zaplecza sklepu, do których pracownik ma dostęp.



Uwaga

Konto o uprawnieniach superadmina tworzone jest podczas instalowania oprogramowania. Taka osoba ma wszelkie uprawnienia i dostęp do wszystkich opcji. Proponuję zaraz po zakończeniu instalowania utworzyć konto o uprawnieniach administratora i używać go do zarządzania sklepem. Konto *SuperAdmin* warto mieć w zapasie. Gdy uszkodzony zostanie profil *Administrator*, możesz zalogować się na konto *SuperAdmin* i wprowadzić niezbędne poprawki.

Konto *Administrator* pozwala prawie na to samo co *SuperAdmin*. Administrator nie może zmieniać: treści CMS, adresu URL, zasad ustalania cen, ustawień dotyczących obsługi kilku sklepów.

Profil *Logistician* należy przypisać osobie, która zajmuje się w sklepie pakowaniem i wysyłką towarów. Może ona mieć dostęp do rejestrów zamówień, wysyłek czy zapasów. Ma również dostęp do katalogu towarów oraz stron klientów.

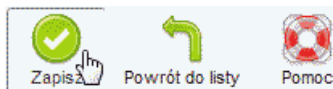
Profil *Translator* uprawnia do wprowadzania zmian w tłumaczeniach (części tekstowej sklepu, nazw produktów i kategorii, treści CMS oraz strony *Translations*).

Profil *Salesman* pozwala na kompletowanie i weryfikację płatności zamówień. Osoba używająca tego profilu ma dostęp do stron klientów, modułów oraz niektórych statystyk.

15. Po wprowadzeniu ustawień kliknij przycisk *Zapisz* (rys. 1.22).

Rysunek 1.22.

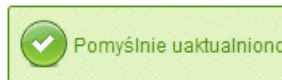
Ustawienia zostaną uwzględnione po kliknięciu przycisku Zapisz



16. Zaczekaj na wyświetlenie komunikatu o zapisaniu zmian (rys. 1.23).

Rysunek 1.23.

Jeżeli zmiany w konfiguracji wprowadzane są podczas pracy sklepu, na wykonanie operacji trzeba chwilę poczekać



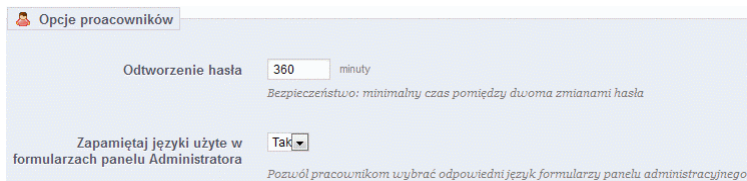
Minimalna częstotliwość zmiany hasła

Pracownik zmuszony do zmiany hasła może wymyśleć nowe i natychmiast zmienić hasło na... uprzednio używane. Aby utrudnić mu oszukanie oprogramowania sklepu, wykonaj poniższe czynności.

1. W sekcji *Opcje pracowników* (rys. 1.24) określ minimalny czas pomiędzy dwiema zmianami hasła.

Rysunek 1.24.

Pozostaje mieć nadzieję, że jeżeli przez sześć godzin oprogramowanie nie pozwoli na powrót do starego hasła, to będzie używane hasło nowe



2. Zapisz ustawienia przed opuszczeniem strony.

Język zaplecza sklepu

Każdy pracownik może wybrać odpowiadającą mu wersję językową zaplecza sklepu. Aby ustawienie zostało zapamiętane, w sekcji *Opcje pracowników* (rys. 1.24) włącz możliwość zapamiętywania języków w formularzach panelu administratora.

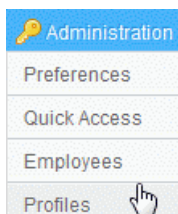
Zapisz ustawienia przed opuszczeniem strony.

Profile

Profilami można zarządzać. Dostęp do odpowiedniej strony uzyskasz, wybierając polecenia: *Administration, Profiles* (rys. 1.25).

Rysunek 1.25.

Polecenia, które trzeba wybrać, aby uzyskać dostęp do okna zarządzania profilami



Wyświetli się strona z profilami (rys. 1.26).

Rysunek 1.26.

Strona z profilami



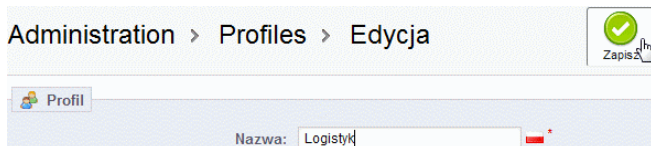
Zmiana nazwy profilu

Aby zmienić nazwę profilu, wykonaj poniższe czynności.

1. Wyświetl stronę z profilami (rys. 1.25 i 1.26).
2. Kliknij nazwę profilu, którą chcesz zmienić.
3. Po wyświetleniu formularza (rys. 1.27) popraw dane i kliknij przycisk *Zapisz*.

Rysunek 1.27.

Nazwę profilu można zmienić

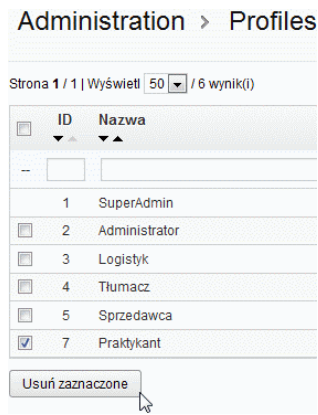


Usuwanie profilu

Aby usunąć profil, wykonaj następujące czynności.

1. Wyświetl stronę z profilami (rys. 1.25 i 1.26).
2. Zaznacz nazwę profilu, którą chcesz zmienić (rys. 1.28)
3. Kliknij przycisk *Usuń zaznaczone*.

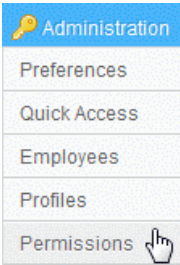
Rysunek 1.28.
*Zbędny profil można
usunąć*



Uprawnienia

Zaraz po zainstalowaniu PrestaShop jest niemal gotowe do działania. Niemal, bo wymaga tylko podania informacji, których nie znali twórcy programu (np. numeru rachunku bankowego właściciela sklepu). Reszta została zrobiona. Liczba nadanych uprawnień jest olbrzymia. Możesz się o tym przekonać, wyświetlając uprawnienia przypisane profilom (rys. 1.29).

Rysunek 1.29.
*Wybranie poleceń:
Administration,
Permissions powoduje
wyświetlenie
uprawnień
przypisanych profilom*



Po wyświetleniu okna z uprawnieniami kliknij odsyłacz z nazwą użytkownika (rys. 1.30).

| SuperAdmin | Menu | Widok | Dodaj | Edytuj | Usuń | Wszystko | Moduły | Widok | Konfiguruj |
|---------------|------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------|--------------------------|
| Administrator | Home | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | » Przelew bankowy | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Logistyk | CMS Pages | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | » Blok reklamowy | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Tłumacz | CMS Categories | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | » Blok najczęściej kupowanych | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Sprzedawca | Combinations Generator | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | » Blok koszyka | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Praktykant | Search | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | » Blok kategorii | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Shops | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | » Blok CMS | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Shop URLs | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | » Blok kontaktu | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Catalog | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | » Blok informacji kontaktowych | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | » Products | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | » Blok walut | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | » Categories | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | » Blok Ochrona danych osobowych | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | » Monitoring | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | » Blok językowy | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Rysunek 1.30. *Fragment uprawnień administratora*

Permissions jest centralną stroną służącą do zarządzania uprawnieniami PrestaShop. Widać na niej, co pracownik może, a czego nie może zrobić w sklepie. Po lewej stronie okna widoczne są nazwy profili. Kliknięcie profilu powoduje wyświetlenie formularza z jego uprawnieniami.

Tablice wszystkich użytkowników, oprócz superadmina, mają identyczną budowę. Podzielone są na dwie kolumny: dotyczące menu i modułów.

Dla każdej pozycji menu jest pięć opcji:

- ♦ *Widok* — pracownik może przeglądać informacje;
- ♦ *Dodaj* — pracownik może dodawać informacje;
- ♦ *Edytuj* — pracownik może zmieniać informacje;
- ♦ *Usuń* — pracownik może usuwać informacje;
- ♦ *Wszystko* — włącza wszystkie powyższe opcje.

Dla każdej pozycji modułów są dwie opcje:

- ♦ *Widok* — pracownik może przeglądać informacje;
- ♦ *Konfiguruj* — pracownik może zmieniać informacje.



Uprawnień użytkownika SuperAdmin nie można zmienić.

Nowy użytkownik nie ma żadnych uprawnień do wprowadzania zmian w sklepie (rys. 1.31).

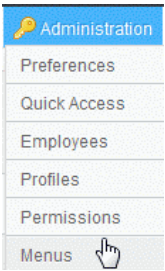
| | Menu | <input type="checkbox"/> Widok | <input type="checkbox"/> Dodaj | <input type="checkbox"/> Edytuj | <input type="checkbox"/> Usuń | <input type="checkbox"/> Wszystko | Moduły | <input type="checkbox"/> Widok | <input type="checkbox"/> Konfiguruj |
|---------------|-------------------------|--------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|-------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| SuperAdmin | Home | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | » Przelew bankowy | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Administrator | CMS Pages | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | » Blok Reklamowy | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Logistyka | CMS Categories | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | » Blok najczęściej kupowanych | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Tłumacz | Combinations Generator | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | » Blok koszyka | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Sprzedawca | Search | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | » Blok kategorii | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Praktykant | Shops | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | » Blok CMS | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Shop URLs | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | » Blok kontaktu | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Catalog | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | » Blok informacji kontaktowych | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | » Products | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | » Blok walut | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | » Categories | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | » Blok Ochrona danych osobowych | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | » Monitoring | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | » Blok językowy | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | » Attributes and Values | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | » Blok producentów | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | » Features | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | » Moje konto - blok | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | » Manufacturers | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | » Moje konto - blok | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | » Suppliers | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | » Blok nowych produktów | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | » Image Mapping | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | » Blok eDziennika - newsletter | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | » Tags | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | » Blok logo płatności | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | » Attachments | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | » Blok linków permanentnych | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Orders | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | » Blok Bezpieczeństwo | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | » Orders | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | » Blok prostego wyszukiwania | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Rysunek 1.31. Fragment listy uprawnień nowego użytkownika

Menu

Wygląd zaplecza sklepu nie jest stały. Użytkownik może go zmieniać w znacznym zakresie. Aby wyświetlić okno do zarządzania menu, wybierz kolejno: *Administration*, *Menus* (rys. 1.32).

Rysunek 1.32.
Polecenia, które trzeba wybrać, aby uzyskać dostęp do okna zarządzania menu



Wyświetlona została lista menu (rys. 1.33).

Rysunek 1.33.
Okno do zarządzania menu

| ID | Nazwa | Ikona | Moduł | Włączone | Pozycja | Akcje |
|----|---------------------|-------|-------|----------|---------|-------|
| | | -- | | -- | | -- |
| 9 | Catalog | | | ✓ | ▼ | |
| 10 | Orders | | | ✓ | ▼ | |
| 11 | Customers | | | ✓ | ▼ | |
| 12 | Price Rules | | | ✓ | ▼ | |
| 13 | Shipping | | | ✓ | ▼ | |
| 14 | Localization | | | ✓ | ▼ | |
| 15 | Modules | | | ✓ | ▼ | |
| 16 | Preferences | | | ✓ | ▼ | |
| 17 | Advanced Parameters | | | ✓ | ▼ | |
| 18 | Administration | | | ✓ | ▼ | |
| 19 | Stats | | | ✓ | ▼ | |
| 20 | Stock | | | ✓ | ▲ | |

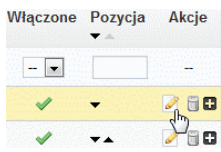
W kolumnie *Włączone* widoczne są zielone znaczki przy menu wyświetlanych. Aby ukryć menu, kliknij znaczek. Po chwili pojawi się czerwony krzyżyk, a menu zostanie ukryte (rys. 1.34).

Rysunek 1.34.
Menu Catalog zostało wyłączzone

| ID | Nazwa | Ikona | Moduł | Włączone |
|----|---------|-------|-------|----------|
| | | -- | | -- |
| 9 | Catalog | | | |
| 10 | Orders | | | |

W kolumnie *Pozycja* (rys. 1.35) widoczne są strzałki. Kliknięcie strzałki skierowanej ku górze powoduje przesunięcie menu na wyższą pozycję.

Rysunek 1.35.
Opcje zarządzania pozycjami menu są intuicyjne



Kliknięcie kartki z ołówkiem powoduje przejście do trybu edytowania menu (rys. 1.36).

Rysunek 1.36.
Menu Shipping w trybie edytowania

Administration > Menus > Edycja

Menu

Nazwa: Shipping

Klasa: AdminParentShipping

Moduł:

Ikona: Przeglądaj...

Wgraj logo ze swojego komputera (.gif, .jpg, .jpeg lub .png).

Status: ☒ ☐ ☐ ☐

Pokaż lub ukryj menu.

Nadrzędne: Strona główna

Kliknięcie kosza na śmieci powoduje usunięcie pozycji menu (rys. 1.37).

Rysunek 1.37.
Definitywne usunięcie menu wymaga potwierdzenia operacji

Usunąć wybrany przedmiot?

Nazwa: Orders

OK Anuluj

Kliknięcie plusa powoduje wyświetlenie menu szczegółowego (rys. 1.38).

Rysunek 1.38.
Rozwinięte menu szczegółowe

| 10 | Orders | | | | | | | | |
|----|---------------------|-------|-------|----------|---------|-------|--|--|--|
| ID | Nazwa | Ikona | Moduł | Włączone | Pozycja | Akcje | | | |
| 31 | Orders | | | ✓ | ▼ | | | | |
| 32 | Invoices | | | ✓ | ▼▲ | | | | |
| 33 | Merchandise Returns | | | ✓ | ▼▲ | | | | |
| 34 | Delivery Slips | | | ✓ | ▼▲ | | | | |
| 35 | Credit Slips | | -- | ✓ | ▼▲ | | | | |
| 36 | Statuses | | | ✓ | ▼▲ | | | | |
| 37 | Order Messages | | | ✓ | ▲ | | | | |

Dodawanie menu

Aby dodać nową pozycję do menu, wykonaj poniższe czynności.

- 1. Kliknij przycisk *Dodaj nowy* (rys. 1.39).

Tabela 1.1. *Przeznaczenie wybranych klas — ciąg dalszy*

| Przeznaczenie | Nazwa pliku |
|--|-----------------------------|
| Grupy reguł wyliczania podatków | <i>TaxRulesGroup.php</i> |
| Historia zamówień | <i>OrderHistory.php</i> |
| Import | <i>ImportModule.php</i> |
| Informacje meta dla stron sklepu | <i>Meta.php</i> |
| Informacje o kartach kredytowych | <i>PaymentCC.php</i> |
| Informacje o produktach | <i>Product.php</i> |
| Informacje o zamówieniu | <i>Order.php</i> |
| Instalator paczek lokalizacji | <i>LocalizationPack.php</i> |
| Języki | <i>Language.php</i> |
| Kategorie produktów | <i>Category.php</i> |
| Kategorie stron CMS | <i>CMSCategory.php</i> |
| Kombinacje atrybutów i cen | <i>Combination.php</i> |
| Kontroler czcionek | <i>FrontController.php</i> |
| Kopia bezpieczeństwa bazy danych | <i>Backup.php</i> |
| Koszyki klientów (także porzucone) | <i>Cart.php</i> |
| Kraje odbiorców towarów | <i>Country.php</i> |
| Linki (do produktów, kategorii...) | <i>Link.php</i> |
| Mapowanie obrazów | <i>Scene.php</i> |
| Memcaching | <i>MCached.php</i> |
| Moduły (zarządzanie) | <i>Module.php</i> |
| Niezarejestrowani klienci | <i>Guest.php</i> |
| Noty korygujące | <i>OrderSlip.php</i> |
| Obniżki dla grup klientów | <i>GroupReduction.php</i> |
| Paczki produktów (rozszerzają klasę <i>Product</i>) | <i>Pack.php</i> |
| Płatności | <i>PaymentModule.php</i> |
| Podatki | <i>Tax.php</i> |
| Podatki (reguły) | <i>TaxRules.php</i> |
| Powiązania między przewoźnikami i zakresami | <i>Delivery.php</i> |
| Pracownicy sklepu | <i>Employee.php</i> |
| Producenci | <i>Manufacturer.php</i> |
| Produkty (zdjęcia) | <i>Image.php</i> |
| Produkty do pobrania | <i>ProductDownload.php</i> |
| Profile pracowników | <i>Profile.php</i> |
| Przewoźnicy | <i>Carrier.php</i> |
| Przyczyny zmian magazynowych. | <i>StockMvtReason.php</i> |
| Rozmiary zdjęć | <i>ImageType.php</i> |
| Siatka danych | <i>ModuleGrid.php</i> |

Tabela 1.1. *Przeznaczenie wybranych klas — ciąg dalszy*

| Przeznaczenie | Nazwa pliku |
|--|------------------------------|
| Silnik siatki danych | <i>ModuleGridEngine.php</i> |
| Silnik wykresów | <i>ModuleGraphEngine.php</i> |
| Sklep (lub sklepy) | <i>Shop.php</i> |
| Sklepy używane w module <i>store locator</i> | <i>Store.php</i> |
| Skróty na liście rozwijanej dla pracownika | <i>QuickAccess.php</i> |
| Specyficzne ceny (w tym obniżki ilościowe) | <i>SpecificPrice.php</i> |
| Sprzedane produkty | <i>ProductSale.php</i> |
| Statusy zamówień | <i>OrderState.php</i> |
| Statusy zwrotów produktów | <i>OrderReturnState.php</i> |
| Statystyki odwiedzonych stron | <i>Connection.php</i> |
| Statystyki źródeł wizyt | <i>ConnectionsSource.php</i> |
| Strefy dostaw | <i>Zone.php</i> |
| Strony CMS | <i>CMS.php</i> |
| Strony PrestaShop (poza CMS) | <i>Page.php</i> |
| Subdomeny | <i>SubDomain.php</i> |
| Szyfrowanie plików cookies metodą Blowfish | <i>Blowfish.php</i> |
| Szyfrowanie plików cookies przy użyciu mcrypt | <i>Rijndael.php</i> |
| Tagi produktów | <i>Tag.php</i> |
| Tematy wiadomości przesyłanych między klientami i pracownikami | <i>CustomerThread.php</i> |
| Uchwyty dla modułów | <i>Hook.php</i> |
| Ustawienia konfiguracyjne | <i>Configuration.php</i> |
| Walidacja danych | <i>Validate.php</i> |
| Waluty | <i>Currency.php</i> |
| Wartości cech produktów | <i>FeatureValue.php</i> |
| Wiadomości klientów dołączane do zamówień | <i>Message.php</i> |
| Wiadomości od personelu dołączane do zamówień | <i>OrderMessage.php</i> |
| Wiadomości przesyłane przez klientów do sklepu | <i>CustomerMessage.php</i> |
| Województwa używane w adresach | <i>State.php</i> |
| Wykresy (generowanie) | <i>Chart.php</i> |
| Wykresy dla modułów | <i>ModuleGraph.php</i> |
| Wysyłanie e-maili | <i>Mail.php</i> |
| Wyszukiwanie produktów | <i>Search.php</i> |
| Wyszukiwarki (źródła ruchu) | <i>SearchEngine.php</i> |
| Wyświetlanie podpowiedzi i dokumentacji | <i>HelpAccess.php</i> |
| Wywoływanie kontrolerów | <i>ControllerFactory.php</i> |
| Zakładki i ich pozycje w panelu administratora | <i>Tab.php</i> |
| Zakładki w panelu administratora | <i>AdminTab.php</i> |

Tabela 1.1. *Przeznaczenie wybranych klas — ciąg dalszy*

| Przeznaczenie | Nazwa pliku |
|----------------------------------|------------------------|
| Zakresy cen | <i>RangePrice.php</i> |
| Zakresy dat | <i>DateRange.php</i> |
| Zakresy wagowe | <i>RangeWeight.php</i> |
| Załączniki do produktów | <i>Attachment.php</i> |
| Zamówienia (szczegóły) | <i>OrderDetail.php</i> |
| Zarejestrowani klienci | <i>Customer.php</i> |
| Zarządzanie bazą danych | <i>Db.php</i> |
| Zarządzanie plikami cookies | <i>Cookie.php</i> |
| Zewnętrzny dostęp do bazy danych | <i>Webservice.php</i> |
| Zmiany stanów magazynowych | <i>StockMvt.php</i> |
| Zwroty produktów | <i>OrderReturn.php</i> |



Pliki klas są przechowywane w folderze `/controllers/admin` instalacji PrestaShop.

W niektórych przypadkach kontroler administracji, dla którego chcesz utworzyć stronę, pochodzi z modułu. W takiej sytuacji musisz również podać identyfikator modułu (zazwyczaj jest to nazwa jego folderu) i wpisać ją w polu *Moduł* małymi literami. W ten sposób PrestaShop będzie wiedziało, że nie należy szukać sterownika w folderze `/controllers/admin`, ale w `/modules/nazwa_modułu/`.

W polu *Ikona* możesz podać link do pliku ikony. Plik taki musi mieć wymiary 16×16 pikseli.



Bogatym źródłem darmowych plików ikon jest serwis FamFamFam: <http://www.famfamfam.com/lab/icons/silk/>.

W sekcji *Status* możesz włączyć lub wyłączyć stronę. Zmiana statusu strony dotyczy wszystkich użytkowników zaplecza sklepu.

Z listy *Nadrzędne* możesz wybrać stronę, która będzie nadrzędna w stosunku do tworzonej. Teoretycznie można wybrać dowolne menu, ale w praktyce powinno istnieć logiczne powiązanie stron nadrzędnej i podrzędnej.

Po wpisaniu danych kliknij przycisk *Zapisz* (rys. 1.41).

Rysunek 1.41.
Przycisk Zapisz

Podsumowanie

- ◆ Zabezpieczeniem przed kradzieżą ciasteczka może być sprawdzanie IP pliku cookie. Dopiero zgodność numeru IP komputera, na którym zapisano ciasteczko, i komputera, na którym się ono znajduje, pozwala stwierdzić, że nie zostało skradzione.
- ◆ Menu *Szybki dostęp* znajduje się w prawym górnym rogu okna (rys. 1.10).
- ◆ Pracownik zmuszony do zmiany hasła może wymyślić nowe i natychmiast znów zmienić hasło na... uprzednio używane. Aby utrudnić mu oszukanie oprogramowania sklepu, należy określić minimalny czas pomiędzy dwiema zmianami hasła.

Rozdział 2.

Parametry zaawansowane

Z tego rozdziału dowiesz się:

- ♦ jak wyświetlić dane o środowisku pracy sklepu;
- ♦ co to są szablony *Smarty*;
- ♦ czy PrestaShop pozwala na wykonywanie kopii bazy danych sklepu.



Aby uzyskać dostęp do menu *Advanced Parameters*, zaloguj się do zaplecza (rys. 1.1).

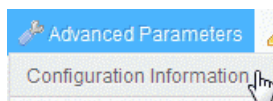
Dane konfiguracji

PrestaShop wyposażone jest w moduł do zbierania i wyświetlania danych o konfiguracji. Są one przydatne, gdy oprogramowanie nie działa tak, jak powinno, i zachodzi obawa, że winne temu jest środowisko. Aby sprawdzić dane konfiguracji, wykonaj poniższe czynności.

1. Wybierz polecenia: *Advanced Parameters*, *Configuration Information* (rys. 2.1).

Rysunek 2.1.

*Polecenia, których
wybranie dostarczy
informacji o konfiguracji
serwera*



2. Po chwili wyświetlą się informacje o konfiguracji serwera, bazy danych i sklepu (rys. 2.2).

Rysunek 2.2.

*Informacje
o konfiguracji serwera,
bazy danych i sklepu*

Advanced Parameters > Configuration Information > Widok

Informacja o konfiguracji

Ta informacja musi być dostarczona kiedy raportujesz problem w naszym systemie błędów lub na forum.

Informacja o konfiguracji

Informacja o serwerze

Informacja o serwerze: Windows NT build 7601 (Windows 7 Home Premium Edition Service Pack 1) i586
Wersja oprogramowania serwera: Apache/2.4.3 (Win32) OpenSSL/1.0.1c PHP/5.4.7
Wersja PHP: 5.4.7
Limit pamięci: 128M
Maksymalny czas wykonywania: 30

Informacja o bazie danych

Wersja MySQL: 5.5.27
Silnik MySQL: InnoDB
Prefiks tabel: ps1_

Informacja o sklepie

Wersja PrestaShop: 1.5.2.0
URL sklepu: http://localhost/prestashop/
Obecnie używany szablon: default

3. Przewiń okno w dół (rys. 2.3). Wyświetlą się informacje o konfiguracji poczty, przeglądarki, poprawności parametrów wymaganych i dodatkowych oraz o zmienionych plikach.

Rysunek 2.3.

*Informacje
o konfiguracji poczty,
przeglądarki,
poprawności
parametrów
wymaganych
i dodatkowych oraz
o zmienionych plikach*

Advanced Parameters > Configuration Information > Widok

Obecnie używany szablon: default

Konfiguracja poczty

Metoda obsługi poczty: Używasz funkcji PHP mail().

Informacje

Twoja przeglądarka: Mozilla/5.0 (Windows NT 6.1; WOW64; rv:17.0) Gecko/20100101 Firefox/17.0

Sprawdź konfigurację

Parametry wymagane: **OK**
Parametry dodatkowe: **OK**

Lista zmienionych plików

Wykryto zmienione/brakujące pliki

Zaktualizowane pliki (2)

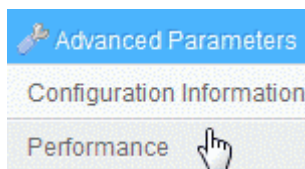
- config/config.inc.php
- config/defines.inc.php

Wydajność

Strona *Performance* zawiera wskazówki i narzędzia, które mogą pomóc poprawić wydajność sklepu. Jest to istotne w przypadku sklepów, których ofertę przegląda wielu klientów. Wybierz polecenia: *Advanced Parameters*, *Performance* (rys. 2.4).

Rysunek 2.4.

Polecenia, których wybranie umożliwia dostęp do narzędzi do pomiaru i poprawy wydajności sklepu



Po chwili wyświetlą się ustawienia dotyczące szablonów *Smarty* (rys. 2.5).

Rysunek 2.5.

Ustawienia dotyczące szablonów *Smarty*



Smarty



Uwaga

Smarty to system szablonów dla PHP ułatwiający oddzielenie prezentacji (HTML/CSS) od logiki aplikacji. *Smarty* używany jest w szablonach PrestaShop. Więcej na ten temat możesz przeczytać na stronie: <http://www.smarty.net/>.

Dostępne są trzy opcje (rys. 2.5): *Cache szablonu*, *Pamięć podręczna* i *Konsola debugowania*.

Cache szablonu

W przypadku pracy z serwerem uruchomionym na komputerze lokalnym (co opisano w książce) nie da się znacznie przyspieszyć pobierania szablonu. Gdy sklep jest zainstalowany na serwerze internetowym, to aby poprawić wydajność pracy z zapleczem sklepu, warto buforować strony HTML. Dzięki temu strony, które były już wczytane, nie będą pobierane z serwera, ale z cache komputera lokalnego.

Możesz wybrać jedną z trzech opcji:

Nigdy nie kompiluj ponownie plików szablonu — warto z niej skorzystać wówczas, gdy szablon nie jest modyfikowany, a kryteriami zasadniczymi są szybkość działania zaplecza sklepu i ograniczenie ruchu w sieci.

Skompiluj ponownie szablony jeśli pliki zostały zaktualizowane — PrestaShop może sprawdzić, kiedy plik został zmieniony, i aktualizowany będzie wygląd tylko szablonów zmodyfikowanych. Opcja ta nie zawsze działa zgodnie z oczekiwaniami. Po wystąpieniu problemów z funkcjonowaniem strony należy oczyścić cache przeglądarki.

Wymuś kompilację — strony HTML są kompilowane i buforowane przy każdym załadowaniu, co generuje duże obciążenie sieci. Z opcji tej warto skorzystać podczas edytowania szablonu. Wygląd strony będzie aktualizowany przy każdym przeładowaniu przeglądarki.

Pamięć podręczna

PrestaShop pozwala na zarządzanie buforami. Możliwe jest np. wyłączenie wszystkich buforów plików, nie tylko buforu dotyczącego plików szablonów. Opcję warto zablokować tylko podczas edytowania szablonu lub modułu sklepu. Unikniesz dzięki temu opóźnień w wyświetlaniu aktualnego wyglądu strony. We wszystkich innych sytuacjach zalecane jest włączenie pamięci podręcznej.

Konsola debugowania

Nowością w wersji 1.5 PrestaShop jest możliwość wyświetlania konsoli debugowania szablonów *Smarty*. Jest ona źródłem cennych informacji o stronie szablonu.



Uwaga

Konsola otwiera się w oknie wyskakującym. Aby skorzystać z konsoli debugowania, upewnij się, że przeglądarka zezwala na wyświetlanie okien wyskakujących.



Uwaga

Dokumentacja konsoli debugowania znajduje się pod adresem: <http://www.smarty.net/docsv2/en/chapter.debugging.console.tpl>.

Do wyboru są trzy opcje:

Nie otwieraj konsoli — ustawienie domyślne. Konsola nie jest widoczna dla nikogo.

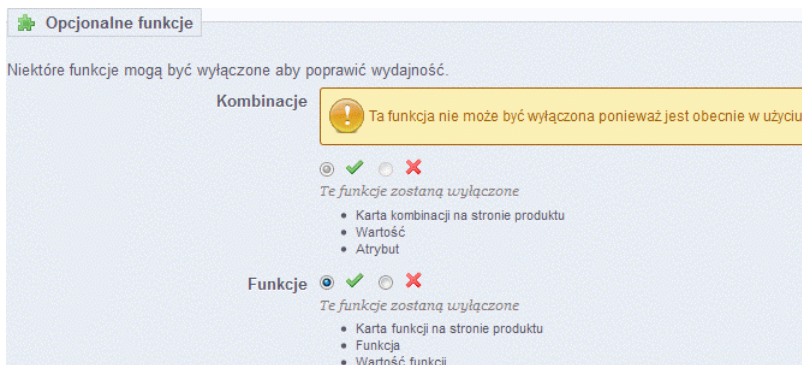
Otwórz konsolę parametrem URL (SMARTY_DEBUG) — konsola będzie wyświetlana tylko wtedy, gdy na końcu adresu URL dodany zostanie ciąg „?SMARTY_DEBUG”. Gdy tylko zakończysz testowanie, przywróć ustawienia domyślne. Opcja ta włączona na stałe może być wykorzystana do włamania do systemu.

Zawsze otwieraj konsolę — po uaktywnieniu tej opcji każdy, kto ma dostęp do zaplecza sklepu, może zobaczyć konsolę. Opcji tej używaj tylko podczas wykonywania prac serwisowych.

Funkcje opcjonalne

Przewiń okno w dół. Wyświetli się sekcja *Opcjonalne funkcje* (rys. 2.6). Są to funkcje, które mogą być wyłączone, gdyż ich wykonywanie spowalnia działanie sklepu.

Rysunek 2.6.
*Grupa funkcji
opcjonalnych*



Uwaga

Jeżeli w katalogu aktualnie znajdują się towary, które wykorzystują funkcje opcjonalne, nie wyłączaj ich. Usuń dane, które korzystają z funkcji, a następnie wyłącz funkcje.

Dostępne są dwie opcje: *Kombinacje* i *Funkcje*.

Kombinacje

Kombinacje pozwalają na wygenerowanie linii produktów na podstawie opisu jednego produktu. Mogą się one różnić rozmiarem, kolorem itp.

Funkcje

Funkcje pozwalają dodać informacje specyficzne, np.: masę, materiał, kraj pochodzenia.

Funkcjonalność CCC

Przewiń okno w dół. Wyświetli się sekcja *Funkcjonalność CCC* (rys. 2.7). Zawiera ona zestaw narzędzi, które zmniejszają obciążenie serwera oraz czas ładowania szablonu.

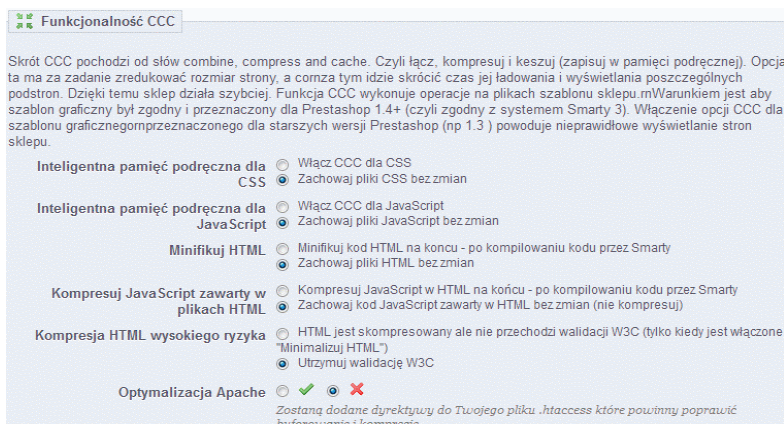


Uwaga

Oszczędności rozmiarów plików uzyskiwane są przez: łączenie plików tekstowych w jeden duży plik tego samego typu, kompresowanie plików przy użyciu algorytmu ZIP, buforowanie w pamięci podręcznej.

Dostępnych jest sześć opcji: *Inteligentna pamięć podręczna dla CSS*, *Inteligentna pamięć podręczna dla JavaScript*, *Minifikuj HTML*, *Kompresuj JavaScript zawarty w plikach HTML*, *Kompresja HTML wysokiego ryzyka*, *Optimalizacja Apache*.

Rysunek 2.7.
Funkcjonalność CCC
 (ang. *combine, compress and cache*,
 czyli *łącz, kompresuj i kieszuj*)



Funkcjonalność CCC działa prawidłowo tylko dla szablonów w pełni zgodnych z PrestaShop 1.4. W przeciwnym razie może działać niepoprawnie. W trosce o bezbłędne działanie zapleczka większości funkcjonalności jest domyślnie zablokowana.

Inteligentna pamięć podręczna dla CSS

Arkusze stylów są plikami tekstowymi. Mogą być bezpiecznie łączone i kompresowane.

Inteligentna pamięć podręczna dla JavaScript

Pliki JavaScript są również plikami tekstowymi. Można je łączyć, aczkolwiek pliki połączone niekiedy nie działają poprawnie. Aby uniknąć niespodzianki, powinienś po włączeniu opcji starannie przetestować działanie sklepu.

Minifikuj HTML

Kod HTML generowany przez *Smarty* możesz minifikować. Oznacza to, że PrestaShop może usunąć białe znaki, aby zaoszczędzić kilka bajtów. Opcja ta jest stosunkowo bezpieczna.



Białe znaki (ang. *white space*) to symbole, które są używane w tekście i nie mają reprezentacji graficznej. Przykładami takich znaków są: spacja, tabulacja, znak przejścia do nowej linii (*Enter*).

Kompresuj JavaScript zawarty w plikach HTML

Niektóre szablony sklepów mają wbudowany kod Java. Możesz je pozostawić nieskompresowane lub poddać kompresji. W drugim przypadku po włączeniu kompresji dokładnie przetestuj działanie sklepu.

Kompresja HTML wysokiego ryzyka

Opcja nie na darmo zawiera fragment „wysokiego ryzyka”. Silnie skompresowany kod HTML przestaje być zgodny ze standardami HTML. Zaletą tego rozwiązania to zmniejszenie transferu. Wady to nieprawidłowe wyświetlanie strony przez przeglądarki respektujące składnię HTML oraz... nieradzenie sobie z kodem strony przez niektóre wyszukiwarki. Efektem tego może być nawet utrata pozycji strony w wyszukiwarkach. Opcję należy stosować bardzo ostrożnie.

Optymalizacja Apache

Opcja powoduje zmianę ustawień pliku konfiguracyjnego serwera sieci, aby jego praca była bardziej efektywna pod kątem CCC.

Serwery mediów

Przewiń okno w dół. Wyświetli się sekcja *Serwery mediów* (rys. 2.8). Umożliwia ona odciążenie serwera sklepu przez przekierowanie części ruchu związanego z pobieraniem plików multimedialnych na inne serwery.

Rysunek 2.8.

Pliki multimedialne można umieścić na innych serwerach

Serwery mediów (używaj tylko z CCC)

Aby korzystać z zawartości statycznej bez wykorzystania cookies musisz podać kolejną domenę lub subdomenę.

Serwer mediów #1

Nazwa drugiej domeny Twojego sklepu (np. mojsklep-serwer-medium-1.pl). Jeżeli nie masz innej domeny, pozostaw to pole puste

Serwer mediów #2

Nazwa trzeciej domeny Twojego sklepu (np. mojsklep-serwer-medium-2.pl). Jeżeli nie masz innej domeny, pozostaw to pole puste

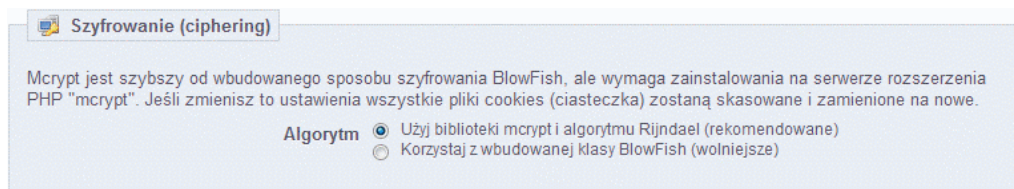
Serwer mediów #3

Nazwa czwartej domeny Twojego sklepu (np. mojsklep-serwer-medium-3.pl). Jeżeli nie masz innej domeny, pozostaw to pole puste

Szyfrowanie

Przewiń okno w dół. Wyświetli się sekcja *Szyfrowanie* (rys. 2.9). Możliwe jest wybranie jednego z dwóch algorytmów:

- ♦ *Użyj biblioteki mcrypt i algorytmu Rijndael z lib* — wybór domyślny. Rozwiązanie działające szybko i bezpiecznie.
- ♦ *Korzystaj z wbudowanej klasy Blowfish (wolniejsze)* — wybór opcjonalny. Zabezpieczenie danych jest lepsze, okupione jest to jednak wydłużeniem czasu transmisji. Z jednej strony klienci mogą docenić zwiększenie bezpieczeństwa (ilu z nich zna różnice między algorytmami szyfrowania?). Z drugiej strony mogą nie być usatysfakcjonowani czasem ładowania strony (choć dla wielu różnica czasu jest naprawdę niezauważalna).



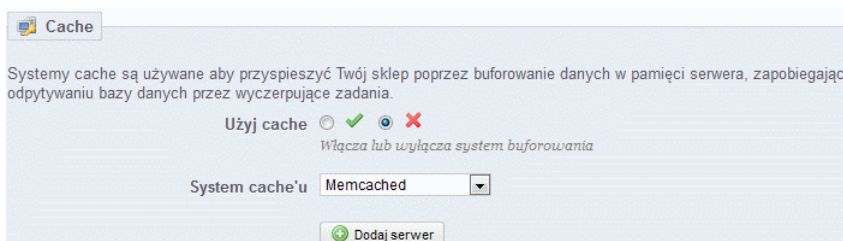
Rysunek 2.9. Szyfrowanie ma na celu ukrycie informacji poufnych (np. wysokości rachunku czy miejsca zamieszkania klienta) przed oczami osób niepowołanych

Cache

Przewiń okno w dół. Wyświetli się sekcja *Cache* (rys. 2.10). Strony internetowe generowane są dynamicznie. Powstają np. podczas przeglądania oferty sklepu. Zazwyczaj istnieje grupa towarów, które poszukiwane są częściej. W takim przypadku warto wygenerowane strony zapisać w buforze serwera. Przy kolejnym żądaniu wyświetlenia ich dane będą pobierane bezpośrednio z bufora. Zapytanie nie zostanie skierowane do bazy.

Rysunek 2.10.

Sekcja Cache



Rozwiń listę *System cache'u* (rys. 2.11). Dostępne są cztery metody buforowania:

- ◆ *Memcached* — rozproszony system buforowania. Rozwiązanie to jest bardzo skuteczne. Wykorzystuje wiele serwerów, ale przed uaktywnieniem tej metody upewnij się, że serwery ją wspierają. Jest bardzo prawdopodobne, że jeśli używana konfiguracja PHP ma rozszerzenie *Memcached PECL*, to można skorzystać z metody Memcached.



Uwaga

Rozszerzenie *Memcached PECL* możesz pobrać ze strony: <http://pecl.php.net/package/memcache>.



Uwaga

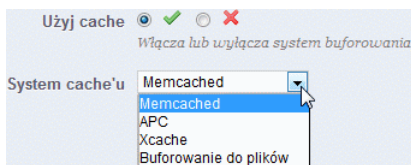
Listę serwerów Memcached możesz rozszerzyć, klikając przycisk *Dodaj serwer*.

- ◆ *APC* (ang. *Alternative PHP Cache* — alternatywny system buforowy) jest darmowy, otwarty i solidny. Może współpracować tylko z jednym serwerem. Nie jest to wielką wadą, gdyż najczęściej na jednym serwerze rozpoczynają pracę sklepy internetowe.



Uwaga

Rozszerzenie *APC PECL* możesz pobrać ze strony: <http://pecl.php.net/package/APC>.

Rysunek 2.11.*Lista System cache'u*

- ♦ *XCache* — nowy system buforowania, specyficzny dla serwera Lighttpd. Współpracuje z serwerem Apache, który wchodzi w skład pakietu XAMPP. Więcej informacji na temat *XCache* znajdziesz pod adresem: <http://xcache.lighttpd.net/>.

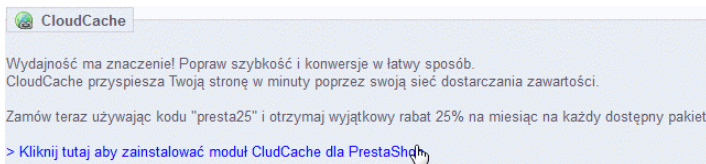
**Uwaga**

Lighttpd (lub *Light-TPD* lub *Lighty*) to serwer WWW działający na licencji open source. Został stworzony przez Jana Kschenke z przeznaczeniem do szybkiej pracy. Używany jest przez wiele dużych serwisów, takich jak: Meebo, YouTube, Projekty Fundacji Wikimedia i SourceForge, serwisy torrentowe (The Pirate Bay, Mininova, isoHunt).

- ♦ *Buforowanie do plików* — statyczne pliki są przechowywane w innym pliku na serwerze.

CloudCache

Przewiń okno w dół. Wyświetli się sekcja *CloudCache* (rys. 2.12). Kliknięcie linka widocznego na dole sekcji powoduje przejście do strony instalowania modułów.

Rysunek 2.12.*Sekcja CloudCache*

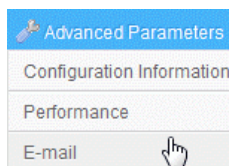
CloudCache wykorzystuje ideę CDN (ang. *Content Delivery Networks* — sieć dostarczania treści), dzięki której można korzystać z buforowania danych w sieci składającej się z ponad 900 serwerów rozmieszczonych globalnie. Rozwiązanie pozwala poprawić szybkość ładowania strony i zmniejszyć obciążenie serwera.

E-mail

Aby uaktywnić okno, wybierz polecenia: *Advanced Parameters*, *E-mail* (rys. 2.13).

Rysunek 2.13.

Polecenia, których wybranie powoduje wyświetlenie okna konfiguracji poczty elektronicznej sklepu



Po chwili wyświetli się okno konfiguracyjne (rys. 2.14).

Rysunek 2.14.

Górna część okna konfiguracji poczty elektronicznej sklepu

Rozwiń listę *Wyślij e-mail do* (rys. 2.15).

Rysunek 2.15.

Z listy można wybrać adresata informacji wysyłanych ze strony kontaktowej

Do wyboru są dwie opcje: *Customer service* (obsługa klienta) oraz *Webmaster* (zarządzający stroną WWW).

W dalszej części okna (rys. 2.14) możesz skonfigurować wysyłanie poczty elektronicznej do klientów.



Uwaga

Informacje dotyczące ustawień wykorzystywanych przy wysyłaniu poczty elektronicznej uzyskasz od firmy hostingowej.

Sklep wysyła wiele wiadomości. Generowane są one automatycznie na wszystkich etapach rejestracji i składania zamówienia. Podczas konfigurowania sklepu możesz określić, jak będą one wysłane. Domyślnie zaznaczona jest opcja *Użyj funkcji mail() w PHP. Zalecane; działa w większości przypadków*. Jeżeli zaznaczysz opcję *Użyj SMTP. Tylko dla zaawansowanych*, wyświetli się sekcja *Adres e-mail* (rys. 2.16). Dane muszą opisywać skrzynkę pocztową sklepu. W tab. 2.1 podano przykładowe dane dla konta pocztowego na serwerze Gmail.

Nieco niżej możesz wybrać format wysyłanych wiadomości.

- ◆ *Wyślij e-mail w formacie HTML*. Zaleta: list może zawierać elementy formatowania dostępne dla HTML. Wady: list może nie zostać odczytany przez klienta poczty, który nie obsługuje HTML, i ma większą objętość niż w formacie tekstowym.
- ◆ *Wyślij e-mail w formacie Tekst*. Zalety: list może zostać przeczytany przez każdego klienta poczty. Ma małą objętość. Wada: brak możliwości formatowania tekstu, wstawiania obrazków.
- ◆ *Oba* — jeżeli nie ma ograniczeń programowych, użytkownik może wybrać, co czyta.

Rysunek 2.16.
Dane, które trzeba podać, aby wysłać pocztę przez SMTP

✉ Adres e-mail

Nazwa domeny mailowej:

W pełni kwalifikowana nazwa domeny (pozostaw puste jeżeli nie wiesz)

Serwer SMTP:

smtp.

Adres IP lub nazwa serwera (np. smtp.mojadomena.com)

Użytkownik SMTP:

Zostaw puste, aby nie zmieniać

Hasło SMTP:

Zostaw puste, aby nie zmieniać

Szyfrowanie:

Brak▼

Użyj protokołu szyfrującego

Port:

25

Numer portu do użycia

Zapisz

Tabela 2.1. *Przykładowe dane dla konta pocztowego na serwerze Gmail*

| Pole | Dane |
|-----------------|--|
| Serwer SMTP | smtp.gmail.com |
| Użytkownik SMTP | nazwa_uzytkownika@gmail.com (przykład) |
| Hasło SMTP | 0ŻwM!12-12-2012 (przykład) |
| Szyfrowanie | SSL |
| Port | 465 |

Wyświetl dolną część okna. W polu *Wyślij wiadomość testową do* wpisz adres poczty, z której chcesz odebrać e-mail. Kliknij przycisk *Wyślij wiadomość testową* (rys. 2.17).

Rysunek 2.17.
Wprowadzone ustawienia można natychmiast przetestować

✉ Test konfiguracji e-maila

Wyślij wiadomość testową do

Wyślij wiadomość testową

✔ Wiadomość testowa została wysłana pod podany przez Ciebie adres e-mail

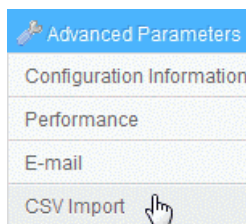
Import CSV

CSV (ang. *comma-separated values* — wartości oddzielone przecinkami) jest popularnym formatem czystego tekstu. Używa się go, gdy zachodzi potrzeba importu, eksportu lub zapisania danych w formacie ogólnodostępnym. Zaletą CSV jest uniwersalność.

Stosując import CSV, można łatwo przenosić dane między różnymi narzędziami e-commerce'u. Aby uzyskać dostęp do strony służącej do zarządzania importem CSV, wybierz polecenia: *Advanced Parameters*, *CSV Import* (rys. 2.18).

Rysunek 2.18.

Polecenia umożliwiające dostęp do narzędzi importu danych w formacie CSV



Po chwili wyświetli się okno *Importuj* (rys. 2.19).

Rysunek 2.19.

Pierwsze okno importu danych w formacie CSV

Importowanie danych wymaga wprowadzenia informacji dodatkowych.

- ◆ *Twój plik CSV* — za jednym razem można importować więcej niż jeden plik CSV. Po kliknięciu przycisku *Prześlij* wyświetli się okno, które pozwala na wybieranie plików. Do ćwiczeń możesz wykorzystać pliki danych preinstalowane wraz z oprogramowaniem sklepu (rys. 2.20).

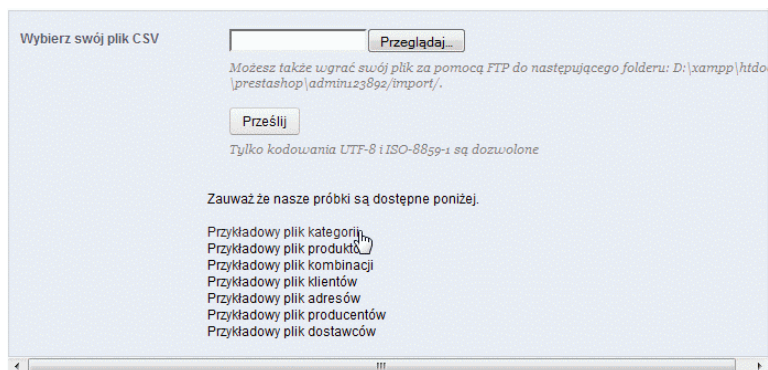


Importowany plik danych musi być plikiem tekstowym w formacie CSV i z rozszerzeniem *.csv. Najczęściej funkcję separatora pełni znak ;.

- ◆ *Jaki rodzaj jednostki chciałbyś importować* — tę nazwę nosi lista rozwijana. Możesz z niej wybrać jeden z siedmiu typów danych, których importowanie umożliwia PrestaShop. Są to: kategorie, produkty, kombinacje, klienci, adresy, producenci, dostawcy.
- ◆ *Język pliku* — dane mogą być importowane w jednym języku. Jeśli są zapisane w więcej niż jednym języku, powinieneś podzielić je na tyle plików, aby w każdym były dane tylko w jednym języku.

Rysunek 2.20.

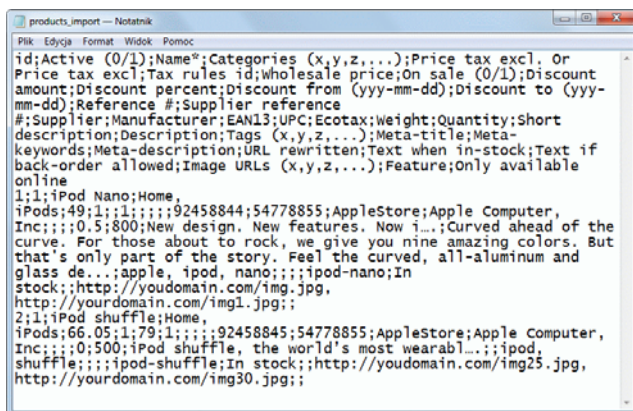
Jednocześnie można importować wiele plików tylko wówczas, gdy są tego samego typu



- ♦ *Plik zakodowany w ISO-8859-1?* — domyślnie pliki importowe powinny być zakodowane jako UTF-8. PrestaShop dopuszcza importowanie danych w formacie ISO-8859-1. Opcja staje się aktywna po jej zaznaczeniu.
- ♦ *Separator pola* — nie wszystkie pliki CSV używają przecinków oddzielania pól. Spotyka się również znaki tabulacji i średniki. Przed importem wyświetl plik, aby zadeklarować odpowiedni znak (rys. 2.21).

Rysunek 2.21.

W tym pliku pola są oddzielone średnikami



- ♦ *Separator wielokrotnych wartości* — gdy jeden atrybut obsługuje kilka wartości, wartości te muszą być oddzielone od siebie specyficznym separatorem. Przed importem wyświetl plik, aby zadeklarować odpowiedni znak.
- ♦ *Usunąć wszystkie kategorie przed importem* — opcja ta usuwa wszystkie istniejące wcześniej kategorie.
- ♦ *Wymusić wszystkie identyfikatory podczas importu* — zaznaczenie tej opcji powoduje, że przyjęte zostaną identyfikatory wpisane w importowanym pliku. W przeciwnym razie identyfikatory będą nadane automatycznie. Przed importem upewnij się, czy plik nie zawiera odniesień do istniejących identyfikatorów.

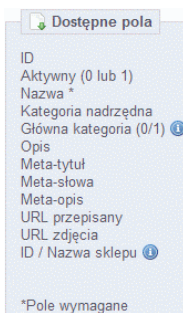


Uwaga

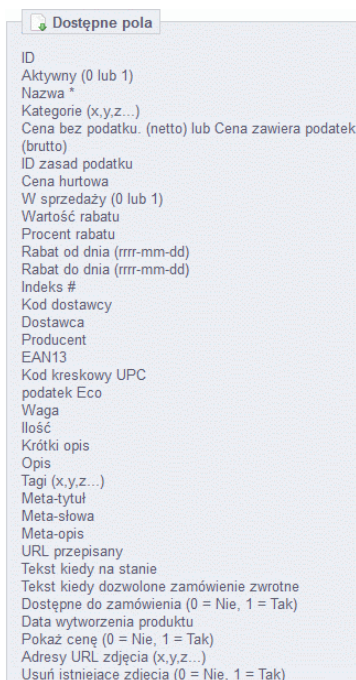
Po prawej stronie okna widoczna jest sekcja *Dostępne pola* (rys. 2.22 i 2.23). Wygląd jej zależy od pozycji wybranej z listy *Jaki rodzaj jednostki chciałbyś importować*.

Rysunek 2.22.

*Pola dostępne podczas
importowania listy
kategorii*

**Rysunek 2.23.**

*Fragment wykazu
dostępnych pól
podczas importowania
listy produktów*



Kopia bazy danych

Wykonywanie kopii bazy danych polega na zapisaniu jej do plików, które powinienś przechowywać w bezpiecznym miejscu.



Uwaga

Abyś mógł szybko odtworzyć sklep po awarii lub włamaniu, musisz często wykonywać kopie bazy danych. Baza danych zawiera wszystkie informacje o sklepie; niektóre z nich opisują produkty, kategorie i transakcje, ale są również i takie, które dotyczą tylko funkcjonowania sklepu.

Im więcej transakcji jest dokonywanych, tym częściej powinny być wykonywane kopie bazy danych.

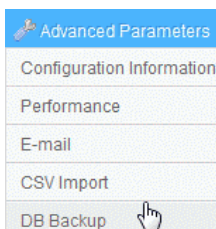
Kopię bazy danych możesz wykonać na kilka sposobów. Narzędziem, w które wyposażone są serwery, jest *phpMyAdmin*. PrestaShop również zawiera narzędzie do wykonywania kopii bazy danych.

Aby uzyskać dostęp do strony służącej do wykonywania kopii bazy danych, wykonaj poniższe czynności.

1. Wybierz polecenia: *Advanced Parameters, DB Backup* (rys. 2.24).

Rysunek 2.24.

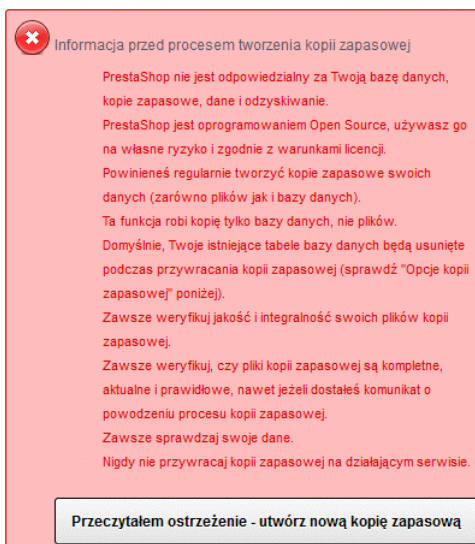
Polecenia umożliwiające dostęp do strony służącej do wykonywania kopii bazy danych



2. Po wyświetleniu strony oczom użytkownika ukażą się dwa ostrzeżenia. Po lewej stronie okna wyświetli się informacja, którą warto przeczytać przed utworzeniem kopii zapasowej (rys. 2.25).

Rysunek 2.25.


Okno zawiera ostrzeżenia dotyczące tworzenia kopii bazy danych



3. Po prawej stronie okna wyświetli się informacja, jak odzyskać dane z kopii zapasowej (rys. 2.26).
4. Po zapoznaniu się z informacjami kliknij przycisk *Przeczytałem ostrzeżenie — utwórz nową kopię zapasową* (rys. 2.25).
5. Po chwili kopia bazy danych zostanie utworzona. Plik pojawi się na liście kopii (rys. 2.27).

Rysunek 2.26.

*Instrukcja
odtworzenia
bazy danych
z kopii*

 Jak przywrócić kopię bazy danych w 10 łatwych krokach:

Ustaw opcję "Włącz sklep" na "Nie" na stronie "Obsługa" w menu "Preferencje".

Pobierz kopię zapasową z listy poniżej lub ze swojego serwera FTP (w folderze "admin/backups").

Sprawdź integralność kopii zapasowej: poszukaj błędów, niekompletnych plików, itd. Upewnij się że zweryfikowałeś wszystkie swoje dane.

Poproś swojego usługodawcę hostingu o dostęp do Twojej bazy danych za pomocą "phpMyAdmin"

Połącz się z "phpMyAdmin" i wybierz swoją obecną bazę danych

Jeżeli nie wybrałeś opcji "Usuń istniejące tabele", musisz usunąć wszystkie tabele z obecnej bazy danych.

Na górze ekranu wybierz zakładkę "Import"

Kliknij przycisk "Przeglądaj..." i wybierz plik kopii zapasowej ze swojego dysku twardego

Sprawdź maksymalną dozwoloną wielkość pliku (np. maks.: 16MB)

Jeżeli twój plik kopii zapasowej przekracza ten limit, skontaktuj się z usługodawcą hostingu.

Kliknij przycisk "Uruchom" i poczekaj na koniec importu, proces może trwać do kilku minut.

Rysunek 2.27.

*Lista dostępnych
kopií baz danych*

Strona 1 / 1 | Wyświetl 20 / 1 wynik(i) Wyczyść Filtr



| | Data | wiek | Nazwa pliku | rozmiar pliku | Akcje |
|--------------------------|-------------------------|-------------|-----------------------------|---------------|---|
| | Od <input type="text"/> | | | | |
| | Do <input type="text"/> | | | | |
| <input type="checkbox"/> | 2013-01-03 16:35:29 | < 1 godzina | 1357227329-23e78884.sql.bz2 | 115.40 Kb |   |



Uwaga



Kopie bazy danych znajdują się na serwerze w folderze *admin/backups*. Aby uniknąć ich utraty po awarii serwera, skopiuj pliki na nośnik i umieść go w bezpiecznym miejscu. Przez bezpieczne miejsce należy rozumieć takie, które nie ulegnie zniszczeniu po zalaniu lub spaleniu serwera, ale również nie umożliwi dostępu do danych osobom nieupoważnionym.

6. Kliknięcie ikony *Widok* (rys. 2.28) rozpoczyna proces zapisywania pliku kopii na wybranym nośniku.

| | | | | | |
|--------------------------|------------------------|-------------|-----------------------------|-----------|---|
| <input type="checkbox"/> | 2013-01-03 16:35:29 | < 1 godzina | 1357227329-23e78884.sql.bz2 | 115.40 Kb |   |
|--------------------------|------------------------|-------------|-----------------------------|-----------|---|

Rysunek 2.28. Ikona, której kliknięcie inicjuje wykonanie kopii pliku

7. Kliknięcie ikony *Usuń* (rys. 2.29) powoduje usunięcie pliku.

| | | | | | |
|--------------------------|------------------------|-------------|-----------------------------|-----------|---|
| <input type="checkbox"/> | 2013-01-03 16:35:29 | < 1 godzina | 1357227329-23e78884.sql.bz2 | 115.40 Kb |   |
|--------------------------|------------------------|-------------|-----------------------------|-----------|---|

Rysunek 2.29. Usunięcie pliku jest bezpowrotne

Uwaga

Kopie bazy danych wykonywane są w formacie SQL. Mają rozszerzenie **.sql*. Skompresowane są przy wykorzystaniu algorytmu BZip2, co powoduje, że mają rozszerzenie **.bz2*.

Opcje wykonywania kopii bazy danych

Po wyświetleniu dolnej części okna wykonywania kopii bazy danych (rys. 2.30) widoczne stają się opcje sporządzania kopii zapasowej:

- ♦ *Ignoruj tabelę statystyk* — podczas pracy sklepu statystyki są zapisywane do bazy danych. Liczba danych może szybko się zwiększać. Dane te są niewątpliwie cenne, ale nie są niezbędne do odbudowy sklepu po awarii. Domyślnie PrestaShop wykonuje kopie wszystkich tabel. Jeżeli jednak nie masz odpowiednio dużo miejsca na przechowywanie kopii bazy danych, zaznacz opcję *Tak*.
- ♦ *Usuń istniejące tabele podczas importu* — podczas importu bazy danych istniejące tabele mogą zostać nadpisane przez importowane lub usunięte. Nieusunięcie tabel może prowadzić do ich zdublowania. Domyślnie zaznaczona jest opcja *Tak*.

Rysunek 2.30.

Opcje dotyczą zawartości tworzonej kopii i sposobu odtwarzania danych z bazy

Opcje kopii zapasowej

Ignoruj tabelę statystyk ☒ Tak ☐ Nie
Usuń istniejące tabele podczas importu
psl_connections, psl_connections_page, psl_connections_source, psl_guest, psl_statssearch

Usuń istniejące tabele podczas importu: ☒ Tak ☐ Nie
Jeżeli włączone, skrypt kopii zapasowej usunie Twoje tabele przed przywróceniem zachowanych danych (ie. "DROP TABLE IF EXISTS")

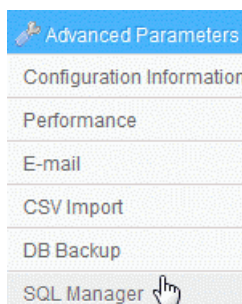
Zarządzanie bazą danych

SQL Manager (aplikacja służąca do zarządzania bazą danych) została wprowadzona w wersji 1.5 PrestaShop. Przeznaczona jest dla użytkowników potrafiących posługiwać się zapytaniami SQL. *SQL Manager* umożliwia wykonywanie zapytań bezpośrednio na bazie danych i zapisywanie ich w celu późniejszego wykorzystania. Możliwości, jakie dają zapytania SQL, są rozszerzeniem tych stworzonych przez interfejs PrestaShop.

Aby uzyskać dostęp do strony służącej do zarządzania bazą danych, wybierz polecenia: *Advanced Parameters*, *SQL Manager* (rys. 2.31).

Rysunek 2.31.

Polecenia umożliwiające dostęp do menedżera SQL





Ze względów bezpieczeństwa niektóre rodzaje zapytań zostały zablokowane. Należą do nich: UPDATE, DELETE, CREATE TABLE, DROP itp. Nieograniczone są zapytania służące do odczytywania bazy danych (SELECT).

Aby utworzyć nowe zapytanie, wykonaj poniższe czynności.

1. Kliknij przycisk *Dodaj nowy* (rys. 2.32).

Rysunek 2.32.

Przycisków szukaj po prawej stronie okna



2. Wyświetli się okno *Żądanie* (rys. 2.33).

Rysunek 2.33. Okno do edytowania zapytania

3. W polu *Nazwa* wpisz nazwę zapytania. Powinna pozwalać na szybkość i jednoznaczną identyfikację zapytania.
4. W polu *Żądanie* wpisz tekst zapytania.
5. Kliknij przycisk *Zapisz*.

Na szczęście nie musisz pamiętać struktury bazy danych czy nazw tabel. Poniżej okna *Żądanie* znajduje się okno *Lista tabel MySQL* (rys. 2.34).

Rysunek 2.34.

Lista czyni budowanie zapytań prostszym

| Atrybut | Typ | Akcja |
|------------|------------------|--------------------------------|
| id_profile | int(10) unsigned | <button>dodaj atrybut</button> |
| id_tab | int(10) unsigned | <button>dodaj atrybut</button> |
| view | int(11) | <button>dodaj atrybut</button> |
| add | int(11) | <button>dodaj atrybut</button> |
| edit | int(11) | <button>dodaj atrybut</button> |
| delete | int(11) | <button>dodaj atrybut</button> |



Więcej informacji na temat tworzenia zapytań znajdziesz w książce Marcina Szeligi *Kurs MySQL*, Gliwice 2013.

Logi

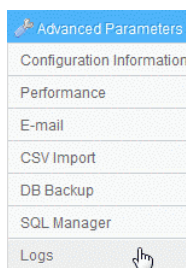
W funkcjonowaniu sklepu zdarzają się czasami błędy. Warto być ich świadomym, gdyż nieusuwane mogą powodować pogorszenie wydajności i stabilności funkcjonowania sklepu.

Aby uzyskać dostęp do strony służącej do przeglądania logów, wykonaj poniższe czynności.

1. Wybierz polecenia: *Advanced Parameters*, *Logs* (rys. 2.35).

Rysunek 2.35.

*Przeglądanie logów
zostało zaliczone
do operacji
zaawansowanych*



2. Wyświetlił się okno *Poziomy powiadomień* (rys. 2.36).

Poziomy powiadomień

Znaczenie poziomów bezpieczeństwa:

1. Tylko informacje
2. Ostrzeżenie
3. Błąd
4. Krytyczny błąd systemu

Strona 1 / 1 | Wyświetl 50 / 0 wynik(i)

Wyczyść Filtr

| Numer ID | Skala (1-4) | Wiadomość | Typ obiektu | ID obiektu | Kod błędu | Data | Akcje |
|----------|-------------|-----------|-------------|------------|-----------|----------|-------|
| -- | | | | | | Od Do | -- |

Nie znaleziono pozycji

Rysunek 2.36. Okno *Poziomy powiadomień*

Błędy podzielone są na cztery rodzaje:

- ♦ *Tylko informacje* — komunikat wyświetlany zarówno podczas normalnej pracy, jak i po napotkaniu czegoś, co wygląda na błąd.
- ♦ *Ostrzeżenie* — błąd niekrytyczny. Wykonywanie skryptu nie zostało zatrzymane.

- ◆ *Błąd* — błąd.
- ◆ *Krytyczny błąd systemu* — wykonywanie programu zostało zatrzymane. Usterka mogła być spowodowana np. błędem alokacji pamięci.



Więcej informacji na temat błędów wykonania programu możesz znaleźć na stronie: <http://www.php.net/manual/en/errorfunc.constants.php>.

W dolnej części okna znajduje się sekcja *Pliki log przez email* (rys. 2.37). Powiadomienia o wystąpieniu błędów mogą być wysyłane na adres e-mail właściciela sklepu. Minimalny poziom bezpieczeństwa to wartość liczbowa z przedziału od 1 do 5, która pozwala określić, w jakich sytuacjach będą wysyłane powiadomienia. Po wpisaniu 1 e-mail będzie wysyłany po najbliższym zdarzeniu. Po wpisaniu 3 powiadomienie będzie wysyłane tylko po zajściu zasadniczego problemu. Wpisanie liczby 5 spowoduje, że żadne powiadomienia nie będą wysyłane.

Rysunek 2.37.

Domyślnie powiadomienia o błędach nie są wysyłane na adres e-mail właściciela sklepu

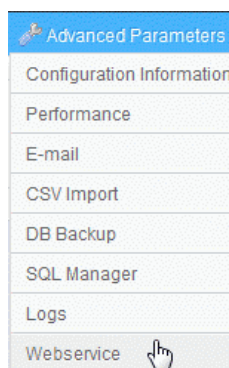
Usługi sieciowe

Usługi sieciowe są sposobem komunikacji pomiędzy dwoma urządzeniami elektronicznymi dołączonymi do sieci. Wykorzystują one cały zestaw metod, formatów i praw dostępu. Dzięki temu możliwe jest udostępnienie informacji tylko osobom powołanym.

Strona usług sieciowych wyświetli się po wybraniu kolejno poleceń: *Advanced Parameters*, *Webservice* (rys. 2.38).

Rysunek 2.38.

Polecenia umożliwiające dostęp do usług sieciowych

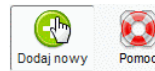


Wyświetli się okno do zarządzania usługami sieciowymi. Aby dodać nową usługę, wykonaj poniższe czynności.

1. Kliknij przycisk *Dodaj nowy* (rys. 2.39).

Rysunek 2.39.

Przycisk Dodaj nowy



2. Wyświetli się formularz *Konta usług sieciowych* (rys. 2.40).

The screenshot shows a web form titled 'Konta usług sieciowych'. It contains a 'Klucz:' input field with a red asterisk, a 'Generuj!' button, and a label 'Klucz usługi sieciowej'. Below is a large text area for 'Opis klucza' with a label 'Opis klucza'. The 'Status:' section has three radio buttons: the first is selected and green, the second is grey, and the third is red. Below is a section 'Uprawnienia: Ustaw uprawnienia zasobów dla tego klucza:' containing a table with columns for 'Zasoby' and various actions: 'Zobacz (GET)', 'Modyfikuj (PUT)', 'Dodaj (POST)', 'Skasuj (DELETE)', and 'Szybki podgląd (HEAD)'. The table lists resources: 'addresses', 'carriers', 'carts', 'categories', and 'combinations', each with checkboxes for the actions.

Rysunek 2.40. *Formularz tworzenia usług sieciowych*

3. W polu *Klucz* wpisz unikatowy klucz lub kliknij przycisk *Generuj!*. Klucze generowane bywają z reguły bezpieczniejsze od wymyślanych, gdyż są trudniejsze do odgadnięcia.
4. W polu *Opis klucza* wpisz informację o przeznaczeniu klucza.
5. W sekcji *Status* uaktywnij (lub zablokuj) klucz.



Zasadniczą część formularza stanowi sekcja *Uprawnienia*. Tworząc klucz, musisz wybrać między bezpieczeństwem a funkcjonalnością. Im wyższe bezpieczeństwo systemu, tym mniejsze uprawnienia zasobów dla kluczy. Im wygodniejsza praca, tym większe uprawnienia zasobów.

6. Po zdefiniowaniu klucza kliknij przycisk *Zapisz*.

Podsumowanie

- ◆ Aby wyświetlić dane o środowisku pracy sklepu, należy wybrać polecenia: *Advanced Parameters, Configuration Information* (rys. 2.1).
- ◆ *Smarty* to system szablonów dla PHP ułatwiający oddzielenie prezentacji (HTML/CSS) od logiki aplikacji.
- ◆ Aby uzyskać dostęp do strony służącej do wykonywania kopii bazy danych, należy wybrać polecenia: *Advanced Parameters, DB Backup* (rys. 2.24).

Rozdział 3.

Preferencje

Z tego rozdziału dowiesz się:

- ♦ co daje zachowanie poufności danych przesyłanych przez klientów (autoryzacji, karty kredytowej, kwoty zakupów itp.);
- ♦ jakie polecenia wybrać, aby uzyskać dostęp do edytora stron i napisać np. regulamin sklepu;
- ♦ jak uniemożliwić zakupy klientom z krajów, do których ze względu na przepisy celne nie wolno wysyłać towarów, jakie masz w ofercie sklepu.



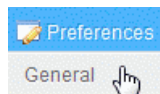
Aby uzyskać dostęp do menu *Preferences*, zaloguj się do zaplecza (rys. 1.1).

Preferencje ogólne

Wybierz polecenia: *Preferences, General* (rys. 3.1).

Rysunek 3.1.

Polecenia, których wybranie daje dostęp do ustawień głównych



Po chwili wyświetli się okno *Ustawienia główne* (rys. 3.2). Zawiera ono kilka funkcjonalności mających istotny wpływ na działanie sklepu.

- ♦ *Włącz SSL* — zastosowanie ochrony danych sklepu za pomocą SSL jest niezbędne, gdyż umożliwia zachowanie poufności danych przesyłanych przez klientów (autoryzacji, karty kredytowej, kwoty zakupów itp.). Większość przeglądarek sygnalizuje, że połączenie jest chronione. Klienci są coraz bardziej świadomi zagrożeń i od okazji cenowych bardziej cenią sobie prywatność. Wielu z nich może zrezygnować z zakupów w sklepie działającym bez ogólnie przyjętych standardów. Kliknij link, aby włączyć transmisję SSL na etapie składania zamówienia i logowania (rys. 3.3).

Rysunek 3.2.
Okno Ustawienia główne

Ustawienia główne

Włącz SSL ☒ Tak ☐ Nie
Proszę kliknąć tu aby użyć protokołu HTTPS przed włączeniem SSL.
Jeśli Twój Provider pozwala na SSL (https://) można włączyć dla zamówień i logowania

Podwyższone bezpieczeństwo ☒ Tak ☐ Nie
Włącz lub wyłącz token w "Front Office" w celu poprawy bezpieczeństwa PrestaShop

Tryb zaokrąglania
Możesz wybrać jak zaokrąglane są ceny i kwoty kalkulowane przez sklep. Nadrzędnie zawsze zaokrągla w górę, podrzędnie zawsze zaokrągla w dół, klasycznie zaokrągla w górę lub w dół zależnie od kwoty (np 15,944 zostanie zaokrąglone do 15,94 a 15,946 zaokrąglone do 15,95)

Wyświetlaj dostawców i producentów ☒ Tak ☐ Nie
Wyświetl listy dostawców i producentów nawet jeżeli odpowiednie bloki są wyłączone

Włącz Multistore ☒ Tak ☐ Nie
Funkcja Multistore pozwoli Ci zarządzać kilkoma sklepami za pomocą jednego Back Office. Jeżeli ta funkcja jest włączona, strona "Multistore" będzie dostępna w menu "Zaawansowane parametry".

Rysunek 3.3.
Ochrona za pomocą SSL została włączona

Ustawienia główne

Włącz SSL ☒ Tak ☐ Nie
Jeśli Twój Provider pozwala na SSL (https://) można włączyć dla zamówień i logowania



SSL (ang. *Secure Sockets Layer* — warstwa bezpiecznych gniazd) jest rozwinięciem zaprojektowanego przez Netscape Communications protokołu *TLS* (ang. *Transport Layer Security* — warstwa bezpiecznego transportu). Zapewnia poufność i integralność transmisji danych, a także uwierzytelnienie serwera, a niekiedy również klienta. Protokół działa w warstwie prezentacji, dzięki czemu może zabezpieczać protokoły warstwy najwyższej (aplikacji), np. HTTP i POP3.

- ◆ *Podwyższone bezpieczeństwo* — zabezpieczenie ma zastosowanie podczas przeglądania oferty sklepu przez klientów. W efekcie każdy adres URL w sklepie jest spersonalizowany podczas sesji klienta. Nie może być ukradziony i używany przez inną przeglądarkę. Zapewnia to ochronę informacji przesyłanych podczas przeglądania oferty sklepu.
- ◆ *Tryb zaokrąglania* — ceny czy wartości podatków są wyliczane przez oprogramowanie sklepu. Nie mogą być liczbami okresowymi. Muszą być zaokrąglone do dwóch miejsc po przecinku (w programie używany znak kropki). PrestaShop pozwala na ustalenie metody zaokrąglania. Do wyboru są trzy tryby: *nadrzędny* — zaokrąglanie wykonywane jest zawsze w górę (np. 33.33333333 do 33.34), *podrzędny* — zaokrąglanie wykonywane jest zawsze w dół (np. 33.33333333 do 33.33) i *klasyczny* — zaokrąglanie wykonywane jest w górę lub w dół, w zależności od kwoty (np. 33.33333333 do 33.33, ale 33.33533333 do 33.34).
- ◆ *Wyświetlaj dostawców i producentów* — informacje o producentach i dostawcach mogą zostać usunięte z witryny przez zablokowanie modułów. Włączenie tej opcji powoduje, że lista producentów i dostawców będzie nadal dostępna. Adres listy producentów to: *adres_sklepu/manufacturer.php*. Adres listy dostawców to: *adres_sklepu/supplier.php*.

- ♦ *Włącz Multistore* — jest to nowość wprowadzona w wersji 1.5 oprogramowania PrestaShop. Pozwala ona na zarządzanie wieloma sklepami z jednego panelu administracyjnego. Jest szczególnie wygodna w przypadku, gdy sklep ma szeroki asortyment i ze względu na promowanie marki lepiej podzielić go na kilka wyspecjalizowanych działów.



Po włączeniu funkcji *Multistore* możesz przejść do strony zarządzania wieloma sklepami, wybierając polecenia: *Advanced Parameters*, *Multistore*.

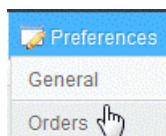
Preferencje zamówień

Opcje składania zamówień określają warunki, na jakich klienci mogą zamawiać towary oraz prezenty.

Wybierz polecenia: *Preferences*, *Orders* (rys. 3.4).

Rysunek 3.4.

Polecenia, których wybranie daje dostęp do opcji składania zamówień



Po chwili wyświetli się okno *Orders*. W jego górnej części widoczna jest sekcja *Ogólne*. Na rysunku 3.5 pokazano sześć opcji.

- ♦ *Tryb przetwarzania zamówienia* — domyślnie klient musi przejść pięć kroków, aby zakończyć proces płatności, a każdy krok realizowany jest na innej stronie. Wybranie z listy opcji *Zakupy na jednej stronie* spowoduje zwiększenie wymiaru strony (długości), ale nie będzie konieczne przechodzenie do kolejnych stron. Niektórzy klienci preferują takie właśnie podejście. O tym, które z tych dwóch jest skuteczniejsze, możesz się przekonać, analizując sklepy konkurencji, umieszczając sondę na stronie sklepu lub włączając na pewien czas jedną opcję, a następnie drugą. Aby wynik pomiaru był wiarygodny, powinny być udostępnione możliwie identyczne warunki zewnętrzne rzutujące na zachowania klientów. Porównywać możesz również liczbę porzuconych koszyków w obu trybach przetwarzania zamówienia.
- ♦ *Włącza zakupy dla Gości* — uaktywnienie tej opcji powoduje, że zakupy mogą zrobić użytkownicy, którzy nie chcą zakładać konta w sklepie. Założenie konta pozwala klientowi na śledzenie historii zamówień. Dla sprzedawcy nie ma różnicy, czy sprzedaje towar klientowi, który nie zamierza się wiązać ze sklepem (nie będzie więc chciał abonować newslettera), czy komuś zainteresowanemu utrzymywaniem kontaktu.
- ♦ *Minimalna wartość zamówienia wymagana do jego poprawnej weryfikacji* — możesz określić minimalną wartość zamówienia, która uprawnia do jego złożenia. Jeżeli dopiero zaczynasz prowadzić sklep, może się okazać, że patrzysz

Rysunek 3.5.
Górna część sekcji
ogólnych ustawień
składania zamówień

Ogólne

Typ przetwarzania zamówienia: Standardowy (5 kroków) Możesz wybrać tryb przetwarzania zamówienia jako standardowy (5 kroków) lub zakupy na jednej stronie

Włącz zakupy Gości: ☒ Tak ☒ Nie Goście mogą składać zamówienie bez rejestrowania się

Minimalna wartość zamówienia wymagana do jego poprawnej weryfikacji: 0 zł (brutto) Ustaw o aby wyłączyć tą opcję

Zezwól na wysyłkę w kilka miejsc: ☒ Tak ☒ Nie Zezwól klientom na wysyłanie ich zamówień na kilka adresów. Ta opcja zamieni koszyk klienta w jedno lub więcej zamówień.

Przedłużona dostawa: ☒ Tak ☒ Nie Pozwól klientowi podzielić swoje zamówienie: jedna część z produktami obecnie "na stanie" i inna z pozostałymi produktami. Ta opcja zamieni koszyk klienta w dwa zamówienia.

Warunki korzystania z usługi: ☒ Tak ☒ Nie Wymagaj od klienta aby zaakceptował warunki korzystania z usługi przed przetworzeniem zamówienia

na świat zbyt optymistycznie. Większości klientów mogą nie stanowić ci, którzy kupują towary całymi opakowaniami zbiorczymi, ale osoby nabywające produkty po jednej sztuce. Zastanów się, czy obsługiwanie takich zamówień Ci się opłaca. Do każdego zamówienia musisz wystawić rachunek, wpisać je do kasy fiskalnej, zapakować, zaadresować i nadać. Czas poświęcany na to i zużywane materiały są zbliżone niezależnie od wielkości zamówienia. Do ustalenia progu realizacji zamówienia służy właśnie pole *Minimalna wartość zamówienia wymagana do jego poprawnej weryfikacji*.

- ◆ *Zezwól na wysyłkę w kilka miejsc* — nowością w wersji 1.5 sklepu jest możliwość dzielenia zakupów na więcej niż jedną paczkę i wysyłanie zamówień w różne miejsca. Opcja ta pozwala np. realizować zamówienia na wysyłkę upominków.
- ◆ *Przedłużona dostawa* — jeżeli zezwolisz na zamawianie towarów, których nie ma na stanie, może zajść sytuacja, że w jednym zamówieniu znajdą się produkty dostępne od ręki i te, które trzeba sprowadzić do sklepu. Po uaktywnieniu opcji *Przedłużona dostawa* będzie można podzielić zamówienie na dwa: do wysyłki natychmiastowej i do wysyłki opóźnionej.
- ◆ *Warunki korzystania z usługi* — uaktywnienie tej opcji powoduje, że przed przyjęciem zamówienia konieczne jest zaakceptowanie przez klienta warunków jego realizacji. Niektórzy klienci są mili, inni usiłują swoją frustrację wyładować na sprzedawcy. W rolę niezadowolonego klienta może się wcielić konkurencja. Jeżeli w regulaminie dokładnie opiszesz wszystkie możliwe kwestie (np.: czas i ważność nieopłaconego zamówienia, termin wysyłki, sposób reklamacji) i będziesz postępował zgodnie z nim, masz dużo większe szanse na wyjście ze sporu obronną ręką, niż gdy nie wymusisz złożenia oświadczenia o zapoznaniu się klienta z regulaminem.

Przewiń okno w dół (rys. 3.6). Wyświetli się dolna część ustawień *Ogólne* i cała sekcja *Opcje prezentów*.

Rysunek 3.6.

Dolna część sekcji ogólnych ustawień składowania zamówień oraz wysyłki prezentów

The screenshot shows the 'Strona CMS warunków używania' (CMS page of terms of use) dropdown menu. The menu is open, showing options: 'Żaden' (None), 'Delivery', 'Legal Notice', 'Terms and conditions of use' (highlighted), 'About us', and 'Secure payment'. Below the menu, the 'Opcje prezentów' (Gift options) section is visible, including checkboxes for 'Zaoferuj pakowanie ozdobne' (Offer decorative packaging) and 'Zaoferuj opakowanie z surowców wtórnych' (Offer packaging from recycled materials), both currently set to 'Nie' (No). There are also input fields for 'Cena opakowania ozdobnego' (Decorative packaging price) and 'Podatek od pakowania ozdobnego' (Decorative packaging tax).

Ostatnia opcja w sekcji *Ogólne* nosi nazwę *Strona CMS warunków używania* — warunki korzystania ze sklepu powinny być opisane na stronie statycznej. Z listy rozwijanej wybierz stronę, na którą powinno kierować klientów PrestaShop. Do wyboru są: *Żaden* — ta opcja ma zastosowanie wówczas, gdy witryna będzie pełniła funkcję katalogu, zaś zamówienia będą składane osobiście lub telefonicznie, *Delivery* — dostawa, *Legal Notice* — informacja prawna, *Terms and conditions of use* — regulamin sklepu, *About us* — o nas, *Secure payment* — bezpieczna płatność.

W sekcji *Opcje prezentów* znajdują się cztery opcje:

- ♦ *Zaoferuj pakowanie ozdobne* — po włączeniu opcji PrestaShop będzie sugerowało klientowi możliwość ozdobnego zapakowania towaru oraz dodanie kartki z życzeniami.
- ♦ *Cena opakowania ozdobnego* — w tym polu możesz określić cenę, która będzie doliczana za opakowanie ozdobne.
- ♦ *Podatek od opakowania ozdobnego* — jeżeli przepisy podatkowe nakładają na stosowanie opakowania ozdobnego inny podatek niż na opakowanie zwykłe, możesz jego stawkę wybrać z listy rozwijanej.
- ♦ *Zaoferuj opakowanie z surowców wtórnych* — coraz więcej osób zwraca uwagę na ekologię. Jeżeli będziesz oferował opakowanie wykonane z surowców wtórnych, możesz tym zachęcić dodatkowych klientów.

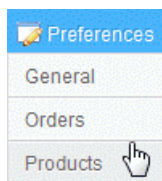
Preferencje produktów

Preferencje produktów dotyczą sposobu ich prezentacji. Aby uzyskać dostęp do strony, na której możesz zmienić ustawienia prezentacji produktów, wykonaj poniższe czynności.

1. Wybierz kolejno: *Preferences, Products* (rys. 3.7).

Rysunek 3.7.

*Polecenia, których
wybranie umożliwia
dostęp do strony
wyboru opcji
prezentacji produktów*



2. Po chwili wyświetli się strona *Products* (rys. 3.8). W jej górnej części znajduje się sekcja *Produkty (ogólnie)*. Widoczne jest w niej sześć opcji:

- ◆ *Tryb katalogu* — włączenie tej opcji powoduje, że wszystkie funkcje sklepu są zablokowane.
- ◆ *Porównanie produktów* — w tym polu możesz określić maksymalną liczbę produktów, których cechy da się wyświetlić obok siebie w równoległych pionowych kolumnach. Wpisanie 0 powoduje wyłączenie funkcji porównywania produktów.
- ◆ *Ilość dni przez które produkt jest oznaczony jako „nowy”* — oprogramowanie sklepu wyróżnia nowe artykuły. W tym polu możesz wpisać liczbę dni, przez które od czasu wpisania artykuł będzie oznaczony jako nowy.
- ◆ *Przekierowanie po dodaniu produktu do koszyka* — po dodaniu produktu do koszyka klient może zostać przeniesiony do poprzedniej strony lub do podsumowania koszyka.
- ◆ *Maksymalny rozmiar krótkiego opisu* — w tym polu określisz maksymalną liczbę znaków, jaką może zawierać krótki opis.
- ◆ *Rabaty ilościowe bazujące na* — aby zachęcić klientów do większych zakupów, sklep może udzielać im rabatów. Dla każdego dodawanego produktu możesz określić wysokość rabatu. W panelu administracyjnym sklepu podaj minimalną ilość produktu, od której będzie obowiązywał rabat. Rabat może być wyrażony w procentach lub w postaci określonej wartości.

3. Wyświetl dalszą część strony (rys. 3.9). Znajduje się tam sekcja *Stronicowanie*. Składa się ona z trzech opcji:

- ◆ *Produktów na stronę* — w tym polu ustalisz maksymalną liczbę produktów, która będzie wyświetlana na jednej stronie. Domyślnie jest to 10.
- ◆ *Domyślne sortowanie wg* — produkty nie są ułożone losowo, ich kolejność na stronie WWW możesz określić. Kryterium wybierz z listy. Do wyboru są: *Nazwa produktu, Cena produktu, Data dodania produktu, Pozycja wewnątrz kategorii, Producent, Data modyfikacji produktu*.
- ◆ *Domyślny sposób sortowania* — w tym punkcie możesz wybrać, czy sortowanie ma być rosnące, czy malejące.

Rysunek 3.8. Preferences > Products

Fragment strony
z opcjami
prezentacji
produktów

Rysunek 3.9.
Sekcja Stronicowanie

4. Wyświetl dalszą część strony (rys. 3.10). Znajduje się tam sekcja *Strona produktu*. Składa się ona z pięciu opcji:

- ♦ *Wyświetl dostępne ilości na stronie produktu* — domyślnie na stronie produktu jest wyświetlany stan magazynowy. Podanie wiadomości o stanach magazynowych pozwala konkurencji zorientować się w wysokości kapitału zainwestowanego w zaopatrzenie sklepu, klientom zaś daje informacje na temat liczby sztuk, które mogą kupić od ręki.
- ♦ *Wyświetl pozostałe ilości kiedy ilość jest mniejsza niż 3* — uaktywnienie tej opcji następuje po wpisaniu liczby różnej od 0. Opcja powoduje, że liczba dostępnych sztuk będzie wyświetlana tylko w przypadku wyczerpujących się towarów. Może to zachęcić klientów do zakupu na zasadzie „Kupię, bo inni kupują” lub „Kupię, bo zapas się kończy”.
- ♦ *Włącz JqZoom zamiast Thickbox na stronie produktu* — JqZoom i ThickBox to aplikacje napisane w JavaScript przy wykorzystaniu biblioteki jQuery. Obie są lupami programowymi. Zadaniem ThickBoksa jest pokazanie

Rysunek 3.10.
Sekcja Strona produktu

Strona produktu

Wyświetl dostępne ilości na stronie produktu ☒ Tak ☐ Nie

Wyświetl pozostałe ilości kiedy ilość jest mniejsza niż Wstaw 0, aby wyłączyć tę funkcję

Włącz JqZoom zamiast Thickbox na stronie produktu ☒ Tak ☐ Nie

Wyświetl niedostępne atrybuty produktu na stronie produktu ☒ Tak ☐ Nie

Wyświetl przycisk „Dodaj do koszyka” kiedy produkt ma atrybuty ☒ Tak ☐ Nie

Wyświetlaj bądź nie przycisk „Dodaj do koszyka” na liście produktów danej kategorii, producenta, dostawcy w przypadku gdy ma on atrybuty. Zaleca się nie wyświetlania przycisku „Dodaj do koszyka” w przypadku gdy produkt posiada atrybuty do wyboru.

pojedynczego obrazu, wielu zdjęć, wbudowanych treści, treści osadzonych przy użyciu iframe (ramek pływających) lub treści serwowanych przez AJAX. JqZoom znajduje zastosowanie przy bardzo dużym powiększaniu zdjęć.

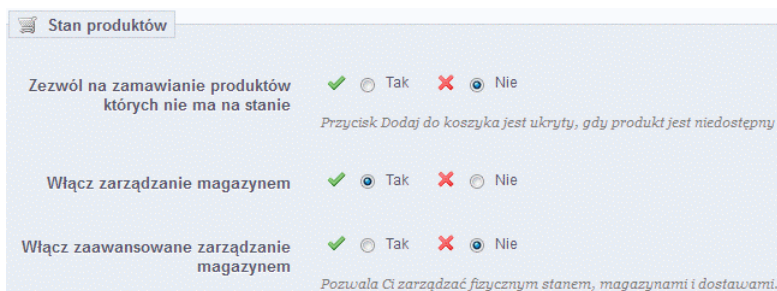
- ◆ *Wyświetl niedostępne artykuły na stronie produktu* — włączenie tej opcji powoduje, że nawet produkty wykupione będą prezentowane w witrynie sklepu. Dzięki temu klient może trafić do sklepu (wyszukiwarka nie wie przecież, że stan magazynowy wynosi zero), a następnie zapytać, kiedy artykuł będzie dostępny. Od umiejętności negocjacyjnych sprzedawcy li tylko zależy, czy pytający zdecyduje się poczekać i stanie się kupującym.
- ◆ *Wyświetl przycisk „Dodaj do koszyka” kiedy produkt ma atrybuty* — uaktywnienie tej opcji spowoduje wyświetlanie przycisku *Dodaj do koszyka* na liście produktów danej kategorii, producenta, dostawcy, w przypadku gdy takie atrybuty są określone dla towaru. Nie jest zalecane wyświetlanie przycisku *Dodaj do koszyka* w przypadku, gdy produkt ma atrybuty do wyboru.

5. Wyświetl dalszą część strony (rys. 3.11). Znajduje się tam sekcja *Stan produktów*. Składa się ona z trzech opcji:

- ◆ *Zezwól na zamawianie produktów, których nie ma na stanie* — włączenie tej opcji powoduje, że w zamówieniu mogą znajdować się artykuły, których nie ma w magazynie. Przy ustalaniu kosztów wysyłki warto wziąć pod uwagę, że w tym samym zamówieniu mogą znajdować się również produkty, które są dostępne. W takim przypadku być może wysyłkę trzeba będzie zrealizować dwa razy.
- ◆ *Włącz zarządzanie magazynem* — dzięki włączeniu tej opcji przy wyświetlaniu produktów klientom będzie brana pod uwagę ich dostępność
- ◆ *Włącz zaawansowane zarządzanie magazynem* — włączenie tej opcji pozwala zarządzać fizycznym stanem magazynowym i dostawami.

Rysunek 3.11.

Sekcja Stan produktów



Preferencje klientów

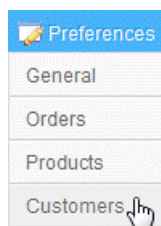
Strona z ustawieniami preferencji klientów została wprowadzona w wersji 1.5 PrestaShop. Opcje ustawień są użyteczne podczas pracy w trybie B2B.

Aby uzyskać dostęp do strony *Customers*, wykonaj poniższe czynności.

1. Wybierz kolejno: *Preferences*, *Customers* (rys. 3.12).

Rysunek 3.12.

Polecenia, które należy wybrać, aby uzyskać dostęp do ustawień ogólnych dla klientów



2. Po chwili wyświetli się strona (rys. 3.13). Jej jedna część jest zatytułowana *Ogólne* i podzielona na pięć sekcji:

- ♦ *Tryb procesu rejestracji* — z listy rozwijanej możesz wybrać dwa warianty. Wybranie *Tylko utworzenie konta* pozwala odwiedzającemu sklep na utworzenie nowego konta bez natychmiastowego obowiązku rejestracji. Wariant *Standardowe (utworzenie konta i adresu)* powoduje, że utworzenie konta trwa dłużej, klient ma już jednak aktywne konto z wpisanym adresem, który jest potrzebny do potwierdzenia zamówienia.
- ♦ *Numer telefonu* — uaktywnienie tej opcji powoduje, że klient będzie musiał podać przynajmniej jeden numer telefonu, aby dokończyć proces rejestracji. Opcja ta jest potrzebna, czasami bowiem zachodzi konieczność skontaktowania się z klientem. Co prawda obsługa sklepu ma do dyspozycji adres poczty elektronicznej, ale klienci czasami odbierają ją co kilka dni.
- ♦ *Ponowne wyświetlenie koszyka przy logowaniu* — zaznaczenie tej opcji powoduje, że jeśli klient miał przygotowany koszyk, ale nie doszło do finalizacji zamówienia, to koszyk zostanie wyświetlony przy kolejnym zalogowaniu.

Rysunek 3.13.
Ustawienia ogólne
dla klientów

Ogólne

Typ procesu rejestracji:
Opcja rejestracji "tylko utworzenie konta" pozwoli klientowi zarejestrować się szybciej a później podać swój adres.

Numer telefonu: ☒ Tak ☒ Nie
Jeżeli wybierzesz "Tak", Twój klient będzie musiał podać przynajmniej jeden numer telefonu aby się zarejestrować.

Ponowne wyświetlenie koszyka przy logowaniu: ☒ Tak ☒ Nie
Po tym jak klient się zaloguje, przywróć i wyświetl zawartość jego/jej ostatniego koszyka

Odtwórz hasło: minuty
Bezpieczne minimum czasu do odczekania aby odtworzyć hasło

Włącz tryb B2B: ☒ Tak ☒ Nie
Aktywuj lub dezaktywuj tryb B2B. Kiedy ta opcja jest włączona, niektóre funkcje B2B są dostępne.

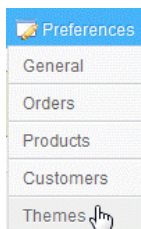
- ♦ **Odtwórz hasło** — w tym polu możesz wpisać minimalny czas, po upływie którego klient może utworzyć nowe hasło dla swojego konta. W celu podwyższenia bezpieczeństwa korzystania ze sklepu PrestaShop wymusza okresową zmianę hasła. Dzięki temu osoba, która weszła w posiadanie cudzego hasła, po jego zmianie nie będzie mogła logować się do konta. Zabezpieczenie ma sens, gdy klient zmieni hasło na inne, niż miał. Aby nie doszło do sytuacji, że klient poda nowe hasło i zaraz ponownie zmieni je na dotychczasowo używane, wprowadzono minimalny czas między zmianami hasła. Domyślne ustawienie to 360 minut, czyli 6 godzin.
- ♦ **Włącz tryb B2B** — tryb B2B (ang. *Business to Business*) to nazwa relacji występujących pomiędzy firmami. Uaktywnienie go rozszerza funkcjonalność sklepu. Klienci nie są traktowani jak osoby fizyczne, ale jak firmy. Profil klienta ma dodatkowe opcje związane z gromadzeniem informacji o charakterze szczegółowym. Ceny mogą być maskowane, a zarządzanie nimi uzależnione od klienta dla całego katalogu lub kategorii, faktury mogą być wystawiane ręcznie itp.

Preferencje szablonów

Aby uzyskać dostęp do strony zarządzania szablonami sklepu, wykonaj poniższe czynności.

1. Wybierz kolejno: *Preferences, Themes* (rys. 3.14).

Rysunek 3.14.
Polecenia, które
należy wybrać, aby
uzyskać dostęp do
ustawień dotyczących
szablonów



- Po chwili wyświetli się strona *Themes*. Dzięki niej możesz efektywnie zarządzać szablonami. W górnej części okna (rys. 3.15) widoczna jest lista szablonów aktualnie możliwych do zainstalowania w PrestaShop.

Rysunek 3.15.

Kliknięcie ikony edytowania umożliwia zmianę nazwy szablonu



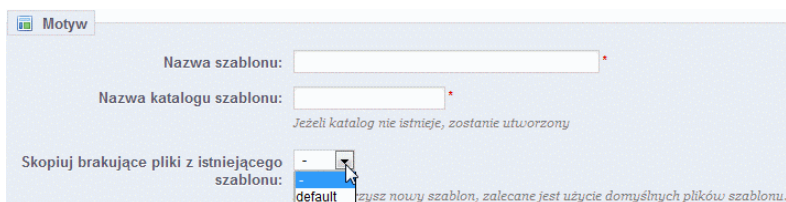
Dodawanie nowego szablonu

Aby utworzyć nowy szablon, wykonaj poniższe czynności.

- Kliknij przycisk *Dodaj nowy*.
- Wyświetli się okno *Motyw* (rys. 3.16). Podaj w nim trzy informacje:
 - ♦ *Nazwa szablonu* — w tym polu wpisz nazwę, której nie nosi jeszcze żaden szablon. Powinna ona pozwalać na łatwe identyfikowanie pliku.
 - ♦ *Nazwa katalogu szablonu* — PrestaShop utworzy folder o nazwie wpisanej w tym polu. Nie musisz zakładać foldera sam.
 - ♦ *Skopiuj brakujące pliki z istniejącego szablonu* — skopiowanie plików z istniejącego szablonu i tworzenie nowego przez ich edytowanie jest rozwiązaniem najprostszym i polecanym, jeśli nie masz doświadczenia. Dzięki takiemu rozwiązaniu uzyskujesz pewność, że nowy szablon zawiera wszystkie pliki.

Rysunek 3.16.

Okno *Motyw*



Zmiana szablonu

Aby zastosować inny szablon dla sklepu, kliknij jego miniaturę w oknie *Wybierz szablon dla sklepu Nazwa_sklepu* (rys. 3.17).



Przy pracy w trybie *Multistore* nie możesz zastosować szablonu do wszystkich sklepów, a nawet do ich grupy. Musisz wybrać pojedynczy sklep w menu *Multistore*, a następnie kliknąć szablon.

Rysunek 3.17.
W wybieraniu
szablonu pomaga
miniatura

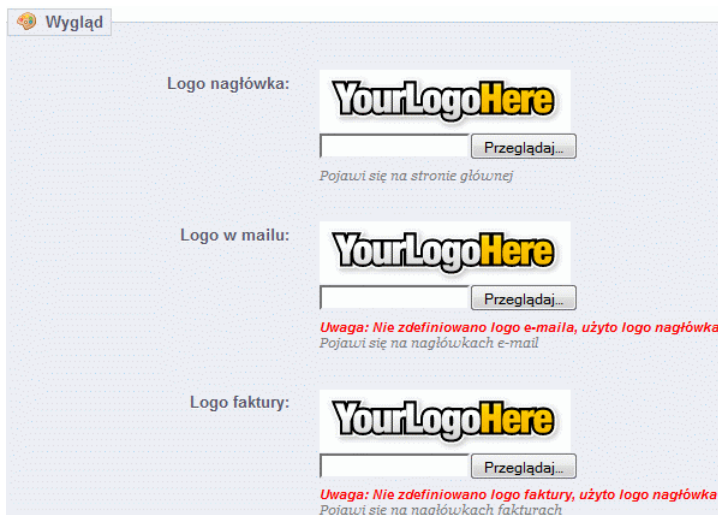


Wygląd

Przewin okno, aż wyświetlona zostanie sekcja *Wygląd* (rys. 3.18). Znajdują się w niej:

- ◆ *Logo nagłówka* — możesz wgrać własny plik, który będzie wyświetlany na stronie głównej sklepu. Plik instalowany wraz z szablonem ma wymiary 209×52 piksele i rozszerzenie *.jpeg.
- ◆ *Logo w mailu* — możesz wgrać własny plik, który będzie wyświetlany w nagłówkach poczty elektronicznej.
- ◆ *Logo faktury* — możesz wgrać własny plik, który będzie widoczny w nagłówkach faktur.
- ◆ *Favicon* — możesz wgrać własny plik, który będzie pokazywany na pasku adresu przeglądarki podczas wyświetlania stron sklepu. Plik instalowany wraz z szablonem ma wymiary 16×16 pikseli.
- ◆ *Ikona sklepu* — możesz wgrać własny plik, który będzie wyświetlany w Google Maps. Plik instalowany wraz z szablonem ma wymiary 30×30 pikseli i rozszerzenie *.gif (transparent).
- ◆ *Nawigacja* — w tym polu możesz wpisać znak, który będzie wyświetlany w ścieżce nawigacji wewnątrz kategorii/produktu.
- ◆ *Włącz szablon dla urządzeń mobilnych* — urządzenia mobilne powinny korzystać z szablonów lepszych niż urządzenia stacjonarne. Warto opracować alternatywny szablon i przeznaczyć go dla klientów posługujących się urządzeniami mobilnymi. Opcja funkcjonuje na pewno dla szablonu domyślnego, który zapisany jest w folderze /themes/default/mobile. Może nie działać po wybraniu innego szablonu, który nie ma wersji mobilnej.

Rysunek 3.18.
Górna część okna
Wygląd

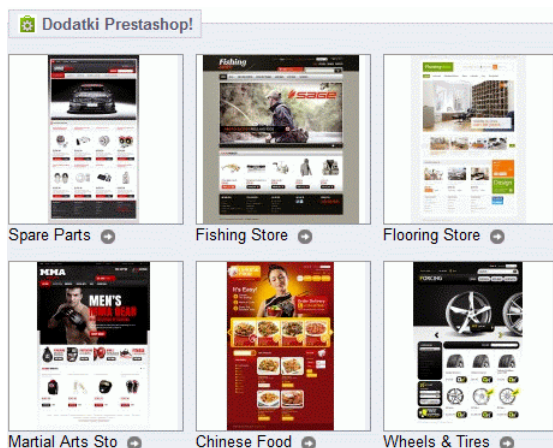


Uwaga

Jeżeli wybrany motyw nie ma wersji mobilnej, możesz ją skopiować z szablonu domyślnego. Jeśli nowy szablon zapisany jest w folderze `/themes/gumis`, skopiuj do folderu `/themes/gumis/mobile` zawartość foldera `/themes/default/mobile`. Jest to również metoda na uzyskanie innego wyglądu sklepu na urządzeniach mobilnych i stacjonarnych.

W dolnej części okna *Wygląd* znajduje się lista płatnych szablonów dla PrestaShop (rys. 3.19).

Rysunek 3.19.
Oferta szablonów
odpłatnych



Preferencje SEO & URLs

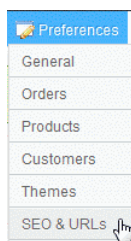
SEO (ang. *Search Engine Optimization* — optymalizacja pod kątem wyszukiwarek) jest zbiorem sposobów na osiągnięcie jak najwyższej pozycji w wynikach wyszukiwania. Narzędzia wbudowane w PrestaShop pomogą poprawić pozycję witryny w wynikach wyszukiwania, a więc osiągnąć więcej potencjalnych klientów.

URL (ang. *Uniform Resource Locator* — adres strony internetowej) to adres, który wskazuje lokalizację pliku w internecie. Jego postać ma wpływ na wyniki wyszukiwania, ale także na łatwość wyszukiwania informacji przez ludzi. Adres: http://www.1000offers.com/product.php?id_product=37 nic nie mówi o tym, jaki produkt można znaleźć na stronie. Adres: <http://www.1000offers.com/3-Nokia/7-Lumia> jest zaś przyjazny dla ludzi i wyszukiwarek. Pierwszy adres zawiera tylko kod producenta (3) i towaru (7), drugi przekazuje te same informacje, ale uzupełnione nazwą producenta i towaru.

Aby uzyskać dostęp do strony zarządzania parametrami SEO i URL, wybierz kolejno: *Preferences, SEO & URLs* (rys. 3.20).

Rysunek 3.20.

Polecenia, które należy wybrać, aby uzyskać dostęp do ustawień mających wpływ na pozycję stron sklepu w wyszukiwarkach



Nowy przyjazny URL

Aby dodać nowy przyjazny adres URL, wykonaj poniższe czynności.

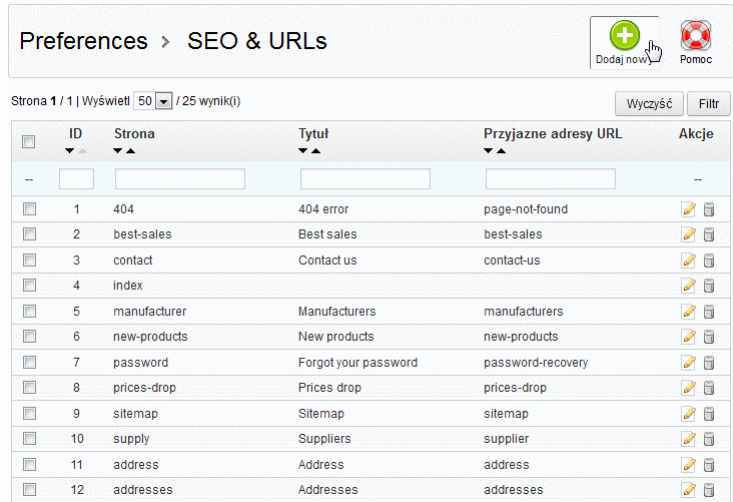
1. Wybierz kolejno: *Preferences, SEO & URLs* (rys. 3.20).
2. Kliknij przycisk *Dodaj nowy* (rys. 3.21).



Adresy przyjazne są ustawiane w konfiguracji stron produktów, kategorii czy CMS. Tabela pokazana na rys. 3.21 zawiera listę stron, które są generowane automatycznie i po jednorazowym ustawieniu nie trzeba zaprzętać sobie nimi głowy.

3. Wyświetli się formularz do redagowania strony (rys. 3.22). Widocznych jest na nim pięć pól:
 - ◆ *Strona* — lista rozwijalna zawiera wszystkie strony, dla których możesz utworzyć przyjazny adres URL.
 - ◆ *Tytuł strony* — tytuł, który zostanie wyświetlony w wyszukiwarce w odpowiedzi na zapytanie.

Rysunek 3.21.
W górnej części strony z adresami URL znajduje się przycisk Dodaj nowy



Rysunek 3.22.
Formularz do tworzenia stron przyjaznych wyszukiwarkom

Meta-Tagi

Strona: attachment
Nazwa powiązanej strony

Tytuł strony:
Tytuł tej strony

Meta opis:
Krótki opis Twojego sklepu

Meta słowa-kuczowe: Dodaj tag
Wyświetl słowa kluczowe dla wyszukiwarek Aby dodać "tagi" kliknij w polu, napisz coś, następnie naciśnij "Enter"

Przepisany URL:
np. "kontakty" dla adresu http://mojastrona.pl/sklep/kontakty aby kierował do http://mojastrona.pl/sklep/contact-form.php

- ♦ *Meta opis* — w tym polu umieść opis strony. Powinien on składać się z kilku słów.
- ♦ *Meta słowa kluczowe* — lista słów kluczowych wskazuje wyszukiwarce, w odpowiedzi na jakie zapytanie powinna być wyświetlana strona.
- ♦ *Przepisany URL* — w tym polu możesz wpisać przyjazny adres URL. Zamiast spacji użyj myślników.

Ustawianie adresów

Poniżej listy stron znajduje się sekcja *Ustaw URL-e* (rys. 3.33). Widoczne są na niej trzy opcje.

- ♦ *Przyjazne adresy URL* — włącz tę opcję, jeżeli serwer, z którego korzystasz, obsługuje przepisywanie adresów. W przeciwnym przypadku pozostaw opcję wyłączoną.

Rysunek 3.23.
Ustawienia
dotyczące URL-i

Ustaw URL-e

Przyjazne adresy URL ☒ Tak ☒ Nie
Włącz wyłącznie jeśli serwer obsługuje przepisywanie adresów URL (rekomendowane)

Automatycznie przekieruj do kanonicznego URL ☒ Tak ☒ Nie
Zalecane, ale szablon musi być zgodny

Wyłącz multiview apache ☒ Tak ☒ Nie
Włącz tę opcję tylko jeżeli masz problemy z przepisywaniem URL na niektórych stronach.



Wyświetlenie komunikatu *URL rewriting (mod_rewrite) is not active on your server or it is not possible to check your server configuration...* nie oznacza, że przepisywanie adresów nie będzie działać. Może on się pojawiać dlatego, że PrestaShop nie jest w stanie odczytać konfiguracji serwera. W takim przypadku warto włączyć przyjazne adresy URL i przetestować działanie sklepu.

- ♦ *Automatycznie przekieruj do kanonicznego URL* — kanoniczne adresy są zabezpieczeniem przed duplikowaniem treści. Mimo że powstaje ono automatycznie, może być uznane przez wyszukiwarki za próbę spamowania i spowodować obniżenie pozycji serwisu w wyszukiwarkach. Aby uniknąć oskarżeń o spamowanie indeksu wyszukiwarki, warto użyć znacznika `rel = „canonical”`. Wskazuje on, który adres jest bazowy dla danej treści. Poprawne działanie automatycznego przekierowania do kanonicznego URL zależy od tego, czy szablon sklepu obsługuje tę opcję.
- ♦ *Włącz multiview apache* — Apache jest jednym z najpopularniejszych serwerów internetowych, multiview zaś to system negocjacji treści. Próbuje on wyświetlić wersję językową, która na podstawie uzyskanych przez serwer informacji będzie najbardziej odpowiadała czytelnikowi. Wszystko to ma miejsce bez zmiany adresu URL, może jednak powodować problemy z przyjaznymi adresami URL. Jeżeli je zauważysz, wyłącz opcję *multiview apache*.

Adres sklepu

W dalszej części strony znajduje się sekcja *Ustaw URL sklepu* (rys. 3.24). Widoczne są w niej trzy pola: *Domena sklepu*, *Domena SSL* i *URI bazowy*.

Rysunek 3.24.
W sekcji *Ustaw URL sklepu* możesz edytować domyślne ustawienia sklepu

Ustaw URL sklepu

Możesz ustawić tutaj adres URL Twojego sklepu. Jeżeli przeniesiesz swój sklep na nowy adres URL, pamiętaj aby zmienić poniższe wartości.

Domena sklepu

Domena SSL

URI bazowy



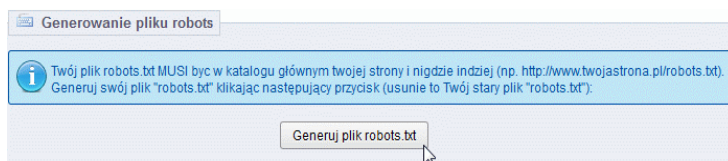
Opcja ta ma zastosowanie najczęściej przy przenoszeniu sklepu pod inny adres. Jeżeli popełnisz błąd przy wpisywaniu adresów, może to spowodować, że sklep przestanie działać.

Plik robots.txt

W dalszej części strony znajduje się sekcja *Generowanie pliku robots* (rys. 3.25). Plik *robots.txt* zawiera wskazówki przeznaczone dla robotów i pająków wyszukiwarek. Dzięki nim zbierane są tylko te informacje, które zarządzający serwisem chce udostępnić.

Rysunek 3.25.

Kliknięcie przycisku
Generuj plik robots.txt
powoduje wygenerowanie
nowego pliku i nadpisanie
dotychczasowego



Roboty wyszukiwarek takich jak Google czy Bing respektują wskazówki zawarte w pliku *robots.txt*. Niestety, oprogramowanie przeznaczone do kradzieży treści czy do zbierania adresów poczty elektronicznej nic sobie nie robi z ograniczeń. Trzeba się przed nimi zabezpieczać, ustawiając prawa dostępu do zasobów zgromadzonych na serwerze.

Narzędzie wbudowane w PrestaShop tworzy plik *robots.txt* z dyrektywami wykluczeń dla plików i katalogów, które nie są przeznaczone do publicznej wiadomości i nie powinny być indeksowane.

Opcje

W dalszej części strony widoczna jest sekcja *Opcje* (rys. 3.26). Znajduje się w niej osiem opcji: *Ścieżka do produktów*, *Ścieżka do kategorii*, *Ścieżka do kategorii z atrybutem selected filter dla modułu block layered*, *Ścieżka do dostawcy*, *Ścieżka do producenta*, *Ścieżka do strony CMS*, *Ścieżka do kategorii CMS*, *Ścieżka do modułów*.

Każdą ścieżkę możesz edytować. Do opisu używa się parametrów, które są widoczne pod polem tekstowym. W opisie musi być zawarty parametr oznaczony gwiazdką i czerwonym kolorem.

Preferencje CMS

W sklepie internetowym oprócz prezentacji towarów muszą znajdować się inne treści. Należą do nich: regulamin sklepu, dane kontaktowe, informacje o sposobach płatności i wysyłki. Klienci lubią być obsługiwani przez fachowców. Warto kreować swój wizerunek jako osoby kompetentnej, umieszczając teksty dotyczące dziedziny, którą zajmuje się sklep.

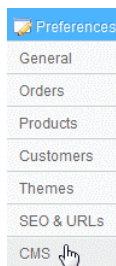
Rysunek 3.26.
Górna część sekcji
Opcje

| | | |
|---|---|--|
| Ścieżka do produktów | <input type="text" value="{category}/{id}-{rewrite}-{ean13}.html"/> | Słowo kluczowe: <i>id*, rewrite, ean13, category, categories, reference, meta_keyword, meta_title, manufacturer, supplier, price, tags</i> |
| Ścieżka do kategorii | <input type="text" value="{id}-{rewrite}"/> | Słowo kluczowe: <i>id*, rewrite, meta_keywords, meta_title</i> |
| Ścieżka do kategorii z atrybutem selected_filter dla modułu block layered | <input type="text" value="{id}-{rewrite}/{selected_filters}"/> | Słowo kluczowe: <i>id*, selected_filters*, rewrite, meta_keywords, meta_title</i> |
| Ścieżka do dostawcy | <input type="text" value="{id}_{rewrite}"/> | Słowo kluczowe: <i>id*, rewrite, meta_keywords, meta_title</i> |
| Ścieżka do producenta | <input type="text" value="{id}_{rewrite}"/> | Słowo kluczowe: <i>id*, rewrite, meta_keywords, meta_title</i> |
| Ścieżka do strony CMS | <input type="text" value="content/{id}-{rewrite}"/> | Słowo kluczowe: <i>id*, rewrite, meta_keywords, meta_title</i> |

Popularnym sposobem promocji sklepu jest wymiana odsyłaczy z innymi sklepami. Do tego potrzebne są strony WWW. Na szczęście PrestaShop jest wyposażone w narzędzie do ich tworzenia. Strony będą wyświetlane na stronie głównej w bloku informacyjnym oraz w menu witryny.

Aby uzyskać dostęp do strony zarządzania parametrami CMS, wybierz kolejno: *Preferences*, *CMS* (rys. 3.27).

Rysunek 3.27.
Polecenia, które
należy wybrać, aby
uzyskać dostęp do
ustawień systemu
zarządzania treścią



Wyświetli się strona z listą kategorii i stron należących do tej kategorii (rys. 3.28).

Nowa kategoria

Aby utworzyć nową kategorię CMS, kliknij widoczny po prawej stronie okna przycisk *Dodaj nowy* (rys. 3.29).

Wyświetli się okno edytowania kategorii (rys. 3.30). Ma ono postać formularza zawierającego osiem sekcji:

- ◆ *Nazwa* — powinna być krótka i prosta.

Rysunek 3.28.
Wyświetlone zostały wszystkie strony, które zostały utworzone w sklepie. Domyślną kategorią jest strona domowa (ang. Home)

Bieżąca kategoria : Home

CMS Categories

Dodaj nowy Pomoc

Strona 1 / 1 | Wyświetl 50 / 0 wynik(i)

| <input type="checkbox"/> | ID | Nazwa | Opis | Pozycja |
|--------------------------|----|-------|------|---------|
| <input type="checkbox"/> | -- | | | |

Nie znaleziono pozycji

Strony w tej kategorii

Dodaj nowy Pomoc

Strona 1 / 1 | Wyświetl 50 / 5 wynik(i)

| <input type="checkbox"/> | ID | URL | Tytuł | Pozycja | Wyświetlane | Akcje |
|--------------------------|----|--------------|--------------|---------|-------------------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> | -- | | | | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | 1 | delivery | Delivery | | <input checked="" type="checkbox"/> | |
| <input type="checkbox"/> | 2 | legal-notice | Legal Notice | | <input checked="" type="checkbox"/> | |
| | | terms- | | | | |

Rysunek 3.29.
Przycisk, którego kliknięcie inicjuje tworzenie nowej kategorii

CMS Categories

Dodaj nowy Pomoc

Rysunek 3.30.
Tworzona kategoria jest podrzędna w stosunku do kategorii Home

CMS Categories > Edycja

Zapisz Powrót do listy Pomoc

Nazwa:

Wyświetlane: ☒ ☐ ☐

Nadrzędna kategoria CMS:

Opis:

Tytuł meta:

Opis meta:

Słowa kluczowe meta:

Przyjazny URL:

* Wymagane pole

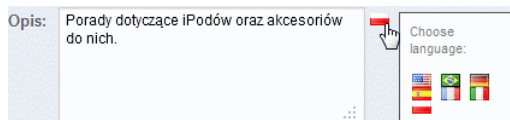
- ♦ *Wyświetlane* — opcja ta pozwala na wyświetlanie lub ukrywanie kategorii przed widokiem publicznym.
- ♦ *Nadrzędna kategoria CMS* — z listy można wybrać kategorię nadrzędną. Domyślnie jest to *Home*. PrestaShop nie ogranicza liczby poziomów kategorii.
- ♦ *Opis* — musisz wpisać opis strony w tylu językach, w ilu jest prowadzona.



Kliknięcie flagi widocznej obok pola tekstowego powoduje rozwinięcie menu, z którego możesz wybrać wersję językową (rys. 3.31).

Rysunek 3.31.

Każdą stronę musisz przygotować w tylu wersjach językowych, w ilu jest prowadzony sklep



- ◆ **Tytuł meta** — w tym polu wpisz nazwę, która pojawi się w wyszukiwarce.
- ◆ **Opis meta** — opisz, co należy do danej kategorii. Ten tekst będzie wyświetlany w wyszukiwarkach.
- ◆ **Słowa kluczowe meta** — wpisz hasła, których powinni używać internauci, aby w wyszukiwarce wyświetliła się redagowana właśnie strona.



Przy doborze słów kluczowych nie polegaj tylko na własnej intuicji. Skorzystaj z podpowiedzi, które znajdziesz pod adresem: <https://adwords.google.pl/o/KeywordTool> (rys. 3.32).

Rysunek 3.32.

Słowa kluczowe wpisane do formularza (góra) i zaproponowane przez wyszukiwarkę (dół)

| | | wyszukiwania – globalnie ? | wyszukiwania – lokalnie ? |
|---|-------------|---|--|
| <input type="checkbox"/> ipod ▾ | Niski | 55 600 000 | 1 220 000 |
| <input type="checkbox"/> ipody ▾ | Niski | 49 500 | 27 100 |
| <input type="checkbox"/> ipod porady ▾ | - | - | - |
| <input type="checkbox"/> akcesoria do ipoda ▾ | Średni | 210 | 210 |
| <input checked="" type="checkbox"/> Zapisz wszystkie Propozycje słów kluczowych (51) | | | |
| 1 – 50 z 51 | | | |
| Słowo kluczowe | Konkurencja | Miesięczne wyszukiwania – globalnie ? | Miesięczne wyszukiwania – lokalnie ? |
| <input type="checkbox"/> i pod ▾ | Niski | 16 600 000 | 4 090 000 |
| <input type="checkbox"/> ipad ii ▾ | Średni | 5 000 000 | 40 500 |
| <input type="checkbox"/> ipod apple ▾ | Niski | 1 500 000 | 14 800 |
| <input type="checkbox"/> shuffle ipod ▾ | Niski | 1 220 000 | 18 100 |
| <input type="checkbox"/> ipod 4g touch ▾ | Niski | 1 000 000 | 9 900 |
| <input type="checkbox"/> ipod 2 ▾ | Niski | 823 000 | 27 100 |
| <input type="checkbox"/> ipod 3g ▾ | Niski | 450 000 | 8 100 |
| <input type="checkbox"/> ipod 2g ▾ | Niski | 450 000 | 5 400 |

- ◆ **Przyjazne URL** — posługiwanie się przyjaznymi adresami URL jest ułatwieniem dla wyszukiwarek (indeksowanie treści) i ludzi (wiedzą, co mogą znaleźć w kategorii). Pole uzupełnia się automatycznie po wpisaniu nazwy kategorii. Można edytować je ręcznie.

Nowa strona

Aby utworzyć nową stronę, wybierz kategorię, w której ma ona się znaleźć. Kliknij przycisk *Dodaj nowy* (rys. 3.33).

Rysunek 3.33.
Strony z kategorii Home

Strony w tej kategorii

Strona 1 / 1 | Wyświetl 50 / 5 wynik(i)

Wyczyść

Filtr

| <input type="checkbox"/> | ID | URL | Tytuł | Pozycja | Wyświetlane | Akcje |
|--------------------------|----|-----------------------------|-----------------------------|---------|-------------|-------|
| <input type="checkbox"/> | -- | | | | -- | -- |
| <input type="checkbox"/> | 1 | delivery | Delivery | | ✓ | |
| <input type="checkbox"/> | 2 | legal-notice | Legal Notice | | ✓ | |
| <input type="checkbox"/> | 3 | terms-and-conditions-of-use | Terms and conditions of use | | ✓ | |
| <input type="checkbox"/> | 4 | about-us | About us | | ✓ | |
| <input type="checkbox"/> | 5 | secure-payment | Secure payment | | ✓ | |

Usuń zaznaczone

Wyświetli się formularz do tworzenia strony (rys. 3.34). Ma on siedem sekcji:

- ♦ *Kategoria CMS* — po zainstalowaniu sklep ma jedną kategorię. Jest nią *Home*. Stronę możesz przypisać do innej kategorii, ale wcześniej musisz taką kategorię utworzyć.
- ♦ *Tytuł meta* — tutaj wpisz taką nazwę strony, jaka będzie wyświetlana w wyszukiwarce.
- ♦ *Opis meta* — w tym polu wpisz opis, który będzie wyświetlany w wyszukiwarce.
- ♦ *Słowa kluczowe meta* — wpisz hasła, których powinni używać internauci, aby w wyszukiwarce wyświetliła się redagowana właśnie strona.
- ♦ *Przyjazne adresy URL* — posługiwanie się przyjaznymi adresami URL jest ułatwieniem dla wyszukiwarek (indeksowanie treści) i ludzi (wiedzą, co mogą znaleźć w kategorii). Pole uzupełnia się automatycznie po wpisaniu nazwy kategorii. Można edytować je ręcznie.
- ♦ *Zawartość strony* — jest to okno edytora *WYSIWYG* (ang. *What You See Is What You Get* — to co widzisz, jest tym, co dostaniesz), który służy do projektowania strony. W edytorze możesz umieścić zarówno tekst, jak i obrazy, filmy, odsyłacze itp.
- ♦ *Wyświetlane* — ta opcja pozwala na wyświetlanie lub ukrywanie strony przed widokiem publicznym.



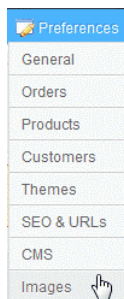
Zanim opublikujesz stronę, kliknij przycisk *Zapisz i podejrzuj*. Strona zostanie wyświetlona nie w edytorze, ale na stronie sklepu. Będziesz miał możliwość sprawdzenia, czy pasuje do pozostałych.

Rysunek 3.34.
*Fragment formularza
do tworzenia strony*

Preferencje obrazów

Na stronach sklepu wyświetlanych jest wiele plików graficznych. Witryna będzie miała porządnny wygląd, jeśli pliki będą miały ujednolicone rozmiary. Aby wyświetlić stronę, która pozwala na zarządzanie obrazkami, wybierz kolejno: *Preferences, Images* (rys. 3.35).

Rysunek 3.35.
*Polecenia, które
należy wybrać, aby
uzyskać dostęp do
okna zarządzania
rozmiarem obrazków*



Wyświetli się okno *Images*. W jego górnej części (rys. 3.36) znajduje się lista rozmiarów plików graficznych.

Nowy rozmiar

Aby utworzyć nowy rozmiar pliku graficznego, kliknij przycisk *Dodaj nowy* (rys. 3.36).

Wyświetli się okno *Dodaj nowy* (rys. 3.37). Jest w nim dziewięć sekcji:

- ◆ *Nazwa typu* — wpisz nazwę, która ułatwi identyfikowanie typu.
- ◆ *Szerokość* — wpisz mierzoną w pikselach szerokość obrazka.

Rysunek 3.36.
Lista preinstalowanych rozmiarów plików graficznych

Preferences > Images

Strona 1 / 1 | Wyświetl 50 / 8 wynik(i)

| ID | Nazwa | Szerokość | Wysokość | Produkty | Kategorie | Producen |
|----|------------------|-----------|----------|----------|-----------|----------|
| 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 | ✗ | ✗ | ✗ |

Rysunek 3.37.
Formularz tworzenia nowego rozmiaru plików graficznych

Preferences > Images > Dodaj nowy

Obrazki

Nazwa typu:

Tylko litery i znak minus (-) (np. mały, średni, wielki)

Szerokość:

Maksymalna szerokość obrazka w pikselach

Wysokość:

Maksymalna wysokość obrazka w pikselach

Produkty:

Ten typ zostanie użyty dla zdjęć Produktów

Kategorie:

Ten typ zostanie zastosowany dla zdjęć Kategorii

Producenci:

Ten typ zostanie zastosowany dla zdjęć Producentów

Dostawcy:

Ten typ zostanie użyty dla zdjęć Dostawców

Sceny:

Ten typ zostanie użyty dla zdjęć Scen

Sklepy:

Ten typ zostanie użyty dla zdjęć Sklepów

- ♦ *Wysokość* — wpisz mierzoną w pikselach wysokość obrazka.
- ♦ *Produkty, Kategorie, Producenci, Dostawcy, Sceny, Sklepy* — zaznacz, do jakiej kategorii zdjęć będzie miał zastosowanie rozmiar.

Jakość

Nowością wprowadzoną w wersji 1.5 PrestaShop jest możliwość zarządzania jakością obrazów. Służy do tego celu sekcja *Obrazki* (rys. 3.38).

W sekcji *Jakość zdjęcia* możesz wybrać format, w jakim będą wyświetlane obrazy. Do wyboru masz JPEG i PNG, oba są wyświetlane w przeglądarkach. Który wybrać? To zależy od potrzeb.

Rysunek 3.38.
Formularz
zmiany jakości
obrazów

- ◆ JPEG ma dobry współczynnik kompresji, ale osiągany jest on kosztem artefaktów.
- ◆ PNG jest mniej wydajny niż JPEG, ale na obrazkach rzadziej pojawiają się przekłamanie. Wadami są niewyświetlanie go przez starsze przeglądarki oraz niekompatybilność z modulem umieszczającym na zdjęciu znaki wodne.



Uwaga

Dylemat JPEG czy PNG to sprawa gustu i zastosowania obrazków. Bardziej uniwersalny jest, zaznaczony domyślnie, format JPEG. Jeżeli decydującym kryterium jest jakość zdjęć, zaznacz opcję *Użyj PNG dla wszystkich zdjęć*.

W polu *Jakość JPEG* możesz określić mierzony w procentach współczynnik jakości. Liczbie 0 odpowiada najlepsza jakość, ale najgorsza kompresja (duży plik). Liczbie 100 odpowiada najlepsza kompresja, ale najgorsza jakość (mały plik). Rozsądnym kompromisem pomiędzy jakością zdjęcia i wielkością pliku jest *Jakość JPEG* o wartości od 75 do 80.

W polu *Jakość PNG* możesz określić mierzony w procentach współczynnik jakości. Liczbie 0 odpowiada najlepsza jakość, ale najgorsza kompresja (duży plik). Liczbie 9 odpowiada najlepsza kompresja, ale najgorsza jakość (mały plik). Rozsądnym kompromisem pomiędzy jakością zdjęcia i wielkością pliku jest *Jakość PNG* z przedziału od 6 do 7.

Zdjęcia produktów

W dalszej części strony znajduje się sekcja *Zdjęcia produktów* (rys. 3.39). Składa się ona z pięciu pól:

- ◆ *Zdjęcie wygenerowane przez* — z listy możesz wybrać jedną z trzech opcji generowania zdjęć. Każda opcja ma na celu dostosowanie rozmiarów zdjęcia do przeznaczonego dla niego miejsca. Do wyboru masz: *automatycznie* (szerokość i wysokość dobierane są tak, aby maksymalnie wykorzystać dostępne miejsce),

Rysunek 3.39.*Opcje zdjęć produktów*

szerokość (zdjęcie ma wypełnić dostępną szerokość ramki, a wysokość jest wyliczana, aby zachować proporcje) i *wysokość* (zdjęcie ma wypełnić dostępną ramkę w pionie, a szerokość jest wyliczana, aby zachować proporcje).

- ♦ *Maksymalny rozmiar zdjęć produktów* — klienci mają możliwość wgrywania zdjęć produktów. Ma to zastosowanie np. w przypadku produktów wykonywanych na zamówienie. W tym polu możesz wpisać maksymalną wielkość pliku graficznego, który jeszcze będzie akceptowany. Domyślnie wpisana jest wartość 8 388 608 bajtów, czyli $8\,388\,608 : 1024 = 8192$ MB, czyli $8192 : 1024 = 8$ GB. Jeżeli jest to niezbędne, możesz tę wartość zwiększyć. Sprawdź wcześniej, czy wersja PHP, z której korzystasz, pozwala na obsłużenie takich plików.
- ♦ *Szerokość zdjęcia produktu* — w tym polu możesz wpisać maksymalną wartość szerokości plików wgrywanych przez klientów. Domyślnie są to 64 piksele.
- ♦ *Wysokość zdjęcia produktu* — w tym polu możesz wpisać maksymalną wartość wysokości plików wgrywanych przez klientów. Domyślnie są to 64 piksele.
- ♦ *Użyj dziedzicznego systemu plików zdjęć* — opcję tę możesz uaktywnić tylko wówczas, gdy folder ze zdjęciami przeniosłeś z lokalizacji domyślnej.

Aktualizacja miniatur

Po zainstalowaniu PrestaShop ustawiona jest wartość miniatur. Nie zawsze jest ona optymalna. Możesz zmienić rozmiar miniatur (rys. 3.36) i wygenerować je ponownie. W sekcji *Wygeneruj ponownie miniatury* (rys. 3.40) znajduje się przycisk, który powoduje utworzenie miniatur zgodnie z nowymi ustawieniami.

Z listy *Wybierz obraz* możesz wybrać, które miniatury zostaną ponownie wygenerowane. Do wyboru są: *Wszystkie*, *Kategorie*, *Producenci*, *Dostawcy*, *Sceny*, *Produkty*, *Sklepy*.

Rysunek 3.40.

Nowe miniatury mogą zostać wygenerowane dla wszystkich obrazków lub tylko dla wybranej kategorii



Przenoszenie obrazków

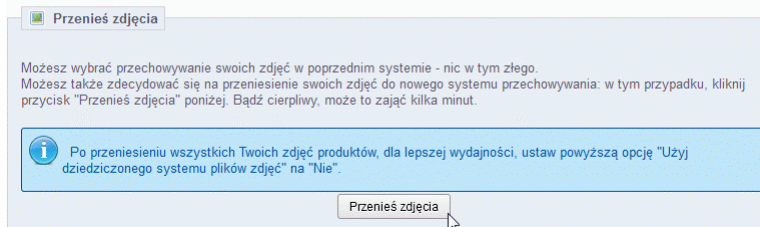
PrestaShop ma dwa systemy przechowywania obrazków: domyślny i nowszy, który zapewnia większą wydajność w przypadku sklepu oferującego dużą liczbę produktów. Jeżeli zauważasz, że podczas dużego obciążenia sklepu znacznie wydłuża się czas ładowania plików graficznych, zmień system ich przechowywania (rys. 3.41).

Rysunek 3.41.

Jednym kliknięciem możesz zmienić system przechowywania zdjęć

Przenieś zdjęcia

PrestaShop używa teraz nowego systemu przechowywania zdjęć produktów. Oferuje lepszą wydajność w przypadku kiedy sklep ma bardzo dużą ilość produktów.



Preferencje danych kontaktowych

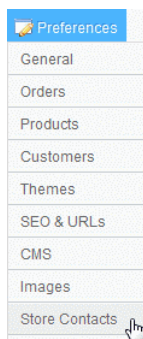
PrestaShop umożliwia umieszczenie kompletnej informacji o fizycznej lokalizacji sklepu. Jest to ze wszech miar pożądane. Jeżeli sprzedajesz tylko wysyłkowo, ujawnienie siedziby firmy budzi zaufanie klientów. Gdy internet jest alternatywną drogą dystrybucji towarów, podanie informacji o lokalizacji sklepu może przysporzyć dodatkowych klientów. Niektórzy wolą obejrzeć towar przed finalizacją transakcji, a inni chcą odebrać zakup osobiście. Generalnie: im więcej dróg dystrybucji, tym lepiej. Nie na to czasami nic wspólnego z logiką. Klient kupując artykuł wysyłkowo, zapłaci za jego wysyłkę i dostanie go do rąk własnych. Czasami woli jednak przyjechać sam (choć koszt dojazdu i powrotu przekracza cenę wysyłki) i stracić czas, ale będzie się cieszył, że „zaoszczędził”. Ogólnie mówiąc: towar został sprzedany, klient jest zadowolony, a że nie ma to nic wspólnego z logiką, to osobna sprawa.

Aby wyświetlić stronę, która pozwoli edytować dane kontaktowe, wybierz kolejno polecenia: *Preferences, Store Contacts* (rys. 3.42).

Wyświetli się strona z listą sklepów (rys. 3.43). Przed rozpoczęciem sprzedaży koniecznie zaktualizować dane, tzn. zostawić tylko tyle lokalizacji, ile faktycznie jest, a następnie wpisać dane sklepu.

Rysunek 3.42.

Polecenia, które należy wybrać, aby uzyskać dostęp do edytowania danych kontaktowych



Preferences > Store Contacts

Strona 1 / 1 | Wyświetl: 50 / 5 wynik(0)

Wyczyść Filt

| ID | Nazwa | Adres | Miasto | Kod pocztowy | Województwo | Kraj | Telefon | Fax | Włączone | Akcje |
|----|-------------------|--|--------|--------------|-------------|---------------|---------|-----|----------|---------|
| 1 | Dade County | 3030 SW 8th St Miami | Miami | 33135 | Florida | United States | | | ✓ | [ikony] |
| 2 | E Fort Lauderdale | 1000 Northeast 4th Ave Fort Lauderdale | Miami | 33304 | Florida | United States | | | ✓ | [ikony] |
| 3 | Pembroke Pines | 11001 Pines Blvd Pembroke Pines | Miami | 33026 | Florida | United States | | | ✓ | [ikony] |
| 4 | Coconut Grove | 2999 SW 32nd Avenue | Miami | 33133 | Florida | United States | | | ✓ | [ikony] |
| 5 | N Miami/Biscayne | 12055 Biscayne Blvd | Miami | 33181 | Florida | United States | | | ✓ | [ikony] |

Usuń zaznaczone Włącz zaznaczone Wyłącz zaznaczone

Rysunek 3.43. Preinstalowana lista sklepów wraz z danymi testowymi

Dodawanie adresu sklepu

Aby dodać nowy adres sklepu, kliknij widoczny w prawym górnym rogu okna przycisk *Dodaj nowy* (rys. 3.43). Pojawi się formularz *Sklepy* (rys. 3.44 i 3.45). Wpisz w nim tyle informacji, ile ma zostać udostępnionych klientowi.



Uwaga

Pamiętaj, że sklep ma zasięg globalny. Pomocne w identyfikacji siedziby sklepu może być podanie informacji o jego... szerokości i długości geograficznej. Pod adresem: <http://stevemorse.org/jcal/latlon.php> znajduje się darmowe narzędzie do określania współrzędnych geograficznych na podstawie adresu.



Uwaga

Dużym ułatwieniem dla osób, które szukają sklepu, jest umieszczenie zdjęcia jego drzwi wejściowych. Możesz do tego celu wykorzystać pole *Zdjęcie*.



Uwaga

Nie zapomnij o podaniu godzin otwarcia. Nie zrobisz dobrego wrażenia na kliencie, jeżeli ten przyjedzie do sklepu i zobaczy na drzwiach wywieszkę *Zamknięte*.

Rysunek 3.46.
Sekcja Parametry

Parametry

Wyświetlaj w stopce: ☒ Tak ☐ Nie
Wyświetl link do lokalizatora sklepów w stopce

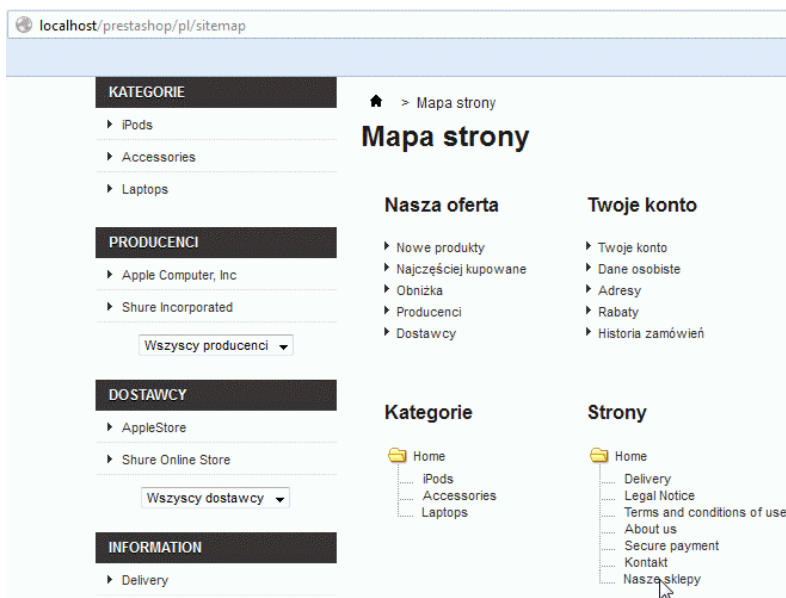
Uwzględnij w mapie serwisu: ☒ Tak ☐ Nie
Wyświetl link do lokalizatora sklepów na stronie Mapa Serwisu

Pokaż uproszczony lokalizator: ☒ Tak ☐ Nie
Bez mapy i opcji szukania. Wyłącznie spis sklepów.

Domyślna szerokość geograficzna:
Wykorzystywane do wypozycjonowania mapy na domyślnej lokalizacji

Domyślna długość geograficzna:
Wykorzystywane do wypozycjonowania mapy na domyślnej lokalizacji

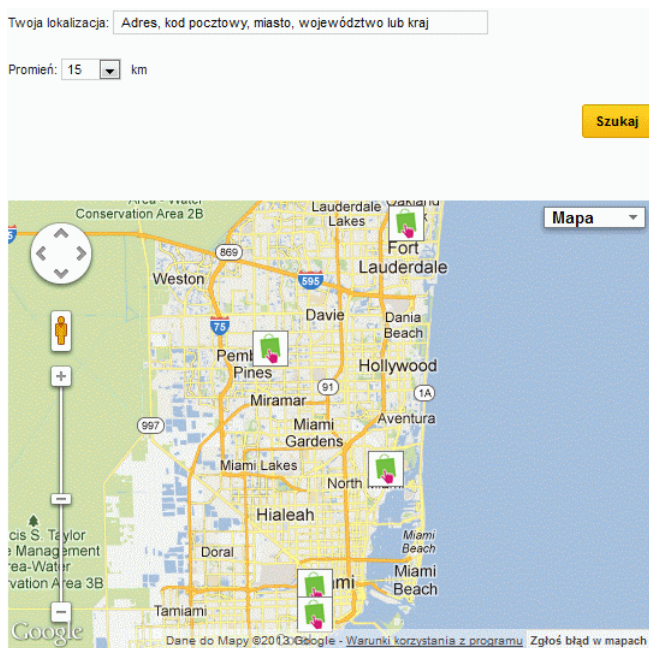
Rysunek 3.47.
Kursor wskazuje
odsylacz Nasze sklepy.
Mimo identyczności
nazwy nie jest to
mapa witryny
Google generowana
dla celów SEO



- ♦ *Pokaż uproszczony lokalizator* — opcja domyślnie jest nieaktywna. Lokalizator ma postać mapy interaktywnej z polem wyszukiwania (rys. 3.48). Lokalizator uproszczony to tylko lista sklepów (rys. 3.49).
- ♦ *Domyślna szerokość geograficzna* i *Domyślna długość geograficzna* określają domyślny punkt startowy wyświetlany na mapie. Z opcji tej możesz skorzystać, gdy firma ma kilka sklepów i chce ukierunkować klientów na konkretny (największy, najnowszy itp).

Rysunek 3.48.

*Lokalizator
interaktywny*

**Rysunek 3.49.**

*Fragment lokalizatora
w wersji uproszczonej*

🏠 > Nasze sklepy

Nasze sklepy

Oto lokalizacje naszych sklepów, zapraszamy do kontaktu z nami:



Dade County
3030 SW 8th St Miami

33135 Miami, FL
United States

Godziny:
Poniedziałek 09:00 - 19:00
Wtorek 09:00 - 19:00
Środa 09:00 - 19:00
Czwartek 09:00 - 19:00
Piątek 09:00 - 19:00
Sobota 10:00 - 16:00
Niedziela 10:00 - 16:00



E Fort Lauderdale
1000 Northeast 4th Ave Fort Lauderdale

33304 Miami, FL
United States

Godziny:
Poniedziałek 09:00 - 19:00
Wtorek 09:00 - 19:00
Środa 09:00 - 19:00
Czwartek 09:00 - 19:00
Piątek 09:00 - 19:00
Sobota 10:00 - 16:00
Niedziela 10:00 - 16:00



Pembroke Pines
11001 Pines Blvd Pembroke Pines

33026 Miami, FL
United States

Coconut Grove
2999 SW 32nd Avenue

33133 Miami, FL
United States

Dane kontaktowe

W dalszej części strony wyświetlany jest formularz *Dane kontaktowe* (rys. 3.50). Powinnieś w nim wpisać raczej dane firmy niż konkretnego sklepu.

Rysunek 3.50.

Formularz do wpisywania danych kontaktowych

Dane kontaktowe

Nazwa sklepu: *
Wyświetlana w tytule e-maila i tytułach stron

Adres e-mail: *
Wyświetlany w e-mailach wysyłanych do klientów

Rejestracja
Informacja rejestracyjna sklepu (np. REGON)

Adres sklepu linia 1:

Linia 2 adresu sklepu

Kod pocztowy

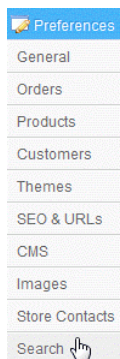
Miasto

Preferencje wyszukiwania

Aby klient kupił towar, musi najpierw go znaleźć. PrestaShop wyposażone jest w funkcję wyszukiwania z rozbudowanymi opcjami. Aby uzyskać dostęp do strony, na której można je dopasować do specyfiki sklepu, wybierz polecenie: *Preferences*, *Search* (rys. 3.51).

Rysunek 3.51.

Polecenia, które należy wybrać, aby uzyskać dostęp do opcji wyszukiwania



Wyświetli się strona *Search* (rys. 3.52). W jej górnej części znajduje się lista aliasów.

Rysunek 3.52.

Dzięki aliasowi klient znajdzie towar, nawet jeśli jego nazwę wpisze z błędem ortograficznym

Dodawanie aliasu

Aby zdefiniować nowy alias, kliknij przycisk *Dodaj nowy* (rys. 3.52). Wyświetli się formularz *Alias* (rys. 3.53).

Rysunek 3.53.

Formularz do definiowania synonimów wyszukiwania

W polu *Alias* wprowadź rozdzieloną przecinkami listę słów. Użycie ich przez klienta podczas wyszukiwania spowoduje wyświetlenie wyników wyszukiwania dotyczących słowa wpisanego w polu *Wynik*.



Aby dowiedzieć się, jakie słowa wpisują ludzie szukający artykułów w Twoim sklepie, wybierz kolejno polecenia: *Stats, Stats, Wyszukiwarka słów kluczowych*.

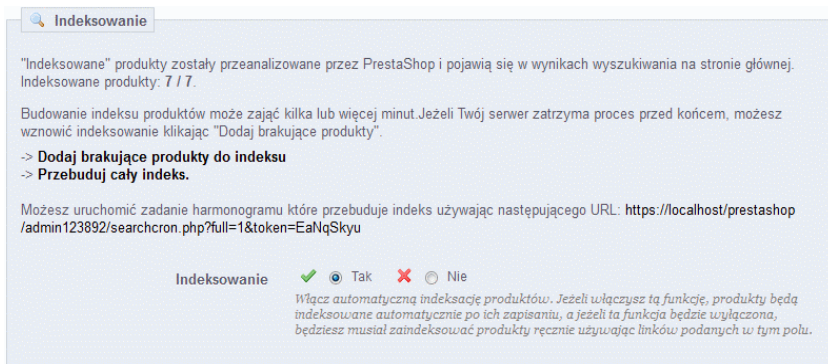
Indeksowanie

Pod listą aliasów (rys. 3.52) znajduje się sekcja *Indeksowanie* (rys. 3.54). Dostarcza ona informacji na temat liczby produktów, które mogą być wyszukiwane w sklepie. Liczba ta porównywana jest z ogólną liczbą produktów w bazie. Jeżeli nie wszystkie produkty z bazy mogą być wyszukiwane, należy je dodać. W tym celu kliknij odsyłacz *Dodaj brakujące produkty do indeksu*. Indeksowane będą tylko produkty nowe.

Jeżeli zmiany zostały wprowadzone w już istniejących opisach produktów, trzeba zaktualizować indeks. W tym celu kliknij odsyłacz *Przebuduj cały indeks*.

Rysunek 3.54.

Mimo zmian wprowadzonych w opisach produktów mogą one być niewidoczne podczas wyszukiwania. Niekiedy konieczne jest przebudowanie indeksu



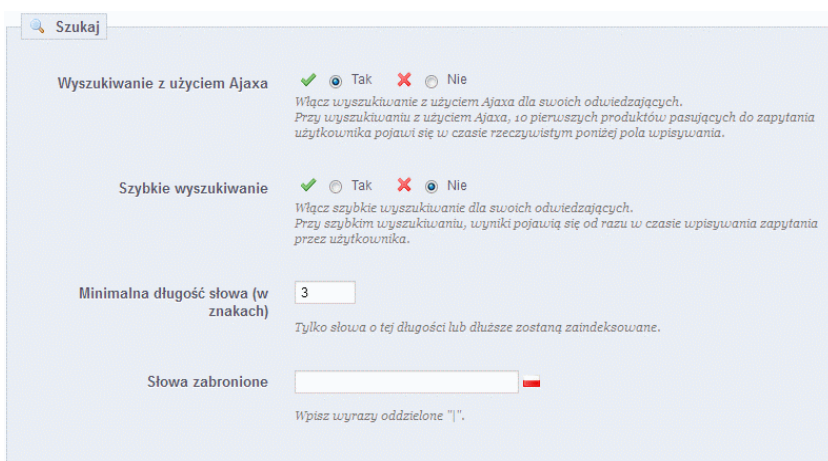
Opcje wyszukiwania

Pod sekcją *Indeksowanie* (rys. 3.54) znajduje się sekcja *Szukaj* (rys. 3.55). Widoczne są w niej cztery opcje:

- ♦ *Wyszukiwanie z użyciem Ajaxa* — opcja domyślnie włączona. Powoduje ona, że w trakcie wpisywania zapytania poniżej pola wyszukiwania wyświetlanych jest dziesięć wyników wyszukiwania pasujących do wpisanego ciągu.
- ♦ *Szybkie wyszukiwanie* — opcja domyślnie wyłączona. Powoduje ona, że w trakcie wpisywania zapytania wyświetlane są wyniki wyszukiwania pasujące do wpisanego ciągu.
- ♦ *Minimalna długość słowa (w znakach)* — w tym polu możesz wpisać minimalną liczbę znaków, którą musi zawierać słowo, aby zostało uznane za wyszukiwane. Dzięki niemu w wynikach wyszukiwania nie będą pojawiały się: i, a, z itp.
- ♦ *Słowa zabronione* — w tym polu możesz umieścić listę słów, których wpisanie podczas wyszukiwania nie spowoduje wyświetlenia ich w wynikach. Słowa muszą być oddzielone kreską pionową.

Rysunek 3.55.

Ustawienia, które pozwalają wpływać na wyniki wyszukiwania



Waga słów

Pod sekcją *Szukaj* (rys. 3.55) znajduje się sekcja *Waga* (rys. 3.56). Znajduje się w niej dziewięć pól. Widoczne w nich liczby określają priorytet słów w wynikach wyszukiwania. Im liczba większa, tym waga słów znajdujących się w danym polu wyższa. Zależność jest liniowa. Słowo występujące w polu o wadze 10 będzie miało 5 razy wyższy priorytet niż słowo w polu o wadze 2.

Rysunek 3.56.
Fragment sekcji
Waga

Waga

"Waga" reprezentuje ważność i powiązanie z rankingiem produktów kiedy rozpoczyna się nowe wyszukiwanie. Słowo o wadze 8 będzie miało 4 razy większą wartość niż słowo o wadze 2.

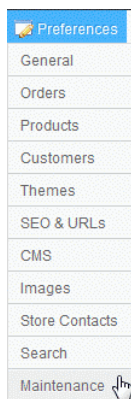
Dlatego radzimy aby ustawić większą wagę dla słów które pojawiają się w nazwie lub odniesieniu do produktu niż dla tych w opisie. Dzięki temu, wyniki wyszukiwania będą tak precyzyjne i odpowiednie jak to tylko możliwe.

| | |
|----------------------------|----|
| Waga nazwy produktu | 6 |
| Waga numeru referencyjnego | 10 |
| Waga krótkiego opisu | 1 |
| Waga opisu | 1 |
| Waga kategorii | 3 |
| Waga producenta | 3 |
| Waga taga | 4 |
| Waga atrybutów | 2 |

Preferencje konserwacji

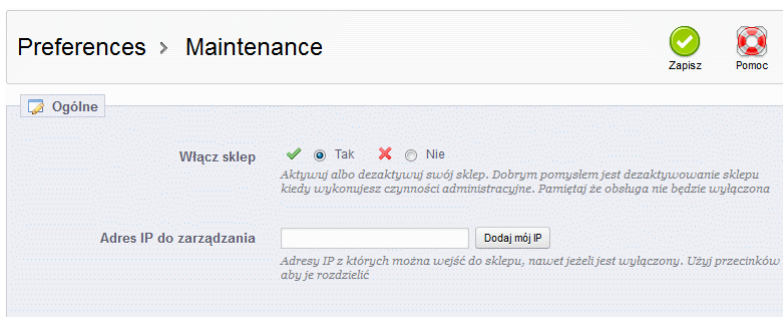
Autorzy PrestaShop pomyśleli również, jak ułatwić zarządzanie sklepem. Dostęp do prostego formularza (rys. 3.58) można uzyskać po wybraniu poleceń *Preferences*, *Maintenance* (rys. 3.57).

Rysunek 3.57.
Polecenia, których
wybranie umożliwia
dostęp do opcji
ułatwiających
sprawne zarządzanie
sklepem



Rysunek 3.58.

Opcje ułatwiające
sprawne zarządzanie
sklepem



Preferences > Maintenance

Ogólne

Włącz sklep ☒ Tak ☐ Nie

Aktynuuj albo dezaktywuj swój sklep. Dobrym pomysłem jest dezaktywowanie sklepu kiedy wykonujesz czynności administracyjne. Pamiętaj że obsługa nie będzie wyłączona

Adres IP do zarządzania Dodaj mój IP

Adresy IP z których można wejść do sklepu, nawet jeżeli jest wyłączony. Użyj przecinków aby je rozdzielić

W polu *Adres IP do zarządzania* wpisz adresy IP, z których można wejść do sklepu nawet wówczas, gdy jest on nieaktywny. Jeżeli przywilej ten ma dotyczyć kilku adresów IP, należy rozdzielić je kreskami pionowymi.



Uwaga

Adres IP możesz odczytać po wejściu na stronę: <http://www.whatismyip.com/>.



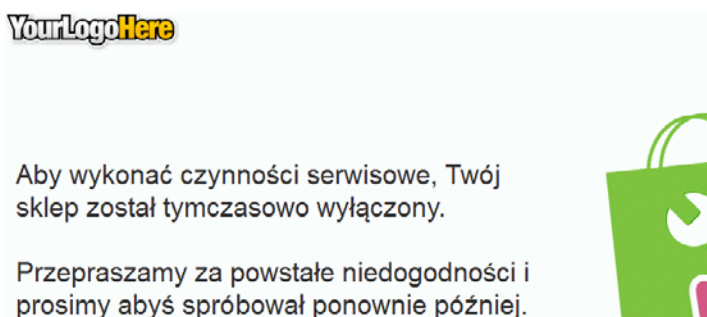
Uwaga

Adres IP jest przyznawany na stałe (adres statyczny) lub pochodzi z puli adresów będących w gestii dostawcy internetu (adres dynamiczny). W drugim przypadku może on ulegać zmianie.

Jeżeli wprowadzasz poprawki w opisach artykułów, zmieniasz szablon sklepu itp., warto dezaktywować sklep. Klient po wejściu na stronę sklepu ujrzy informację o prowadzonych czynnościach serwisowych (rys. 3.59).

Rysunek 3.59.

Klient nie będzie
wprowadzany w błąd
zmieniającymi się
informacjami

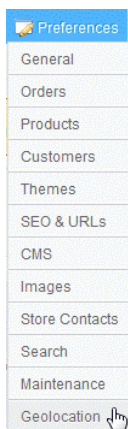


Preferencje geolokalizacji

PrestaShop ma wbudowaną funkcję określania miejsca, w którym aktualnie przebywa gość, na podstawie IP komputera. Aby uzyskać dostęp do okna konfiguracyjnego, wybierz kolejno: *Preferences, Geolocation* (rys. 3.60).

Rysunek 3.60.

Polecenia, które umożliwiają dostęp do okna konfigurowania geolokalizacji

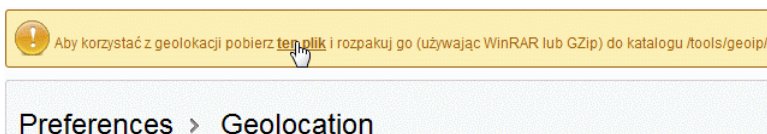


Instalowanie bazy danych

PrestaShop dystrybuowane jest bez bazy danych lokalizacji. Przypomina o tym uwaga (rys. 3.61).

Rysunek 3.61.

Przed rozpoczęciem konfigurowania geolokalizacji trzeba pobrać plik z danymi



Odszukanie docelowej lokalizacji pliku jest nieco skomplikowane (rys. 3.62).

Rysunek 3.62.

Plik bazy danych ma objętość kilkunastu MB

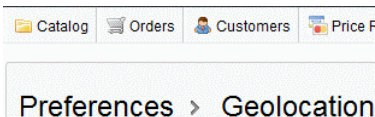
DATA (D:) > xampp > httdocs > prestashop > tools > geoip

| Nazwa | Data modyfikacji | Typ | Rozmiar |
|-----------------|------------------|----------------|-----------|
| geoip.inc | 2012-12-18 16:18 | Plik INC | 27 KB |
| geoipcity.inc | 2012-12-18 16:18 | Plik INC | 7 KB |
| geoipregionvars | 2012-12-18 16:18 | Plik PHP | 94 KB |
| GeoLiteCity | 2013-01-02 19:41 | Probe Document | 17 940 KB |
| index | 2012-12-18 16:18 | Plik PHP | 2 KB |

Po odświeżeniu strony zaplecza komunikat nie jest już widoczny (rys. 3.63).

Rysunek 3.63.

Program ma niezbędne dane



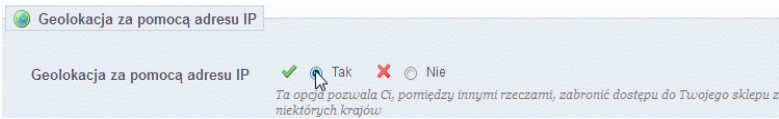
Uwaga

Ścieżka dostępu do oryginalnego pliku bazy danych lokalizacji: <http://geolite.maxmind.com/download/geoip/database/GeoLiteCity.dat.gz>.

Geolokalizacja na podstawie IP

Po wgraniu bazy danych możesz włączyć funkcję rozpoznawania lokalizacji przeglądającego witrynę na podstawie IP (rys. 3.64). Funkcja ta jest niezbędna do działania narzędzi bazujących na geolokalizacji.

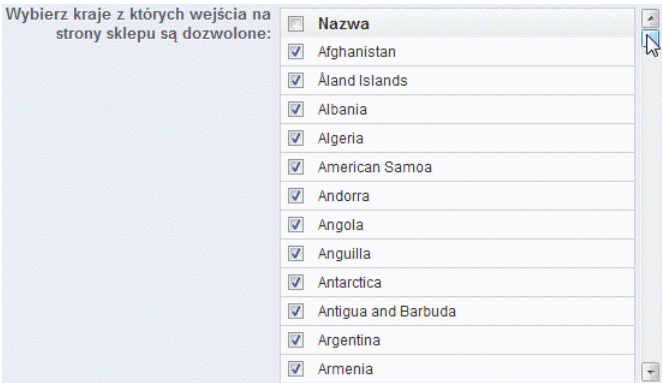
Rysunek 3.64.
Funkcja powinna być włączona, aby wykorzystujące ją narzędzia działały



Czarna lista

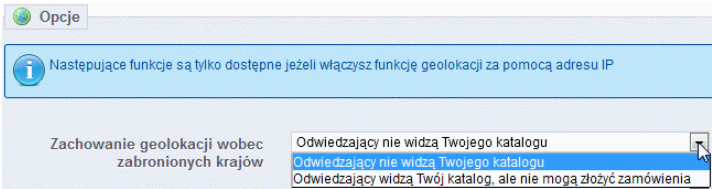
Na stronie geolokalizacji możesz wybrać kraje, na które chcesz nałożyć ograniczenia handlowe (rys. 3.65).

Rysunek 3.65.
Ograniczenia mogą wynikać na przykład z przepisów celnych



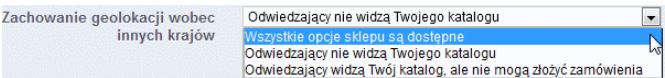
Na użytkowników z krajów znajdujących się na czarnej liście możesz nałożyć ograniczenia. Do wyboru są dwie opcje (rys. 3.66).

Rysunek 3.66.
Jeżeli katalog będzie widoczny, trzeba odpowiadać na pytania dotyczące powodów niedostępności artykułów



W stosunku do osób z innych krajów również możesz określić zakres uprawnień (rys. 3.67).

Rysunek 3.67.
Osoby z krajów nieznajdujących się na czarnej liście mogą mieć dostęp do wszystkich opcji sklepu

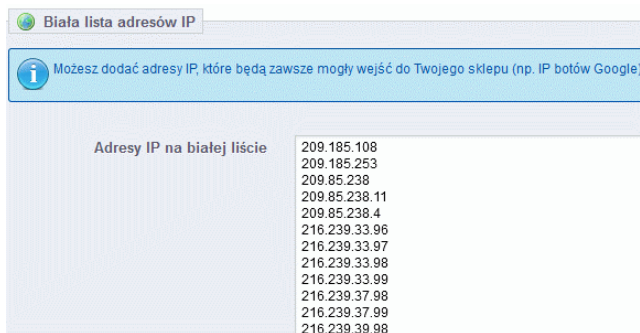


Biała lista

Nie tylko ludzie odwiedzają sklep. Czynią to również roboty wyszukiwarek. Aby nie zablokować możliwości indeksowania zawartości sklepu, umieść adresy IP robotów wyszukiwarek na białej liście (rys. 3.68).

Rysunek 3.68.

Biała lista adresów IP wyszukiwarek jest instalowana wraz z oprogramowaniem sklepu PrestaShop



Podsumowanie

- ◆ Zachowanie poufności danych przesyłanych przez klientów (autoryzacji, karty kredytowej, kwoty zakupów itp.) umożliwia protokół SSL.
- ◆ Aby uzyskać dostęp do edytora stron, należy wybrać kolejno: *Preferences*, *CMS* (rys. 3.27).
- ◆ Aby uniemożliwić zakupy klientom z krajów, do których ze względu na przepisy celne nie wolno wysyłać towarów, jakie masz w ofercie sklepu, należy skorzystać z geolokalizacji.

Rozdział 4.

Moduły

Z tego rozdziału dowiesz się:

- ♦ ile modułów jest instalowanych wraz ze sklepem PrestaShop;
- ♦ jaka operacja grozi usunięciem wszystkich ustawień konfiguracyjnych i danych modułu;
- ♦ jak zmieniać położenie modułów na stronie sklepu;
- ♦ jak uruchomić płatność przelewem, za zaliczeniem i w systemie PayPal.

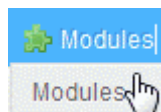
Moduły

PrestaShop ma budowę modułową. Zasadniczy trzon sklepu tworzony jest podczas instalowania. Do niego możesz dołączać moduły rozszerzające funkcjonalność sklepu.

Wybranie kolejno poleceń: *Modules*, *Modules* (rys. 4.1) powoduje wyświetlenie strony *Module: Lista modułów* (rys. 4.2).

Rysunek 4.1.

*Fragment menu
Modules*

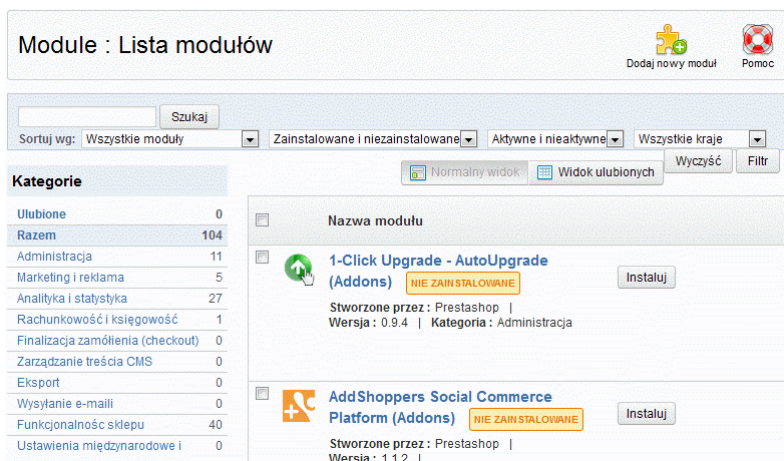


W chwili pisania książki lista liczyła ponad 100 modułów. Podzielone były one na 25 kategorii, ale ta liczba jest zawyżona. Niektóre kategorie są bardzo popularne, np. *Analityka i statystyka* licząca 27 modułów czy *Funkcjonalność sklepu* z 40 modułami.

Przeglądanie całej listy jest mało wygodne i czasochłonne. Do znalezienia modułu odpowiadającego potrzebom możesz wykorzystać wyszukiwarkę. Znajduje się ona w górnej części okna i zawiera kilka pól. Możesz z nich korzystać, aby zawęzić kryteria wyszukiwania.

Rysunek 4.2.

Lista modułów. Tutaj możesz instalować, konfigurować i usuwać moduły

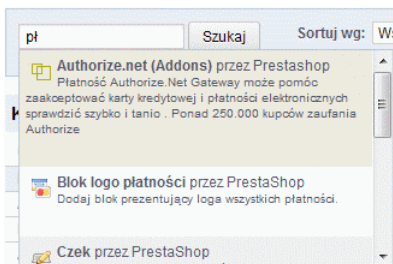


Filtrowanie modułów

W pustym polu widocznym po lewej stronie (rys. 4.3) wpisz słowo kojarzące Ci się z modulem. Może to być zarówno nazwa modułu, jak i fragmenty słowa opisującego funkcję modułu.

Rysunek 4.3.

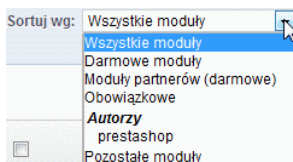
Wpisywanie kolejnych znaków powoduje zawężenie listy modułów



Nieco na prawo znajduje się lista *Sortuj wg* (rys. 4.4). Po jej rozwinięciu i wybraniu kryteriów następuje odświeżenie strony z listą modułów. Do wyboru są kryteria:

- ◆ *Wszystkie moduły* — wyświetlane są wszystkie moduły bez żadnych ograniczeń.
- ◆ *Darmowe moduły* — wyświetlane są moduły zawarte w domyślnej dystrybucji PrestaShop.
- ◆ *Moduły partnerów (darmowe)* — wyświetlane są moduły utworzone przez partnerów PrestaShop.
- ◆ *Obowiązkowe* — wyświetlane są moduły podstawowe. Lista jest tworzona przez zespół autorów modułów. Jeśli nie dojdą oni do porozumienia na temat jej zawartości, lista będzie... pusta.
- ◆ *Autorzy* — moduły możesz filtrować według pseudonimów autorów. Możliwa jest tylko opcja wyświetlenia modułów utworzonych przez PrestaShop. Po dodaniu większej liczby modułów opcja ta będzie bardziej użyteczna.

Rysunek 4.4.
Kryteria filtrowania
modułów

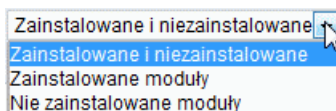


- ♦ *Pozostałe moduły* — moduły, które nie należą do żadnej z opisanych kategorii. Mogą to być np. moduły napisane przez zespół programistów niezależnych.

Dalej na prawo znajduje się lista filtrowania modułów w zależności od tego, czy zostały zainstalowane (rys. 4.5). Po jej rozwinięciu i wybraniu kryteriów następuje odświeżenie strony z listą modułów. Do wyboru są następujące kryteria:

- ♦ *Zainstalowane i niezainstalowane* — wyświetlane są wszystkie moduły.
- ♦ *Zainstalowane moduły* — wyświetlane są tylko moduły zainstalowane.
- ♦ *Nie zainstalowane moduły* — wyświetlane są tylko moduły niezainstalowane.

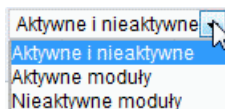
Rysunek 4.5.
Jest to jeden
z najczęściej
stosowanych filtrów



Jeszcze dalej na prawo znajduje się lista filtrowania modułów w zależności od tego, czy są one aktywne (rys. 4.6). Po jej rozwinięciu i wybraniu kryteriów następuje odświeżenie strony z listą modułów. Do wyboru są następujące kryteria:

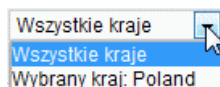
- ♦ *Aktywne i nieaktywne* — wyświetlane są wszystkie moduły.
- ♦ *Aktywne moduły* — wyświetlane są tylko moduły aktywne. Tylko je można konfigurować.
- ♦ *Nieaktywne moduły* — wyświetlane są tylko moduły nieaktywne.

Rysunek 4.6.
Z filtru możesz korzystać, aby wybrać
moduły, które można konfigurować



Ostatni filtr dotyczy kraju (rys. 4.7). Niektóre moduły są z pisane z myślą o specyfice danego kraju. Wybranie z listy kraju, gdzie zainstalowano sklep, powoduje wyświetlenie tylko modułów przeznaczonych dla kraju, w którym sklep został zainstalowany.

Rysunek 4.7.
Filtr pozwala na ukrycie modułów, które
nie są przeznaczone dla sklepów mających
siedzibę na terytorium Polski



Statusy modułów

Moduł może mieć jeden z czterech statusów. Łatwo je dostrzec, gdyż do ich oznaczenia użyto kolorów:

- ◆ *pomarańczowy* — moduł nie został zainstalowany;
- ◆ *zielony* — moduł został zainstalowany i jest aktywny;
- ◆ *szary* — moduł został zainstalowany i jest nieaktywny;
- ◆ *czerwony* — moduł został zainstalowany i jest aktywny, ale wyświetlane są również ostrzeżenia.



Uwaga

Wiele ostrzeżeń jest spowodowanych wadliwą konfiguracją modułu. Aby przejść do okna konfiguracji modułu, kliknij odsyłacz *Konfiguruj* widoczny pod nazwą modułu.

Moduły nieużywane

Jeżeli moduł nie będzie używany, można go wyłączyć lub odinstalować. Efekty tych dwu operacji tylko pozornie są podobne. W obu przypadkach moduł nie jest dostępny, opcje nie są dostępne na zapleczu, elementy dostarczane przez moduł znikają z witryny. Moduł wyłączony jest nieaktywny, ale w dalszym ciągu gotowy do użytku. Odinstalowanie modułu zaś powoduje usunięcie wszystkich jego ustawień konfiguracyjnych i danych.

Usunąć można moduł, którego już nie będzie się używać i jego dane nie są potrzebne (rys. 4.8).

Rysunek 4.8.

Kliknięcie odsyłacza powoduje usunięcie modułu



Dodawanie modułu

Aby dodać moduł, kliknij przycisk *Dodaj nowy moduł* widoczny w prawym górnym rogu okna (rys. 4.9). Spowoduje to wyświetlenie okna *Dodaj nowy moduł*.

Rysunek 4.9.

Spakowany plik modułu w formacie ZIP lub TAR można wgrać na serwer



ABC operacji na modułach

Niezainstalowany moduł możesz:

- ♦ zainstalować (po zainstalowaniu moduł jest automatycznie włączony, a w sklepie przybywa nowa funkcjonalność);
- ♦ usunąć (moduł znika z listy modułów, a wraz z nim z serwera znikają pliki i foldery).

Moduły zainstalowane możesz:

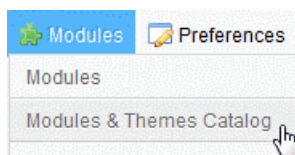
- ♦ wyłączyć (moduł przestaje być aktywny, ale jego ustawienia i dane pozostają niezmienione);
- ♦ wyczyścić (parametrom modułu przywracane są ustawienia domyślne);
- ♦ usunąć (moduł jest usuwany z listy, a wraz z nim usuwane są z serwera pliki i foldery);
- ♦ konfigurować (opcja ta dostępna jest tylko w przypadku modułów, które mają stronę konfiguracyjną).

Dodatkowe moduły i szablony

PrestaShop jest darmowe w konfiguracji podstawowej. Nie jest ona uboga i możliwościami góruje nad niejednym oprogramowaniem płatnym. Jeżeli mimo to nadal brakuje Ci w sklepie jakiejś funkcjonalności, wybierz polecenia: *Modules*, *Modules & Themes Catalog* (rys. 4.10).

Rysunek 4.10.

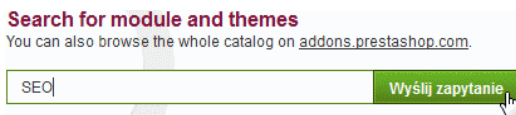
Polecenia, które należy wybrać, aby uzyskać dostęp do katalogu dodatków



Po chwili wyświetli się strona z oknem wyszukiwarki (rys. 4.11).

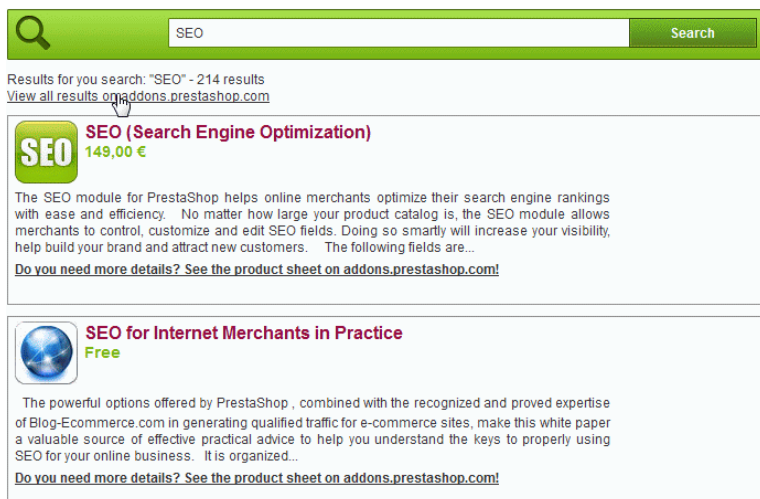
Rysunek 4.11.

Wyświetlą się dodatki zawierające w tytule szukane słowo



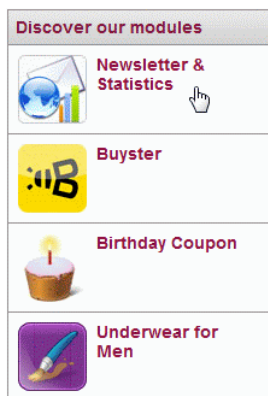
Na stronie wyników wyszukiwania prezentowanych jest kilka polecanych modułów (rys. 4.12). Więcej wyników widać po kliknięciu odsyłacza *View all results on addons.prestashop.com*.

Rysunek 4.12.
Wyniki wyszukiwania



Po prawej stronie okna wyszukiwarki (rys. 4.11) wyświetlane są odsyłacze do najpopularniejszych kategorii dodatków (rys. 4.13). Lista należących do nich dodatków jest wyświetlana po kliknięciu odsyłacza.

Rysunek 4.13.
*Odsyłacze do
 najpopularniejszych
 kategorii dodatków*



Położenie modułów

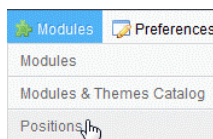
Położenie modułów na stronie sklepu możesz zmieniać. Najwygodniej to zrobić, stosując przeciąganie.

Aby uzyskać dostęp do okna projektowania położenia elementów, wykonaj poniższe czynności.

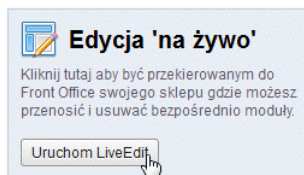
1. Wybierz kolejno polecenia: *Modules*, *Positions* (rys. 4.14).
2. Kliknij widoczny w ramce *Edycja na żywo* przycisk *Uruchom LiveEdit* (rys. 4.15).

Rysunek 4.14.

*Fragment menu
dostępnego
z zaplecza sklepu*

**Rysunek 4.15.**

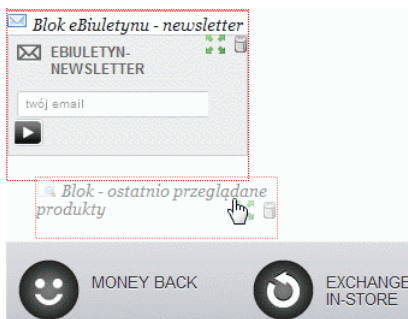
*Przycisk, którego
kliknięcie uruchamia
program do
projektowania układu
strony sklepu*



3. Po wyświetleniu strony głównej zmodyfikuj jej wygląd, stosując przeciąganie (rys. 4.16).

Rysunek 4.16.

*Niczym domek
z klocków, można
budować sklep
z modułów*



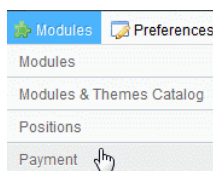
Płatności

PrestaShop pozwala na płacenie za nabyte usługi lub towary na kilka sposobów. Akceptowane są czeki, przelewy bankowe, pobrania, zaś dzięki modułom partnerskim również płatności za pośrednictwem firm PayPal, Moneybookers, HiPay itp.

Aby uzyskać dostęp do modułu płatności, wybierz kolejno polecenia: *Modules, Payment* (rys. 4.17).

Rysunek 4.17.

*Polecenia, których
wybranie umożliwia
uzyskanie dostępu
do modułu płatności*



Na stronie *Płatności* znajdują się sekcje *Lista modułów płatności* oraz *Moduł ograniczeń i restrykcji płatności* (rys. 4.18).

Rysunek 4.18.
*Fragment strony
 Płatności*

Lista modułów płatności

Kliknij aby zobaczyć moduły płatności.

Moduł ograniczeń i restrykcji płatności

Ograniczenia waluty

Proszę zaznaczyć walutę lub waluty dla których moduł(y) płatności będzie aktywny.

| Ograniczenia waluty | | |
|------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Złoty | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Waluta klienta | -- | -- |
| Domyślna waluta sklepu | -- | -- |
| Zapisz ograniczenia | | |

Ograniczenia grupy

Proszę zaznaczyć grupy dla których dany moduł płatności będzie aktywny.

| Ograniczenia grupy | | |
|--------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Visitor | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Guest | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |

Moduł ograniczeń i restrykcji płatności zawiera sekcje:

- ◆ *Ograniczenia waluty* — pozwala na wybranie walut, w których płatności mogą być realizowane.
- ◆ *Ograniczenia grupy* — pozwala na wybranie grup użytkowników, którzy mogą korzystać ze sklepu.
- ◆ *Ograniczenia kraju* — pozwala na wybranie kraju, z którego można wykonywać zakupy w sklepie.

Zarządzanie modułami płatności

Instalowanie modułów płatności ma zasadnicze znaczenie dla funkcjonalności sklepu. Nie różni się zasadniczo od instalowania innych modułów. Aby wyświetlić moduły mające wpływ na to, jakie płatności będą obsługiwane, kliknij przycisk *Kliknij aby zobaczyć moduły płatności* (rys. 4.19).

Rysunek 4.19.
*Zamiast setki modułów
 ujrzysz tylko te, które
 służą do obsługi
 płatności*

Lista modułów płatności

Kliknij aby zobaczyć moduły płatności.

Wyłączanie modułu płatności

Każdy moduł (rys. 4.20) służy do obsługi jednego sposobu płatności. Może być to zarówno firma PayPal, jak i płatność przelewem czy za pobraniem.

W sklepie możesz wyłączyć płatność czekami. Wystarczy, że odszukasz moduł *Czek* i klikniesz odsyłacz *Wyłącz*.

Rysunek 4.20.

Wyłączenie modułu wymaga tylko kliknięcia odsyłacza Wyłącz



Konfigurowanie modułu płatności

Moduł *Przelew bankowy* jest instalowany domyślnie (rys. 4.21). Niestety, sklep nie wyświetla informacji o tym, że moduł zainstalowany i włączony nie jest skonfigurowany. Musisz przejrzeć wszystkie aktywne moduły, a potem przetestować składanie i wybieranie metody płatności.

Aby skonfigurować moduł *Przelew bankowy*, wykonaj poniższe czynności.

1. Kliknij odsyłacz *Konfiguruj*.

Rysunek 4.21.

Jeżeli moduł wymaga konfiguracji, pod jego opisem widoczny będzie odsyłacz Konfiguruj



2. Wyświetli się okno *Szczegóły kontaktu* (rys. 4.22). W polu *Konto właściciela* wpisz numer rachunku.
3. Pozostałe pola uzupełnij zgodnie ze wskazówkami widocznymi obok pól formularza.

Rysunek 4.22.

Niezbędne dane znajdziesz na umowie z bankiem lub na stronie konta w banku elektronicznym

4. Po wprowadzeniu danych zapisz je. Zaczekaj chwilę na wyświetlenie informacji o zapisaniu danych (rys. 4.23).

Rysunek 4.23.

Dane zostały przyjęte

Przelew bankowy

Niektóre moduły po zainstalowaniu nie wymagają konfigurowania. Tak jest w przypadku płatności przy odbiorze (rys. 4.24).

Rysunek 4.24.

Moduł po zainstalowaniu jest gotowy do pracy

Instalowanie modułu płatności

Moduł PayPal pozwala przesłać pieniądze do dowolnej osoby dysponującej adresem e-mail. System PayPal jest bezpłatny dla kupujących. Jest zintegrowany z kartą kredytową i rachunkiem rozliczeniowym użytkownika.

Aby zainstalować moduł, wykonaj poniższe czynności.

1. Kliknij znajdujący się obok niego przycisk *Instaluj* (rys. 4.25).

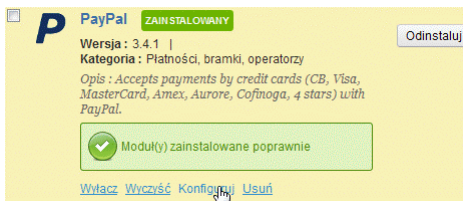
Rysunek 4.25.

Status **NIE ZAINSTALOWANE** i przycisk *Instaluj* świadczą o tym, że moduł trzeba zainstalować

2. Proces instalowania nie wymaga ingerencji od obsługi sklepu (rys. 4.26). Musisz tylko poczekać na wyświetlenie komunikatu o zainstalowaniu modułu.

Rysunek 4.26.

Moduł po zainstalowaniu wymaga konfiguracji



3. Kliknij odsyłacz *Konfiguruj* (widoczny pod opisem modułu) i wpisz niezbędne dane.
4. niespodzianka! Zostałeś przekierowany na stronę firmy PayPal, do formularza zakładania konta (rys. 4.27). Ponieważ dysponujesz kontem firmowym (rys. 4.21 – 4.23), płatności przez PayPal potraktuj jako dodatkową opcję. Zaznacz *Wybierz PayPal Express*, a następnie kliknij przycisk **ZALÓŻ KONTO**.

Rysunek 4.27.

Zostanie utworzone konto firmowe PayPal

5. Zapoznaj się z informacją o *PayPal Express* (rys. 4.28) i kliknij przycisk *Zalóż konto już teraz*.

Rysunek 4.28.

Prowizja od wpłat w złotych spada wraz z wysokością obrotów w sklepie

PayPal Express

Oferuj płatności PayPal w swoim sklepie internetowym i uzyskaj dostęp do milionów klientów na całym świecie. Rozwiązanie PayPal Express to szybka, prosta i bezpieczna metoda płatności, dopasowana do Twoich potrzeb biznesowych.

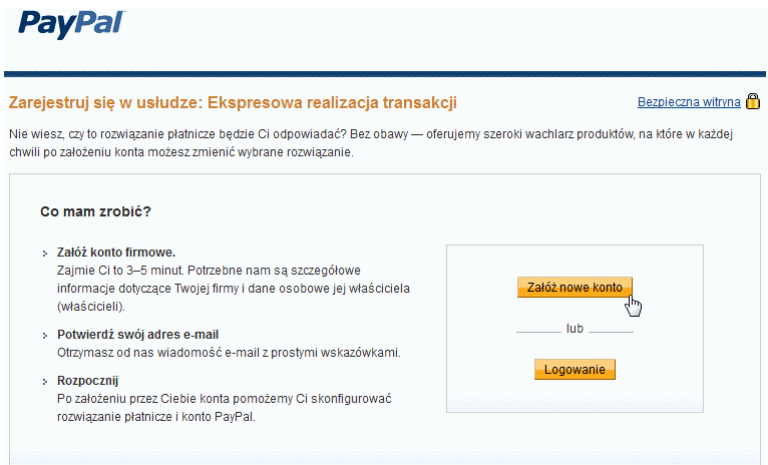
- Prosta integracja dzięki gotowym rozwiązaniom oferowanym przez partnerów firmy PayPal
- Możliwość wdrożenia wersji dostosowanej do płatności mobilnych
- Opłaty naliczane jedynie w przypadku odbioru płatności (nie ma opłat związanych z założeniem konta PayPal lub opłat miesięcznych)

Opłata w przypadku płatności krajowych w PLN wynosi 2,9% + 0,80 PLN lub mniej. [Więcej informacji o opłatach](#)

Zalóż konto już teraz

6. Na kolejnej stronie kliknij odsyłacz *Załącz nowe konto* (rys. 4.29). Wpisz niezbędne dane, a następnie uzupełnij formularz kodem przesłanym z firmy PayPal.

Rysunek 4.29.
Założenie najprostszego konta firmowego trwa kilka minut



W tab. 4.1 znajduje się zestawienie podstawowych różnic między sposobami przetwarzania płatności PayPal.

Tabela 4.1. *Zestawienie podstawowych różnic między sposobami przetwarzania płatności PayPal (https://www.paypal.com/pl/cgi-bin/webscr?cmd=_feature-and-pricing-comparison; data dostępu: 16.10.2013)*

| Płatności za pośrednictwem witryny | Płatności z wykorzystaniem poczty e-mail | Dodatkowa opcja płatności |
|--|--|--|
| Klienci kupują za pośrednictwem Twojej witryny i płacą za pomocą systemu PayPal | Przesyłaj żądania płatności swoim klientom pocztą e-mail i odbieraj płatności za pośrednictwem systemu PayPal | Dodaj logo PayPal, aby zwiększyć sprzedaż |
| Oplaty rejestracyjne 0,00 PLN | Oplaty rejestracyjne 0,00 PLN | Oplaty rejestracyjne 0,00 PLN |
| Oplaty miesięczne 0,00 PLN | Oplaty miesięczne 0,00 PLN | Oplaty miesięczne 0,00 PLN |
| Oplaty za otrzymane płatności (stawka uzależniona jest od wielkości miesięcznych obrotów) 1,9% – 2,9% + 0,80 PLN za transakcję | Oplaty za otrzymane płatności (stawka uzależniona jest od wielkości miesięcznych obrotów) 1,9% – 2,9% + 0,80 PLN za transakcję | Oplaty za otrzymane płatności (stawka uzależniona jest od wielkości miesięcznych obrotów) 1,9% – 2,9% + 0,80 PLN za transakcję |

Podsumowanie

- ◆ W chwili pisania książki lista liczyła ponad 100 modułów. Podzielone były one na 25 kategorii, ale ta liczba jest zawyżona. Niektóre kategorie są bardzo popularne, np. *Analityka i statystyka* licząca 27 modułów czy *Funkcjonalność sklepu* z 40 modułami.

- ♦ Moduł wyłączony jest nieaktywny, ale w dalszym ciągu gotowy do użytku. Odinstalowanie modułu zaś powoduje usunięcie wszystkich jego ustawień konfiguracyjnych i danych.
- ♦ Aby uzyskać dostęp do okna projektowania położenia elementów, należy wybrać kolejno polecenia: *Modules*, *Positions* (rys. 4.14). Następnie trzeba kliknąć widoczny w ramce *Edycja na żywo* przycisk *Uruchom LiveEdit* (rys. 4.15).
- ♦ Aby uzyskać dostęp do modułu płatności, należy wybrać kolejno polecenia: *Modules*, *Payment*, a następnie postępować według instrukcji (rys. 4.18 – 4.29).

Rozdział 5.

Wersja językowa

Z tego rozdziału dowiesz się:

- ♦ jak włączyć dodatkową wersję językową sklepu;
- ♦ jak zmienić stawkę podatku VAT;
- ♦ jak zastąpić formalne tłumaczenie napisów i komunikatów tłumaczeniem pasującym do sklepu dla hip-hopowców

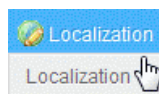
Lokalizacja

PrestaShop jest napisane w języku angielskim, ale zostały opracowane przekłady na inne języki. Nie musisz sam edytować plików i zamieniać słów angielskich na polskie. Jeżeli chcesz, aby sklep miał inne wersje językowe, nie stanowi to problemu. Wystarczy, że ściągniesz i uaktywnisz tłumaczenie.

Lokalizacja to nie tylko wersja językowa, ale również jednostki miar, waluty, strefy czasowe, podatki. Wszystkie te ustawienia są dostępne po wybraniu poleceń: *Localization*, *Localization* (rys. 5.1).

Rysunek 5.1.

Polecenia, których wybranie umożliwia dostęp do ustawień lokalizacyjnych



Zestaw danych niezbędnych do użytkowania sklepu w wybranym kraju nosi nazwę paczki lokalizacyjnej. Podczas instalowania sklepu wgrywana jest paczka domyślna. Dodatkową paczkę możesz doinstalować. Wybierz ją z listy *Paczka z ustawieniami lokalizacji do importu*: i kliknij przycisk *Importuj* (rys. 5.2).

Rysunek 5.2.

Paczka zawiera komplet ustawień niezbędnych do sprzedaży w wybranym kraju

Nieco niżej wyświetla się sekcja *Konfiguracja* (rys. 5.3). Możesz w niej wybierać domyślne parametry sklepu. Niestety, przeliczanie waluty nie następuje automatycznie.

Rysunek 5.3. Ustawienia konfiguracyjne dla Polski

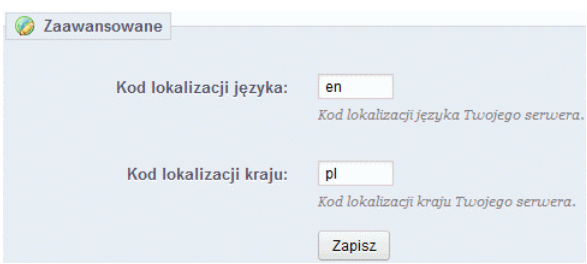
W sekcji *Lokalizacja* (rys. 5.4) możesz wybrać jednostki miary.

Rysunek 5.4.

Jednostki miary dla Polski

W sekcji *Zaawansowane* (rys. 5.5) możesz wybrać kody lokalizacji języka i kraju.

Rysunek 5.5.
Kody lokalizacji dla sklepu przeznaczonego do sprzedaży na terenie Polski działającego na anglojęzycznym serwerze

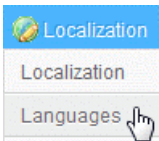


Języki

PrestaShop dystrybuowane jest w wersji wielojęzkowej. Domyślnie zainstalowane są pakiety: angielski, francuski, hiszpański, niemiecki i włoski. Wiele innych jest możliwych do ściągnięcia za darmo.

Strona *Languages* służy do zarządzania językami, które są widoczne na zapleczu i na stronie głównej sklepu. Jest dostępna po wybraniu poleceń: *Localization, Languages* (rys. 5.6).

Rysunek 5.6.
Polecenia, których wybranie umożliwia dostęp do strony Languages



Na stronie *Languages* (rys. 5.7) wyświetlają się informacje o językach, które są aktualnie zainstalowane.

Rysunek 5.7.
Strona Languages

| Localization > Languages | | | | | | | | | |
|---|----------|------|------------------------|---------|------------|-------------|---------------------|----------|-------|
| <div><div><div></div><div></div></div><div><div></div><div></div></div></div> | | | | | | | | | |
| Strona 1 / 1 Wyświetl 50 / 7 wynik(i) | | | | | | | | | |
| <div><div></div><div></div></div> | | | | | | | | | |
| | Numer ID | Logo | Nazwa | Kod ISO | Kod języka | Format daty | Format daty (pełny) | Włączone | Akcje |
| | -- | | | | | | | -- | -- |
| | 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 | | |
| | 7 | | Polish | pl | pl | Y-m-d | Y-m-d H:i:s | | |

Rysunek 5.10.
Formularz, który
umożliwia
utworzenie
nowego języka

Języki

Nazwa: *

Kod ISO: *

z-literowy kod ISO (np. pl, en, de, fr)

Kod języka: *

Pełen kod języka (np. en-us, pt-br, pl-pl)

Format daty: Y-m-d *

Krótki format daty (np. R-m-d, d/m/R)

Format daty (pełny): Y-m-d H:i:s *

Długi format daty (np. R-m-d G:m:s, d/m/R G:m)

Flaga: Przeglądaj... *

Wgraj flagę kraju ze swojego komputera

Obrazek "Brak zdjęcia": Przeglądaj... *

Zdjęcie wyświetlane gdy nie znaleziono obrazka

Czy jest językiem "od prawej do lewej": ☐ ☒ ☐ ☐

Włącz jeżeli ten język jest czytany od prawej do lewej (Eksperymentalne: Twój szablon musi być zgodny z językami RTL)

W formularzu *Języki* (rys. 5.10) widocznych jest dziewięć sekcji:

- ♦ *Nazwa* — jeżeli tworzysz język dla celów regionalnych, możesz to zaznaczyć w nazwie, np. *Polski (gwara śląska)*. Opcja taka doskonale nadaje się do zastosowania w sklepie z produktami regionalnymi. Może przyciągnąć wielu klientów interesujących się regionem.
- ♦ *Kod ISO* — wpisz dwie litery kodu ISO 639-1. Jeżeli pakiet językowy był importowany, pole to powinno być już wypełnione.



Uwaga

Lista kodów ISO 639-1 znajduje się pod adresem: http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_ISO_639-1_codes.

- ♦ *Kod języka* — wpisz cztery litery kodu języka. Obowiązuje format XX-YY. XX jest kodem ISO (zob. powyżej). YY to dwie litery kodu ISO 3166-1 alpha-2 kraju.



Uwaga

Lista kodów ISO 3166-1 alpha-2 znajduje się pod adresem: http://en.wikipedia.org/wiki/ISO_3166-1_alpha-2.

- ♦ *Format daty* — kraje nie zawsze stosują identyczne formaty zapisu daty. W Chinach używany jest np. zapis YMD, w USA z kolei MDY. Zapisanie daty w formacie niezgodnym z przyjętym danym w kraju może być powodem pomyłek.



Uwaga

Lista formatów daty używanych w poszczególnych krajach znajduje się pod adresem: http://en.wikipedia.org/wiki/Date_format_by_country.

- ♦ *Format daty (pełny)* — jest to data z uwzględnieniem godzin i minut.

- ♦ *Flaga* — w tym polu możesz załadować flagę, tj. obrazek o wymiarach 16×16 pikseli.

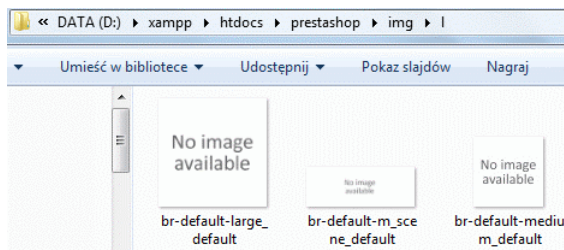


Miniatury wielu flag znajdziesz pod adresem: <http://www.famfamfam.com/lab/icons/flags/>.

- ♦ *Obrazek „Brak zdjęcia”* — w tym polu możesz załadować obrazek, który będzie wyświetlany, jeśli w artykule nie ma zdjęcia. Obrazek powinien mieć wymiary 250×250 pikseli. Powinien się na nim znajdować napis w rodzaju „Brak zdjęcia” lub „Zdjęcie niedostępne”. Najprościej jest wykorzystać istniejące pliki graficzne (rys. 5.11).

Rysunek 5.11.

Wraz z PrestaShop zainstalowane są pliki graficzne, które wyświetlają się, jeśli w artykule nie ma obrazka



- ♦ *Czy jest językiem „Od prawej do lewej”* — w językach arabskich czy w hebrajskim znaki pisane są od prawej do lewej. W poprawnie wykonanym szablonie PrestaShop możesz zaznaczyć opcję zmiany kierunku znaków i... będą one tak właśnie wyświetlane.
- ♦ *Status* — ta opcja pozwala na ukrycie nowego języka przed klientami, dopóki nie zostanie on zaimplementowany w sklepie.



Po zapisaniu i uaktywnieniu języka możesz importować pakiet językowy. Do tego celu służy narzędzie *Import a language pack manually* dostępne po wybraniu poleceń: *Localization, Translations*. Na zakończenie prac nad nowym językiem kliknij flagę widoczną w prawym górnym rogu sklepu i przetestuj działanie witryny.

Strefy

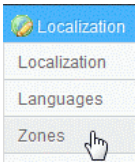
Na handel niektórymi artykułami nałożone są ograniczenia. Wynikają one z przepisów celnych, zwyczajów itp.



Informacje o deklaracjach celnych i innych ograniczeniach można znaleźć pod adresem: <http://cennik.poczta-polska.pl/plik,1/celne.pdf>.

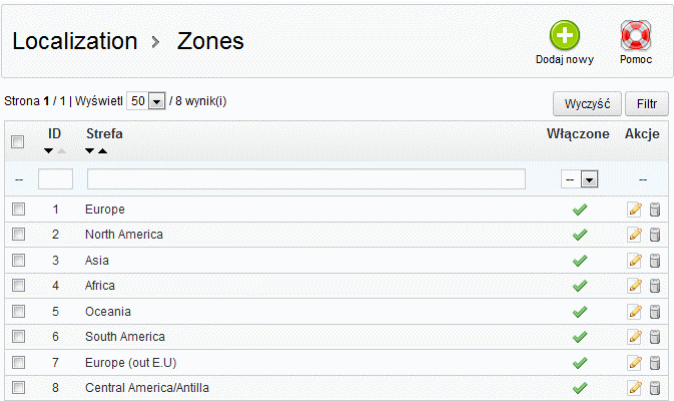
PrestaShop umożliwia podział świata na regiony. Aby uzyskać dostęp do listy regionów, wybierz polecenie: *Localization, Zones* (rys. 5.12).

Rysunek 5.12.
Polecenia, które pozwalają na dostęp do listy regionów



Wyświetli się lista regionów (rys. 5.13).

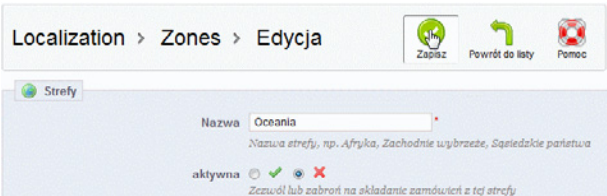
Rysunek 5.13.
Lista regionów



Aby zablokować możliwość składania zamówień z wybranego rejonu, wykonaj poniższe czynności.

1. Kliknij symbol kartki z ołówkiem znajdujący się w tym samym wierszu co nazwa strefy.
2. Po wyświetleniu formularza (rys. 5.14) zaznacz opcję z krzyżykiem i kliknij przycisk *Zapisz*.

Rysunek 5.14.
Zablokowano składanie zamówień z Oceanii



Uwaga

Możliwość składania zamówień dla klientów z wybranej strefy możesz zmienić, klikając symbol znajdujący się na przecięciu nazwy strefy i kolumny *Włączone*.



Uwaga

Aby utworzyć nową strefę, kliknij przycisk *Dodaj nowy* (rys. 5.13). Wypełnij formularz i zapisz dane.



Uwaga

Podczas pracy w trybie *Multistore* również możesz skojarzyć strefę z wyborem sklepu.

Kraje

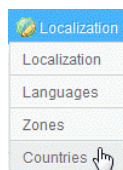
Aby móc bezbłędnie określić, gdzie znajduje się klient, PrestaShop musi dysponować bazą danych krajów. Teoretycznie krajów jest 195, w bazie są zaś... 244 kraje. Wynika to stąd, że do niektórych państw należą terytoria zamorskie. Taka sytuacja ma miejsce w przypadku departamentów francuskich (Gwadelupa, Martynika, Majotta, Reunion i Gujana Francuska). Sytuacja podobnie wygląda w przypadku Hawajów i Alaski, które nie mają bezpośredniego połączenia lądowego z główną częścią Stanów Zjednoczonych.

Koszt wysłania listu na Gwadelupę jest różny od kosztu wysłania takiego samego listu do miejscowości leżącej na europejskim terytorium Francji. Dlatego lista krajów (która powinna właściwie zwać się listą terytoriów) wprowadza podział świata według opłat pocztowych.

Aby uzyskać dostęp do listy krajów, wybierz kolejno: *Localization*, *Countries* (rys. 5.15).

Rysunek 5.15.

Fragmenty menu
Localization



Wyświetli się lista krajów (rys. 5.16). Każdy kraj, z którego chcesz obsługiwać klientów, należy uaktywnić, klikając krzyżyk na przecięciu nazwy kraju i kolumny *Włączona*.

Rysunek 5.16.

Domyślnie aktywny jest tylko kraj, który wybrałeś podczas instalowania sklepu

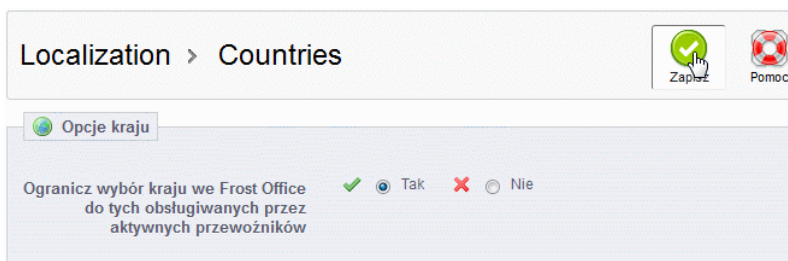
| Localization > Countries | | | | |  Dodaj nowy  Pomoc | |
|--------------------------|----|----------------|----|------|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | 12 | Luxembourg | LU | +352 | Europe | |
| <input type="checkbox"/> | 13 | Netherlands | NL | +31 | Europe | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | 14 | Poland | PL | +48 | Europe | <input checked="" type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | 15 | Portugal | PT | +351 | Europe | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | 16 | Czech Republic | CZ | +420 | Europe | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | 17 | United Kingdom | GB | +44 | Europe | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | 18 | Sweden | SE | +46 | Europe | <input type="checkbox"/> |

Kraje obsługiwane przez przewoźników

Jednym z istotnych problemów przy prowadzeniu sklepu internetowego jest dostarczanie towarów do klientów. Zwykle korzysta się z usług przewoźników. Aby uniknąć sytuacji, że kończysz współpracę z przewoźnikiem, który jako jedyny obsługiwał jakiś obszar, a zamówienia z tego obszaru są nadal przyjmowane, włącz skojarzenie listy krajów obsługiwanych, z których przyjmujesz zamówienia, z listą krajów obsługiwanych przez przewoźników. W tym celu wyświetl dół strony (rys. 5.17) i uaktywnij opcję ograniczenia. Kliknij przycisk *Zapisz*.

Rysunek 5.17.

To pomysłowe ograniczenie może zapobiec wielu problemom

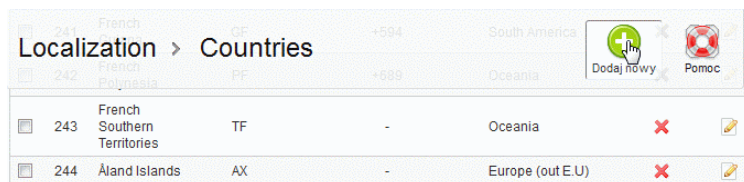


Dodawanie nowego kraju

Jeśli przejrzałeś listę wszystkich terytoriów (rys. 5.18) i nie ma na niej tego, które chcesz objąć zasięgiem działania sklepu, kliknij przycisk *Dodaj nowy*.

Rysunek 5.18.

Nowy region można stworzyć, aby określić specyficzne warunki dostawy



Wyświetli się formularz (rys. 5.19). Aby poprawnie opisać specyfikę regionu, wypełnij każde z jego pól.

- ♦ *Kraj* — tu wpisz oficjalną nazwę kraju, który chcesz dodać.
- ♦ *Kod ISO* — tu wpisz kod ISO-3166 kraju.



Uwaga

Listę kodów ISO-3166 krajów znajdziesz pod adresem: http://www.iso.org/iso/country_codes/iso_3166_code_lists/country_names_and_code_elements.htm.

- ♦ *Prefiks* — tu wpisz międzynarodowy przedrostek numeru telefonicznego.



Uwaga

Listę międzynarodowych przedrostków numerów telefonicznych znajdziesz pod adresem: http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_country_calling_codes.

- ♦ *Domyślna waluta* — możesz użyć domyślnej waluty sklepu. Ustawia ją się po wybraniu poleceń: *Localization*, *Localization*. Możesz również wybrać inną zainstalowaną walutę. W razie potrzeby dodaj walutę za pośrednictwem strony *Currencies*.
- ♦ *Strefa* — wybierz subregion świata, w którym leży dany kraj. W razie potrzeby możesz dodać strefę za pośrednictwem strony *Zones*, która znajduje się w menu *Localization*.
- ♦ *Wymagany kod pocztowy* — jeżeli kod będzie wymagany, klient musi go podać, aby złożyć zamówienie.

Rysunek 5.19.
Początek formularza

- ◆ *Format kodu pocztowego* — jeżeli format nie zostanie zdefiniowany, PrestaShop nie będzie porównywało z nim wprowadzanych danych i zaakceptuje wszystkie. Do definiowania formatu możesz użyć symboli: L — litera, N — cyfra, C — kod ISO kraju.



Uwaga

Listę formatów kodów pocztowych znajdziesz pod adresem: http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_postal_codes.

- ◆ *Format adresu* — w tym polu możesz określić wymagania dotyczące formatu adresu. Aby dodać więcej pól, klikaj poszczególne linki pomocnicze.
- ◆ *Aktywny* — niewybranie nazwy kraju spowoduje, że nie pojawi się ona na liście dostępnych, gdy użytkownik zechce się zarejestrować i utworzyć nowe konto.
- ◆ *Zawiera województwa* — włączenie tej opcji powoduje dodanie w formularzu adresu PrestaShop miejsca na wpisanie województwa. W zależności od kraju „województwo” może być: regionem, prowincją, departamentem itp.
- ◆ *Potrzebny NIP* — zaznaczenie tej opcji powoduje, że wyświetlane będzie pole do wprowadzenia numeru identyfikacji podatkowej.
- ◆ *Wyświetl etykietę podatku (np. „Brutto”)* — zaznaczenie tej opcji powoduje, że wyświetlana będzie informacja, że podane ceny zawierają podatek.

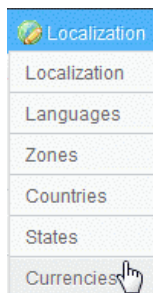
Waluta

Sklep zbudowany przy wykorzystaniu PrestaShop może przyjmować płatności w wielu walutach. Jedna z nich jest podstawowa. Warto zdefiniować i skonfigurować wszystkie waluty krajów, w których prowadzisz sprzedaż. Klienci to docenią.

Aby uzyskać dostęp do okna zarządzania walutami, wybierz kolejno: *Localization, Currencies* (rys. 5.20).

Rysunek 5.20.







Polecenia, które należy wybrać, aby uzyskać dostęp do okna zarządzania walutami



Wyświetlił się strona *Currencies* (rys. 5.21). W jej górnej części znajduje się tabela z dwiema walutami. Jedną z nich jest walutą domyślną (dla Polski jest to PLN), drugą walutą alternatywną. W kolumnie *Przelicznik kursowy* wpisany jest aktualny kurs. Po nim dokonywane jest przeliczanie cen.

Rysunek 5.21.

Strona Currencies

| Localization > Currencies | | | | | | | |  |  |
|---|----|--------|---------|----------------|--------|---------------------|---|---|---|
| Strona 1 / 1 Wyświetl 50 / 2 wynik(i) | | | | | | | | Wyczyść | Filtr |
| <input type="checkbox"/> | ID | Waluta | Kod ISO | Numer kodu ISO | Symbol | Przelicznik kursowy | Włączony | Akcje | |
| <input type="checkbox"/> | 1 | Złoty | PLN | 985 | zł | 1 |  |  | |
| <input type="checkbox"/> | 2 | Euro | EUR | 978 | € | 0.240813 |  |  | |



Uwaga

Kursy walut zmieniają się codziennie. Codziennie też powinien być aktualizowany przelicznik kursowy. Obowiązujące i archiwalne kursy walut można znaleźć pod adresem: <http://www.nbp.pl/kursy/kursya.html>.

Ręczna aktualizacja kursów

Aby ręcznie zaktualizować kursy walut, kliknij przycisk *Aktualizuj kurs wymiany* (rys. 5.22).

Rysunek 5.22.

Kliknięcie przycisku wymusza aktualizację



Po chwili wyświetlił się komunikat o zakończeniu aktualizacji. Kurs waluty zostanie odczytany z serwisu PrestaShop (rys. 5.23).

Automatyczna aktualizacja kursów

Ręczna aktualizacja kursów walut powinna być dokonywana przy każdej znaczącej zmianie (rys. 5.24).

Rysunek 5.23.

Na szczęście przeliczników nie trzeba wpisywać ręcznie

✓ Pomyślnie uaktualniono ustawienia

Localization > Currencies

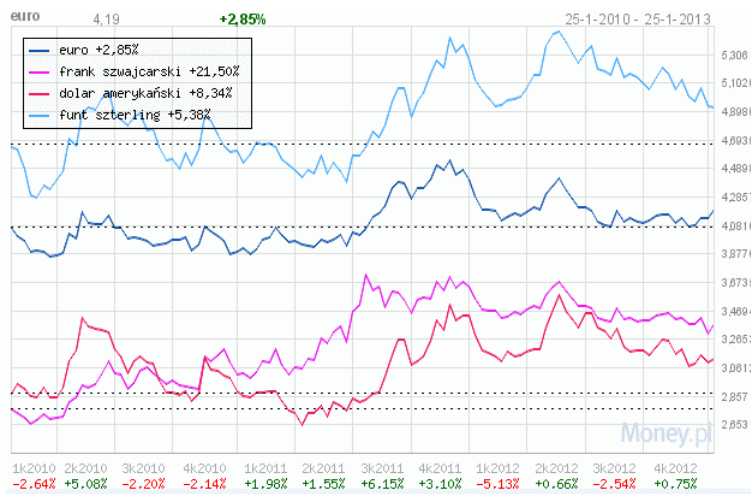
Strona 1 / 1 | Wyświetl 50 / 2 wynik(i)

Wyczyść Filtr

| ID | Waluta | Kod ISO | Numer kodu ISO | Symbol | Przelicznik kursowy | Włączony | Akcje |
|----|--------|---------|----------------|--------|---------------------|----------|-------|
| 1 | Złoty | PLN | 985 | zł | 1 | ✓ | |
| 2 | Euro | EUR | 978 | € | 0.238783 | ✗ | |

Rysunek 5.24.

Zmiana notowań walut



Kto jednak ma na to czas, skoro musi odpowiadać na pytania klientów i realizować zamówienia? Na szczęście aktualizowanie kursów walut możesz zautomatyzować. Wykorzystuje się do tego cron.



Uwaga

Jeżeli nie wiesz, co to jest cron, poproś administratora serwera, na którym zainstalowany jest sklep, o dopisanie do harmonogramu odwiedzania strony: http://nazwa_domeny/katalog_prestashop/nazwa_administratora/cron_currency_rates.php?secure_key=0b61d024820659b233c94b96feb866a2.

Dodawanie waluty

Najprostszym sposobem rozbudowania koszyka walut, w których mogą być dokonywane płatności, jest zaimportowanie paczki lokalizacyjnej. Po zakończeniu importu należy przejść na stronę *Currencies* (rys. 5.23) i uaktywnić walutę.

Podatki

Podatki są tematem skomplikowanym, jednak bardzo ważnym. Poprawne ich zrozumienie umożliwia bowiem prawidłowe wyliczanie cen.

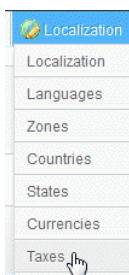
Podatki są obowiązkowym wkładem każdego obywatela i przedsiębiorstwa do budżetu państwa. W przypadku pracowników pobierane są od dochodów. Firmy płacą podatek od niektórych towarów czy usług. Opodatkowany jest zysk, a w przypadku płatników podatku VAT — każda sprzedaż czy wykonanie usługi.

Stawki podatku są różne dla różnych krajów, a czasami nawet ich regionów. W obrębie tego samego kraju podatek dochodowy zależy od formy opodatkowania i wysokości dochodów. Podobnie podatek VAT jest uzależniony od rodzaju towaru. Inny jest np. dla książek, a inny dla paliwa.

Aby uzyskać dostęp do okna zarządzania podatkami, wybierz kolejno polecenia: *Localization, Taxes* (rys. 5.26).

Rysunek 5.26.

PrestaShop umożliwia zarządzanie stawkami podatkowymi



Strona *Taxes* podzielona jest na dwie części:

- ◆ stawki podatkowe,
- ◆ opcje podatku.

Opcje podatku

Sekcja *Opcje podatku* (rys. 5.27) znajduje się w dolnej części strony. Widoczne są w niej cztery opcje:

- ◆ *Włącz podatek* — uaktywnienie jej powoduje, że ceny są w postaci brutto.
- ◆ *Wyświetlaj podatek w koszyku* — przyjemność zakupów może psuć klientom świadomość, jaka część kwoty zamówienia zostanie odprowadzona jako podatek. Wyłączenie tej opcji powoduje, że informacja o podatku nie będzie wyświetlana.
- ◆ *W oparciu o* — z listy rozwijanej możesz wybrać *Adres dostawy* lub *Adres na fakturze*. Adres dostawy może się różnić od adresu zamieszkania. Niekiedy ma to wpływ na wysokość podatku. Domyślnie PrestaShop wybiera stawki podatku w zależności od adresu dostawy. Parametr ten możesz zmienić.

Rysunek 5.27.
Opcje mają zastosowanie dla całego sklepu i wszystkich zamówień

Opcje podatku

Włącz podatek: ☒ Tak ☐ Nie
Zaznacz kiedy uwzględniać podatek

Wyświetlaj podatek w koszyku: ☒ Tak ☐ Nie
Wybierz czy pokazywać podatek jako oddzielną wartość na stronie koszyka zakupów

W oparciu o: **Adres dostawy**

Użyj podatku ekologicznego: ☒ Tak ☐ Nie

- ♦ *Użyj podatku ekologicznego* — podatek ekologiczny płacą właściciele sklepów, aby (według zamysłu ustawodawcy) czuć społeczny ciężar swoich działań. Po włączeniu opcji podatku ekologicznego na zapleczu wszystkie towary będą miały aktywne pole tego podatku. W nim należy wpisać stawkę zależną od przepisów lokalnych.

Dodawanie nowego podatku

















PrestaShop po zainstalowaniu ma wpisane stawki podatkowe (rys. 5.28). Aby dodać nową stawkę, wykonaj poniższe czynności.

Rysunek 5.28.
Tabela ze stawkami podatków

Localization > Taxes

Strona 1 / 1 | Wyświetl 50 / 8 wynik(i)

Wyczyść Filtr

| <input type="checkbox"/> | ID | Nazwa | Wartość | Włączone | Akcje |
|--------------------------|----|-------------|----------|-------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> | -- | | | -- | |
| <input type="checkbox"/> | 1 | PTU PL 23% | 23.000 % | <input checked="" type="checkbox"/> |   |
| <input type="checkbox"/> | 2 | PTU PL 8% | 8.000 % | <input checked="" type="checkbox"/> |   |
| <input type="checkbox"/> | 3 | PTU PL 7% | 7.000 % | <input checked="" type="checkbox"/> |   |
| <input type="checkbox"/> | 4 | PTU PL 5% | 5.000 % | <input checked="" type="checkbox"/> |   |
| <input type="checkbox"/> | 5 | PTU PL 4% | 4.000 % | <input checked="" type="checkbox"/> |   |
| <input type="checkbox"/> | 6 | PTU PL 0 | 0.000 % | <input checked="" type="checkbox"/> |   |
| <input type="checkbox"/> | 7 | MwSt DE 19% | 19.000 % | <input checked="" type="checkbox"/> |   |
| <input type="checkbox"/> | 8 | MwSt DE 7% | 7.000 % | <input checked="" type="checkbox"/> |   |

1. Kliknij przycisk *Dodaj nowy*.
2. Wyświetli się formularz *Podatki* (rys. 5.29).

Rysunek 5.29.
Formularz do definiowania podatków

Podatki

Nazwa: Nazwa podatku wyświetlana na fakturze np. VAT

Wartość: Format: XXX.XXX lub XXX.XXXX (np. 19.60 lub 13.925)

Włącz: ☐ ☒ ☐ ☒

3. Definiowanie nowej stawki podatku wymaga wypełnienia trzech pól:

- ◆ *Nazwa* — stawki podatku będą wykorzystywane do konstruowania reguł podatkowych. Aby uprościć sobie pracę, możesz w nazwie podatku zawrzeć niezbędne informacje: kraj, region, zastosowanie, wysokość. Dzięki temu mniejsza będzie szansa pominięcia podatku, który powinien być stosowany.
- ◆ *Wartość* — wysokość podatku w formacie XX.XX.
- ◆ *Włącz* — zdefiniowany podatek możesz zablokować lub uaktywnić.

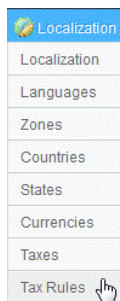
Zasady opodatkowania

Aby określić zasady opodatkowania, wykonaj poniższe czynności.

1. Wybierz polecenia *Localization, Tax Rules* (rys. 5.30).

Rysunek 5.30.





















Polecenia, które należy wybrać, aby uzyskać dostęp do okna definiowania reguł podatkowych



2. Wyświetli się okno *Tax Rules* (rys. 5.31).

Rysunek 5.31.

Okno definiowania reguł podatkowych

| Localization > Tax Rules | | | | Dodaj nowy | |
|--|------------------------|----------|---|------------|-------|
| Strona 1 / 1 Wyświetl 50 / 10 wynik(i) | | | | Wyczyść | Filtr |
| ID | Nazwa | Włączone | Akcje | | |
| 1 | PL Standard Rate (23%) | ✓ |   | | |
| 2 | PL Reduced Rate (8%) | ✓ |   | | |
| 3 | PL Reduced Rate (7%) | ✓ |   | | |
| 4 | PL Reduced Rate (5%) | ✓ |   | | |
| 5 | PL Reduced Rate (4%) | ✓ |   | | |
| 6 | PL Exempted Rate (0%) | ✓ |   | | |
| 7 | DE Standard Rate (19%) | ✓ |   | | |
| 8 | DE Reduced Rate (7%) | ✓ |   | | |
| 9 | DE Foodstuff Rate (7%) | ✓ |   | | |
| 10 | DE Books Rate (7%) | ✓ |   | | |



Stawki podatku VAT stosowane w Polsce określa *Ustawa o podatku od towarów i usług*.

3. Kliknij symbol kartki przy podstawowej stawce podatku (rys. 5.31).
4. Wyświetlił się formularz podstawowej stawki podatku VAT (rys. 5.32).

Rysunek 5.32.

Formularz podstawowej stawki podatku VAT jest bardzo prosty

5. Zamknij formularz podstawowej stawki podatku VAT.

Tłumaczenie

PrestaShop jest dostarczane w wersji przetłumaczonej. Po zalogowaniu do zaplecza wybierz polecenia: *Localization, Translations* (rys. 5.33).

Rysunek 5.33.

Polecenia, które należy wybrać, aby uzyskać dostęp do edytora tłumaczeń

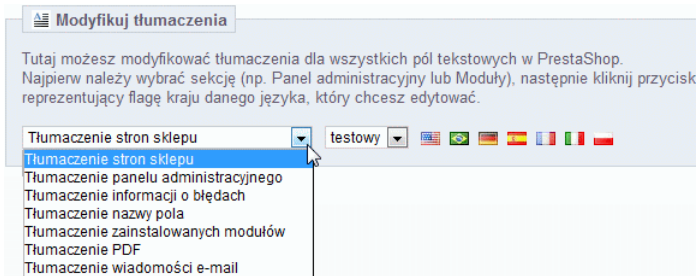


Dzięki edytorowi tłumaczeń możesz zmieniać teksty widoczne w wersji zlokalizowanej sklepu bez oczekiwania na tłumaczy PrestaShop. Z edytora możesz korzystać nie tylko wtedy, kiedy dostrzeżesz błędy w pracy tłumaczy. Możesz np. używać krótszych lub mniej formalnych synonimów. Wystrój sklepu i terminologia mają pasować do oferowanych towarów, do grupy docelowej. Inaczej powinien wyglądać sklep z biżuterią, a inaczej sprzedający artykuły związane z muzyką hip-hop.

Modyfikacja tłumaczenia

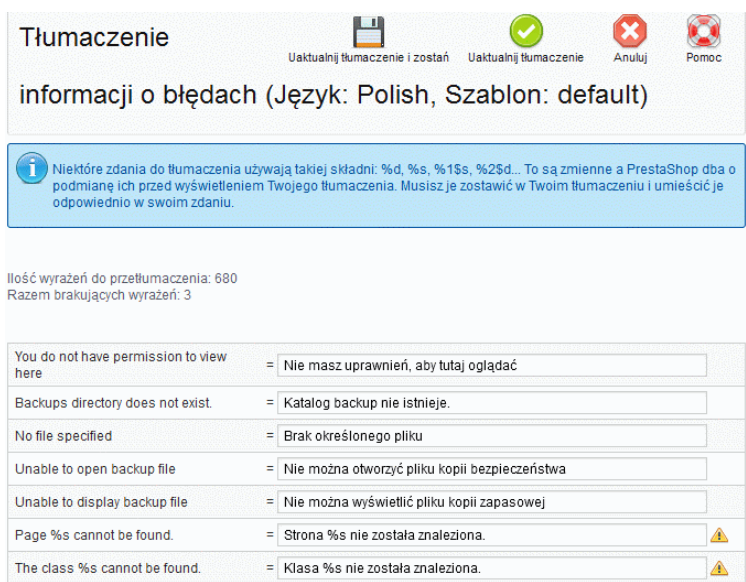
W górnej części okna *Translations* widoczna jest ramka *Modyfikuj tłumaczenia* (rys. 5.34). Wprowadzanie zmian zacznij od wybrania nazwy modułu, nazwy szablonu i wersji językowej.

Rysunek 5.34.
Przed rozpoczęciem edytowania musisz wybrać, co chcesz zmieniać



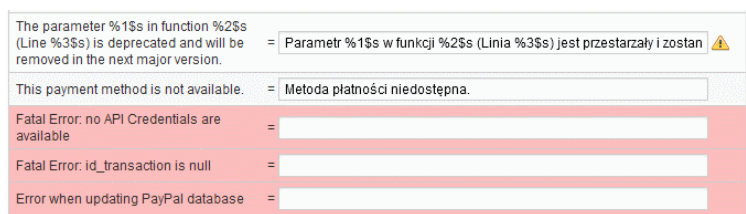
Wyświetli się okno, w którym widoczne są teksty oryginalne i przetłumaczone (rysunek 5.35). Na prawo od ciągów znaków zawierających zmienne widoczny jest wykrzyknik na żółtym tle.

Rysunek 5.35.
Dzięki edytorowi wprowadzanie poprawek w tłumaczeniach nie jest trudne



Szczególną uwagę zwróć na pola wyróżnione kolorem (rys. 5.36).

Rysunek 5.36.
Niewielka liczba komunikatów nie ma polskich odpowiedników



Podsumowanie

- ♦ Aby włączyć wersję językową sklepu, należy wybrać polecenia: *Localization, Languages* (rys. 5.6). Na stronie *Languages* trzeba zaś kliknąć krzyżyk widoczny przy wersji językowej, którą ma się zamiar odblokować.
- ♦ Aby zmienić stawkę podatku VAT, należy wybrać polecenia *Localization, Taxes* (rys. 5.26).
- ♦ Aby uzyskać dostęp do edytora tłumaczeń, trzeba wybrać polecenia: *Localization, Translations* (rys. 5.33), a następnie moduł do edytowania (rys. 5.34).

Rozdział 6.

Dostawa

Z tego rozdziału dowiesz się:

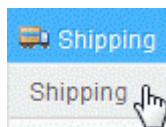
- ♦ co trzeba uwzględnić w kosztach wysyłki;
- ♦ jakie są pułapki związane z opcją wysyłki na koszt sklepu;
- ♦ kiedy należy pobierać opłatę za wysyłkę uzależnioną od sumarycznego kosztu zakupów.

Pakowanie i wysyłka

Po wybraniu poleceń: *Shipping*, *Shipping* (rys. 6.1) uzyskasz dostęp do ogólnych parametrów dotyczących pakowania i wysyłki towaru.

Rysunek 6.1.

Polecenia, które należy wybrać, aby uzyskać ogólny dostęp do ustawień dotyczących pakowania i wysyłki



W górnej części okna *Shipping* znajduje się ramka *Pakowanie i wysyłka* (rys. 6.2). Widoczne są w niej trzy sekcje.

- ♦ *Koszty pakowania* — w tym polu wpisz sumaryczne koszty materiałów użytych do pakowania oraz czasu pracownika poświęconego na przygotowanie przesyłki i wysłanie jej.



Uwaga

W regulaminie sklepu napisz, co składa się na koszty wysyłki, w przeciwnym razie nieświadomi klienci będą zasypywali Cię listami z pytaniem, dlaczego, skoro wybrali dostawę listem poleconym ekonomicznym, doliczona została kwota większa od ceny, jaką pobiera poczta.

Rysunek 6.2.

Logistyka to na początku pięta achillesowa każdego sklepu wysyłkowego

- ◆ *Darmowa dostawa obowiązuje od X zł* — w tym polu możesz określić, od jakiej kwoty zamówienia będziesz premiować poważnych klientów dostawą zakupów na koszt sklepu.



Uwaga

Jeżeli w ofercie sklepu masz towary lekkie (np. ziola) i ciężkie (np. balsamy), sprawdź, ile będzie ważyła przesyłka ciężkich produktów i jaką objętość będzie miała paczka z artykułami lekkimi. Firmy przewozowe uzależniają koszt przesyłki od wagi paczki. Nakładają również ograniczenia na maksymalną wagę i gabaryty pakunków. Może się okazać, że przy dużym zamówieniu trzeba będzie wysłać je w więcej niż jednej paczce. Za każdą pobrana zostanie opłata przez przewoźnika. Gdy sklep ma niewielkie narzuty, radość z dużego zamówienia może się przemienić w łzy żalu, gdy cały zysk sklepu pochłonie koszt dostarczenia zakupów.

- ◆ *Darmowa dostawa obowiązuje od X kg* — w tym polu możesz określić, od jakiej wagi zamówienia będziesz premiować poważnych klientów dostawą zakupów na koszt sklepu.



Uwaga

Jeżeli nie chcesz stosować dostawy na koszt sklepu, w stosownym polu wpisz 0.

W dalszej części okna znajduje się ramka *Płatności* (rys. 6.3). Wiele firm przewozowych uzależnia koszt doręczenia przesyłki od jej wagi. Zapoznaj się z cennikiem doręczeń (np.: <http://cennik.poczta-polska.pl/>). Sprawdź, ile waży jedna sztuka towaru wraz z opakowaniem. Nie zapomnij o ulotkach reklamowych czy gratisach, które będziesz czasami dołączał do paczek. Na tej podstawie możesz określić wagę jednej sztuki przedmiotu.

Rysunek 6.3.

Najpopularniejsze jest pobieranie opłaty za przesyłkę w zależności od jej całkowitej wagi



Uwaga

Opłatę uzależnioną od ceny możesz pobierać w przypadku artykułów, które nie mają wagi. Z taką sytuacją zetkniesz się, sprzedając pliki. Nic one nie ważą, ale ściąganie ich generuje koszty. W pakiecie hostingowym jest określona cena i transfer. Na ich podstawie możesz wyliczyć koszt ściągnięcia 1 MB pliku.

W dalszej części okna znajduje się ramka *Oplaty* (rys. 6.4). Możesz w niej określić wzrost kosztów transportu w zależności od regionu doręczenia. Pozostawienie pustego pola ma wpływ na dostępność przewoźnika. Jeżeli prowizja jest identyczna we wszystkich obszarach, wystarczy wypełnić pole w wierszu *Wszystko*, a pozostałe pola pozostawić puste.

Rysunek 6.4.

Koszt dostawy towaru z Polski do USA jest kilka razy wyższy niż w obrębie UE. Sprawdź to dokładnie w cenniku przewoźnika, z usług którego korzystasz

Prowizja kuriera, strefy geograficznej i zakresu

| Strefa / Zakres | 0kg do 10000kg |
|-----------------|----------------------------------|
| Wszystko | <input type="text"/> zł (brutto) |
| Europe | 0.00 zł (brutto) |
| North America | 0.00 zł (brutto) |

Zapisz

Przewoźnik

PrestaShop nie ma wpisanych informacji o przewoźnikach. We własnym zakresie musisz więc znaleźć firmę, której usługi będą odpowiadały specyfice prowadzonego przedsiębiorstwa.

Wybór przewoźnika

Co należy wziąć pod uwagę, szukając przewoźnika? Musisz pamiętać, że Twoja działalność gospodarcza ma służyć zaspokajaniu potrzeb klientów. Im więcej sposobów dostawy udostępnisz klientom i im będą one tańsze, tym większa szansa, że ludzie kupią u Ciebie, a nie u konkurencji, która ma o jeden kanał dystrybucji mniej.

Standardem jest Poczta Polska. Ma ona największy zasięg i najniższe ceny. Jest wiele osób, które wolą odebrać paczkę z poczty, niż umawiać się z kurierem.

Jeżeli sklep prowadzisz sam, nadawanie na poczcie może mieć swoje dobre strony: przede wszystkim nie musisz czekać na kurierów i jedziesz tam, gdy masz gotowe przesyłki. Ale w okolicach świąt są kolejki na poczcie, a to poważna strata czasu.

Poczta oferuje e-przesyłki. Są one tańsze niż przesyłki tradycyjne, ale listonosz nie przynosi ich do domu. O nadejściu e-przesyłki adresat informowany jest SMS-em. Wymagane jest odebranie przesyłki z urzędu pocztowego. Niestety, nie wszystkie placówki wydają e-przesyłki, jeżeli więc chcesz zaoferować taką formę dostawy, poproś klienta, aby wybrał na stronie <http://placowki.poczta-polska.pl/>, w którym urzędzie chce odebrać e-przesyłkę, i przesłał Ci tę informację.

Przed wysłaniem e-przesyłki warto upewnić się, czy klient na pewno... wie, co wybrał. Czasami ludzie jako kryterium wyboru stosują najtańszy koszt dostawy. Potem okazuje się, że nie mogą dotrzeć na pocztę. E-przesyłka czeka 14 dni i jest zwracana do nadawcy. E-przesyłka ma jeszcze jedną zaletę. Jest nią dyskrecja. Listonosz nie zostawia awiza ani paczki w miejscu doręczenia. Adresat dostaje powiadomienie SMS-em i sam udaje się po odbiór.

Na poczcie obowiązują godziny nadawania przesyłek. Aby przesyłka ekonomiczna ruszyła w dalszą drogę jak najszybciej, musisz dostarczyć ją do południa. Przesyłka priorytetowa zostanie zabrana z placówki pocztowej w dniu nadania, jeśli nadasz ją do godziny 14.

Jeżeli na poczcie będziesz częstym gościem, podpisz umowę. Dzięki niej nie będziesz musiał adresować przesyłek ręcznie, ale skorzystasz z programu Elektroniczny Nadawca. Przy okienku nie będziesz spędzał wiele czasu, gdyż zbędne stanie się naklejanie numerków nadawczych. Płacić będziesz nie za każdą przesyłkę oddzielnie, ale za wszystkie nadane w danym miesiącu. W zależności od liczby nadawanych przesyłek możesz uzyskać opusty.

Poczcie Polskiej depcze po piętach InPost. Ma on mniejszy zasięg działania niż poczta, a to duża wada. Zaletą są paczkomaty. Jest to połączenie przechowalni bagażu z bankomatem. W paczkomacie możesz nadać przesyłkę, a adresat może ją odebrać. Paczkomaty są z reguły dostępne przez 24 godziny na dobę, siedem dni w tygodniu. To może być decydujące dla klientów, którzy pracują do późna (jest ich coraz więcej). Na stronie: <http://www.paczkomaty.pl/> znajdziesz informacje o lokalizacji paczkomatów.

Trzecią grupą przedsiębiorstw logistycznych są firmy kurierskie. Przy ich wyborze nie kieruj się jednak najniższą ceną za paczkę. Może to być chwyt reklamowy. Sprawdź dobrze, co otrzymujesz za tę kwotę! Cena za samą paczkę może być niska, ale dojdzie do niej opłata paliwowa (niektórzy mają ją w cenie) czy ubezpieczenie przesyłki (niektórzy mają je w cenie) i w rezultacie okaże się, że najtańsza przesyłka kosztuje najwięcej.

Sprawdź również oferty brokerów. Podpisują oni umowę z firmą kurierską. Negocjują niższe ceny, gdyż deklarują dostarczenie olbrzymiej liczby przesyłek. Z Tobą dzielą się uzyskanym opustem. Jakość usług świadczonych przez pośredników wcale nie jest gorsza niż uzyskana bezpośrednio w firmie, a czasami wręcz jest lepsza. Przedsiębiorca ma do wyboru np. dwie firmy kurierskie.

Kupujący może nie mieć doświadczenia w zakupach wysyłkowych. Podziel się z nim swoimi przemyśleniami. Staraj się odpowiedzieć klientom, jakie rozwiązanie mogą wybrać, aby uprościć odebranie przesyłki lub obniżyć koszty.

Klienci, którzy w godzinach działania roznosiciela są w pracy, mogą jako adres doręczenia podać miejsce pracy. Dzięki temu nie będą musieli po męczącym dniu stać w kolejce na pocztę i obiecywać sobie w myśli, że nigdy więcej nie skuszą się na zakupy przez internet.

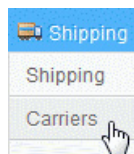
Przy sprzedawaniu lekkich przedmiotów za wysłanie jednej sztuki płaci się stosunkowo dużo. Dodanie do przesyłki kilku sztuk nie powoduje wzrostu jej ceny. Poinformuj o tym klienta. Zachęć go do większych zakupów. Jeżeli nie potrzebuje kilku sztuk danego produktu, może namówić do kupna znajomych lub sąsiadów. Korzyść będzie obopólna: klient zapłaci mniej, zaś Ty sprzedasz więcej.

Zarządzanie przewoźnikami

Aby uzyskać dostęp do strony zarządzania przewoźnikami, wybierz kolejno: *Shipping*, *Carriers* (rys. 6.5).

Rysunek 6.5.

Polecenia, które należy wybrać, aby uzyskać dostęp do strony zarządzania przewoźnikami

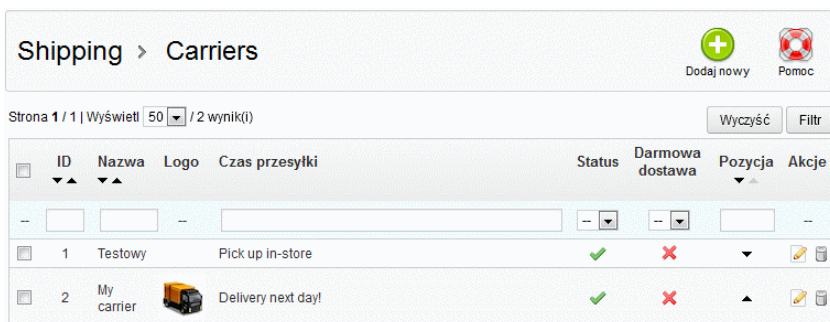


Po chwili wyświetli się strona *Carriers* (rys. 6.6). Zawiera ona listę przewoźników. Z tego miejsca możesz:

- ♦ ukrywać i wyświetlać przewoźnika (kolumna *Status*);
- ♦ zarządzać opcją dostawy na koszt sklepu (kolumna *Darmowa dostawa*);
- ♦ zmieniać kolejność wyświetlania firmy (kolumna *Pozycja*);
- ♦ edytować warunki realizacji usługi;
- ♦ usuwać przewoźników.

Rysunek 6.6.

Strona Carriers



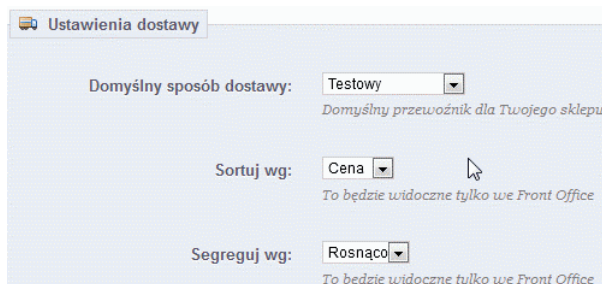
Domyślnie na stronie *Carriers* widocznych jest dwóch przewoźników:

- ♦ przewoźnik o nazwie identycznej z nazwą sklepu — reprezentuje on sklep, do którego mogą przyjść klienci i odebrać towar bez ponoszenia dodatkowych kosztów.
- ♦ *My carrier* — jest to przewoźnik przykładowy i nie powinien być aktywny w działającym sklepie.

W dolnej części strony *Carriers* znajduje się ramka *Ustawienia dostawy* (rys. 6.7). Widoczne są w niej trzy sekcje:

- ♦ *Domyślny sposób dostawy* — jeżeli w sklepie zdefiniowanych jest kilku przewoźników, jednego z nich możesz uczynić domyślnym. Z listy rozwijanej możesz wybrać kryterium proponowania domyślnego sposobu dostawy.

Rysunek 6.7.
Kryteria kolejności
wyświetlania
przewoźników



Może nim być *Najlepsza cena* (PrestaShop wybierze najtańszą opcję dostawy, biorąc pod uwagę takie czynniki, jak: kwota zamówienia, waga przesyłki, miejsce dostawy) lub *Najlepszy gatunek* (jedynym kryterium będzie czas dostawy).

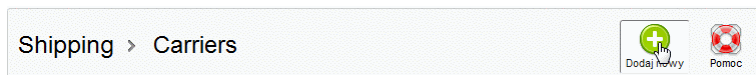
- ♦ *Sortuj wg* — z tej listy możesz wybrać sposób sortowania przewoźników. Będzie on miał wpływ na kolejność ich wyświetlania na stronie sklepu. Przewoźnicy mogą być uporządkowani według ceny i pozycji (zgodnie z listą powyżej).
- ♦ *Segreguj wg* — sortowanie będzie miało wpływ na kolejność wyświetlania przewoźników na stronie sklepu. Mogą oni być uporządkowani rosnąco lub malejąco. Jeżeli wybierzesz sortowanie według kosztów dostawy i segregowanie rosnąco, przewoźnicy będą wyświetlani od najtańszego do najdroższego. Jeżeli zaś zdecydujesz się na sortowanie według pozycji i segregowanie malejąco, przewoźnicy będą wyświetlani od pozycji najwyższej do najniższej.

Dodawanie nowego przewoźnika

Jeżeli jeden z przewoźników obsługujących sklep ma usługę różniącą się istotnym szczegółem od pozostałych, powinieneś to uwzględnić. Różnica powinna być ujęta w nazwie usługi.

Aby dodać nowego przewoźnika, wyświetl górną część strony *Carriers* (rys. 6.8) i kliknij przycisk *Dodaj nowy*.

Rysunek 6.8.
Przycisk znajduje się
w górnej części strony



Wyświetlił się formularz *Sposób dostawy* (rys. 6.9). Widoczne są w nim sekcje:

- ♦ *Firma* — w tym polu wpisz nazwę sposobu dostawy. Będzie ona wyświetlana klientowi podczas składania zamówienia. Opis powinien zawierać informację, czym dana opcja dostawy różni się od innych. Aby uzyskać opcję odbioru w sklepie, wpisz 0. W miejscu nazwy przewoźnika wyświetlona zostanie nazwa sklepu.
- ♦ *Logo* — czasami logo jest lepiej rozpoznawalne niż nazwa. Aby załadować plik z komputera, kliknij przycisk *Przeglądaj*. Akceptowane są pliki z rozszerzeniami: *.gif, *.jpg, *.jpeg lub *.png.

Rysunek 6.9.
*Fragment formularza
do definiowania opcji
dostawy*

Shipping > Carriers > Dodaj nowy

Zapisz Powrót do listy Pomoc

Sposób dostawy

Firma: *

Nazwa sposobu dostawy wyświetlana klientowi podczas składania zamówienia
Do odbioru w sklepie, wpisz o aby zastąpić nazwę przewoźnika nazwą Twojego sklepu

Logo:

Załaduj logo z Twojego komputera (.gif, .jpg, .jpeg lub .png)

Czas przesyłki: *

Orientacyjny czas dostawy, wyświetlany podczas zakupów

Stopień szybkości:

"o" to najdłuższy proces dostawy, "g" to najkrótszy proces dostawy.

URL:

URL śledzenia dostawy; wpisz "@" tam gdzie pojawi się numer śledzenia przesyłki, będzie automatycznie zastąpiony przez numer śledzenia przesyłki.

Strefa: ☐ Africa
☐ Asia
☐ Central America/Antilla
☐ Europe
☐ Europe (out E.U)
☐ North America

- ♦ *Czas przesyłki* — w tym polu wpisz orientacyjny czas dostawy. Jest on wyświetlany podczas wybierania firmy przewozowej. Informacja ta pomaga w podjęciu decyzji. Klient czasami gotów jest zapłacić więcej za szybszą dostawę.
- ♦ *Stopień szybkości* — w skali od 0 (najwolniej) do 9 (najszybciej) możesz ocenić szybkość dostawy. Współczynnik ten jest wykorzystywany przy sortowaniu przewoźników według czasu dostawy. Informacja ta może pomóc w podjęciu decyzji o wyborze przewoźnika.
- ♦ *URL* — w tym polu możesz wpisać adres URL strony, na której firma przewozowa udostępnia narzędzia do śledzenia dostawy. Gdy klient wybierze dostawcę, otrzyma adres URL, który został wpisany w tym polu. Znak @ zostanie zastąpiony przez numer śledzenia przesyłki.
- ♦ *Strefa* — nie każda firma spedycyjna obsługuje klientów na całym świecie. W tej sekcji możesz zaznaczyć obszary obsługiwane. Dodatkowe strefy możesz zdefiniować po wybraniu kolejno: *Localization, Zones*.



Uwaga

Wśród stref predefiniowanych jest *Europe (out E.U)*. Obejmuje ona kraje europejskie, które nie należą do Unii Europejskiej, np.: Watykan, Szwajcarię, Andorę, Monaco czy Norwegię.

- ♦ *Dostęp grupowy* — możesz udostępnić wybraną opcję dostawy tylko niektórym klientom. Zaznacz wszystkie grupy, którym chcesz dać możliwość wyboru tego przewoźnika.
- ♦ *Status* — ta opcja umożliwia ukrycie lub wyświetlenie zdefiniowanego przewoźnika.
- ♦ *Zastosuj koszt dostawy* — po włączeniu tej opcji cena końcowa będzie zawierała zarówno standardowe koszty dostawy, jak i koszty dostawy specyficzne dla danego produktu. Po wyłączeniu opcji cena końcowa będzie zawierała wyłącznie

standardowe koszty dostawy. Koszty dostawy specyficzne dla danego produktu możesz zdefiniować dla każdego produktu w zakładce *Shipping*, w polu *Additional shipping cost (per quantity)*.

- ◆ *Podatek* — z listy możesz wybrać podatek, jeżeli przewoźnik wymaga opłacenia podatku lokalnego.
- ◆ *Wysyłka i obsługa* — ta opcja pozwala na wliczenie kosztów wysyłki i obsługi w cenę dostawy.
- ◆ *Rozliczenie* — możesz wybrać jeden z trzech wariantów: *Według wartości* (koszt wysyłki jest zależny od całkowitej ceny zakupu), *Według wagi* (koszt wysyłki jest zależny od całkowitej wagi przesyłki) i *Domyślne naliczanie* (w pozostałych przypadkach). Gdy PrestaShop obciąża klienta za wysyłkę towaru, może to zrobić na dwa sposoby. Sposób domyślny ustawiony jest na stronie *Shipping* w menu *Shipping*. Dla przewoźnika możesz ustawienie domyślne zastąpić jednym z dwu pozostałych.
- ◆ *Zachowanie/wynik poza zakresem* — zachowanie spoza zakresu, kiedy nic nie jest zdefiniowane (np. kiedy waga koszyka klienta jest większa niż najwyższy limit w zakresie). Możesz wybrać jedną z dwóch opcji: *Zastosuj najwyższe koszty zdefiniowanego przedziału* (czasami przesyłkę można podzielić na kilka paczek, ale wówczas za każdą paczkę trzeba płacić oddzielnie) lub *Wyłącz* (ta opcja powoduje, że przewoźnik nie będzie wyświetlany wśród dostępnych, ponieważ prawdopodobnie nie wykona usługi).
- ◆ *Maksymalna wysokość przesyłki* — wpisz maksymalną wysokość obsługiwaną przez tego przewoźnika. Jeżeli nie chcesz stosować ograniczenia, wpisz 0 lub zostaw pole puste.
- ◆ *Maksymalna szerokość przesyłki* — wpisz maksymalną szerokość obsługiwaną przez tego przewoźnika. Jeżeli nie chcesz stosować ograniczenia, wpisz 0 lub zostaw pole puste.
- ◆ *Maksymalna grubość przesyłki* — wpisz maksymalną grubość obsługiwaną przez tego przewoźnika. Jeżeli nie chcesz stosować ograniczenia, wpisz 0 lub zostaw pole puste.
- ◆ *Maksymalna waga przesyłki* — wpisz maksymalną wagę obsługiwaną przez tego przewoźnika. Jeżeli nie chcesz stosować ograniczenia, wpisz 0 lub zostaw to pole puste.

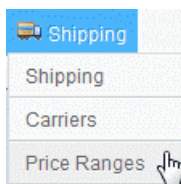
Przedziały cenowe

Przewoźnikom możesz przypisać przedziały cenowe realizacji usługi. Jeśli np. klient chce znaleźć przewoźnika, który dostarczy przesyłkę w cenie od kilku do kilkunastu złotych, jest zdany na Poczta Polska.

Przedziały cenowe przypiszesz przewoźnikom po wybraniu poleceń: *Shipping*, *Price Ranges* (rys. 6.10).

Rysunek 6.10.

Polecenia, które należy wybrać, aby uzyskać dostęp do formularza definiowania kosztów wysyłki



Wyświetli się okno *Price Ranges* (rys. 6.11). Aby utworzyć przedział cenowy, wykonaj poniższe czynności.

Rysunek 6.11.

Okno Price Ranges

1. Kliknij przycisk *Dodaj nowy*.
2. Wyświetli się okno *Dodaj nowy* (rys. 6.12).

Rysunek 6.12.

Okno Dodaj nowy

3. Z listy *Przewoźnik* wybierz firmę, dla której chcesz zdefiniować przedział cenowy. W polu *Od* wpisz najniższą możliwą cenę wysyłki.
4. W polu *Do* wpisz maksymalną cenę wysyłki.



Uwaga

Przedziałów cenowych możesz utworzyć tak dużo, jak tylko potrzeba. Jeżeli jeden przewoźnik świadczy usługi w różnych wariantach i po różnych cenach, musisz utworzyć tyle przedziałów, aby opisać wszystkie warianty.

Upewnij się, czy przedziały się nie pokrywają. Jeżeli jeden przedział kończy się na 15 zł, to kolejny nie może się zaczynać od 15 zł, ale od 15,01 zł. Równie dobrze przedział może kończyć się na kwocie 14,99 zł, a kolejny zaczynać od 15 zł.

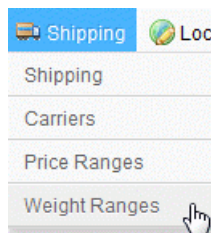
Przedziały wagowe

Przewoźnikom możesz przypisać przedziały wagowe realizacji usługi. Jeśli klient chce znaleźć przewoźnika, który dostarczy przesyłkę o wadze do 2 kg, to taką usługę świadczą w zasadzie wszyscy. Jeżeli waga przesyłki przekroczy 2 kg, to nie można jej już nadać jako list.

Przedziały wagowe przypiszesz przewoźnikom po wybraniu poleceń: *Shipping*, *Weight Ranges* (rys. 6.13).

Rysunek 6.13.

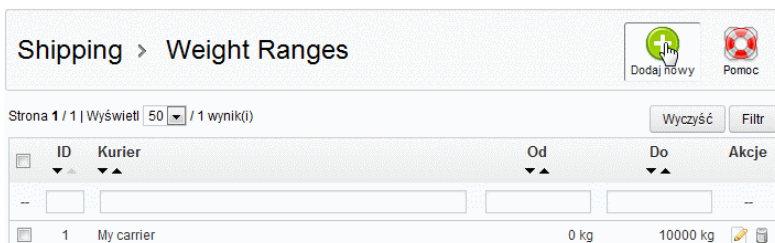
Polecenia, które należy wybrać, aby uzyskać dostęp do formularza definiowania przedziałów wagowych wysyłki



Wyświetli się okno *Weight Ranges* (rys. 6.14). Aby utworzyć przedział wagowy, wykonaj poniższe czynności.

Rysunek 6.14.

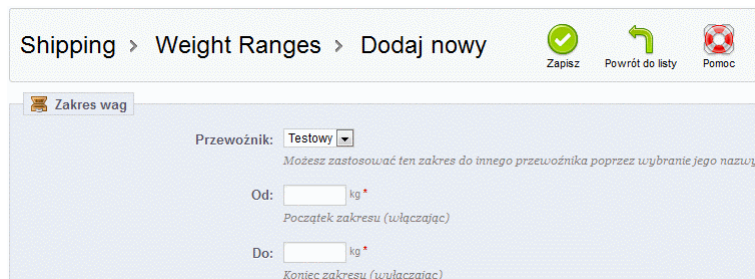
Okno Weight Ranges



1. Kliknij przycisk *Dodaj nowy*.
2. Wyświetli się okno *Dodaj nowy* (rys. 6.15).

Rysunek 6.15.

Okno Dodaj nowy



3. Z listy *Przewoźnik* wybierz firmę, dla której chcesz zdefiniować przedział wagowy.
4. W polu *Od* wpisz najniższą możliwą wagę przesyłki.
5. W polu *Do* wpisz maksymalną wagę przesyłki.



Uwaga

Przedziałów wagowych możesz utworzyć tak dużo, jak tylko potrzeba. Jeżeli jeden przewoźnik świadczy usługi w różnych wariantach, musisz utworzyć tyle przedziałów, aby opisać wszystkie warianty.

Upewnij się, czy przedziały się nie pokrywają. Jeżeli jeden przedział kończy się na 2 kg, to kolejny nie może się zaczynać od 2 kg, ale od 2,01 kg. Równie dobrze przedział może kończyć się na wadze 1,99 kg, a kolejny zaczynać od 2 kg.

Podsumowanie

- ♦ Koszt wysyłki obejmuje sumaryczne koszty: materiałów użytych do pakowania, czasu pracownika poświęconego na przygotowanie przesyłki i jej wysłanie oraz opłatę pobieraną przez przewoźnika.
- ♦ Jeżeli w ofercie sklepu masz towary lekkie (np. zioła) i ciężkie (np. balsamy), sprawdź, ile będzie ważyła przesyłka ciężkich produktów i jaką objętość będzie miała paczka z artykułami lekkimi. Firmy przewozowe uzależniają koszt przesyłki od wagi paczki. Nakładają również ograniczenia na maksymalną wagę i gabaryty pakunków. Może się okazać, że przy dużym zamówieniu trzeba będzie wysłać je w więcej niż jednej paczce. Za każdą paczkę pobrana zostanie opłata przez przewoźnika. Jeśli sklep ma niewielki narzut, radość z dużego zamówienia może się przemienić w lży żalu, gdy cały zysk sklepu pochłonie koszt dostarczenia zakupów.
- ♦ Opłatę uzależnioną od ceny możesz pobierać w przypadku artykułów, które nie mają wagi. Z taką sytuacją zetkniesz się, sprzedając pliki. Nic one nie ważą, ale ich ściąganie generuje koszty. W pakiecie hostingowym jest określona cena i transfer. Na ich podstawie możesz wyliczyć koszt ściągnięcia 1 MB pliku.

Rozdział 7.

Reguły cenowe

Z tego rozdziału dowiesz się:

- ♦ w jaki sposób przyznać rabat klientowi;
- ♦ jak obniżyć cenę wszystkich lodówek znajdujących się w ofercie sklepu;
- ♦ co to jest *Credit Slip*.

Reguły cenowe odgrywają istotną rolę w codziennych relacjach z klientami. Klienci uwielbiają, gdy podczas zakupów czują, że są traktowani specjalnie i otrzymują dobre ceny. Efekt ten możesz uzyskać, stosując spersonalizowane rabaty. Przyznawać je można, posługując się regułami cenowymi, które zostały wprowadzone w PrestaShop 1.5.

Reguły cenowe mogą mieć dwie postacie:

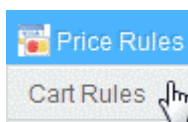
- ♦ *Cart Rules* — są następcą voucherów, które były znane w poprzedniej wersji PrestaShop. Pozwalają na tworzenie kodów voucherów dla konkretnych klientów, ale ich możliwości są znacznie bogatsze.
- ♦ *Catalog Price Rules* — pozwalają na zdefiniowanie obniżki cen na towary, które mają wspólne: kategorię, producenta, dostawcę, atrybut lub właściwość. Możesz np. zdefiniować regułę, zgodnie z którą klienci z Niemiec należący do grupy *Good Clients* uzyskają 10% rabatu na zakupy towarów z kategorii *AGD* i wszystkie produkty firmy Siemens w pierwszym tygodniu lipca.

Cart Rules

Aby uzyskać dostęp do strony *Cart Rules*, wybierz polecenia: *Price Rules*, *Cart Rules* (rys. 7.1).

Rysunek 7.1.

Polecenia, które należy wybrać, aby uzyskać dostęp do strony Cart Rules



Wyświetli się strona *Cart Rules* (rys. 7.2). Daje ona dostęp do narzędzi stwarzających możliwości podobne jak system voucherów dostępny w PrestaShop 1.4. Użytkownicy znający PrestaShop nie będą zdziwieni możliwościami, jakie stwarzają narzędzia. Mogą jednak czuć się zagubieni, gdy zapoznają się z nowymi nazwami.

Rysunek 7.2.
Strona Cart Rules

Credit Slip, Voucher i Cart Rule

Credit Slip to dowód na piśmie, że produkt został zwrócony. W większości przypadków użytkownik może wykorzystać go jako voucher.

Voucher to kod uprawniający do zniżki. Nie musi on być związany ze zwrotem towaru lub pieniędzy. Może mieć wiele form, np.:

- ◆ zniżkę kwotową,
- ◆ zniżkę procentową,
- ◆ dostawę na koszt sprzedawcy.

Voucher możesz przyznać wszystkim klientom, grupie klientów lub jednemu klientowi. Voucher może mieć określoną datę ważności.

Cart Rule to zaawansowana wersja voucheru. Oprócz możliwości, jakie stwarzały vouchery stosowane w PrestaShop 1.4, system *Cart Rule* wprowadzony od wersji PrestaShop 1.5 pozwala na:

- ◆ nadanie zniżce nazwy;
- ◆ wykorzystanie przez klienta części zniżki;
- ◆ nadanie priorytetów zniżkom;
- ◆ zdefiniowanie zgodności pomiędzy różnymi regułami;
- ◆ korzystanie ze zniżek tylko u wybranych przewoźników;
- ◆ korzystanie ze zniżek tylko w przypadku określonych produktów i/lub kategorii, i/lub producentów, i/lub dostawców, i/lub atrybutów;
- ◆ korzystanie ze zniżek tylko w formie darmowej dostawy i/lub zniżek na zamówienie, i/lub prezentów.

Dodawanie nowej reguły



Zniżka może być przyznawana automatycznie, po zwrocie towaru. W każdej chwili możesz również przyznać rabat ręcznie.

Aby utworzyć nową regułę, kliknij przycisk *Dodaj nowy* (rys. 7.2). Wyświetli się okno *Zasady koszyka* (rys. 7.3).

Rysunek 7.3.
Fragment okna
Zasady koszyka

Okno podzielone jest na trzy części. Dostępne są one po kliknięciu kart: *Informacja*, *Warunki* i *Akcje*.

Informacja

Karta *Informacja* zawiera identyfikator zasady i ustawienia główne:

- ♦ *Nazwa* — nazwa jest dostępna publicznie, więc powinna być zrozumiała.
- ♦ *Opis* — nie jest dostępny publicznie. Jego zadaniem jest pomóc pracownikom sklepu w zrozumieniu celu utworzenia reguły.
- ♦ *Kod* — reguła powinna mieć unikatowy kod. Powinieneś wpisać go ręcznie (wtedy może zawierać ciąg znaków, który będzie się kojarzył z nazwą zasady) lub zdać się na PrestaShop (wygenerowany ciąg będzie losowy).



Jeżeli kod nie został zdefiniowany, reguła będzie zastosowana do każdego klienta. Zdefiniowanie kodu powoduje, że reguła zostanie zastosowana tylko do klienta, który wpisał kod.

- ♦ *Częściowe użycie* — po zablokowaniu tej opcji reguła może być zastosowana tylko raz, nawet jeśli nie zostanie wykorzystana w pełni. Po odblokowaniu opcji, gdy zastosowana zniżka nie wyczerpuje przyznanego limitu, generowany jest nowy voucher na zniżkę pozostałą do wykorzystania.
- ♦ *Priorytet* — opcja ta ma zastosowanie, gdy klient spełnia kryteria przyznania mu więcej niż jednej zniżki. PrestaShop może realizować zniżki w kolejności alfabetycznej ich nazw. Porządek ten możesz zmienić, wpisując liczbę w polu *priorytet*. Domyślnie wszystkie reguły mają priorytet 1. Najpierw realizowane są reguły o numerach najniższych.

- ♦ *Status* — regułę możesz zablokować. Nie będzie aktywna, ale system będzie pamiętał wszystkie ustawienia. Z opcji tej warto korzystać przy tworzeniu promocji sezonowych.

Warunki

Karta *Warunki* (rys. 7.4) zawiera liczne ustawienia, dzięki którym precyzyjnie określisz, kto kwalifikuje się do uzyskania zniżki.

Rysunek 7.4.

Fragment okna
Zasady koszyka,
karta *Warunki*

- ♦ *Ogranicz do pojedynczego klienta* — z tej opcji możesz skorzystać, gdy zniżka została utworzona z myślą o konkretnym kliencie. Może ona być użyteczna, jeśli zaistniało opóźnienie w dostawie i chcesz wynagrodzić klientowi długi czas oczekiwania, przyznając rabat.



Uwaga

Aby szybko znaleźć klienta, wpisz w polu tekstowym kilka pierwszych liter jego imienia, nazwiska lub adresu poczty elektronicznej. Jeżeli pozostawisz pole puste, PrestaShop uzna, że żaden klient nie może skorzystać z reguły.

- ♦ *Prawidłowy* — to tłumaczenie nie jest zbyt trafne. W tym polu chodzi o określenie okresu ważności zniżki. Domyślnie okres ważności wynosi jeden miesiąc.
- ♦ *Minimalna wartość* — minimalna wartość zamówienia, poniżej której reguła nie ma zastosowania. Reguła zostanie zastosowana tylko wówczas, gdy wartość zamówienia przekroczy próg minimalny. Na tym nie koniec. Możesz wybrać, czy do wartości minimalnej wliczana jest kwota netto, czy brutto, a także czy uwzględniana jest zapłata za dostawę.
- ♦ *Razem dostępne* — w tym polu możesz wpisać liczbę dostępnych kuponów. Jeżeli wpiszesz 1, reguła będzie miała zastosowanie tylko do jednego klienta. Gdy wpiszesz liczbę N, z reguły będzie mogło skorzystać N pierwszych klientów.
- ♦ *Razem dostępne dla każdego użytkownika* — w tym polu ograniczysz maksymalną liczbę kuponów, jaką może wykorzystać każdy użytkownik.

Liczba ta może być najwyżej równa liczbie voucherów, która została wpisana w polu *Razem dostępne*.

- ♦ *Wybór przewoźnika* — zaznaczenie tej opcji powoduje rozwinięcie ramki. Używając jej, możesz wskazać przewoźników, korzystanie z usług których będzie powodowało udzielenie rabatu.
- ♦ *Selekcja grupy klientów* — to narzędzie do tworzenia grup może usprawnić pracę. Gdy pogrupujesz użytkowników, nie musisz każdemu z osobna przyznawać zniżki. Wystarczy przyznać ją raz całej grupie.
- ♦ *Wybór produktu* — jest to narzędzie pozwalające na tworzenie voucherów, które będą uaktywniane po dodaniu do koszyka określonego produktu.

Akcje

Na trzeciej karcie, *Akcje zasady koszyka* (rys. 7.5), możesz zaznaczyć opcje, które składają się na rabat.

Rysunek 7.5.

Fragment okna
Zasady koszyka, karta
Akcje zasady koszyka

The screenshot shows the 'Zasady koszyka' (Basket Rules) configuration page. The 'Akcje zasady koszyka' (Basket Rule Actions) tab is active. The settings are as follows:

- Darmowa dostawa** (Free shipping): ☐ (disabled), ☒ (active), ☐ (disabled), ☒ (active).
- Zastosuj rabat** (Apply discount): ☒ (active), ☐ (disabled), ☒ (active), ☐ (disabled), ☐ (disabled), ☒ (active), ☐ (disabled), ☐ (disabled).
- Wartość** (Value): %
- Nie stosuje się do kosztów dostawy** (Does not apply to shipping costs): ☐ (disabled)
- Zastosuj rabat do** (Apply discount to): ☒ (active), ☐ (disabled), ☐ (disabled), ☐ (disabled), ☐ (disabled), ☐ (disabled), ☐ (disabled), ☐ (disabled).
- Produkt** (Product):
- Wyślij darmowy prezent** (Send free gift): ☒ (active), ☐ (disabled), ☐ (disabled), ☒ (active).
- Szukaj produktu** (Search product):

Należą do nich:

- ♦ *Darmowa dostawa* — uaktywnienie tej opcji powoduje, że wysyłka jest realizowana na koszt sprzedawcy.
- ♦ *Zastosuj rabat* — w tej sekcji możesz określić sposób naliczania rabatu. Do wyboru są trzy możliwości: *Procent* (rabat naliczany jest jako stały procent od zamówienia; dodatkowo można określić, że rabat będzie naliczany od zamówienia — bez wliczania kosztu dostawy, od ceny określonego produktu, od ceny najtańszego produktu, od ceny produktu wybranego przez klienta), *Ilość* (zniżka określona jest w postaci stałej kwoty odejmowanej od wartości zamówienia; dodatkowo można określić, że rabat będzie naliczany od zamówienia — bez wliczania kosztu dostawy i od ceny określonego produktu), *Żaden* (zaznaczenie tej opcji powoduje, że rabat nie będzie przyznany).
- ♦ *Wyślij darmowy prezent* — zaznaczenie tej opcji powoduje, że przy zakupie niektórych towarów do przesyłki może być dołączany prezent. Jest to alternatywa dla systemu zniżek.

Po zapisaniu wszystkich ustawień możesz wysłać kod vouchera do klientów lub pozwolić systemowi zarządzać regułami rabatów automatycznie, zależnie od wprowadzonych ustawień. Kupon pojawi się na stronie *Cart Rules*, w menu *Price Rules*. Możesz go usunąć lub edytować. Jeżeli został on zdefiniowany dla grupy lub dla klienta, będzie widoczny w witrynie sklepu, w sekcji *Vouchers*.

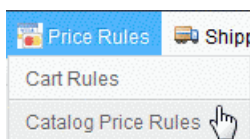
Reguły koszyka, które mają zastosowanie do wszystkich klientów, nie pojawiają się na stronie klienta *My vouchers*. Aby z nich skorzystać, klient musi zostać poinformowany przez obsługę sklepu. Chcąc skorzystać ze zniżki, klient musi ją wyświetlić, a następnie wpisać kod w polu *Vouchers* i kliknąć *Dodaj*.

Catalog Price Rules

Narzędzie *Catalog Price Rules* pozwala na obniżenie cen towarów mających wspólną cechę, np.: kategorię, producenta, dostawcę. Dostęp do niego można uzyskać po wybraniu poleceń: *Price Rules*, *Catalog Price Rules* (rys. 7.6).

Rysunek 7.6.

Polecenia, które należy wybrać, aby uzyskać dostęp do Catalog Price Rules



Reguła ma zastosowanie do grupy towarów, a nie do pojedynczego artykułu. Jeżeli zachodzi potrzeba utworzenia zniżki dla pojedynczego produktu, musisz określić regułę dla produktu lub cenę specjalną (na stronie edytowania produktu, w części *Page*). Na przykład możesz zdefiniować regułę, która klientom z Hiszpanii należącym do grupy *Good Clients* przyzna 10% rabatu na produkty z kategorii *Elektronika* i na wszystkie produkty firmy Sony, a obowiązywała będzie w pierwszym tygodniu lipca.

Na stronie *Catalog Price Rules* są widoczne aktualnie obowiązujące reguły. Możesz je edytować lub usuwać, klikając odpowiednie ikony w kolumnie *Status*. Aby zablokować regułę, wystarczy zmienić datę końca obowiązywania na wczorajszą.

Dodawanie nowej reguły cenowej

Aby utworzyć nową regułę, kliknij przycisk *Dodaj nowy* (rys. 7.7).

Rysunek 7.7.

Przycisk Dodaj nowy



Wyświetli się okno *Specyficzne reguły cenowe* (rys. 7.8).

Rysunek 7.8.

Górna część okna,
w którym możesz
określić na przykład,
kto skorzysta z reguły
czy też jakiego artykułu
reguła dotyczy

Specyficzne reguły cenowe

Nazwa: *

Waluta:

Kraj:

Grupa:

Od ilości: *

Cena (bez podatku) zł

☒ Pozostaw cenę bazową:

Z:

Do:

Typ obniżki:

Obniżka: *

* Wymagane pole

Ma ono następujące sekcje:

- ♦ *Nazwa* — jest ona widoczna dla wszystkich, a zatem powinna być dla wszystkich zrozumiała.
- ♦ *Waluta* — z listy możesz wybrać wszystkie waluty lub tylko tę, dla której będzie obowiązywała reguła.
- ♦ *Kraj* — reguła może mieć zastosowanie tylko do jednego kraju lub obowiązuje bez ograniczeń terytorialnych.
- ♦ *Kraj* — z listy możesz wybrać grupę osób, dla której będzie obowiązywać reguła.
- ♦ *Od ilości* — w tym polu możesz określić minimalną liczbę sztuk, dla której będzie obowiązywać reguła.
- ♦ *Cena (bez podatku)* — w tym polu możesz określić minimalną cenę, dla której będzie obowiązywać reguła.
- ♦ *Z* — w tym polu możesz określić początkową datę obowiązywania reguły.
- ♦ *Do* — w tym polu możesz określić końcową datę obowiązywania reguły.
- ♦ *Typ obniżki* — w tym polu możesz określić, czy obniżka ma obowiązywać kwotowo, czy procentowo.
- ♦ *Obniżka* — w tym polu możesz wpisać wysokość obniżki.



Uwaga

W zależności od opcji wybranej z listy *Typ obniżki* ta sama liczba może oznaczać wartość mierzoną w procentach lub w walucie.

Wyświetl dolną część okna (rys. 7.9). Możesz w niej zdefiniować warunki, po spełnieniu których reguła będzie obowiązywała. Nic nie stoi na przeszkodzie, aby miała ona zastosowanie do szerokiego spektrum towarów.

Rysunek 7.9.

Dolna część okna, w którym możesz określić cechy towaru, do którego będzie miała zastosowanie reguła

Grupa warunków 1

| Typ | Wartość |
|---|---------|
| LUB | |
| Dodaj nową grupę warunków | |

Warunki

Kategoria: [Dodaj warunek](#)

Producent: [Dodaj warunek](#)

Dostawca: [Dodaj warunek](#)

Atrybuty: [Dodaj warunek](#)

Cechy: [Dodaj warunek](#)



Domyślnie grupa warunków jest pusta. Możesz ją uzupełniać, wybierając kryteria z rozwijanych list, które znajdują się w dolnej części okna.

Aby zdefiniować grupę, wybieraj atrybuty z listy i klikaj przycisk *Dodaj warunek*. Warunek pojawi się w grupie warunków. Dodawanie warunków do grupy możesz wielokrotnie powtarzać.

Gdy grupa zostanie skompletowana, możesz utworzyć kolejną. W tym celu kliknij przycisk *Dodaj nową grupę warunków*, a następnie dodawaj kolejne warunki.



Domyślnie nowe warunki dodawane są do grupy utworzonej ostatnio. Aby dodać warunek do grupy utworzonej wcześniej, kliknij ją, a następnie dodaj warunek.

Podsumowanie

- ◆ *Cart Rules* pozwalają na tworzenie kodów voucherów dla konkretnych klientów.
- ◆ *Catalog Price Rules* pozwalają na zdefiniowanie obniżki cen na towary, które mają wspólne: kategorię, producenta, dostawcę, atrybut lub właściwość.
- ◆ *Credit Slip* to dowód na piśmie, że produkt został zwrócony. W większości przypadków użytkownik może wykorzystać go jako voucher.

Rozdział 8.

Klienci

Z tego rozdziału dowiesz się:

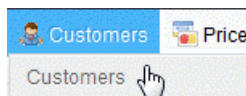
- ♦ dlaczego John DOE zrobił zakupy w sklepie;
- ♦ jak dodać adres e-mail klienta do listy adresatów korespondencji od partnerów handlowych sklepu;
- ♦ jak klient może wysłać e-mail do obsługi sklepu.

Klienci

Aby wyświetlić okno zarządzania klientami, wybierz polecenia: *Customers, Customers* (rys. 8.1).

Rysunek 8.1.

*Polecenia, które należy
wybrać, aby uzyskać
dostęp do okna
zarządzania klientami*



Uwaga

Podczas instalowania sklepu z zestawem danych tworzone jest konto użytkownika John DOE. Konta tego możesz używać do testowania sklepu oraz oglądania witryny z perspektywy klienta. Dane to logowania to:

e-mail: pub@prestashop.com

hasło: 123456789.

Przed oddaniem sklepu do użytku powinieneś usunąć konto użytkownika John DOE albo przynajmniej je zablokować, w przeciwnym razie ktoś może go użyć do zrobienia zakupów.

Wyświetli się strona z listą wszystkich zarejestrowanych użytkowników sklepu (rys. 8.2).

Rysunek 8.2.

*Lista klientów.
Wraz z programem
instalowane są
dane użytkownika
Johna DOE*

| ID | Tytuły | Nazwisko | Imię | Adres e-mail | Wiek | Aktywny | Newsletter | Opcjonalny | Rejestracja | Ostatnia wizyta | Akcje |
|----|--------|----------|--------|--------------------|------|---------|------------|------------|---------------------|---------------------|-------------------------|
| 2 | | Witrek | Witold | | 48 | ✓ | ✗ | ✗ | 2012-12-21 15:23:39 | 2012-12-20 15:23:39 | [Edycja] [Widok] [Usuń] |
| 1 | | DOE | John | pub@prestashop.com | 43 | ✓ | ✓ | ✓ | 2012-12-19 18:19:18 | 2012-12-18 18:19:18 | [Edycja] [Widok] [Usuń] |

Jeżeli klientów jest niewiele, ich wpisy możesz przeglądać, przewijając zawartość okna. Przy większej liczbie rekordów ułatwisz sobie pracę, sortując dane. Wykorzystaj do tego celu pola:

- ◆ **ID** — numer kolejny użytkownika. Nadawany jest on od kolejno od 1. Im większy, tym później zostało utworzone konto.
- ◆ **Tytuły** — klient może wybrać tytuł określający jego płeć i stan cywilny. Dostępne są trzy tytuły: *Mr.* (Pan), *Ms.* (Pani) oraz *Miss* (Panna). Więcej tytułów możesz utworzyć na stronie *Titles* dostępnej w menu *Customers*.
- ◆ **Nazwisko** — nazwisko użytkownika.
- ◆ **Imię** — imię użytkownika.
- ◆ **Adres e-mail** — adres poczty elektronicznej użytkownika.
- ◆ **Wiek** — znajomość wieku użytkownika pozwala na lepsze dopasowanie oferty do potrzeb.
- ◆ **Aktywny** — ta opcja pozwala podzielić użytkowników na aktywnych i nieaktywnych. Konto możesz zablokować, klikając zielony znaczek.
- ◆ **Newsletter** — w tej kolumnie znajduje się informacja, czy klient subskrybuje newsletter. Subskrypcję możesz anulować, klikając zielony znaczek.
- ◆ **Opcjonalny** — w tej kolumnie znajduje się informacja, czy na adres e-mail można wysyłać informacje od partnerów handlowych. Subskrypcję możesz anulować, klikając zielony znaczek. Nie zapisuj klienta do grona odbiorców tych listów bez jego zgody, może on je bowiem potraktować jako spam.
- ◆ **Rejestracja** — data utworzenia konta.
- ◆ **Ostatnia wizyta** — data ostatniej wizyty w sklepie.
- ◆ **Akcje** — w tej kolumnie znajdują się trzy ikony: *Edycja* (wprowadzanie zmian danych użytkownika), *Widok* (przeglądanie historii komunikatów, zamówień, adresów, kuponów rabatowych), *Usuń* (bezwzględne usunięcie konta).

- ♦ *Status* — aktywny klient ma możliwość logowania. Klient nieaktywny takiej nie ma. W ten sposób możesz zablokować konto klienta, który sprawia problemy (np. zamawia towary i ich nie kupuje, zamawia za zaliczeniem pocztowym i nie odbiera paczki).
 - ♦ *Newsletter sklepu* — uaktywnienie tej opcji powoduje, że adres e-mail klienta zostanie dodany do listy subskrybentów newslettera rozsyłanego pocztą elektroniczną. Aby wyłączyć abonowanie newslettera, kliknij czerwony krzyżyk.
 - ♦ *Opcjonalnie* — uaktywnienie tej opcji powoduje, że adres e-mail klienta zostanie dodany do listy adresatów korespondencji od partnerów handlowych sklepu. Aby wyłączyć abonowanie tego rodzaju informacji, kliknij czerwony krzyżyk.
 - ♦ *Dostęp grupy* — z listy możesz wybrać grupy, do których ma należeć klient.
4. Przewiń zawartość strony. W dolnej części okna (rys. 8.5) widocznych jest jeszcze kilka opcji:
- ♦ *Domyślna grupa klienta* — z listy wybierz główną grupę, do której będzie należeć klient. Nie ogranicza to jego przynależności do innych grup. Jedna grupa jest grupą główną.
 - ♦ *Firma* — jeżeli klientem jest firma, wpisz jej nazwę.
 - ♦ *REGON* — numer Rejestru Gospodarki Narodowej.
 - ♦ *Numer identyfikacyjny* — unikatowy numer klienta.
 - ♦ *Strona WWW* — adres strony internetowej klienta.
 - ♦ *Dozwolone zaległości w płatnościach* — maksymalna kwota, na którą klient może być zadłużony.
 - ♦ *Maksymalna ilość dni płatności* — maksymalna długość czasu od wystawienia faktury do zapłaty za nią.
 - ♦ *Ryzyko* — z listy możesz wybrać stopień wiarygodności klienta.

Rysunek 8.5.

Dolna część formularza do tworzenia konta nowego klienta

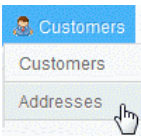
The screenshot shows the bottom part of a customer registration form in PrestaShop. It includes the following elements:

- A dropdown menu for "Domyślna grupa klienta:" with "Customer" selected. Below it is a note: "Zastosuj cenę po rabacie dla tej grupy."
- A text input field for "Firma:".
- A text input field for "REGON:".
- A text input field for "Numer identyfikacyjny:".
- A text input field for "Strona WWW:".
- A numeric input field for "Dozwolone zaległości w płatnościach:" with a value of 0 and a small "R" icon.
- A numeric input field for "Maksymalna ilość dni płatności:" with a value of 0.
- A dropdown menu for "Ryzyko:" with "None" selected.










Adresy

- ♦ Aby wyświetlić okno zarządzania adresami, wybierz polecenia: *Customers*, *Addresses* (rys. 8.6).

Rysunek 8.6.
*Polecenia, które należy
wybrać, aby uzyskać
dostęp do okna
zarządzania adresami*



Na stronie *Addresses* (rys. 8.7) widoczna jest lista adresów klientów.

| Customers > Addresses | | | | | | | |  |  |
|---|----|--------|----------|-----------------|--------------|--------|--------|---|---|
| Strona 1 / 1 Wyświetl 50 / 2 wynik(i) | | | | | | | | Wyczyść | Filtr |
|  | ID | Imię | Nazwisko | Adres | Kod pocztowy | Miasto | Kraj | Akcje | |
|  | 2 | John | DOE | 16, Main street | 75002 | Paris | France |   | |
|  | 5 | Witold | Wrotek | | | | |   | |

Rysunek 8.7. *Lista adresów klientów, którzy złożyli zamówienie w sklepie*

Listę możesz sortować rosnąco lub malejąco według każdego z pól (*ID*, *Imię*, *Nazwisko*, *Adres*, *Kod pocztowy*, *Miasto*, *Kraj*). Po wpisaniu słowa kluczowego w okno dialogowe znajdujące się pod nazwą pola możesz filtrować zawartość listy. Kliknięcie ikony oznaczonej koszem na śmieci powoduje usunięcie wybranego rekordu. Kliknięcie ikony oznaczonej kartką i ołówkiem powoduje przejście do trybu edytowania (rys. 8.8).

Rysunek 8.8.
*Fragment rekordu
klienta w trybie
edytowania*

Customers > Addresses > Edycja

Adresy

Klient

DOE John (pub@prestashop.com)

Numer identyfikacyjny

NTP

Alias adresu

Mon adresse *

Imię

John *

Nazwisko

DOE *

Firma

My Company

Adres

16, Main street *

Adres (2)

2nd floor

Kod pocztowy

75002 *

Miasto

Paris *

Kraj

France

Telefon domowy

0102030405

Telefon komórkowy

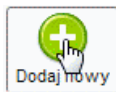
Musisz zarejestrować co najmniej jeden numer telefonu *

Nowy adres

Aby z poziomu zaplecza utworzyć nowy adres, kliknij przycisk *Dodaj nowy* (rys. 8.9).

Rysunek 8.9.

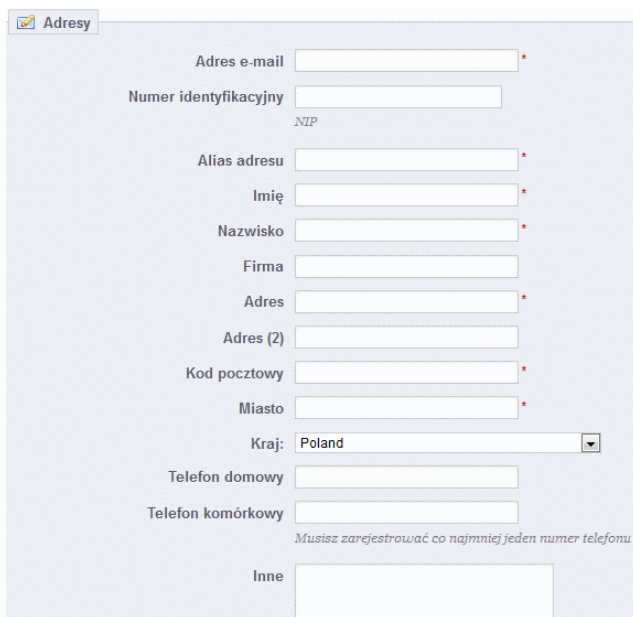
Przycisk *Dodaj nowy* znajduje się w prawym górnym rogu okna



Po chwili wyświetli się formularz, który umożliwia dodanie nowego adresu (rys. 8.10). Nazwy pól informują, co trzeba w nie wpisać.

Rysunek 8.10.

Formularz, który umożliwia dodanie nowego adresu



Formularz o tytule "Adresy" zawiera następujące pola:

- Adres e-mail *
- Numer identyfikacyjny (z podpowiadką NIP)
- Alias adresu *
- Imię *
- Nazwisko *
- Firma
- Adres *
- Adres (2)
- Kod pocztowy *
- Miasto *
- Kraj: Poland (menu rozwinięte)
- Telefon domowy
- Telefon komórkowy
- Inne

Przy polu "Telefon komórkowy" znajduje się podpowiedź: "Musisz zarejestrować co najmniej jeden numer telefonu *".

Pola wymagane

Aby wypełnienie pola było niezbędne do zaakceptowania wpisu, kliknij widoczny w dolnej części okna *Addresses* przycisk *Ustaw pola wymagane w tej sekcji* (rys. 8.11). Następnie zaznacz pola, których wypełnienie będzie obowiązkowe.

Grupy

Grupy ułatwiają zarządzanie użytkownikami. Zamiast nadawać uprawnienia poszczególnym użytkownikom, możesz nadać je całej ich grupie. Nadanie uprawnienia użytkownikowi polega na dodaniu go do grupy. To znacznie upraszcza pracę.

Rysunek 8.11.
Wypełnienie pól zaznaczonych będzie obowiązkowe

Ustaw pola wymagane w tej sekcji

Wymagane pola

Zaznacz pola, które chcesz żeby były wymagane w tej sekcji.

☐

Nazwa pola

☐company

☐address2

☒postcode

☐other

☐phone

☒phone_mobile

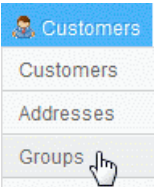
☐vat_number

☐dni

Zapisz

Aby wyświetlić okno zarządzania grupami, wybierz polecenia: *Customers, Groups* (rys. 8.12).

Rysunek 8.12.
Polecenia, które należy wybrać, aby uzyskać dostęp do okna zarządzania grupami



Na stronie *Groups* (rys. 8.13) widoczna jest lista grup, do których możesz przydzielić klientów.

Rysunek 8.13.
Lista grup, które zostały utworzone podczas instalowania oprogramowania sklepu

Masz teraz trzy domyślne grupy klientów.

Visitor - Wszystkie osoby z kontem klienta lub zweryfikowane.
Guest - Klienci którzy złożyli zamówienie za pomocą konta Gościa.
Customer - Wszyscy ludzie którzy założyli konto na tej stronie.

Customers > Groups

Dodaj nowy

Pomoc

Strona 1 / 1 | Wyświetl 50 / 3 wynik(i)

Wyczyść

Filtr

| <input type="checkbox"/> | ID | Nazwa | Rabat (%) | Członkowie | Pokaż ceny | Data stworzenia | Akcje |
|--------------------------|----|----------|-----------|------------|---------------|-----------------------------|-------------------------|
| <input type="checkbox"/> | | | | | <div>--</div> | <div>Od</div> <div>Do</div> | -- |
| <input type="checkbox"/> | 1 | Visitor | 0.00 % | 0 | ✓ | 2012-12-18 | <div></div> <div></div> |
| <input type="checkbox"/> | 2 | Guest | 0.00 % | 0 | ✓ | 2012-12-18 | <div></div> <div></div> |
| <input type="checkbox"/> | 3 | Customer | 0.00 % | 2 | ✓ | 2012-12-18 | <div></div> <div></div> |

Domyślnie zostały utworzone trzy grupy:

- ♦ *Visitor* — należą do niej wszystkie osoby, które nie mają konta klienta lub których autoryzacja nie została wykonana.

- ◆ *Guest* — należą do niej klienci, którzy złożyli zamówienie z opcją *Guest Checkout* (pamiętaj, aby uaktywnić tę opcję).
- ◆ *Customer* — należą do niej wszystkie osoby, które utworzyły konto w sklepie i dokonały uwierzytelnienia.

Nowa grupa

Aby z poziomu zaplecza utworzyć nową grupę, wykonaj poniższe czynności.

1. Kliknij przycisk *Dodaj nowy* (rys. 8.14).

Rysunek 8.14.

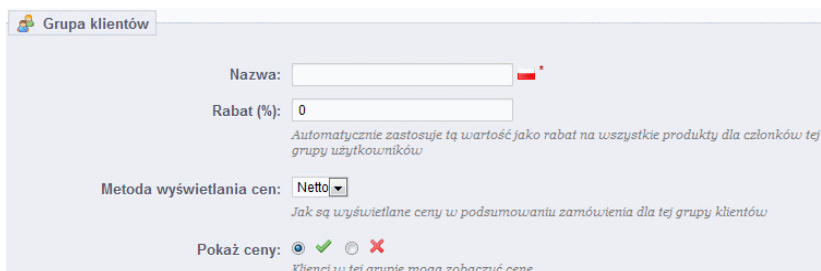
Przycisk Dodaj nowy znajduje się w prawym górnym rogu okna



2. Po chwili wyświetli się formularz, który umożliwia dodanie nowej grupy (rys. 8.15).

Rysunek 8.15.

Formularz, który umożliwia dodanie nowej grupy



Grupa klientów

Nazwa:

Rabat (%):

Automatycznie zastosuje tę wartość jako rabat na wszystkie produkty dla członków tej grupy użytkowników

Metoda wyświetlania cen:

Jak są wyświetlane ceny w podsumowaniu zamówienia dla tej grupy klientów

Pokaż ceny: ☒ ☐ ☐ ☐

Klienci w tej grupie mogą zobaczyć cenę

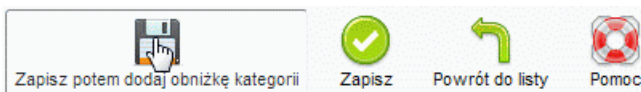
3. Zanim grupa zostanie utworzona, wpisz informacje w następujące pola:

- ◆ *Nazwa* — to pole powinno zawierać nazwę (krótką, ale opisową).
- ◆ *Rabat (%)* — tu powinna być określona stała zniżka przysługująca wszystkim klientom należącym do grupy, obowiązująca na wszystkie artykuły znajdujące się w ofercie sklepu.
- ◆ *Metoda wyświetlania cen* — z listy wybierz sposób wyświetlania cen dla klientów należących do grupy. Możliwe są dwie opcje: *netto* i *brutto*.
- ◆ *Pokaż ceny* — dla klientów należących do grupy ceny mogą być wyświetlane lub ukrywane. Domyślnie wszyscy klienci widzą ceny. Opcję ukrywania i pokazywania cen w zależności od grupy możesz wykorzystać, aby zachęcić klientów do zakładania konta. Ceny mogą być widoczne dla klientów tylko wówczas, gdy utworzą konto w sklepie.

4. Po wpisaniu danych możesz zapisać grupę, klikając przycisk *Zapisz*, lub zapisać ją i przyznać rabat, klikając przycisk *Zapisz potem dodaj obniżkę kategorii* (rys. 8.16).

Rysunek 8.16.

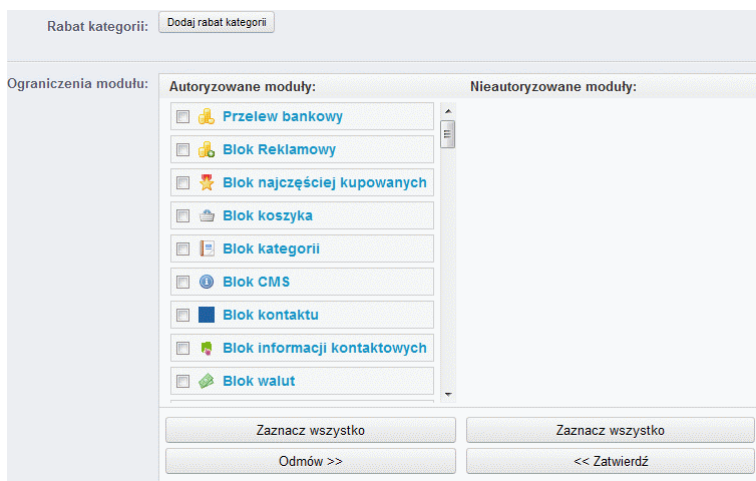
Przyciski do zarządzania
formularzem grup
klientów



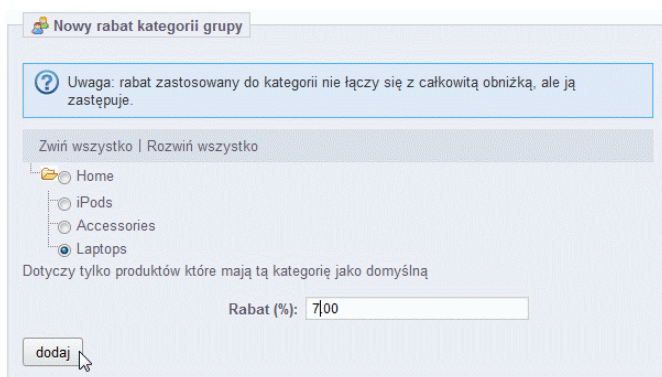
W sekcji *Rabat kategorii* (rys. 8.17) widoczny jest przycisk *Dodaj rabat kategorii*. Kliknięcie go powoduje wyświetlenie okna *Nowy rabat kategorii grupy* (rys. 8.18). Z listy kategorii towarów wybierz tę, do której chcesz przypisać zniżkę. Będzie ona dotyczyła tylko klientów należących do wybranej grupy.

Rysunek 8.17.

Sekcje *Rabat*
kategorii
i *Ograniczenia*
modułu

**Rysunek 8.18.**

Okno *Nowy rabat*
kategorii grupy



Uwaga

Zniżka przypisana do kategorii zastąpi wszystkie inne zniżki, które członkowie grupy uzyskali uprzednio.

Możesz dodać dowolną liczbę zniżek przypisanych do kategorii. Dzięki temu uzyskasz możliwość przypisania grupie całego zestawu różnych rabatów.

W sekcji *Ograniczenia modułu* (rys. 8.17) możesz blokować członkom grupy dostęp do wybranych modułów. Dostępne są moduły znajdujące się na liście *Autoryzowane moduły*.



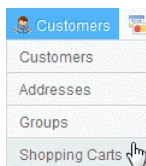
Postępując się sekcją *Ograniczenia modułu*, możesz np. ukryć przed nieautoryzowanymi klientami informację o najlepiej sprzedających się produktach.

Karty zakupowe

Aby wyświetlić okno zarządzania kartami zakupów, wybierz polecenia: *Customers*, *Shopping Carts* (rys. 8.19).

Rysunek 8.19.

Polecenia, które należy wybrać, aby uzyskać dostęp do okna zarządzania kartami zakupów



Wyświetli się strona z listą zamówień (rys. 8.20).

Rysunek 8.20.

Fragment listy zamówień

| Customers > Shopping Carts | | | | | | | |
|---|---------------|-----------|----------------|----------------|---------------------|--------|-------|
| Strona 1 / 1 Wyświetl 50 / 2 wynik(i) | | | | | | | |
| Wyczyść Filtr | | | | | | | |
| ID | ID zamówienia | Klient | Cena całkowita | Sposób dostawy | Data | Online | Akcje |
| | | | -- | | Od Do | -- | -- |
| 1 | 1 | J. DOE | 635,57 zł | My carrier | 2012-12-18 18:19:16 | | |
| 2 | 2 | W. Wrotek | 194,42 zł | My carrier | 2012-12-21 13:02:13 | | |

Aby wyświetlić informację o szczegółach zamówienia, kliknij ikonę oznaczoną kartką i lupą. Wyświetlą się informacje o zamówieniu (rys. 8.21).



Informacje o kliencie możesz znaleźć po rozwinięciu menu *Clients* i wybraniu z niego polecenia *Clients*.

Obsługa klientów

PrestaShop pozwala na obsługiwanie z jednego miejsca zaplecza żądania klientów. Dzięki temu możesz śledzić wątki dyskusji bez potrzeby sprawdzania skrzynki pocztowej.



Formularz kontaktu jest dostępny po kliknięciu odsyłacza *Kontakt*, który znajduje się w prawym górnym rogu okna sklepu.

Rysunek 8.21.

Lista zamówionych towarów zawiera również informacje o liczbie dostępnych produktów

John DOE #1
pub@prestashop.com

Data rejestracji konta: 2012-12-18
Liczba zatwierdzonych zamówień: 0
Razem wydano od rejestracji:

Informacje o zamówieniu

Zamówienie #1

Złożone: 2012-12-18

Podsumowanie koszyka

| Produkt | Cena jednostkowa | Ilość | Na stanie | Cena całkowita |
|---|------------------|-------|-----------|----------------|
| iPod touch Disk space : 32GB | 482,33 zł | 1 | 40 | 482,33 zł |
| Shure SE210 Sound-Isolating Earphones for iPod and iPhone | 153,24 zł | 1 | 15 | 153,24 zł |
| Suma cen produktów: | | | | 635,57 zł |
| Suma: | | | | 635,57 zł |



Uwaga

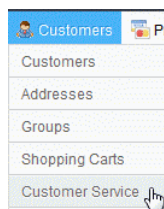
Wątki dyskusji są dostępne wówczas, gdy w sekcji *Contacts* aktywna jest opcja *Zapisać wiadomości*. Dostęp do sekcji *Contacts* uzyskasz po rozwinięciu menu *Customers*.

Jeżeli opcja *Zapisać wiadomości* nie jest aktywna, wysłane wiadomości są przesyłane do skrzynki pocztowej obsługi sklepu. Nie są przechowywane ani łączone w wątki.

Aby wyświetlić okno centrum obsługi klientów, wybierz polecenia: *Customers, Customers Service* (rys. 8.22).

Rysunek 8.22.

Polecenia, które należy wybrać, aby uzyskać dostęp do centrum obsługi klientów



Po chwili wyświetli się okno *Customer Service* (rys. 8.23). Podzielone jest ono na kilka części. Webmaster i pracownik biura obsługi klienta mogą się z nich dowiedzieć, czy otrzymali nowe wiadomości.

Do oznaczania wątków używane są kolorowe kółka. Łatwo je rozszyfrować dzięki legendzie widocznej w polu *Znaczenie statusu*.

W polu *Biuro Obsługi Klienta: Statystyka* widoczna jest zbiorcza informacja o aktywności użytkowników od czasu uruchomienia sklepu.

Rysunek 8.23.

Górna część okna
Customer Service

Customers > Customer Service

| Webmaster | Customer service | Znaczenie statusu |
|--|---|---|
| <i>If a technical problem occurs on this website</i> | <i>For any question about a product, an order</i> | <div style="display: flex; flex-direction: column; gap: 5px;"> <div>● Aktywny</div> <div>● Zamknięty</div> <div>● Oczekuje 1</div> <div>● Oczekuje 2</div> </div> |
| Brak nowych wiadomości | 1 nowa wiadomość | |

**Biuro Obsługi Klienta :
Statystyka**

| | |
|----------------------------------|---|
| Wszystkich dyskusji | 1 |
| Dyskusje oczekujące | 0 |
| Wszystkie wiadomości klientów | 2 |
| Wszystkie wiadomości pracowników | 0 |
| Nieprzeczytane wątki | 1 |
| Zamknięte wątki | 0 |

Każda wiadomość ma swój rekord (rys. 8.24). Pola wykorzystuje się do filtrowania i sortowania wiadomości. Listę *Typ* możesz użyć do podzielenia informacji według adresatów, listę *Status* zaś do sortowania informacji według wątku.

Rysunek 8.24.

Fragment wykazu
korespondencji
elektronicznej
Customer Service

| Numer ID | Klient | Adres e-mail | Typ | Język | Status | Pracownik |
|----------|---------------|--------------|------------------|--------|--------|-----------|
| -- | | | -- | -- | -- | |
| 1 | Witold Wrotek | | Customer service | Polish | | -- |

W dalszej części strony widoczne jest pole *Opcje kontaktu* (rys. 8.25). Możesz w nim włączyć (stan domyślny) lub zablokować możliwość przysyłania plików. Proponuję pozostawić tę opcję włączoną. W przypadku problemów z działaniem sklepu użytkownik może zapisać wygląd ekranu do pliku i przesłać go do obsługi sklepu.

Rysunek 8.25.

Pole *Opcje kontaktu*.
W nim zredagujesz
wiadomość, która
zostanie dodana do
odpowiedzi w wątku.
Może to być na
przykład zwrot
grzecznościowy

Opcje kontaktu

Pozwól na wgranie pliku

☒ Tak
 ☐ Nie

Pozwól klientom wgrywać pliki za pomocą strony kontaktowej

Domyślna wiadomość

Wypełnij proszę wiadomość, która pojawi się domyślnie kiedy odpowiesz w wątku na stronie obsługi klienta

W polu *Domyślna wiadomość* wpisz tekst automatycznej odpowiedzi. Możesz umieścić tutaj prosty szablon i edytować go w zależności od potrzeb.

W dalszej części strony widoczne jest pole *Opcje obsługi klienta* (rys. 8.26). Znajdują się w nim pola, które należy wypełnić, aby zdobyć dostęp do serwera poczty elektronicznej za pośrednictwem interfejsu IMAP. Niezbędne informacje możesz uzyskać w firmie hostingowej.

Rysunek 8.26.
Pole Opcje obsługi klienta

Opcje obsługi klienta

URL serwera IMAP
URL serwera IMAP (mail.server.com)

Port serwera IMAP
Port używany do łączenia się z serwerem IMAP

Użytkownik serwera IMAP
Nazwa użytkownika używana do łączenia się z serwerem IMAP

Hasło serwera IMAP
Hasło używane do łączenia się z serwerem IMAP

Usui wiadomości ☒ Tak ☐ Nie
Usui wiadomości po synchronizacji. Jeżeli nie zaktywujesz tej opcji, synchronizacja będzie dłuższa

Opcje IMAP (Inorsh) ☒ Tak ☐ Nie
Nie używaj RSH lub SSH aby utworzyć zautentyfikowaną sesję IMAP

Opcje IMAP (fssl) ☒ Tak ☐ Nie
Użyj SSL aby zaszyfrować sesję

Kontakty

W celu ułatwienia komunikacji z klientami możesz utworzyć wiele kont. Mogą one nosić nazwy: „doradcy techniczni”, „dział sprzedaży”, „logistyka” itp. Jeżeli użytkownik zada sobie trud wybrania adresata, będzie miał możliwość skontaktowania się bezpośrednio z odpowiednią osobą.



Uwaga

Aby skontaktować się z odpowiednim zespołem pracowników, klient powinien kliknąć link *Kontakt*, znajdujący się na górze i na dole strony. Wyświetli się formularz, w którym należy rozwinąć listę *Temat* i wybrać adresata wiadomości (rys. 8.27).

Aby wiadomości można było wysyłać do odpowiednich osób, powinieneś skonfigurować opcje kontaktowania. Po wybraniu poleceń: *Customers*, *Contacts* (rys. 8.28) wyświetli się okno do zarządzania kontami pocztowymi (rys. 8.29).

Jeżeli chcesz dodać nowe konto, kliknij przycisk *Dodaj nowy*. Wyświetli się okno *Kontakty* (rys. 8.30).

W polu *Tytuł* wpisz nazwę, która ułatwi zidentyfikowanie osoby lub sprawy, np.: „Wysyłka”, „Chcę zwrócić produkt”, „Chcę nawiązać współpracę”.

Rysunek 8.27.
Formularz do kontaktu klientów z obsługą sklepu

Obsługa Klienta - Kontakt z nami

W razie pytań o zamówienie lub informacji o naszych produktach.

WYŚLIJ WIADOMOŚĆ

Temat

-- Wybierz --
Wybierz
Customer service
Webmaster

Adres e-mail

ID zamówienia

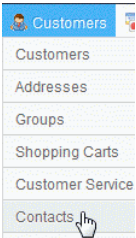
Załącz plik

Przeglądaj...

Wiadomość

Wyślij

Rysunek 8.28.
Polecenia, które należy wybrać, aby uzyskać okno zarządzania kontami pocztowymi



Rysunek 8.29.
Okno do zarządzania kontami pocztowymi

Customers > Contacts

+

 Dodaj nowy

🚑

 Pomoc

Strona 1 / 1 | Wyświetl 50 / 2 wynik(i)

WyczyśćFiltr

| | ID | Tytuł | Adres email | Opis | Akcje |
|--|----|------------------|-------------|---|-------|
| | | | | | |
| | 1 | Webmaster | | If a technical problem occurs on this website | |
| | 2 | Customer service | | For any question about a product, an order | |

Rysunek 8.30.
Okno do zarządzania kontami

Kontakty

Tytuł:

Nazwa kontaktu (np. Wsparcie Techniczne)

Adres email

Na ten adres zostaną wysyłane wiadomości

Zapisać wiadomości?

☐ ☒ ☐

Jeżeli włączone, wszystkie wiadomości zostaną zapisane na stronie "Obsługa Klienta" w menu "Klient"

Opis

Dodatkowa informacja o tym kontakcie

Wymagane pole

W polu *Adres email* możesz wpisać... ten sam adres dla wszystkich kontaktów. Klient nie będzie wiedział, że sklep obsługuje jedna osoba, a Tobie będzie łatwiej uporządkować korespondencję.

Po uaktywnieniu opcji *Zapisać wiadomości* list zostanie zapisany w *Customer services tool*, a jej zablokowanie spowoduje, że wiadomość zostanie przesłana do skrzynki e-mail. W drugim przypadku użytkownik nie będzie miał możliwości skorzystania z ułatwień w obsłudze korespondencji, jakie oferuje PrestaShop.

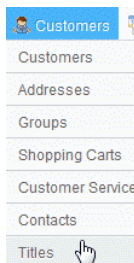
Pole *Opis* służy do wprowadzenia opisu, który będzie wyświetlany w formularzu kontaktu klienta.

Tytuły

Po wybraniu poleceń *Customers, Titles* (rys. 8.31) wyświetli się okno *Titles* (rys. 8.32). Tytuł to przedrostek, który ułatwia identyfikowanie płci, a w przypadku pań również stanu cywilnego.

Rysunek 8.31.

Polecenia, które należy wybrać, aby uzyskać dostęp do okna edytowania tytułów



Rysunek 8.32.

Okno edytowania tytułów



Domyślnie wpisane są trzy tytuły. Po kliknięciu przycisku *Dodaj nowy* wyświetli się formularz *Tytuły* (rys. 8.33).

W polu *Nazwa* wpisz informację, która będzie wyświetlana przed personaliami użytkownika. Jest to sposób na wyróżnienie sklepu. Jeżeli w ofercie masz np. gry komputerowe, możesz pozwolić użytkownikom wybrać nazwy w rodzaju „Krasnolud”, „Goblin”, „Alchemik”.

Rysunek 8.33.
Formularz Tytuły

Tytuły

Nazwa:

Typ: ☒ Mężczyzna ☐ Kobieta ☐ Neutralny

Zdjęcie: Przeglądaj...

Szerokość obrazu:
Szerokość obrazu w pikselach. Wpisz "o" aby użyć oryginalnego rozmiaru

Wysokość obrazu:
Wysokość obrazu w pikselach. Wpisz "o" aby użyć oryginalnego rozmiaru

* Wymagane pole

Do nazwy możesz przypisać płeć. Zdefiniujesz ją w sekcji *Typ*. Jeżeli tytuł może być wybrany zarówno przez mężczyznę, jak i przez kobietę, wybierz opcję *Neutralny*.

Korzystając z sekcji *Zdjęcie*, możesz załadować obrazek. Jego wymiary określisz, wpisując wartości w polach *Szerokość obrazu* i *Wysokość obrazu*.

Podsumowanie

- ◆ Podczas instalowania sklepu z zestawem danych tworzone jest konto użytkownika Johna DOE. Konta tego możesz używać do testowania sklepu oraz oglądania witryny z perspektywy klienta.
- ◆ Uaktywnienie opcji *Newsletter sklepu* powoduje, że adres e-mail klienta zostanie dodany do listy subskrybentów newslettera rozsyłanego pocztą elektroniczną.
- ◆ Aby skontaktować się z odpowiednim zespołem pracowników, klient powinien kliknąć link *Kontakt*, znajdujący się on górze i na dole strony. Po kliknięciu wyświetli się formularz, w którym klient będzie mógł rozwinąć listę *Temat* i wybrać adresata wiadomości.

Rozdział 9.

Zamówienia

Z tego rozdziału dowiesz się:

- ♦ czy obsługa sklepu może przyjmować zamówienia telefoniczne;
- ♦ o ile sztuk towaru można maksymalnie zwiększyć zamówienie;
- ♦ do czego służy list przewozowy.

Zamówienia

Po wybraniu poleceń *Orders*, *Orders* (rys. 9.1) wyświetli się okno *Orders* (rys. 9.2).

Rysunek 9.1.
Fragment menu
Orders



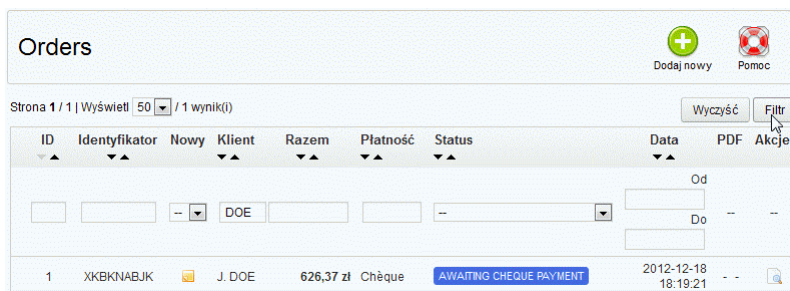
Rysunek 9.2.
Lista zamówień
zawiera informacje
o sposobie
i statusie płatności

| Orders | | | | | | | | | |
|---|---------------|------|-----------|-----------|-----------------|----------------------------|---------------------|-----|-------|
| <div>Strona 1 / 1 Wyświetl: 50 / 2 wynik(i)</div> <div><div>+</div> Dodaj nowy <div>🚨</div> Pomoc</div> <div><div>Wyszukaj</div> <div>Filtr</div></div> | | | | | | | | | |
| ID | Identyfikator | Nowy | Klient | Razem | Płatność | Status | Data | PDF | Akcje |
| <div><div></div> <div></div> <div>Od</div> <div></div> <div></div> <div></div> <div></div> <div></div> <div>Do</div> <div></div></div> | | | | | | | | | |
| 2 | ONMINDFKSV | | W. Wrotek | 196,88 zł | Przelew bankowy | AWAITING BANK WIRE PAYMENT | 2012-12-21 13:05:40 | - - | |
| 1 | XKBKNABJK | | J. DOE | 626,37 zł | Chèque | AWAITING CHEQUE PAYMENT | 2012-12-18 18:19:21 | - - | |

Zawiera ono listę zamówień złożonych w sklepie. Są one uporządkowane według daty złożenia — najnowsze zamówienia znajdują się na górze strony.

Zawartość pól możesz wykorzystać do filtrowania i sortowania zamówień. Aby znaleźć wszystkie zamówienia złożone przez klienta J. DOE, wpisz w polu tekstowym znajdującym się w kolumnie *Klient* słowo „DOE”, a następnie kliknij przycisk *Filtr* (rys. 9.3).

Rysunek 9.3.
Lista zamówień
po przefiltrowaniu
danych



Nowe zamówienie

Nowością wprowadzoną w wersji 1.5 PrestaShop jest możliwość składania zamówienia po zalogowaniu się do zaplecza. Dzięki temu obsługa może rejestrować zamówienia składane np. telefonicznie czy przez e-mail.

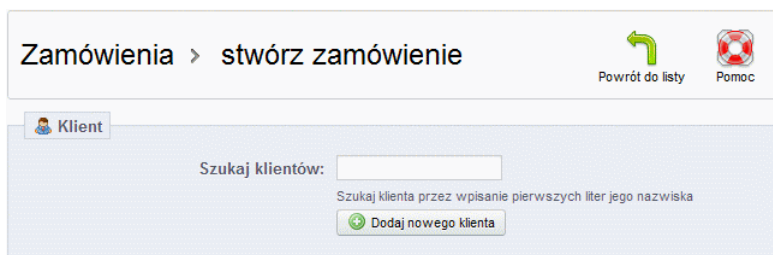
Aby złożyć zamówienie, kliknij przycisk *Dodaj nowy* (rys. 9.4).

Rysunek 9.4.
Przycisk *Dodaj nowy*



Po chwili wyświetli się okno *stwórz zamówienie* (rys. 9.5).

Rysunek 9.5.
Okno *stwórz zamówienie*. Pierwszym etapem pracy jest odszukanie lub stworzenie nowego klienta



Składając zamówienie od strony zaplecza, musisz w pierwszej kolejności przypisać je do klienta. Pracę rozpocznij od sprawdzenia, czy klient istnieje w bazie danych sklepu. W tym celu w polu *Szukaj klientów* zacznij wpisywać kolejne litery nazwiska. Nie pisz zbyt szybko — oprogramowanie powinno mieć czas na przeszukanie bazy (rys. 9.6). Po odnalezieniu danych kliknij znajdujący się przy nazwisku klienta przycisk *Wybierz*.

Jeżeli klient, którego zamówienie chcesz wprowadzić do systemu, jeszcze nie utworzył konta, obsługa sklepu może je zarejestrować na bieżąco. Zaraz po zapisaniu danych klient będzie mógł korzystać z konta. Aby utworzyć konto, kliknij przycisk *Dodaj nowego klienta*. Spowoduje to wyświetlenie formularza *Dodaj nowy* (rys. 9.7). Uzupełnij go na podstawie informacji uzyskanych od klienta.

Rysunek 9.6.
*Lista klientów, których
nazwisko rozpoczyna
się na literę D*

Rysunek 9.7.
*Formularz do
zakładania konta
klienta*

Niezależnie od tego, czy konto już istniało, czy zostało dopiero utworzone, wprowadzający zamówienie musi je odszukać (rys. 9.6), a po znalezieniu danych kliknąć znajdujący się przy nazwisku klienta przycisk *Wybierz*. Spowoduje to wyświetlenie całej karty zamówienia.

Wyberane towary trzeba dodawać do *Koszyka* (rys. 9.8). Najłatwiej je znajdować, wpisując w polu *Szukaj produktu* pierwsze litery nazwy.

Rysunek 9.8.
*Wyszukiwany może
być fragment nazwy*

Następnie z listy *Produkt* należy wybrać artykuł, dodatkowe atrybuty, wpisać w polu *Ilość* liczbę sztuk i kliknąć przycisk *Dodaj do koszyka* (rys. 9.8).

Wybranie produktu powoduje wyświetlenie listy *Kombinacja* (rys. 9.9). Z niej wybiera się atrybut szczegółowo opisujący towar, a następnie w polu *Ilość* wpisuje się liczbę zamawianych artykułów.

Rysunek 9.9.

*Wybranie produktu powoduje wyświetlenie listy **Kombinacja***

W dalszej części strony widoczne są wcześniejsze zamówienia (rys. 9.10). Noszą one nazwę koszyków.


Rysunek 9.10.

Podczas kompletowania nowego zamówienia widać wcześniejsze zakupy. To może ułatwić pracę

Koszyki:

| ID | Data | | Razem | Akcja |
|----|------|--|-------|-------|
|----|------|--|-------|-------|

Zamówienia:

| ID | Data | Produkty | Razem zapłacono | Płatność | Status | Akcja |
|----|------------------------|----------|--------------------|----------|-------------------------|---|
| 1 | 2012-12-18 18:19:21 | 2 | 626,37 zł | Chèque | Awaiting cheque payment |  |

Nic nie stoi na przeszkodzie, aby do zamówienia dodać kupon rabatowy (rys. 9.11). Wystarczy kliknąć przycisk *Dodaj nowy kupon*.

Rysunek 9.11.

Zamówienie można uzupełnić kuponem rabatowym

Na końcu strony, w sekcji *Adresy*, widoczny jest adres dostawy i adres podany na fakturze (rys. 9.12). Mogą się one różnić.

Rysunek 9.12.

*Do istniejących adresów można dodać kolejny. W tym celu wystarczy kliknąć przycisk **Dodaj nowy adres***

Aby zapisać zamówienie, należy kliknąć widoczny w prawym dolnym rogu okna przycisk *stwórz zamówienie*.

Przeglądanie zamówień

Zamówienia są wyświetlane w postaci listy (rys. 9.13).

Rysunek 9.13.
Lista zamówień zawiera jedynie podstawowe informacje

Orders

Dodaj nowy

Pomoc

Strona 1 / 1 | Wyświetl 50 / 4 wyniki()

Wyczyść

Filtr

| ID | Identyfikator | Nowy | Klient | Razem | Płatność | Status | Data | PDF | Akcje |
|----|---------------|------|-----------|-----------|-----------------|----------------------------|---------------------|-----|-------|
| | | | | | | | Od | | |
| | | | | | | | Do | | |
| 4 | JUZWFXYGG | | J. DOE | 81,25 zł | Przelew bankowy | AWAITING BANK WIRE PAYMENT | 2013-03-12 15:58:24 | - - | |
| 3 | QATFEKRILD | | J. DOE | 162,50 zł | Przelew bankowy | AWAITING BANK WIRE PAYMENT | 2013-03-12 15:55:19 | - - | |
| 2 | ONMINDFKSV | | W. Wrotek | 196,88 zł | Przelew bankowy | AWAITING BANK WIRE PAYMENT | 2012-12-21 13:05:40 | - - | |
| 1 | XKBNABJK | | J. DOE | 626,37 zł | Cheque | AWAITING CHEQUE PAYMENT | 2012-12-18 18:19:21 | - - | |

Aby obejrzeć szczegóły zamówienia, kliknij linię, w której się ono znajduje, lub kartkę widoczną po jego prawej stronie. Arkusz ze szczegółami zamówienia wypełnia całe okno (rys. 9.14).

Rysunek 9.14.
Arkusz ze szczegółami zamówienia

Zamówienie #1 (XKBNABJK) - John DOE

Dodaj produkt

Powrót do listy

Pomoc

| Produkt | Cena jednostkowa * | Ilość | Dostępna ilość | Razem * | Akcja |
|--|--------------------|-------|----------------|-----------|---|
|  iPod touch - Capacité: 32Go | 489,00 zł | 1 | 40 | 489,00 zł |   |
|  Écouteurs à isolation sonore Shure SE210 | 149,00 zł | 1 | 15 | 149,00 zł |   |

* Dla tej grupy klientów ceny są wyświetlane jako: Brutto

Zwrot towarów jest wyłączony

| | |
|--------------|------------------|
| Produkty | 618,00 zł |
| Przesyłka | 8,37 zł |
| Razem | 626,37 zł |

| Nazwa rabatu | Wartość | Akcja |
|---|---------|-------|
| <div><div></div><div>Dodaj nowy rabat</div></div> | | |

Zmienianie zamówień

Zamówienia nie są niezienne. Istnie bardzo wiele powodów, aby je zmienić, zanim zostaną skompletowane, zapakowane i wysłane do klienta. Produkt może okazać się niedostępny, wysyłka takiej liczby artykułów jest zbyt kosztowna, klient wpadł na nowy pomysł. Jednym słowem: samo życie.

Zwiększanie zamówienia

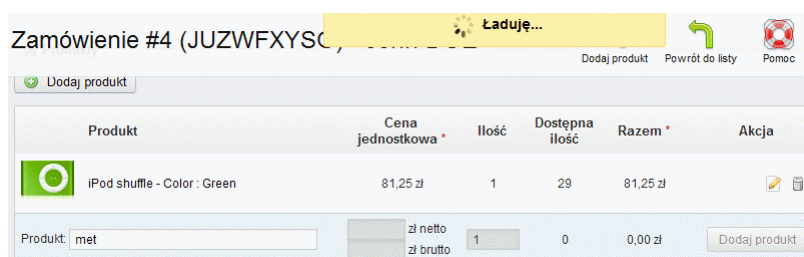
Aby dodać artykuł do zamówienia, przewiń stronę, aż pojawi się sekcja *Produkty* (rys. 9.15).

Rysunek 9.15.
Do zamówienia
możesz dodać
produkt



Kliknij przycisk *Dodaj produkt*. Wyświetli się pole *Produkt*. Wpisz w nim nazwę szukanego artykułu. Nie musisz wprowadzać całej nazwy. Gdy pokaże się komunikat *Ładuję...*, zaczekaj na wyświetlenie listy towarów (rys. 9.16). Wybierz odpowiedni towar z listy i kliknij przycisk *Dodaj produkt*.

Rysunek 9.16.
Po wpisaniu kilku
znaków
rozpoczyna się
wyszukiwanie
towaru

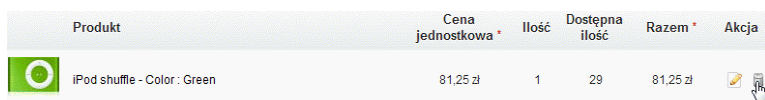


Do zamówienia można maksymalnie dodać tyle sztuk towaru, ile aktualnie jest w sklepie.

Zmniejszanie zamówienia

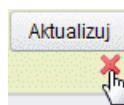
Aby usunąć produkt z listy zamówienia, wyświetl listę towarów, a następnie kliknij ikonę oznaczoną symbolem śmietnika (rys. 9.17). Po potwierdzeniu operacji artykuł zostanie usunięty z zamówienia.

Rysunek 9.17.
W wierszu towaru
kliknij ikonę oznaczoną
symbolem śmietnika



Jeżeli chcesz zmienić liczbę sztuk, kliknij ikonę oznaczoną kartką z ołówkiem, a następnie w polu *Ilość* wprowadź nową liczbę sztuk. Aby anulować zmiany wpisane w formularzu i zamknąć formularz, kliknij czerwony krzyżyk (rys. 9.18).

Rysunek 9.18.
Kliknięcie przycisku *Aktualizuj*
powoduje zapisanie zmian, zaś
czerwonego krzyżyka — ich anulowanie



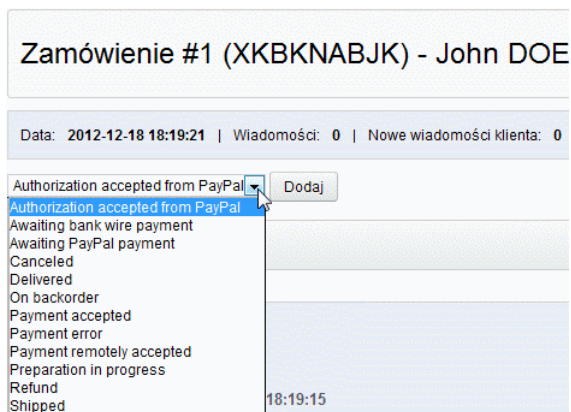
Edytowanie szczegółów

Wiele sekcji zamówienia można edytować. Pozwala to na uaktualnienie wprowadzonych danych.

Po kliknięciu rekordu zamówienia możesz je edytować. Z listy widocznej w lewym górnym rogu wybierz status (rys. 9.19).

Rysunek 9.19.

Lista statusów
zamówienia



Dostępne są następujące statusy:

- ♦ *Awaiting bank wire payment* — oczekiwanie na przelew.
- ♦ *Awaiting cheque payment* — oczekiwanie na czek.
- ♦ *Awaiting PayPal payment* — oczekiwanie na płatność przez PayPal.
- ♦ *Canceled* — anulowane.
- ♦ *Delivered* — dostarczone.
- ♦ *On backorder* — zamówienia, których realizacja przedłuża się.
- ♦ *Payment accepted* — płatność zaakceptowana.
- ♦ *Payment error* — błąd płatności.
- ♦ *Payment remotely accepted* — płatność zaakceptowana zdalnie.
- ♦ *Preparation in progress* — płatność z toku.
- ♦ *Refund* — refundacja.
- ♦ *Shipped* — wysłane.



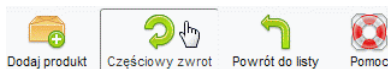
Przyciski widoczne na pasku statusu są zależne od statusu zamówienia.

Zwrot towarów

Kliknij przycisk *Częściowy zwrot towarów* (rys. 9.20).

Rysunek 9.20.

Przycisk Częściowy zwrot towarów



Spowoduje to wyświetlenie formularza, w którym można wprowadzić informacje o korekcie zamówienia (rys. 9.21).

Rysunek 9.21.

Formularz z miejscem do wpisywania zwrotów

| Produkt | Cena jednostkowa * | Ilość | Zwróconych pieniędzy | Dostępna ilość | Razem * | Częściowy zwrot | Akcja |
|--|--------------------|-------|----------------------|----------------|-----------|---------------------------------|-------|
| iPod touch - Capacité: 32Go | 469,00 zł | 1 | 0 | 40 | 469,00 zł | Ilość: 0 0/1 Wielkość: zł | |
| Écouteurs à isolation sonore Shure SE210 | 149,00 zł | 1 | 0 | 15 | 149,00 zł | Ilość: 1 0/1 Wielkość: zł | |

Rozliczenie za zwrot

Po zwróceniu towaru przez klienta na rachunku sklepu powstaje nadpłata. Zniwelować ją można, przyznając rabat lub generując kupon (rys. 9.22).

Rysunek 9.22.

Opcje rozliczania nadpłaty

Rabat to inaczej dowód na piśmie, że towar został zwrócony. W większości sytuacji klient może się nim posługiwać tak jak kuponem.

Kupon zawiera kod aktywujący zniżkę. Nie musi być ona powiązana ze zwrotem towaru. Kupon ma więc więcej zastosowań niż rabat i może określać zniżkę wyrażoną procentowo, kwotowo lub jako dostawę towaru na koszt sklepu.

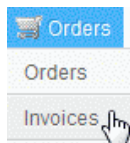
Faktury

Za każdym razem, gdy zamówienie zostanie uznane za ważne, do klienta jest wysyłana faktura. Faktury pojedyncze możesz otwierać po kliknięciu ich w oknie *Orders*. Do grupowego zarządzania fakturami służy okno *Drukuj faktury proforma w PDF*.

Dostęp do okna zarządzania fakturami jest możliwy po wybraniu poleceń: *Orders, Invoices* (rys. 9.23).

Rysunek 9.23.

Polecenia, które należy wybrać, aby uzyskać dostęp do okna zarządzania fakturami



W oknie *Drukuj faktury proforma w PDF* (rys. 9.24) możesz uporządkować faktury według dwóch kryteriów: daty lub statusu zamówienia.

Rysunek 9.24.

Opcje porządkowania faktur

Drukuj faktury proforma w PDF

W dalszej części okna znajduje się sekcja *Opcje rachunków* (rys. 9.25).

Rysunek 9.25.

Fragment sekcji Opcje rachunków

Domyślnie zaznaczona jest opcja wysyłania faktury *proforma*. Jeśli jednak usuniesz to zaznaczenie, klienci nie będą mieli dostępu do dokumentu. Bądź jednak przygotowany, że niektórzy klienci o to poproszą.

W polu *Prefiks faktury proforma* możesz wpisać znaki, od których rozpoczynać się będzie nazwa faktury. Jeżeli masz kilka sklepów, wpisz znaki ułatwiające identyfikację sklepu, w którym dokonano zakupu.

Jeżeli miałeś sklep stacjonarny i później uruchomiłeś sklep internetowy, faktury mają już nadane numery. Aby ich nie zdublować, w polu *Numer faktury proforma* wpisz numer faktury, który powinna nosić kolejna.

Jeżeli chcesz, aby na każdej fakturze widoczny był ten sam tekst (np. podziękowanie za zamówienie lub dane kontaktowe), możesz wpisać go w polu *Tekst stopki*.

Z listy *Model faktury* możesz wybrać szablon faktury. Do wyboru są: *invoice* — faktura dla osób fizycznych oraz *invoice-b2b* — faktura dla firm.

Ostatnia opcja to *Użyj dysku jako bufora dla faktur PDF*. Wybranie jej spowoduje, że pliki faktur będą generowane nie w pamięci RAM, ale na dysku twardym. Nie wywołuje to obciążenia pamięci RAM. Ponieważ czas dostępu do dysku twardego jest dłuższy niż do pamięci RAM, korzystanie z niego powoduje wydłużenie czasu wykonywania operacji na fakturach.

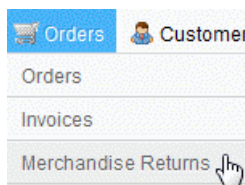
Zwroty towarów

Na stronie *Merchandise Returns* istnieje możliwość włączenia opcji zwracania produktów przez klientów.

Dostęp do okna zarządzania zwrotami jest możliwy po wybraniu poleceń: *Orders*, *Merchandise Returns* (rys. 9.26).

Rysunek 9.26.

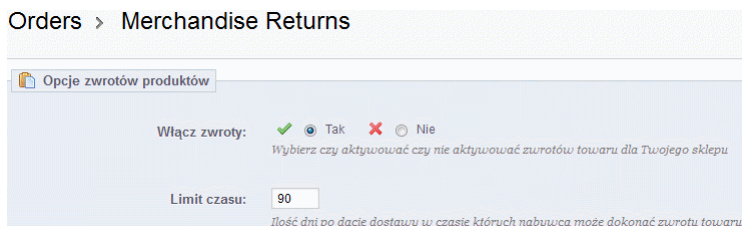
Polecenia, które należy wybrać, aby uzyskać dostęp do okna zarządzania zwrotami



Aby umożliwić zwracanie towarów, należy uaktywnić opcję *Włącz zwroty* i określić czas, na jaki udzielana jest gwarancja satysfakcji (rys. 9.27).

Rysunek 9.27.

Opcje zwrotu towarów zostały włączone



Informacje o zwrotach możesz przeglądać według czterech kryteriów (rys. 9.28).

Rysunek 9.28.

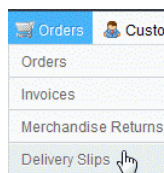
*Opcje filtrowania
i sortowania
zamówień*

Listy przewozowe

Listy przewozowe są informacjami o wysyłce. Dołącza się je do przesyłki. Zawierają informacje o zawartości paczki i logo sklepu. List przewozowy można wykorzystać do tego, aby po otrzymaniu dostawy sprawdzić, czy niczego w niej nie brakuje. Dostęp do okna zarządzania listami przewozowymi jest możliwy po wybraniu poleceń: *Orders*, *Delivery Slips* (rys. 9.29).

Rysunek 9.29.

*Polecenia, które
należy wybrać, aby
uzyskać dostęp do
okna zarządzania
listami przewozowymi*



Po chwili wyświetli się okno zarządzania listami przewozowymi. Możesz wydrukować listy, które były sporządzone w określonym przedziale czasu (rys. 9.30), lub wybrać przedrostek i numer, od którego ma się zaczynać ich numeracja (rys. 9.31).

Rysunek 9.30.

*Górna część okna
zarządzania listami
przewozowymi*

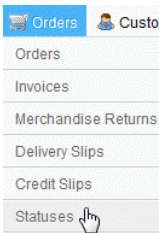
Rysunek 9.31.

*Dolna część okna
zarządzania listami
przewozowymi*

Statusy zamówień

Dostęp do okna zarządzania statusami jest możliwy po wybraniu poleceń: *Orders, Statuses* (rys. 9.32).

Rysunek 9.32.
Polecenia, które należy wybrać, aby uzyskać dostęp do okna zarządzania statusami



Po chwili wyświetli się okno, w którym widoczne są dostępne statusy zamówień (rys. 9.33). Do każdego statusu możesz przypisać listy wysyłane automatycznie do klienta. Dzięki temu np. po odnotowaniu wpłaty zmienisz status zamówienia, zaś oprogramowanie automatycznie przygotuje odpowiednie dokumenty.

Rysunek 9.33.
Fragment listy dostępnych statusów zamówień

| Orders > Statuses | | | | | | | |
|---|----|-------------------------|-------|-------------------------------------|-------------------------------------|----------------------|-------|
| Strona 1 / 1 Wyświetl: 50 / 13 wynik(i) | | | | | | | |
| | | Wyczyść Filtr | | | | | |
| <input type="checkbox"/> | ID | Nazwa | Ikona | Wyslij e-mail do klienta | Faktura proforma | Szablon e-maila | Akcje |
| <input type="checkbox"/> | -- | <input type="text"/> | -- | -- | -- | <input type="text"/> | -- |
| <input type="checkbox"/> | 1 | AWAITING CHEQUE PAYMENT | | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | cheque | |
| <input type="checkbox"/> | 2 | PAYMENT ACCEPTED | | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | payment | |
| <input type="checkbox"/> | 3 | PREPARATION IN PROGRESS | | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | preparation | |
| <input type="checkbox"/> | 4 | SHIPPED | | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | shipped | |

Nowy status zamówienia

Aby utworzyć nowy status, kliknij ikonę *Dodaj nowy*. Po wyświetleniu formularza (rys. 9.34) uzupełnij informacje.

Rysunek 9.34.
Formularz tworzenia statusu zamówienia

Statusy zamówień

Nazwa statusu:

Status zamówienia (np. 'oczekuje')

Ikona:

Prześlij ikonę z twojego komputera (Typ pliku: .gif, sugerowany rozmiar 16x16)

Kolor:

Status zostanie wyróżniony tym kolorem. Tylko kolory HTML (np. "lightblue", "#CC6600")

☐ Zauważ czy zamówienie jest poprawne

☐ Pozwól klientowi pobrać i zobaczyć w fakturę PDF

☐ Ukryj ten status zamówienia dla klienta

☐ Wyślij e-mail do klienta, kiedy zmieni się status zamówienia

☐ Ustaw zamówienie jako wysłane

☐ Ustaw zamówienie jako opłacone

Nazwa statusu powinna być krótka i zawierać niezbędne informacje. Ikona to obrazek o wymiarach 16 × 16 pikseli, który ułatwi odnalezienie statusu. W polu Kolor możesz wpisać kolor tła, na którym będzie wyświetlana nazwa statusu.

W dolnej części okna widać sześć opcji:

- ♦ *Zauważ czy zamówienie jest poprawne* — po zaznaczeniu tej opcji status będzie oznaczał wszystkie zamówienia jako zapłacone.
- ♦ *Pozwól klientowi pobrać i zobaczyć w fakturę PDF* — po usunięciu zaznaczenia tej opcji wszystkie faktury będziesz musiał wysyłać do klientów osobiście.
- ♦ *Ukryj ten status zamówienia dla klienta* — po zaznaczeniu tej opcji będziesz miał możliwość utworzenia statusu, który stanie się widoczny tylko dla obsługi sklepu. Klient nie będzie go widział.
- ♦ *Wyślij e-mail do klienta, kiedy zmieni się status zamówienia* — po zaznaczeniu tej opcji oprogramowanie sklepu będzie informowało klienta o każdej zmianie statusu zamówienia. Wysyłane będą listy zgodne z szablonem.
- ♦ *Ustaw zamówienie jako wysłane* — zanim zaznaczysz tę opcję, przeanalizuj sytuację, w których możesz z niej korzystać. Nadanego zamówieniu statusu *wysłane* nie można bowiem zmienić.
- ♦ *Ustaw zamówienie jako opłacone* — zanim zaznaczysz tę opcję, przeanalizuj sytuację, w których możesz z niej korzystać. Nadanego zamówieniu statusu *opłacone* nie można bowiem zmienić.

Nowy status zwrotu

Aby utworzyć nowy status zwrotu, wyświetl okno zarządzania statusami (rys. 9.32). Przewiń zawartość okna, aż pojawi się sekcja *Statusy zwrotów*. Kliknij ikonę *Dodaj nowy* (rys. 9.35).

Rysunek 9.35.
Okno statusów zwrotów



Po wyświetleniu formularza (rys. 9.36) uzupełnij informacje.

Rysunek 9.36.

Formularz tworzenia statusu zwrotu

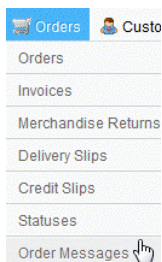
W polu *Nazwa statusu* wpisz tekst — krótki i pozwalający na jednoznaczną identyfikację statusu. W polu *Kolor* możesz podać nazwę lub kod koloru tła, na którym będzie wyświetlana nazwa statusu.

Komunikaty zamówień

Dostęp do okna zarządzania komunikatami zamówień jest możliwy po wybraniu polecenia: *Orders, Order Messages* (rys. 9.37).

Rysunek 9.37.

Polecenia, które należy wybrać, aby uzyskać dostęp do okna zarządzania komunikatami zamówień



Po chwili wyświetli się okno *Order Messages* (rys. 9.38).

Rysunek 9.38.

Okno pozwalające zarządzać komunikatami zamówień

Nowy komunikat zamówienia

Aby utworzyć nowy komunikat zamówienia, wyświetl okno *Order Messages* (rys. 9.38), a następnie kliknij przycisk *Dodaj nowy*.

Uzupełnij formularz (rys. 9.39), a następnie zapisz go.

Rysunek 9.39.

*Formularz tworzenia
komunikatu
zamówienia*

Podsumowanie

- ♦ Nowością wprowadzoną w wersji 1.5 PrestaShop jest możliwość składania zamówienia po zalogowaniu się do zaplecza. Dzięki temu obsługa może rejestrować zamówienia składane np. telefonicznie czy przez e-mail.
- ♦ Do zamówienia można maksymalnie dodać tyle sztuk towaru, ile aktualnie jest w sklepie
- ♦ Listy przewozowe są informacjami o wysyłce. Dołącza się je do przesyłki. Zawierają informacje o zawartości paczki i logo sklepu. List przewozowy można wykorzystać do tego, aby po otrzymaniu dostawy sprawdzić, czy niczego w niej nie brakuje.

Rozdział 10.

Katalog

Z tego rozdziału dowiesz się:

- ♦ czy na terytoriach Ameryki Północnej, Wielkiej Brytanii, Australii i Nowej Zelandii używany jest kod paskowy;
- ♦ jaka funkcja pozwala uzależnić wysokość ceny od waluty, kraju dostawy i wielkości zamówienia;
- ♦ co ogranicza maksymalną wielkość pliku graficznego wykorzystywanego jako zdjęcie produktu.

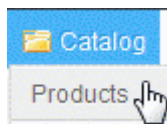
Produkty

Po zalogowaniu się na zaplecze sklepu możesz zarządzać jego ofertą.

Aby uzyskać dostęp do strony z listą produktów, wybierz polecenia: *Catalog, Products* (rys. 10.1).

Rysunek 10.1.

Polecenia, które należy wybrać, aby uzyskać dostęp do katalogu produktów



Nowy produkt

Aby dodać produkt, kliknij przycisk *Dodaj nowy* (rys. 10.2).

Rysunek 10.2.

Przycisk Dodaj nowy



Spowoduje to wyświetlenie formularza (rys. 10.3).

Rysunek 10.3.
Fragment formularza
do sporządzania oferty
towaru

Informacja

Domyślnie aktywna jest zakładka *Informacja*. W polu *Nazwa* wpisz nazwę artykułu. Następnie kliknij flagę kraju, w którego języku został sporządzony opis. Nazwa musi być podana przynajmniej w domyślnym języku sklepu.

W polu *Kod* możesz wpisać własne, wewnętrzne oznaczenie. Może ono wskazywać miejsce w magazynie, nazwę dostawcy itp. Jest to informacja opcjonalna.

W polu *Kod EAN13 or JAN* możesz wpisać numer kodu paskowego. Tutaj już nie obowiązuje dowolność. Wpisanie kodu pozwala na szybką i łatwą identyfikację towarów. *EAN13* jest ogólnosiwiatowy i składa się z 13 liczb. *JAN* używany jest w Japonii, ale jest kompatybilny z *EAN13*.

W polu *UPC* możesz wpisać numer kodu paskowego, który jest używany na terytoriach Ameryki Północnej, Wielkiej Brytanii, Australii i Nowej Zelandii.

W sekcji *Status* możesz wyświetlić lub ukryć artykuł. Ukryty opis istnieje w bazie, ale nie jest dostępny dla klientów.

Rozwiń listę *Widoczność*. Możesz z niej wybrać jedną z trzech pozycji: *Wszędzie* – klient może odszukać produkt, przeglądając katalog, wyszukując na podstawie nazwy lub wpisując jego URL, *Tylko katalog* – klient może odszukać produkt, przeglądając katalog lub wpisując jego URL, *Tylko wyszukiwanie* – klient może odszukać produkt w wyszukiwarce lub wpisać jego URL, *Nigdzie* – klient może odszukać produkt, wpisując jego URL. Ostatnia opcja pozwala na utworzenie oferty, do której będą miały dostęp wyłącznie osoby powiadomione e-mailem o lokalizacji opisu.

W sekcji *Opcje* dostępne są trzy możliwości: *sprzedaż* (tryb katalogu jeśli nieaktywne) – po usunięciu zaznaczenia klienci nie będą w stanie dodać produktu do listy zakupów, a sklep będzie pełnił funkcję katalogu, *pokaż w sklepie cenę* – jeśli opcja *sprzedaż* nie jest aktywna, możesz wybrać wyświetlanie cen produktów lub ukryć je, *wyłącznie online* (niedostępne w sklepie) – ta opcja okaże się bezcenna, gdy produkt jest sprzedawany tylko online, a nie jest fizycznie dostępny w sklepie.

Rozwiń listę *Stan*. Możesz z niej wybrać jeden z atrybutów artykułu: *Nowe* – produkt jest nowy i w oryginalnym opakowaniu, *Używane* – produkt został już raz sprzedany wcześniej i prawdopodobnie był już używany; może być sprzedawany w opakowaniu oryginalnym, które zostało zabezpieczone taśmą, *Odnowione* – produkt został zwrócony sprzedawcy, ale jego stan nie zmniejsza wartości użytkowych.

W polu *Krótki opis* zamieść informacje, które pojawią się na listach produktu i na górze strony produktu.

W polu *Opis* zamieść informacje, które pojawią się w treści strony.

W polu *Tagi* wpisz słowa kluczowe, które mogą być użyte do wyszukiwania artykułu.

Zapisz wprowadzone informacje.

Ceny

Kliknij kartę *Ceny*. Spowoduje to wyświetlenie formularza (rys. 10.4).

Rysunek 10.4.
Fragment formularza
do definiowania ceny
towaru

| Informacja | Cena produktu |
|-------------------------|--|
| Ceny | Musisz wprowadzić albo cenę sprzedaży netto, albo cenę sprzedaży brutto. Pole wprowadzania będzie automatycznie przeliczone. |
| SEO | |
| Powiązania | |
| Dostawa | |
| Kombinacje atrybutów | |
| Ilości | |
| Zdjęcia | |
| Cechy | |
| Dostosowanie | |
| Załączniki | |
| Dostawcy | |

Cena hurtowa netto: zł
Cena w jakiej kupiłeś produkt

Cena netto sprzedaży: zł
Cena netto w jakiej sprzedajesz produkt

Reguła podatku: PL Standard Rate (23%)

Cena sprzedaży z podatkiem: zł
Cena jednostkowa: zł za lub 0.00 zł za z podatkiem
np. za kg

☐ Wyświetl ikonę "wypisz" na stronie produktu oraz tekst na listingu produktów

Cena końcowa: **0.00 zł**

W polu *Cena hurtowa netto* wpisz cenę, w jakiej kupiłeś towar.

W polu *Cena netto sprzedaży* wpisz cenę netto, w jakiej sprzedajesz towar. Przy jej ustalaniu weź pod uwagę system rabatów, abyś nie poniósł straty, gdy klientowi będzie przysługiwał maksymalny rabat.

Z listy *Reguła podatku* wybierz stopę podatku VAT.



Standardowo większość towarów objęta jest maksymalną stawką podatku VAT. Stawka niższa jest dopuszczalna tylko dla wybranych grup towarów. Jeżeli nie przetwarzasz artykułów, a tylko odsprzedajesz je, kod PKWiU oraz stopa podatku VAT nie ulegają zmianie. Możesz je znaleźć na fakturze VAT, którą otrzymałeś od dostawcy.

Pole *Cena sprzedaży z podatkiem* zostanie automatycznie uzupełnione na podstawie ceny netto sprzedaży i stawki podatku VAT.

W polu *Cena jednostkowa* możesz wpisać cenę za jednostkę miary towaru. Ułatwi to klientowi porównywanie cen. Jeżeli np. sprzedajesz herbatę w paczkach o wadze netto 80 g, to musisz mieć świadomość, że nie każdy potrafi dokładnie wyliczyć cenę 1 kg.

Zaznaczenie pola *Wyświetl ikonę „wyprzedaż”* na stronie produktu oraz tekst na listingu produktów spowoduje wyświetlenie obok zdjęcia towaru informacji o wyprzedaży. Ikonę możesz zmienić. Wystarczy, że zastąpisz obrazek, który znajduje się w lokalizacji `themes/default/img/onsale_en.gif`.

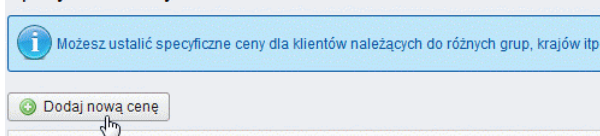
Ceny specyficzne

Cena nie musi być stała. Jej wysokość może być uzależniona od waluty, kraju dostawy i wielkości zamówienia. Aby uzyskać dostęp do tych ciekawych możliwości, kliknij przycisk *Dodaj nową cenę* (rys. 10.5).

Rysunek 10.5.

Cena towaru może być automatycznie zmieniana

Specyficzne ceny



Wyświetlił się formularz, w którym możesz zdefiniować specjalną cenę (rys. 10.6).

Rysunek 10.6.

Formularz do definiowania ceny specyficznej

Specyficzne ceny

W sekcji *Dla* z list rozwijanych wybierz walutę, kraj i grupę klientów, dla których chcesz zdefiniować cenę.

W polu *Klient* możesz wpisać nazwę klienta.

W sekcji *Dostępne od: do* wpisz daty, między którymi cena będzie obowiązywała. Jeżeli chcesz zachęcić klientów niższą ceną do zakupów w nocy, nie musisz wstawiać skoro świt, aby zakończyć promocję. Wystarczy, że wpiszesz datę i godzinę początku i końca promocji.

W polu *Już od* wpisz minimalną liczbę zakupionych sztuk, której przekroczenie powoduje uaktywnienie ceny specyficznej.

W polu *Cena produktu (netto)* możesz wpisać cenę, która będzie używana w obliczeniach. Wpisanie ceny jest możliwe tylko wówczas, gdy usunięte zostanie zaznaczenie pola *Pozostaw cenę bazową*.

W sekcji *Zastosuj zniżkę* określisz wysokość zniżki i sposób jej naliczania. Zniżka może być procentowa lub kwotowa.



Ten sam klient może spełniać więcej niż jeden warunek uprawniający do przyznania zniżki. W sekcji *Zarządzanie priorytetami* możesz zdefiniować kolejność sprawdzania kryteriów.

Zapisz wprowadzone zmiany.

SEO

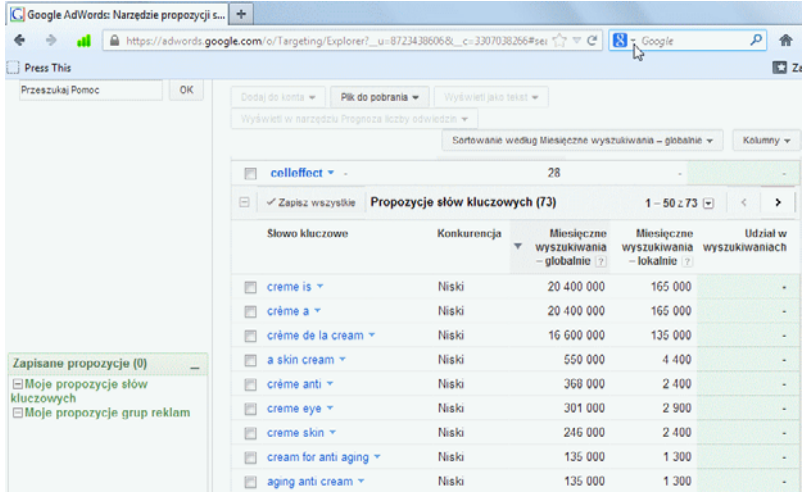
Kliknij kartę *SEO*. Spowoduje to wyświetlenie formularza *SEO* (rys. 10.7).

Rysunek 10.7.
Formularz SEO

Pomiędzy autorami stron i twórcami wyszukiwarek toczy się wojna. Pierwsi za wszelką cenę usiłują uzyskać jak najlepszą pozycję w wynikach wyszukiwania. SEO (ang. *Search Engine Optimization* – optymalizacja dla wyszukiwarek internetowych) to zbiór technik, które mają na celu uzyskanie lepszej pozycji w wynikach wyszukiwania. Formułując opisy i słowa kluczowe, warto zastanowić się, czego poszukują ludzie. Pomocna może być tutaj ankieta przeprowadzona wśród znajomych lub sprawdzenie, czego użytkownicy sieci szukają w Google’u (rys. 10.8).

Zapisz wprowadzone zmiany.

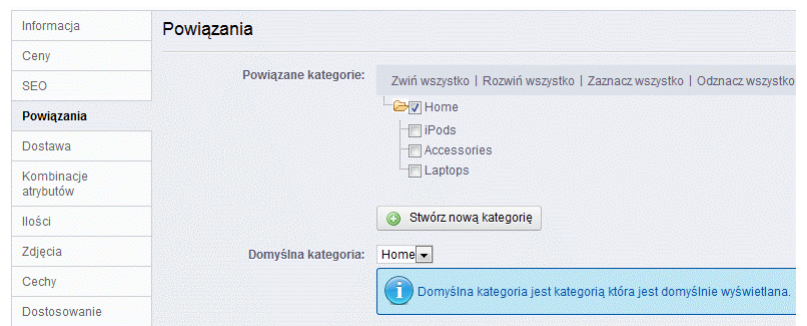
Rysunek 10.8.
Różnice między popularnością słów kluczowych są bardzo duże. Powinieneś zwrócić uwagę, aby użyty termin był popularny, mało używany i dokładnie opisywał przedmiot



Powiązania

Kliknij kartę *Powiązania*. Spowoduje to wyświetlenie formularza *Powiązania* (rys. 10.9).

Rysunek 10.9.
Formularz Powiązania



Pozwala on na tworzenie połączeń między produktami. Mogą one dotyczyć kategorii, producentów lub innych produktów.

W sekcji *Powiązane kategorie* możesz ustalić, jakie kategorie produktów będą wyświetlane po wybraniu artykułu. Możesz wybrać więcej niż jedną kategorię. Miej na uwadze, że dla klienta informacja jest użyteczna wówczas, gdy dotyczy produktów porównywalnych. Unikaj zatem zaznaczania kategorii głównych. Zadaj sobie trud wyszukania kategorii szczegółowych, które najbardziej odpowiadają opisowi towaru. Klient będzie wdzięczny za celną podpowiedź, która zwolni go z konieczności przeszukiwania oferty sklepu.



Uwaga
Zaznaczenie opcji *Home* powoduje, że artykuł będzie wyróżniony na stronie domowej sklepu.

Dostawa

Kliknij kartę *Dostawa*. Spowoduje to wyświetlenie formularza, który pozwala na wprowadzenie informacji dotyczących przesyłki zawierającej artykuł (rys. 10.10).

Rysunek 10.10.
Formularz Dostawa

Koszty dostawy są jedną z istotnych barier rozwoju sklepu internetowego. W przypadku towarów tanich są one czasami wyższe niż cena kupionych artykułów. Klient może być niemile zaskoczony tym faktem.

Wypełnij wszystkie pola. Informacje będą nie tylko użyteczne dla obsługi sklepu, ale pozwolą też wykorzystać możliwości PrestaShop. Umożliwią automatyczne zawężenie listy przewoźników w zależności od gabarytów ładunku. Gdy klient lub program wybiorą przewoźnika, cena towaru wraz z dostawą będzie wyświetlana na stronie sklepu.

W polu *Dodatkowe koszty przesyłki* wpisz koszty, które są związane np. z wysyłką ciężkich lub bardzo dużych zamówień.

W polu *Przewoźnicy* widoczne są nazwy wszystkich firm logistycznych. Możesz wybrać te, które będą dostępne po wybraniu towaru. Aby zaznaczyć więcej niż jedną nazwę, wciśnij klawisz *Shift*, klikaj nazwy firm, a następnie zwolnij klawisz *Shift*.

Kombinacje atrybutów

Możesz sprzedawać ten sam artykuł w różnych wersjach. Wspólna może być nazwa, ale różnice dotyczą koloru, rozmiaru (np. wyświetlacza), pojemności (np. pamięci) itp. Dodatkowe cechy zwane są atrybutami.

Niektóre atrybuty mogą występować razem, np. obudowa w kolorze srebrnym jest wspólna z pamięcią o rozmiarze 1 lub 2 GB i wyświetlaczem o przekątnej 14 lub 15". To wyjaśnia, dlaczego w handlu internetowym posługujemy się terminem „kombinacje”.



Kombinacje atrybutów możesz utworzyć, gdy w PrestaShop zostały zdefiniowane atrybuty towarów.

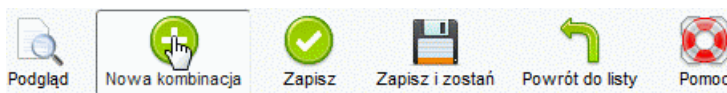
Kliknij kartę *Kombinacje atrybutów*. Spowoduje to wyświetlenie formularza, który pozwala na wprowadzenie informacji dotyczących zestawów atrybutów (rys. 10.11).

Rysunek 10.11.
*Formularz
Kombinacje atrybutów*

Metoda ręczna

Aby utworzyć nową kombinację atrybutów ręcznie, kliknij przycisk *Nowa kombinacja* (rys. 10.12).

Rysunek 10.12.
Przycisk Nowa kombinacja



Wyświetli się formularz do tworzenia nowego lub edytowania istniejącego zestawu atrybutów (rys. 10.13).

Rysunek 10.13.
*Fragment formularza
do tworzenia nowego
lub edytowania
istniejącego zestawu
atrybutów*

Uzupełnij wszystkie pola, a następnie kliknij przycisk *Zapisz*.

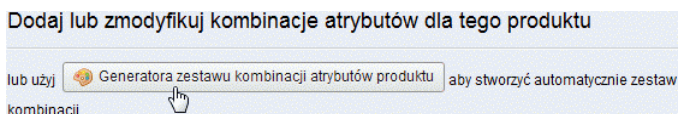
Metoda automatyczna

Jest ona zalecana w przypadku wielu produktów. Dzięki zautomatyzowaniu żadna z kombinacji nie zostanie pominięta.

Kliknij przycisk *Generatora zestawu kombinacji atrybutów dla tego produktu* (rys. 10.14). Spowoduje to wyświetlenie generatora atrybutów (rys. 10.15).

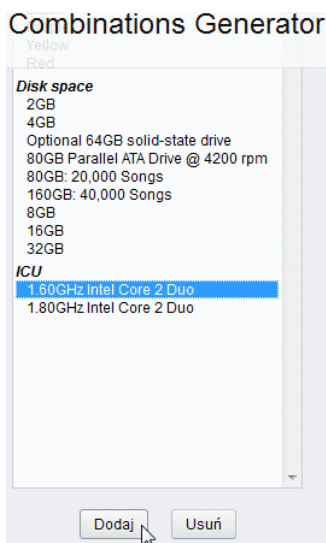
Rysunek 10.14.

Przycisk, którego kliknięcie powoduje uruchomienie generatora atrybutów



Rysunek 10.15.

Fragment listy grup atrybutów i ich wartości



Zaznacz atrybuty, które chcesz użyć w specyfikacji, i kliknij przycisk *Dodaj*. Zaznaczenie wielu pozycji jest możliwe, gdy wciśniesz klawisz *Ctrl* i będziesz klikać kolejne pozycje.

W ten sposób powstał zestaw kombinacji (rys. 10.16). Uzupełnij dane. W polu *Domyslna ilość* wpisz liczbę dla każdej kombinacji. Zwróć uwagę, aby była ona taka sama dla wszystkich kombinacji. Jeżeli w każdej kategorii jest 200 produktów, a każdy produkt może być w dwóch kolorach i w jednym rozmiarze dysku, pozwoli to uzyskać dwa kolory * jeden rozmiar dysku * 200 = 400 produktów.

Kliknij przycisk *Generuj te kombinacje*.



Generator kombinacji pozwala na zaoszczędzenie czasu, gdy w opisie produktów jest wiele atrybutów. Generator automatycznie tworzy wszystkie możliwe kombinacje.

Rysunek 10.16.
Zestaw kombinacji

Krok 1: Po lewej stronie, wybierz atrybuty które chcesz użyć (przytrzymaj klawisz CTRL na Twojej klawiaturze i potwierdź klikając "Dodaj")

| Color | Wpływ na cenę produktu (zł) | | Wpływ na wagę produktu (kg) |
|-------|-----------------------------|------------------------------|-----------------------------|
| Metal | Netto: 0.00 | Brutto: <input type="text"/> | 0.00 |
| Blue | Netto: 0.00 | Brutto: <input type="text"/> | 0.00 |

| Disk space | Wpływ na cenę produktu (zł) | | Wpływ na wagę produktu (kg) |
|------------|-----------------------------|------------------------------|-----------------------------|
| 2GB | Netto: 0.00 | Brutto: <input type="text"/> | 0.00 |
| 4GB | Netto: 0.00 | Brutto: <input type="text"/> | 0.00 |

Krok 2 (opcjonalny): Wybierz domyślną ilość i odniesienie dla wszystkich kombinacji, które Generator stworzy dla tego produktu


Domyślna ilość:

Domyślne odniesienie:

Ostatecznie, kliknij na "Generuj te kombinacje"

Jeżeli chcesz usunąć kombinację, kliknij ikonę kosza na śmieci znajdującą się w jej wierszu (rys. 10.17).

Rysunek 10.17.
Zbędną kombinację atrybutów można usunąć

| Atrybuty | Wpływ | Zm. wagi o | Kod produktu | EAN13 | UPC | Akcje |
|---------------------------------|---------|------------|--------------|-------|-----|---|
| Color - Metal, Disk space - 2GB | 0,00 zł | 0.000000kg | | | |   |
| Color - Blue, Disk space - 2GB | 0,00 zł | 0.000000kg | | | |   |
| Color - Metal, Disk space - 4GB | 0,00 zł | 0.000000kg | | | |   |
| Color - Blue, Disk space - 4GB | 0,00 zł | 0.000000kg | | | |   |

Ilości

Kliknij kartę *Ilości* (rys. 10.18).

Wyświetli się formularz, który umożliwia zarządzanie liczbą artykułów. Zawiera on tabelę z kombinacjami atrybutów artykułu. Jeżeli nie ma kombinacji, tabela zawiera tylko jeden wiersz. Do obowiązków obsługi sklepu należy wpisanie wartości początkowej dla każdej kombinacji. Jest ona wykorzystywana przez PrestaShop do określania, czy produkt jest jeszcze dostępny.

W sekcji *Gdy nie ma na stanie* możesz określić, co klient powinien zrobić, gdy zapas towaru został wyprzedany. Do dyspozycji są trzy opcje: *Nie pozwól zamówić*, *Pozwól zamawiać*, *Domyślne: Nie pozwól zamówić tak jak ustawione w Preferencjach*. Wybór ich zależy od sposobu pozyskiwania towaru. Jeżeli sam go produkujesz, możesz przyjmować zamówienia, gdy towaru nie ma na stanie. Musisz tylko poinformować klienta o ewentualnym wydłużeniu czasu realizacji zamówienia.

Rysunek 10.18.
Karta Ilości

| | |
|----------------------|---|
| Informacja | Dostępne ilości do sprzedaży |
| Ceny | |
| SEO | |
| Powiązania | |
| Dostawa | |
| Kombinacje atrybutów | |
| Ilości | <div><p>Ten interfejs pozwala na zarządzanie dostępnymi ilościami do sprzedaży danego produktu i jego kombinacjami w bieżącym sklepie.</p><p>Możesz wybrać czy używać czy nie systemu zaawansowanego zarządzania stanami dla tego produktu.</p><p>Możesz ręcznie określić ilości dla produktu/każdej kombinacji produktu, albo wybrać aby automatycznie określić te ilości bazując na stanie magazynu (jeżeli jest aktywne zaawansowane zarządzanie stanami).</p><p>W tym przypadku, ilości odpowiadają rzeczywistym ilościom na stanach w magazynach przypisanych do bieżącego sklepu lub bieżącej grupy sklepów.</p><p>Dla pakietów, jeżeli mają produkty które korzystają z zaawansowanego zarządzania stanami, musisz określić wspólny magazyn dla tych produktów w pakiecie.</p><p>Także, proszę pamiętać że kiedy produkt posiada kombinację, jego domyślna kombinacja zostanie użyta w ruchach magazynowych.</p></div> |
| Zdjęcia | Dostępne ilości do sprzedaży |
| Cechy | <input type="checkbox"/> Chcę używać zaawansowanego zarządzania stanem magazynowym dla tego produktu - To wymaga włączenia zaawansowanego zarządzania stanami dla tego produktu |
| Dostosowanie | <input type="radio"/> Dostępne ilości obecnego produktu i jego kombinacje bazują na stanie magazynowym - To wymaga włączenia zaawansowanego zarządzania stanami globalnie dla tego produktu |
| Załączniki | |
| Dostawcy | |

W sekcji *Tekst gdy ilość>0*. *Dostępność*: wpisz komunikat opcjonalny, który będzie wyświetlany, gdy towar jest dostępny.

W sekcji *Tekst gdy ilość=0 a towar dost. na zamów.* *Dostępność*: wpisz komunikat opcjonalny, który będzie wyświetlany, gdy mimo stanu zerowego możliwa jest sprzedaż. Może to być np. informacja o przewidywanym czasie realizacji zamówienia.

Zdjęcia

Kliknij kartę *Zdjęcia* (rys. 10.19).

Rysunek 10.19.
Karta Zdjęcia

| | | | | | |
|----------------------|---|---------|----------|---------|----------|
| Informacja | Dodaj nowe zdjęcie dla tego produktu | | | | |
| Ceny | | | | | |
| SEO | | | | | |
| Powiązania | | | | | |
| Dostawa | | | | | |
| Kombinacje atrybutów | | | | | |
| Ilości | | | | | |
| Zdjęcia | <div><p>Plik: <input type="button" value="Wgraj zdjęcie"/></p><p>Format: JPG, GIF, PNG. Rozmiar pliku: 8.00 MB maks.</p><table><tr><td>Obrazek</td><td>Pozycja</td><td>Okladka</td><td>Czynność</td></tr></table></div> | Obrazek | Pozycja | Okladka | Czynność |
| Obrazek | Pozycja | Okladka | Czynność | | |
| Cechy | | | | | |
| Dostosowanie | | | | | |
| Załączniki | | | | | |
| Dostawcy | | | | | |

Pozwala ona na dodanie zdjęć do opisu produktu. Obraz lepiej oddziałuje na wyobraźnię, dlatego na zdjęciach powinny być widoczne wszystkie szczegóły (kolor, rozmiar itp.).



Maksymalna wielkość pliku graficznego zależy od ustawień serwera PHP. Można ją ograniczyć, zmieniając ustawienia dostępne po wybraniu poleceń: *Preferences*, *Images*.

Cechy

Kliknij kartę *Cechy* (rys. 10.20).

Rysunek 10.20.

Karta Cechy. Nie wszystkie cechy odnoszą się do opisywanego produktu

Wyświetli się formularz, który pozwala na określenie takich cech towaru, jak: waga, rozmiary, wyposażenie dodatkowe.

Gdy utworzysz właściwości i wartości, możesz je przypisać do produktów. Dzięki temu nie musisz wypełniać pól cech dla każdego artykułu. Wystarczy, że wypełnisz niezbędne pola i w odpowiednim momencie użyjesz zapisanych w nich informacji.

Pamiętaj, że w przeciwieństwie do kombinacji wartości nie ulegają zmianie. Są ważne dla produktu domyślnego.



Zanim dodasz właściwość do produktu, musisz ją utworzyć i udostępnić do użytku w sklepie. W tym celu możesz wybrać polecenia: *Catalog*, *Features*.



Jeżeli nie korzystasz z wartości predefiniowanych, ale wpisujesz indywidualne, musisz je wprowadzić w każdym z języków, które są używane w sklepie.

Dostosowanie

Oprócz towarów możesz sprzedawać również usługi. Jeśli prowadzisz sklep z piórami wiecznymi, możesz oferować grawerowanie na nich tekstu. PrestaShop pozwala na dostosowanie pól, w których klient może wpisywać informacje, do profilu sklepu.

Kliknij kartę *Dostosowanie* (rys. 10.21).

Rysunek 10.21.
Karta *Dostosowanie*.

W polu *Pola plików* wpisz liczbę pól, w których klient będzie mógł przysyłać pliki obsłudze sklepu. W każdym polu może zostać przesłany tylko jeden plik.

W polu *Pola tekstowe* wpisz liczbę pól, w których klient będzie mógł przysyłać teksty obsłudze sklepu. Jeżeli akceptowane będzie najwyżej sześć linijek tekstu, a każda zawiera najwyżej 14 znaków, musisz dodać sześć pól i podać maksymalną akceptowalną liczbę znaków.

Załączniki

Opis towaru można uzupełnić plikami. Mogą one zawierać certyfikaty, dyplomy, zapisane w formacie PDF artykuły z pism itp.

Aby dodać załącznik, kliknij kartę *Załączniki* (rys. 10.22).

W polu *Nazwa pliku* wpisz nazwę, jaką plik będzie miał w sklepie.

W polu *Opis* wprowadź informacje, które pozwolą na łatwą identyfikację pliku.

W ramce *Dostępne załączniki* widoczne są wszystkie załączniki, a w polu *Załączniki dla tego produktu* tylko te, które widać w opisie danego towaru.

Dostawcy

Kliknij kartę *Dostawcy* (rys. 10.23).

Informacja o dostawcy produktu nie zawsze jest istotna dla klienta. Pomaga ona natomiast w zarządzaniu sklepem.

Rysunek 10.22.
Karta Załączniki.

Informacja

Ceny

SEO

Powiązania

Dostawa

Kombinacje atrybutów

Ilości

Zdjęcia

Cechy

Dostosowanie

Załączniki

Dostawcy

Załącznik

Nazwa pliku:

Maksymalnie 32 znaki.

Opis:

Plik

Przeglądaj...

Wgraj plik ze swojego komputera (2.00 MB maks.)

Wgraj plik załącznika

* Wymagane pole

Dostępne załączniki:

Załączniki dla tego produktu:

Rysunek 10.23.
Karta Dostawcy

Informacja

Ceny

SEO

Powiązania

Dostawa

Kombinacje atrybutów

Ilości

Zdjęcia

Cechy

Dostosowanie

Załączniki

Dostawcy

Dostawcy obecnego produktu

Ten interfejs pozwala na określenie dostawców bieżącego produktu i ewentualnie jego kombinacji.

Jest także możliwe podanie dla każdej kombinacji produktu odniesienia do dostawców zgodnie z uprzednio połączonymi dostawcami.

Używając zaawansowanego zarządzania stanami (zobacz Preferencje/Produkty), wartości które tu wpiszesz (ceny, odniesienia) będą używane w zamówieniach dostaw.

Proszę wybrać dostawców przypisanych do tego produktu i domyślnego.

Stwórz nowego dostawcę

| Wybrany | Nazwa dostawcy | Domyślne |
|--------------------------|--------------------|-----------------------|
| <input type="checkbox"/> | AppleStore | <input type="radio"/> |
| <input type="checkbox"/> | Shure Online Store | <input type="radio"/> |

Identyfikator(y) produktu/ów

Proszę wybrać dostawców przypisanych do tego produktu i domyślnego przed ustaleniem identyfikatorów.

Kliknij "Zapisz i zostań" po zmianie wybranych dostawców aby wyświetlić połączone identyfikatory produktów.

Produkt wirtualny

Przedmiotem handlu nie muszą być artykuły materialne. Mogą być to również towary wirtualne. Nie wymagają one dostawy, ponieważ mogą być ściągane. Co to za towary? Należą do nich np. bilety na imprezy, e-booki czy usługi.

Aby do oferty sklepu dodać produkt wirtualny, wybierz polecenia: *Catalog, Products*. Kliknij przycisk *Dodaj nowy*.

W sekcji *Ogólna informacja o produkcie* zaznacz opcję *Produkt wirtualny* (rys. 10.24).

Rysunek 10.24.
Zmiana charakteru produktu z materialnego na wirtualny pociąga za sobą określone zmiany w formularzu

Ogólna informacja o produkcie

Typ:

☒ Produkt

☐ Paczka

☐ Produkt wirtualny (usługi, rezerwacje i produkty do pobrania)

Ebookpoint.pl kopia dla: Pawel Domanski pawel@dexterteam.eu

Jeżeli do oferty ma być dołączony plik, w sekcji *Czy ten produkt ma dołączony plik?* zaznacz opcję *Tak*. Spowoduje to wyświetlenie formularza pozwalającego na zdefiniowanie właściwości pliku (rys. 10.25).

Rysunek 10.25.
Formularz do definiowania właściwości pliku, który jest uzupełnieniem towaru wirtualnego

| | |
|--------------------------|---|
| Informacja | Produkt wirtualny (usługi, rezerwacje i produkty do pobrania) |
| Ceny | |
| SEO | |
| Powiązania | |
| Kombinacje atrybutów | |
| Ilości | |
| Produkt Wirtualny | |
| Zdjęcia | |
| Cechy | |
| Dostosowanie | |
| Załączniki | |
| Dostawcy | |

Czy ten produkt ma dołączony plik? ☒ Tak ☐ Nie

Wgraj plik

Maksymalna wielkość pliku do wysłania na serwer: 2 Mb

Nazwa pliku

Pełna nazwa pliku z jego rozszerzeniem (np. instrukcja.pdf)

Ilość dozwolonych pobrań

Ilość dozwolonych pobrań na jednego klienta (ustaw: 0 dla nielimitowanych pobrań)

Data wygaśnięcia Format: RRRR-MM-DD

Jeżeli podana, plik nie będzie dostępny do pobrania po tej dacie. Pozostaw puste to pole żeby link nie wygasł

Liczba dni

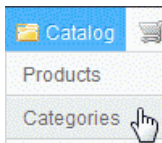
Ile dni ten plik może być otwierany przez klientów - (Ustaw 0 żeby nie było limitów dostępu)

Kategorie

Kategorie pozwalają na grupowanie podobnych produktów. Pomaga to klientom w odszukaniu konkretnego towaru wśród wielu dostępnych w sklepie oraz porównaniu go z kilkoma podobnymi (dzięki funkcji porównywania dostępnej w PrestaShop).

Aby uzyskać dostęp do okna zarządzania kategoriami, wybierz polecenia: *Catalog*, *Categories* (rys. 10.26).

Rysunek 10.26.
Polecenia, po wybraniu których można uzyskać dostęp do listy kategorii



Po chwili wyświetli się lista kategorii (rys. 10.27).

Rysunek 10.27.
Lista kategorii pozwala na zarządzanie kategoriami

| | | | | | |
|--|----|---|------------|---------|-------------------------------------|
| Catalog > Categories | | | | | |
| | | Dodaj nową kategorię główną | Dodaj nowy | Edytuj | Pomoc |
| Home | | | | | |
| Strona 1 / 1 Wyświetli 50 / 3 wynik(i) | | <input type="button" value="Wyczyść"/> <input type="button" value="Filtr"/> | | | |
| <input type="checkbox"/> | ID | Nazwa | Opis | Pozycja | Wyświetlone Akcje |
| <input type="checkbox"/> | | | | | |
| <input type="checkbox"/> | 3 | iPods | | | <input checked="" type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | 4 | Accessories | | | <input checked="" type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | 5 | Laptops | | | <input checked="" type="checkbox"/> |

Nowa kategoria

Nową kategorię należy dodać już wówczas, gdy w ofercie sklepu są przynajmniej dwa produkty o podobnych cechach.



Uwaga

Produkty należące do tej samej kategorii powinny być zamienne, a przynajmniej porównywalne. Przestrzegaj tej zasady, dodając produkty do kategorii i tworząc nowe kategorie. Jest to nie tylko użyteczne dla klientów, ale również niezbędne dla pełnego wykorzystania możliwości sklepu.

Aby dodać nową kategorię, kliknij przycisk *Dodaj nowy* (rys. 10.27). Wyświetli się formularz do zarządzania kategoriami (rys. 10.28). Widoczna jest na nim kategoria *Home*, której nie można usunąć, oraz kategorie dodatkowe, które zostały wgrane wraz z danymi testowymi.

Rysunek 10.28. Wszystkie kategorie są podrzędne w stosunku do kategorii *Home*



Uwaga

Jeżeli wszystkie towary umieścisz w kategorii głównej (*Home*), klienci nie będą mieli możliwości porównywania towarów.



Uwaga

Aby zablokować możliwość porównywania towarów bez rezygnowania z podziału ich na kategorie, wybierz kolejno polecenia: *Preferences*, *Products* i w polu *Porównanie produktów* wpisz *0*.

W sekcji *Nadrzędna kategoria* wybierz miejsce w drzewie kategorii, w którym ma pojawić się nowa kategoria.

W polu *Nazwa* wpisz nazwę kategorii.

Polecam ukrywanie kategorii w trakcie tworzenia i testowania. Jeżeli kategoria jest gotowa i może być widoczna dla klientów, zaznacz opcję *Wyświetlane*.

Aby utworzyć podkategorię należącą do kategorii innej niż *Home*, w sekcji *Główna kategoria* kliknij czerwony krzyżyk i wybierz kategorię nadrzędną, w której ma się ona pojawić. Gdy tworzona kategoria ma być kategorią główną, w sekcji *Główna kategoria* kliknij zielony znaczek.

W polu *Opis* wpisz informacje o kategorii. Klienci lubią kupować u sprzedawców kompetentnych. Zadaj sobie trud zredagowania opisu ciekawego, oryginalnego, poprawnego pod względem stylistycznym i ortograficznym. Trud ten sowicie się opłaci.

Do kategorii możesz przypisać obrazek. Zapisz go uprzednio w komputerze. Kliknij przycisk *Przeglądaj*, a następnie odszukaj i dodaj obrazek.

Opis kategorii jest publikowany w internecie. Oprócz dostarczania informacji klientom ma ich przyciągać, zachęcać do zakupu. Powinien więc wyświetlać się na dobrym miejscu w wynikach wyszukiwania. Do tego celu służą następne pola formularza. W polu *Meta tytuł* wpisz tytuł, który będzie widoczny w wynikach wyszukiwania.

W polu *Meta opis* umieść opis kategorii. Powinny w nim występować słowa użyte w tytule. Opis kategorii nie może jednak sprawiać wrażenia, że pisał go robot, a nie człowiek.

W polu *Meta słowa kluczowe* umieść hasła, które powinien wpisać w wyszukiwarce internauta, aby trafić na stronę kategorii.

W polu *Przyjazny URL* wpisz adres strony kategorii, który będzie przyjazny dla wyszukiwarek.



Uwaga

Adres *index.php* lub zawierający listę parametrów (np. *towar_o3tBzYcl7-8.php*) jest mało przyjazny wyszukiwarkom. Tego typu strony, z długą listą parametrów, nie są wysoko oceniane przez wyszukiwarki. Przyjazny URL powinien być wzorowany na statycznych stronach HTML (tzn. takich, które nie mają długiego łańcuszka parametrów, a ich słowa kluczowe są zawarte w adresie URL).

W sekcji *Dostęp grupowy* zaznacz wszystkie grupy klientów, którym chcesz dać dostęp do tej kategorii.



Uwaga

Trzy domyślne grupy klientów to:

Visitor – wszyscy bez zweryfikowanego konta klienta.

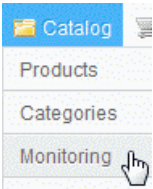
Guest – klienci, którzy złożyli zamówienie jako *Gość*.

Customer – klienci, którzy utworzyli konto na tej stronie.

Monitoring

Na sekcję *Monitoring* warto zwrócić uwagę, aby móc dobrze zarządzać sklepem. Wybierz polecenia: *Catalog, Monitoring* (rys. 10.29).

Rysunek 10.29.
*Polecenia, po których
wybraniu można
uzyskać dostęp do
sekcji Monitoring*



Po chwili wyświetli się strona z czterema tabelkami (rys. 10.30):

Ilość pustych kategorii – znajdziesz tutaj informacje o kategoriach, które nie zawierają towarów. Powinny być one usuwane lub zawierać przynajmniej jeden produkt. Chroni to przed zirytowaniem się klientów, którzy zajrzeli do pustych kategorii.

Lista produktów z atrybutami i bez dostępnych ilości na sprzedaż – znajdziesz tutaj informacje o produktach, których nie można kupić w sklepie. Jeżeli nie ma żadnych powodów do tego, aby produkt nie był dostępny, wystaw go ponownie na sprzedaż.

Lista produktów bez atrybutów i bez dostępnych ilości na sprzedaż – podobnie jak w poprzedniej tabelce są tu informacje o produktach, których nie można kupić w sklepie. Ustal, dlaczego artykuł jest niedostępny, albo wystaw go ponownie na sprzedaż.

Ilość nieaktywnych produktów – znajdziesz tutaj informacje o produktach, które zostały zablokowane w sklepie i nie są widoczne dla klientów. Możesz ponownie wystawić je na sprzedaż (np. po zaktualizowaniu stanu magazynowego) lub usunąć z oferty sklepu.

Rysunek 10.30.
*Fragment sekcji
Monitoring*

Lista produktów bez atrybutów i bez dostępnych ilości na sprzedaż:

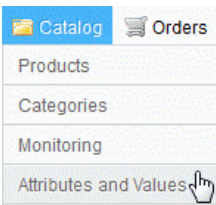
Strona 1 / 1 | Wyświetl 50 / 0 wynik(i) Wyczyść Filtr

| ID | Numer referencyjny | Nazwa | Status | Akcje |
|----|--------------------|-------|--------|-------|
| | | | -- | - |
| 9 | | x | ✓ | |
| 8 | | x | ✓ | |

Atrybuty i wartości

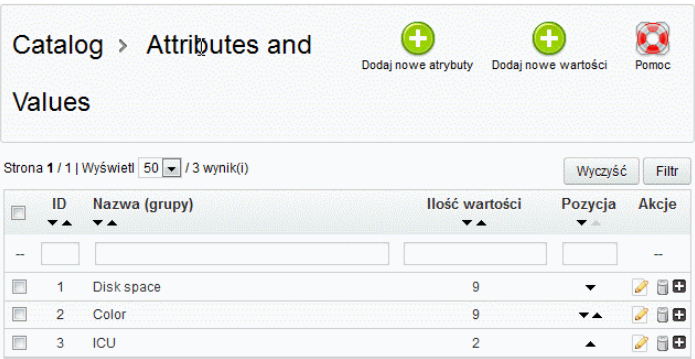
Wybierz polecenia: *Catalog, Attributes and Values* (rys. 10.31).

Rysunek 10.31.
*Polecenia, po
wybraniu których
można uzyskać dostęp
do sekcji Attributes
and Values*



Po chwili wyświetli się strona *Attributes and Values* (rys. 10.32).

Rysunek 10.32.
*Strona Attributes
and Values*



Nowy atrybut

Aby dodać nowy atrybut, kliknij przycisk *Dodaj nowe atrybuty* (rys. 10.32). Wyświetli się formularz *Atrybuty (wartości)* (rys. 10.33).

Rysunek 10.33.
*Formularz Atrybuty
(wartości)*

Atrybuty (wartości)

Nazwa:

Nazwa publiczna:
Nazwa grupy wyświetlana klientowi

Typ atrybutu:

Wybierz typ atrybutu

W polu *Nazwa* wpisz dokładny opis atrybutu. Powinien być krótki i precyzyjny. Nie może mylić się z innymi.

W polu *Nazwa publiczna* wprowadź nazwę, która będzie wyświetlana dla stronie produktu (widoczna dla klienta). Ponieważ niektóre atrybuty mogą mieć identyczne nazwy, ale różne treści, pole to pozwala na doprecyzowanie nazwy produktu w danym kontekście. Dzięki temu łatwo będzie odróżnić atrybuty o podobnej nazwie, lecz o innym znaczeniu.

Z listy *Tryb atrybutu* wybierz jedną z możliwości: *Lista rozwijana*, *Przycisk jednokrotnego wyboru*, *Kolor*.

Nowa wartość

Aby dodać nową wartość, kliknij przycisk *Dodaj nowe wartości* (rys. 10.32). Wyświetli się formularz *Wartości*. Wygląd formularza zależy od typu atrybutu. Do wyboru są: *Color*, *Disk space*, *ICU*. Na rys. 10.34 pokazano formularz w najbardziej rozbudowanej postaci.

Rysunek 10.34.
Formularz Wartości dla wyboru koloru

Wartości

Typ atrybutu: Color

Wybierz typ atrybutu

Wartość

Kolor:

Wybierz kolor z palety kolorów, lub wprowadź kod HTML koloru (np. "lightblue", "#CC6600")

Tekstura: Przeglądaj...

Wgraj teksturę koloru ze swojego komputera
To nadpisze kolor HTML!

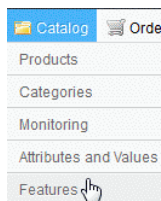
Obecna tekstura: Żaden

Wartości należy zdefiniować dla każdej wersji językowej, w której prowadzony jest sklep.

Właściwości

Wybierz polecenia: *Catalog*, *Features* (rys. 10.35).

Rysunek 10.35.
Polecenia, po wybraniu których można uzyskać dostęp do sekcji Features



Po chwili wyświetli się strona *Features* (rys. 10.36).

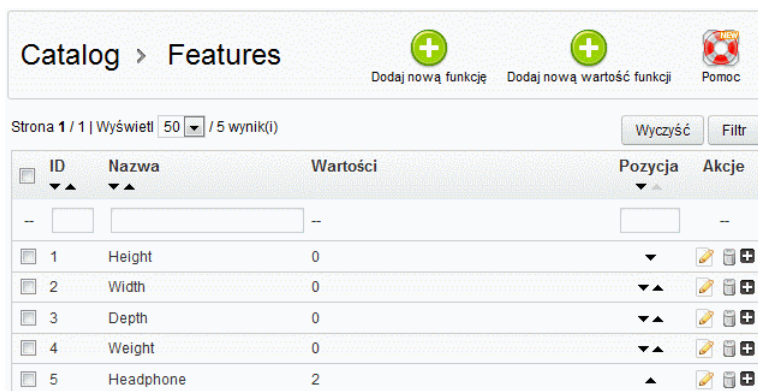
Właściwości są nieodłącznymi cechami towaru. Nie ulegają one zmianie w zależności od kombinacji atrybutów.

Nowa funkcja

Aby dodać nową funkcję, kliknij przycisk *Dodaj nową funkcję* (rys. 10.36). Po chwili wyświetli się formularz *Funkcja* (rys. 10.37).

W polu *Nazwa* wpisz nazwę funkcji.

Rysunek 10.36.
Strona Features



Rysunek 10.37.
Formularz Funkcja

Nowa wartość funkcji

Aby dodać nową wartość funkcji, kliknij przycisk *Dodaj nową wartość funkcji* (rys. 10.36). Po chwili wyświetli się formularz *Wartość funkcji* (rys. 10.38).

Rysunek 10.38.
Formularz Wartość funkcji

W polu *Wartość* wpisz nazwę wartości funkcji.

Z listy *Funkcja* wybierz, czego konkretna funkcja ma dotyczyć. Do wyboru są: *Height* – wysokość, *Width* – szerokość, *Depth* – głębokość, *Weight* – waga, *Headphone* – słuchawki.

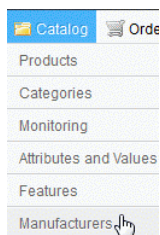
Producenci

Dopóki nie utworzysz wpisów w bazie danych producentów, wszystkie produkty będziesz mógł zarejestrować tylko jako wytworzone przez... PrestaShop. Jeżeli zadasz sobie trud uzupełnienia informacji o producentach, Twoi klienci uzyskają dodatkową możliwość zawężenia kryteriów wyboru produktów. Będzie nią nazwa producenta. Dodatkowymi korzyściami z czasu poświęconego na wprowadzenie informacji są uproszczona nawigacja oraz lepsza pozycja strony sklepu w wynikach wyszukiwania.

Aby uzyskać dostęp do strony służącej do zarządzania informacjami na temat producentów, wybierz polecenia: *Catalog, Manufacturers* (rys. 10.39).

Rysunek 10.39.

Polecenia, które trzeba wybrać, aby uzyskać dostęp do strony zarządzania informacjami na temat producentów











Po chwili wyświetli się strona z listą producentów (rys. 10.40).

Rysunek 10.40.

W górnej tabeli są nazwy producentów, zaś w dolnej — ich adresy

Catalog > Manufacturers Dodaj nowy Pomoc

Strona 1 / 1 | Wyświetl 50 / 2 wynik(i) Wyczyść Filtr

| ID | Logo | Nazwa | Adresy | Produkty | Włączone | Akcje |
|----|---|---------------------|--------|----------|----------|---|
| -- | -- | | | | -- | -- |
| 1 |  | Apple Computer, Inc | 1 | 4 | ✓ |    |
| 2 |  | Shure Incorporated | -- | 1 | ✓ |    |

[Usunąć zaznaczone](#)

Adresy Dodaj nowy Pomoc

Strona 1 / 1 | Wyświetl 50 / 1 wynik(i)

| ID | Producent | Imię | Nazwisko | Kod pocztowy | Miasto |
|----|---------------------|-------|----------|--------------|-----------|
| -- | | | | | |
| 1 | Apple Computer, Inc | STEVE | JOBS | 95014 | Cupertino |

Aby dodać nowego producenta, kliknij przycisk *Dodaj nowy*, widoczny nad tabelą *Manufacturers* (rys. 10.40). Po chwili wyświetli się strona z formularzem do edytowania danych producenta (rys. 10.41).

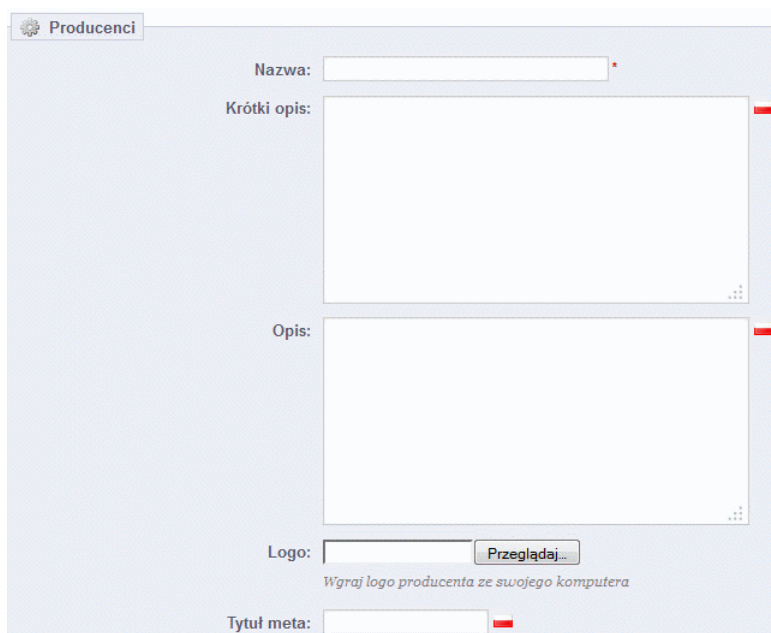
W polu *Nazwa* wpisz nazwę producenta.

W polu *Krótki opis* wpisz tekst, który pojawi się w wyszukiwarce. Może on mieć maksymalnie 100 znaków.

W polu *Opis* wpisz szerszą informację o producencie. Jeśli znasz fakty na temat wysokiej jakości produktów czy też na temat nowości, jest to właściwe miejsce, aby je tu wpisać.

Pole *Logo* możesz wykorzystać do załadowania obrazka z logo producenta. Łatwiej znaleźć symbol graficzny, niż wyłowić nazwę z tekstu. Warto więc zadać sobie pewien trud i wgrać plik.

Rysunek 10.41.
*Fragment formularza
do edytowania
danych producenta*



The screenshot shows a web form titled 'Producenci' with a gear icon. It contains several input fields: 'Nazwa:' (Name) with a text box and a red asterisk; 'Krótki opis:' (Short description) with a large text area; 'Opis:' (Description) with a larger text area; 'Logo:' with a text box and a 'Przeglądaj...' (Browse...) button, with a hint 'Wgraj logo producenta ze swojego komputera' (Upload the producer's logo from your computer); and 'Tytuł meta:' (Meta title) with a text box. Each text area has a small red flag icon in its top right corner.

Następne pola mają znaczenie z punktu widzenia optymalizacji strony pod kątem wyników wyszukiwania.

W polu *Tytuł meta* wpisz tytuł, który pojawi się w wynikach wyszukiwania.

W polu *Opis meta* wpisz prezentację strony. Nie powinna przekraczać kilku linijek. Ona również będzie widoczna w wynikach wyszukiwania.

W polu *Słowa kluczowe meta* wpisz hasła, których internauta powinien szukać, aby trafić na stronę sklepu. Słów kluczowych może być kilka. Oddzielaj je przecinkami. Wyrażenia muszą być ograniczone cudzysłowem.

Jeżeli informacja o producencie ma być widoczna, w sekcji *Włącz* kliknij przycisk przy zielonym znaczk.

Po dodaniu producenta możesz wpisać jego dane adresowe. Formularz wyświetli się po kliknięciu przycisku *Dodaj nowy*, który jest widoczny w górnej części tabeli *Adresy*.

Dostawcy

Aby uzyskać dostęp do listy dostawców, wybierz polecenia: *Catalog, Suppliers* (rys. 10.42).

Po chwili wyświetli się lista dostawców (rys. 10.43).

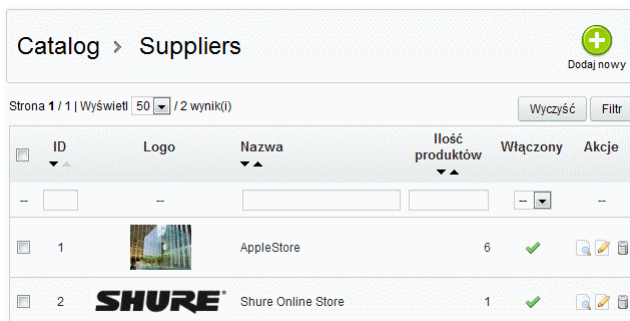
Aby dodać nowego dostawcę, kliknij przycisk *Dodaj nowy*. Spowoduje to wyświetlenie formularza do edytowania danych dostawcy (rys. 10.44).

Rysunek 10.42.

Polecenia, które należy wybrać, aby uzyskać dostęp do listy dostawców

**Rysunek 10.43.**

Dane dostawców zostały wprowadzone podczas instalowania aplikacji sklepu



The image shows the 'Dostawcy' (Suppliers) form in PrestaShop. It includes the following fields and elements:

- Nazwa:** Text input field with a red asterisk.
- Opis:** Large text area with a red asterisk. Below it, the text 'Będzie widoczny na liście dostawców' is displayed.
- Telefon:** Text input field with the label 'Numer telefonu tego dostawcy' below it.
- Adres:** Text input field with a red asterisk.
- Adres: (2):** Text input field.
- Kod pocztowy:** Text input field with a red asterisk.
- Miasto:** Text input field with a red asterisk.
- Kraj:** Dropdown menu with 'Poland' selected and a red asterisk. Below it, the text 'Kraj, w którym stan/województwo, region lub miasto jest położone' is displayed.
- Logo:** Text input field with a 'Przeglądaj...' button next to it. Below it, the text 'Wgraj logo dostawcy ze swojego komputera' is displayed.

Rysunek 10.44. Fragment formularza do edytowania danych dostawcy

Po uzupełnieniu danych dostawców będą one widoczne na ich liście.

Obrazy

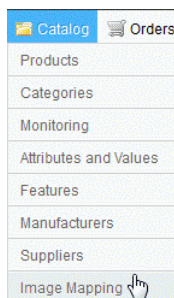
Image Mapping to narzędzie, które powoduje przypisanie do obrazu wielu stref. Kliknięcie każdej z nich wywołuje otworzenie oddzielnej strony. Właściwość ta podnosi atrakcyjność serwisu i upraszcza nawigację.

Zanim zostanie utworzona mapa obrazu, należy wykonać obrazy z różnymi wariantami wyglądu produktu lub całkowicie różnymi wersjami.

Aby uzyskać dostęp do strony *Image Mapping*, wybierz polecenia: *Catalog*, *Image Mapping* (rys. 10.45).

Rysunek 10.45.

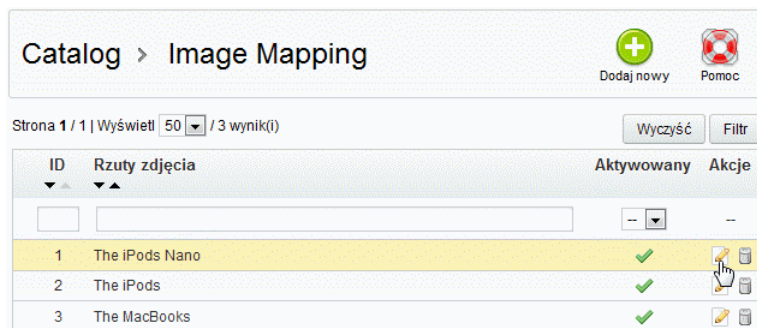
Polecenia, których wybranie powoduje wyświetlenie strony Image Mapping



Po chwili załaduje się strona z zarejestrowanymi mapami obrazów (rys. 10.46).

Rysunek 10.46.

Strona z załadowanymi mapami obrazów



Kliknij ikonę oznaczoną kartką i ołówkiem. Wyświetli się strona z mapą obrazów (rys. 10.47). Zapoznaj się z jej wyglądem. Jest to wzór, który masz powielić.

Wróć do strony z mapami obrazów (rys. 10.46). Kliknij przycisk *Dodaj nowy*. Wyświetli się formularz, który umożliwia utworzenie nowej mapy obrazów (rys. 10.48).

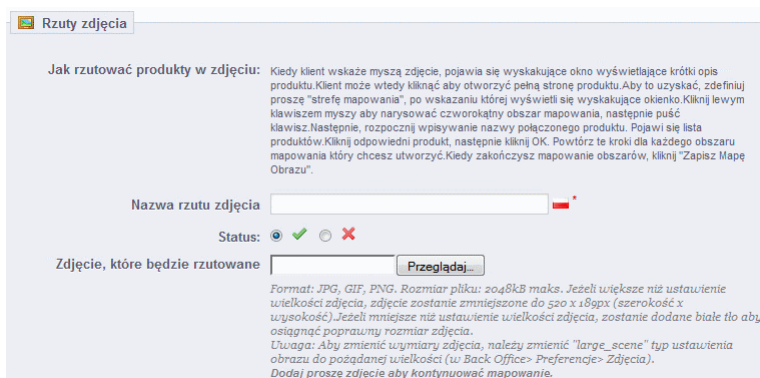
W polu *Nazwa rzutu zdjęcia* wpisz nazwę mapy obrazów. Powinna ona jednoznacznie wskazywać, którego produktu dotyczy.

W sekcji *Status* zaznacz, czy mapa jest dostępna (znaczek zielony), czy nie (znaczek czerwony).

Rysunek 10.47.
Gotowa strona
z mapą obrazów



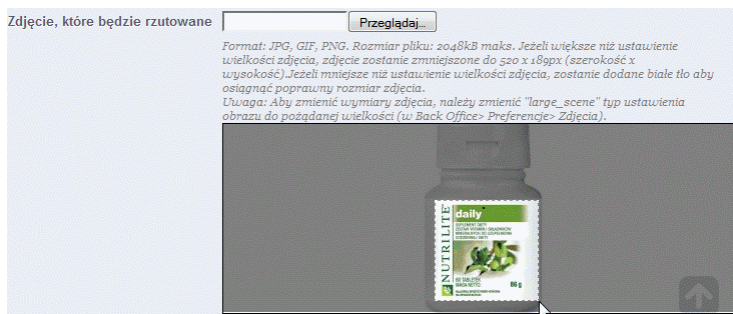
Rysunek 10.48.
Formularz do
tworzenia mapy
obrazów



Pole Zdjęcie, które będzie rzutowane wykorzystaj do załadowania obrazka.

Kliknij w dowolnym miejscu załadowanego obrazka. Przeciągnij kursor tak, aby zaznaczyć obszar, który będzie reagował na kliknięcie przez użytkownika (rys. 10.49).

Rysunek 10.49.
Zaznaczanie obszaru



Gdy obszar będzie zaznaczony, w polu poniżej obrazka zacznij wpisywać nazwę artykułu, do którego będzie przypisany obrazek. Wraz z wpisywaniem kolejnych liter obszar poszukiwań będzie się zawężał. Gdy pojawi się właściwa nazwa, kliknij przycisk *Tak*.

Powtarzaj zaznaczanie obszaru i przypisywanie mu nazwy dla wszystkich produktów, które mają reagować na kliknięcie. Na koniec przydziel mapę do kategorii. Zaznacz po prostu nazwę kategorii na liście, która jest widoczna nad obrazkiem.

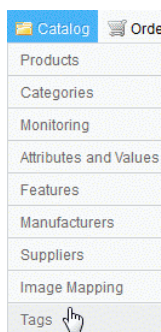
Tagi

Tagi pozwalają na przypisanie do produktu słów kluczowych. Właściwie dobrane ułatwiają klientom wyszukiwanie towaru. Jeśli np. klient będzie szukał w sklepie odtwarzacza MP3, należy połączyć tag *MP3* z artykułem *iPod Nano*.

Aby uzyskać dostęp do okna zarządzania znacznikami, wybierz polecenia: *Catalog, Tags* (rys. 10.50).

Rysunek 10.50.

Polecenia, które należy wybrać, aby uzyskać dostęp do okna zarządzania tagami



Spowoduje to wyświetlenie okna *Tags* (rys. 10.51).

Tagami możesz zarządzać na dwa sposoby. Pierwszy polega na dodaniu tagu podczas tworzenia opisu, drugi zaś na edytowaniu istniejącego zestawu tagów (rys. 10.51). Jeżeli chcesz edytować tagi, kliknij zawierający je wiersz. Spowoduje to wyświetlenie formularza (rys. 10.52).

Aby utworzyć nowy tag, w oknie *Tags* (rys. 10.51) kliknij przycisk *Dodaj nowy*. Spowoduje to wyświetlenie formularza (rys. 10.53).

W polu *Nazwa* wprowadź nazwę tagu. Powinna być krótka i celna. Jej zadaniem jest ułatwienie klientowi odszukania towaru.

Z listy *Język* wybierz ten, którego dotyczy tworzony tag. Znaczniki dotyczące języka polskiego nie będą dostępne dla klienta, który wybierze np. wersję niemieckojęzyczną sklepu.

Rysunek 10.51.
*Fragment
okna Tags*

Catalog > Tags

Dodaj nowy

Pomoc

Strona 1 / 1 | Wyświetl 50 / 30 wynik(i)

Wyczyść

Filtr

| <input type="checkbox"/> | ID | Język | Nazwa | Produkty | Akcje |
|--------------------------|----|------------------------|------------|----------|-------|
| | | | | | |
| <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 | |

Rysunek 10.52.
*Po lewej widać
listę istotnych
tagów, po prawej
zaś listę tagów
przypisanych do
nazwy „ipod”*

Tag

Nazwa:

Język:

Produkty

Belkin Leather Folio for iPod nano - Black / Chocola

iPod touch

MacBook

MacBook Air

Shure SE210 Sound-Isolating Earphones for iPod a

X

X

X

iPod Nano

iPod shuffle

Dodaj >>

<< Usuń

Rysunek 10.53.
*Formularz
do tworzenia
nowych tagów*

Tag

Nazwa:

Język:

Produkty

Belkin Leather Folio for iPod nano - Black / Chocola

iPod Nano

iPod shuffle

iPod touch

MacBook

MacBook Air

Shure SE210 Sound-Isolating Earphones for iPod a

X

X

X

Dodaj >>

<< Usuń

W sekcji *Produkty* znajdują się dwa okna. Zaznacz termin, do którego chcesz dodać tag, i kliknij przycisk *Dodaj*. Zaznaczony termin zostanie przeniesiony z okna lewego do prawego.

Po zaakceptowaniu danych tag będzie przypisany do wszystkich nazw widocznych w prawej części okna.

Aby utworzyć tagi dla innej wersji językowej, powtórz opisane w tym rozdziale operacje, ale wybierz inny język.

Załączniki

PrestaShop pozwala na dołączanie do opisu artykułu dodatkowych plików. Z możliwości tej możesz skorzystać, aby np. opublikować wersje elektroniczne artykułów dotyczących oferowanych towarów.

Aby uzyskać dostęp do okna zarządzania załącznikami, wybierz polecenia: *Catalog*, *Attachments* (rys. 10.54).

Rysunek 10.54.

Polecenia, które należy wybrać, aby uzyskać dostęp do okna zarządzania załącznikami



Po chwili wyświetli się okno zarządzania załącznikami. Aby dodać nowy załącznik, kliknij przycisk *Dodaj nowy*. Spowoduje to wyświetlenie okna *Załącznik* (rys. 10.55).

Rysunek 10.55.

Okno Załącznik

A screenshot of the 'Załącznik' (Attachment) form in PrestaShop. The form has a title bar with a folder icon and the text 'Załącznik'. It contains three main input fields: 'Nazwa pliku' (File name) with a text box and a red asterisk indicating it is required; 'Opis' (Description) with a large text area; and 'Plik' (File) with a text box and a 'Przeglądaj...' (Browse...) button. Below the 'Plik' field, there is a small text instruction: 'Prześlij plik ze swojego komputera'.

W polu *Nazwa pliku* wpisz nazwę załącznika. Powinna się kojarzyć z jego treścią.

W polu *Opis* umieść krótki opis załącznika.

Sekcję *Plik* wykorzystaj do wgrania pliku.

Wszystkie operacje powtórz dla każdej wersji językowej serwisu.

Podsumowanie

- ◆ Na terytoriach Ameryki Północnej, Wielkiej Brytanii, Australii i Nowej Zelandii używany jest kod paskowy *UPC*.
- ◆ Funkcja *Ceny specyficzne* pozwala uzależnić wysokość ceny od waluty, kraju dostawy i wielkości zamówienia.
- ◆ Maksymalna wielkość pliku graficznego zależy od ustawień serwera PHP. Można ją ograniczyć, zmieniając ustawienia dostępne po wybraniu poleceń: *Preferences, Images*.

Skorowidz

A

administracja, 37
adres, 175
 poczty elektronicznej, 32
 sklepu, 94
 URL, 92
akcje, 167
aktualizacja kursów
 automatyczna, 141
 ręczna, 141
aktualizacja miniatur, 103
APC, Alternative PHP Cache, 64
aplikacja SQL Manager, 73
atrybuty, 209
atrybuty i wartości, 221

B

baza danych MySQL, 21
 bezpieczeństwo, 24
 uruchamianie, 26
 zatrzymywanie, 25
biała lista, 116
białe znaki, white space, 62
błędy, 75
buforowanie, 64
buforowanie do plików, 65

C

cache, 64
Cart Rules, 163
Catalog Price Rules, 168
CCC, combine, compress and cache, 62
cechy, 214

cena, 205
 hurtowa netto, 205
 jednostkowa, 206
 netto sprzedaży, 205
 sprzedaży z podatkiem, 206
ceny specyficzne, 206
ciasteczko, 38
CMS, 95
Credit Slip, 164
CSV, comma-separated values, 67
czarna lista, 115
czas ważności ciasteczka, 38
częstotliwość zmiany hasła, 46

D

dane
 konfiguracji, 57
 kontaktowe, 104, 109
debugowanie, 60
dodawanie, *Patrz także* tworzenie
 adresu, 176
 adresu sklepu, 105
 aliasu, 110
 atrybutu, 221
 kraj, 139
 kuponu rabatowego, 190
 linku, 41
 menu, 51
 modułu, 120
 nowego języka, 134
 nowej funkcji, 222
 nowej wartości funkcji, 223
 podatku, 145
 produktu, 203
 przewoźnika, 156

dodawanie, *Patrz także* tworzenie
 reguły, 165
 reguły cenowej, 168
 szablonu, 89
 waluty, 142
 wartości, 222

dostawa, 151, 209

dostawcy, 215, 225

dostęp

do centrum obsługi klientów, 181

do listy dostawców, 225

do listy kategorii, 217

do menedżera SQL, 73

do sekcji Monitoring, 220

dostosowanie, 215

E

edytowanie

danych producenta, 225

tytułów, 185

e-mail, 65

F

faktury, 194

filtrowanie modułów, 118

flaga, 136

format

CSV, 68

daty, 135

JPEG, 102

PDF, 215

PNG, 102

formularz

do dodawania kategorii, 41

do dodawania menu, 52

do dodawania produktu, 41

do dodawania vouchera, 41

do tworzenia konta, 43, 174

do tworzenia tagów, 230

Powiązania, 208

SEO, 207

Sklepy, 106

Wartość funkcji, 223

funkcje opcjonalne, 61

funkcjonalność CCC, 61, 62

G

geolokalizacja, 113

geolokalizacja na podstawie IP, 115

grupy, 176

H

hasło dostępu do sklepu, 32

I

ilości, 212

import CSV, 67–70

indeksowanie, 110

informacje

o aktywności użytkowników, 181

o konfiguracji, 57, 58

o PayPal Express, 127

uzyskane od klienta, 188

instalowanie

bazy danych, 114

modułu płatności, 126

PrestaShop, 13, 27

XAMPP-a, 13, 15

J

jednostki miary, 36, 132

język zaplecza sklepu, 46

języki, 133

K

karta

Akcje, 167

Cechy, 214

Ceny, 205

Dostawa, 209

Dostawcy, 215, 216

Dostosowanie, 215

Ilości, 212, 213

Kombinacje atrybutów, 210

Powiązania, 208

SEO, 207

Warunki, 166

Załączniki, 216

Zdjęcia, 213

karty zakupowe, 180

catalog, 203

kategoria, 217

CMS, 96

Home, 218

klasy, 52–55

klienci, 87, 171

kod

ISO, 135

języka, 135

kodowanie UTF-8, 69
kolejność wyświetlania przewoźników, 156
kombinacje atrybutów, 209
kompresja
 HTML, 63
 JavaScript, 62
komunikat zamówienia, 200
konfigurowanie
 modułu płatności, 125
 poczty, 58
 serwisu, 38
konserwacja, 112
kontakt z obsługą sklepu, 184
kontakty, 183
konto, 173
 Administrator, 45
 pocztowe, 67
kopia bazy danych, 70–73
koszt
 dostawy, 153, 209
 wysyłki, 161
 pakowania, 151
kradzież ciasteczek, 38, 56
kraje, 138

L

lista
 adresów klientów, 175
 dostawców, 225
 importowanych danych, 35
 kategorii, 217
 Kombinacja, 190
 kopii baz, 72
 krajów, 138
 lokalizacji, 106
 menu, 50
 producentów, 224
 serwerów Memcached, 64
 Stan, 205
 Widoczność, 204
 zamówień, 187, 188
 zamówionych towarów, 181
listy przewozowe, 197
logi, 75
logistyka, 152
logowanie do zaplecza, 37
lokalizacja, 131
lokalizator
 interaktywny, 108
 uproszczony, 107

M

mapa obrazów, 228
Memcached, 64
menedżer SQL, 73
menu, 50
 Administration, 40
 lokalizacji, 35
 Orders, 187
 szczegółowe, 51
 Szybki dostęp, 40, 42, 56
metody buforowania, 64
moduły, 117
 filtrowanie, 118
 nieużywane, 120
 operacje, 121
 płatności, 124
 położenie, 122
 statusy, 120
modyfikacja tłumaczenia, 147
monitoring, 220

N

narzędzie
 Catalog Price Rules, 168
 phpMyAdmin, 71

O

obrazy, 100, 227
obsługa klientów, 180
odsyłacze, 96
oferta towaru, 204
okno
 do zarządzania menu, 50
 edytowania tytułów, 185
 logowania, 33
 Nowy rabat, 179
 Poziomy powiadomień, 75
 Price Ranges, 159
 stwórz zamówienie, 188
 Tags, 229
 Ustawienia główne, 80
 Weight Ranges, 160
 wyboru preferencji, 34
 Załącznik, 231
 Zasady koszyka, 165–167
opcje
 kontaktu, 182
 obsługi klienta, 183
 podatku, 144

- opcje
 - porządkowania faktur, 195
 - wyboru ustawień lokalizacyjnych, 35
 - wyszukiwania, 111
 - zwrotu towarów, 196
- operacje na modułach, 121

P

- pakiet językowy, 33
- pakiet XAMPP, 15
 - bezpieczeństwo, 20
 - hasło dostępowe, 21
 - komponenty, 20
 - strona główna, 19
- pakowanie i wysyłka, 151
- pamięć podręczna, 60
 - dla CSS, 62
 - dla JavaScript, 62
- panel
 - kontrolny XAMPP, 16
 - zarządzania sklepem, 32
- parametry zaawansowane, 57
- personel, 42
- plik
 - robots.txt, 95
 - setup_xampp.bat, 18
 - xampp-control, 15
- pliki cookies, 38
- płatności, 123
 - PayPal, 128
 - z wykorzystaniem poczty e-mail, 128
 - za pośrednictwem witryny, 128
- podatki, 144
- połączenia między produktami, 208
- preferencje
 - CMS, 95
 - danych kontaktowych, 104
 - geolokalizacji, 113
 - klientów, 87
 - konserwacji, 112
 - obrazów, 100
 - ogólne, 79
 - produktów, 83
 - SEO & URLs, 92
 - szablonów, 88
 - wyszukiwania, 109
 - zamówień, 81
- producenci, 223
- produkt wirtualny, 216
- produkty, 83, 203
- profil, 46
 - Logistician, 45
 - Salesman, 45
 - Translator, 45

- przedziały
 - cenowe, 158
 - wagowe, 160
- przeglądanie
 - logów, 75
 - zamówień, 191
- przenoszenie obrazków, 104
- przewoźnik, 138, 153
- przeznaczenie klas, 52–55
- przycisk
 - Manage your store, 32
 - Verify now!, 30
 - Zapisz, 40, 55
- przyjazne URL, 98

R

- reguły cenowe, 163
- rekord klienta, 175
- rodzaje błędów, 75
- rozmiar pliku graficznego, 100
- rozproszony system buforowania, 64

S

- sekcja
 - Attributes and Values, 221
 - Cache, 64
 - CloudCache, 65
 - Contacts, 181
 - Features, 222
 - Jakość zdjęcia, 101
 - Konfiguracja, 132
 - Limit wielkości wysyłanych danych, 39
 - Lokalizacja, 132
 - Menu szybkiego dostępu, 42
 - Monitoring, 220
 - Ogólne, 39
 - Ograniczenia modułu, 179
 - Opcje, 95
 - Opcje prezentów, 83
 - Opcje rachunków, 195
 - Parametry, 106
 - Pomoc, 39
 - Powiadomienia, 40
 - Rabat kategorii, 179
 - Serwery mediów, 63
 - Status, 55
 - Szukaj, 112
 - Waga, 112
 - Wygląd, 90
 - Zdjęcie, 186
- SEO & URLs, 92
- SEO, Search Engine Optimalization, 207

serwer Apache
 optymalizacja, 63
 sprawdzanie działania, 18
 uruchamianie, 15
 zabezpieczanie, 20
 zatrzymywanie, 18
serwery mediów, 63
słowa kluczowe meta, 98
sortowanie wiadomości., 182
SSL, Secure Sockets Layer, 80
status
 zamówienia, 198
 zwrotu, 199
statusy modułów, 120
strefa czasowa sklepu, 32
strefy, 136
strona
 Addresses, 175
 Attributes and Values, 221
 Carriers, 155
 Cart Rules, 163
 Catalog Price Rules, 168
 główna sklepu, 34, 41
 główna zaplecza, 41
 Image Mapping, 227
 Languages, 133
 Merchandise Returns, 196
 Performance, 59
 Quick Access, 41
 z profilami, 47
szablony, 88
szablony Smarty
 cache szablonu, 59
 konsola debugowania, 60
 minifikowanie HTML, 62
 pamięć podręczna, 60
szybki dostęp, 40
szyfrowanie, 63

Ś

środowisko
 produkcyjne, 11
 testowe, 11

T

tabela Manufacturers, 224
tagi, 229
TLS, Transport Layer Security, 80
tłumaczenie, 147
towary demonstracyjne, 31

tworzenie
 adresu, 176
 bazy danych, 22
 grupy, 178
 kategorii, 218
 kategorii CMS, 96
 kodów voucherów, 170
 kombinacji atrybutów, 210
 komunikatu zamówienia, 200
 konta, 173
 kopii bazy danych, 71
 mapy obrazów, 228
 menu, 52
 nowego języka, 135
 nowego konta, 43
 nowej grupy, 42
 nowej strony, 99
 pliku graficznego, 100
 tagów, 230
 zapytań, 75
 zestawu atrybutów, 210
typ bazy danych, 30
tytuły, 185

U

uprawnienia, 48
 administratora, 48
 użytkownika SuperAdmin, 49
 użytkowników, 23
URL, Uniform Resource Locator, 92
uruchamianie
 bazy danych, 21
 serwera Apache, 15
usługi sieciowe, 76
ustawianie adresów, 93
usuwanie profilu, 47
użytkownik root, 23

V

Voucher, 164

W

waga słów, 112
waluta, 140
wersja
 instalacyjna PrestaShop, 12
 instalacyjna XAMPP-a, 13
 językowa, 131
włamanie do PrestaShop, 32
właściwości, 222

wybór przewoźnika, 153
wydajność sklepu, 59
wygląd, 90
wyłączanie modułu płatności, 125
wymiana odsyłaczy, 96
wysyłanie poczty, 67
wyszukiwanie, 109, 111
wyświetlanie listy Kombinacja, 190

X

XCache, 65

Z

zabezpieczanie bazy danych, 24
zakładanie konta klienta, 189
zakładka Informacja, 204
załączniki, 215, 231
zamówienia, 81, 187
 edytowanie szczegółów, 193
 komunikaty, 200
 kupon rabatowy, 190
 przeglądanie, 191
 rozliczenie za zwrot, 194
 statusy, 198
 zmienianie, 191
 zwrot towarów, 194

zapytania, 75
zarządzania
 kontami, 184
 bazą danych, 73
 fakturami, 195
 grupami, 177
 jakością, 101
 komunikatami zamówień, 200
 kontami pocztowymi, 184
 listami przewozowymi, 197
 modułami płatności, 124
 przewoźnikami, 155
 tagami, 229
 załącznikami, 231
 zwrotami, 196
zasady opodatkowania, 146
zdjęcia, 102, 213
zestaw kombinacji, 212
zmiana
 hasła, 46, 56
 jakości obrazów, 102
 nazwy profilu, 47
 szablonu, 89
 zamówienia, 191
zwrot towarów, 194, 196

PROGRAM PARTNERSKI

GRUPY WYDAWNICZEJ HELION



1. ZAREJESTRUJ SIĘ
2. PREZENTUJ KSIĄŻKI
3. ZBIERAJ PROWIZJĘ

Zmień swoją stronę WWW
w działający bankomat!

Dowiedz się więcej i dołącz już dzisiaj!

<http://program-partnerski.helion.pl>

GRUPA WYDAWNICZA

