



PrestaShop

LE GUIDE UTILISATEUR OFFICIEL

PrestaShop 1.7



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

PrestaShop
12 rue d'Amsterdam
75009 Paris - France

Première édition. Publiée en février 2017. Basée sur PrestaShop 1.7.0.4.



Guide de l'utilisateur

PrestaShop 1.7



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

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

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



Table des matières

Formations	13
Personnaliser votre boutique	14
Se connecter au back-office de PrestaShop	15
Découvrir la zone d'administration	17
Présentation de l'interface principale	18
La barre supérieure	19
Les menus	19
Les boutons	22
L'aide contextuelle	23
Le tableau de bord	23
La barre horizontale	23
La colonne de gauche	24
La colonne centrale	25
La colonne de droite	27
Réordonner les éléments	27
Premiers pas avec PrestaShop 1.7	28
Désactiver votre boutique	28
Effacer le contenu de la boutique par défaut	29
Configurer les informations de votre boutique	31
RégLAGES de base de la boutique	31
Langues de la boutique	33
Informations sur les employés	34
Configurer les méthodes de paiement	35
Configurer le transport	36
Choisir votre thème	36
Choisir vos modules	37
Créer des produits et des catégories de produits	37
Créer du contenu statique	37
Construire votre menu	37
Activez votre boutique	38
Vendre avec PrestaShop	39
Gérer les commandes	40
Commandes	40
Créer une commande	40
Voir le détail des commandes	41
Modifier les détails de la commande	42
Attacher un commentaire à la commande	47
Factures	48
Options des factures	49
Avoirs	51



Configuration des avoirs.....	51
Créer un avoir.....	51
Bons de livraison	53
Options des bons de livraison	53
Paniers.....	54
Gérer le catalogue.....	56
Gérer les produits	57
Présentation de la page produit	57
Onglets	57
Nom de produit.....	57
Type de produit.....	58
Langue.....	58
Boutons globaux.....	58
Créer un produit.....	60
Essentiel	60
Images	61
Image de couverture.....	61
Zoom et Légende	62
Tri des images.....	62
Récapitulatif et description	62
Caractéristiques.....	63
Créer une caractéristique	63
Attribuer une valeur à une caractéristique	64
Marque	64
Produit associé	64
Déclinaisons	65
Quantité	66
Prix	66
Catégories	67
Quantités.....	68
Produit standard	68
Produit avec déclinaisons	69
Préférences de disponibilité	69
Livraison.....	70
Prix	71
Prix de vente.....	71
Prix d'achat.....	71
Prix spécifiques : gérer les réductions.....	71
Gérer les priorités de prix	73
Améliorer la position de votre produit dans les moteurs de recherche (Référencement - SEO)	74
Référencement.....	74
Page de redirection	75
Options.....	76
Visibilité	76



Mots-clés	76
Condition & Références	77
Personnalisation	77
Joindre un fichier	79
Fournisseurs	80
Création d'un produit avec des déclinaisons	81
Ajout de déclinaisons	81
Gestion des déclinaisons	82
Création d'un produit virtuel.....	84
Créer un pack de produits	86
Ajouter des produits à votre pack.....	87
Gérer les quantités de pack	87
Gérer les catégories	88
Parcourir et modifier les catégories	91
Importer et exporter des catégories	91
Ajouter des produits à une catégorie.....	92
Faire le suivi de votre catalogue	93
Gérer les attributs de vos produits.....	94
Créer un attribut.....	95
Créer une nouvelle valeur	96
Gérer les caractéristiques de vos produits	97
Ajouter une caractéristique.....	98
Ajouter une valeur à une caractéristique.....	98
Gérer les marques	99
Créer une marque	100
Créer une adresse de marque	101
Gérer les fournisseurs	101
Gérer les documents joints	104
Mettre en place des promotions	105
Règles paniers.....	106
Règles de prix catalogue	112
Gérer les clients	115
Vos clients.....	115
Créer un nouveau compte d'utilisateur.....	117
Afficher les informations relatives à un client	119
Chercher un client	120
Adresses des clients	122
Ajouter une adresse	123
Encours autorisés	124
Activer la fonctionnalité Encours	124
Écran de résumé des encours	124
Gérer le service client.....	125
Service client.....	125
Gérer les messages du service client	127



Options de service client	128
Messages prédéfinis	130
Créer de nouveaux messages	130
Envoyer un message prédéfini à un client	130
Retours produits.....	132
Le retour produit du point de vue du client.....	133
Le retour produit du point de vue du marchand	134
Rembourser un client	135
Comprendre les statistiques.....	137
Statistiques	137
Interface principale	137
Liste des statistiques disponibles	139
Optimiser votre boutique	142
Gérer les modules.....	143
Découvrir la sélection de modules.....	144
Rechercher un module ou service	145
Filtrer les modules	145
Affichage des résultats	146
Informations sur les modules et services	147
Installer ou acheter un module	149
Installer un module manuellement.....	149
Installer à l'aide du formulaire de téléchargement	149
Installer à l'aide d'un client FTP.....	150
Se connecter à la marketplace Addons.....	151
Vous n'avez pas de compte Addons?	151
Vous avez déjà un compte ?	152
Modules installés	153
La liste des modules.....	153
Effectuer des actions sur les modules.....	155
Notifications des modules.....	156
Modules à configurer	156
Modules à mettre à jour.....	156
Catalogue de modules	157
Personnaliser l'apparence de votre boutique	159
Thème et logo	159
Votre thème actuel	159
Sélectionner le thème pour la boutique <nom de la boutique>.....	160
Importer un thème	161
Exporter un thème	163
En direct de PrestaShop Addons !	163
Thème parent / enfant	163
Catalogue de thèmes.....	165
Gérer votre contenu statique grâce aux pages	166
CMS - Gérer le contenu statique	166



Créer une catégorie de pages	167
Créer une page.....	168
Positions des modules	169
Positions sur le front-office	169
Déplacer un module sur un point d'accroche	171
Attacher un module à un point d'accroche : la greffe.....	171
Modifier un module greffé.....	172
Enlever un module d'un point d'accroche.....	173
Greffer un module en modifiant son code	173
Widgets.....	174
Paramètres des images	175
Préférences des images.....	175
Ajouter une nouvelle taille d'image.....	176
Préférences d'images.....	176
Régénérer les miniatures	177
Gérer les blocs de liens	178
Les blocs de liens	178
Créer un nouveau bloc de liens.....	179
Gérer les livraisons.....	180
Gérer les transporteurs	181
Ajouter un nouveau transporteur à l'aide d'un module transporteur recommandé	182
Créer un nouveau transporteur à l'aide de l'assistant (Carrier Wizard)	182
Préférences de livraison	188
Gérer les paiements.....	190
Modes de paiement	190
Installer un mode de paiement	190
Préférences de paiement.....	191
Restrictions des modules de paiement par rapport aux devises	191
Restrictions des modules de paiement par rapport aux groupes.....	192
Restrictions des modules de paiement par rapport aux pays	192
Gérer la localisation et l'internationalisation	194
Localisation	194
Paramètres de localisation	194
Localisation.....	197
Avancé.....	197
Langues	198
Devises.....	201
Géolocalisation	203
Zones géographiques	205
Pays.....	205
Ajouter un nouveau pays.....	206
Zones.....	208
États	209
Gérer les taxes.....	211



Taxes (fr)	212
Règles de taxe.....	214
Ajouter une nouvelle règle de taxe.....	214
Traductions	216
Modifier une traduction.....	216
Rechercher une expression	217
Parcourir les traductions.....	217
Modifier une traduction	219
Traduction des modules	219
Traduction des modèles d'e-mails.....	220
Ajouter / mettre à jour une langue	221
Importer un pack de langue manuellement.....	221
Exporter des traductions	221
Copier	222
Configurer votre boutique.....	223
Configurer les paramètres de votre boutique.....	224
Général	224
Paramètres généraux	224
Maintenance de la boutique	227
Paramètres des commandes.....	228
Préférences des commandes.....	228
États de commande.....	230
Paramètres des produits.....	233
Préférences des produits	233
Paramètres des clients	236
Préférences des clients	236
Groupes de clients.....	236
Titres de civilité	239
Gestion des contacts	239
Vos contacts	240
Coordonnées et magasins.....	242
Préférences des coordonnées & magasins	242
Trafic et SEO	246
SEO et URL.....	246
Moteurs de recherche	252
Affiliation	253
Recherche.....	257
Préférences de la recherche	257
Mots-clés	261
Configurer les paramètres avancés.....	263
Informations de configuration	263
Paramètres de performances	264
Smarty	264
Mode debug.....	264



Fonctionnalités désactivables	265
Concaténation, Compression et mise en Cache (CCC).....	265
Serveurs de média	266
Cache	267
Préférences de l'administration	269
Général.....	269
Quota de téléchargement.....	269
Notifications	270
Paramètres des e-mails.....	271
Liste des e-mails.....	271
Adresse e-mail.....	271
Essai de votre configuration mail	273
Importer des données	274
Paramètres d'import CSV	274
Data format.....	277
Mise en ligne du fichier.....	278
Équipe	281
Employés	281
Ajouter un nouvel employé	281
Options des employés.....	283
Profils des employés	283
Ajouter un nouveau profil	284
Permissions des employés.....	284
Régler les permissions d'un nouveau profil.....	285
Base de données	287
Gestionnaire SQL	287
Sauvegarde BDD.....	291
Paramètres de log	293
Alerte par e-mail	294
Paramètres du service web	294
Ajouter une nouvelle clé	295
Configuration	295
Multiboutique.....	296
Gérer plusieurs boutiques	297
Comment savoir si vous avez besoin du mode multiboutique	297
Activer le multiboutique.....	297
Interface de la page multiboutique.....	298
L'interface multiboutique.....	298
Un seul back office pour plusieurs boutiques Front-Office	298
Créer un groupe de boutiques	302
Créer une boutique	304
Mettre en place l'adresse d'une boutique	307
Généralités et cas particuliers	310





Formations

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

Nous proposons un catalogue de formations adaptées à vos besoins et à vos connaissances:

Apprenez à utiliser la solution PrestaShop et maîtriser la mise en place et la gestion de votre boutique en ligne.

- **Utilisateur Niveau 1 - Débutant** : Apprenez à créer votre boutique en ligne et découvrez les très nombreuses fonctionnalités de PrestaShop afin d'améliorer rapidement les performances de votre site !
 - Durée : 1 jour
 - En savoir plus/ Inscrivez-vous :
<http://www.prestashop.com/fr/formation-utilisateur-prestashop>
- **Utilisateur Niveau 2 - Confirmé** : Apprenez à mettre en avant votre boutique en ligne grâce aux fonctionnalités et aux modules de personnalisation. Découvrez également les outils marketing que propose PrestaShop faire évoluer votre activité.
 - Durée : 1 jour
 - En savoir plus/ Inscrivez-vous :
<http://www.prestashop.com/fr/formation-utilisateur-niveau-deux-prestashop>
- **Utilisateur Niveau 3 – Expert** : Apprenez à optimiser votre boutique en ligne ainsi qu'à développer les fonctionnalités étendues de la solution afin d'accroître votre portefeuille clients et son taux de satisfaction.
 - Durée : 1 jour
 - En savoir plus/ Inscrivez-vous :
<http://www.prestashop.com/fr/formation-utilisateur-niveau-trois-prestashop>
- **Référencement Naturel – SEO** : Il est indispensable de rendre votre boutique visible à tous vos clients pour développer votre activité ! Les règles de base du SEO sont à prendre en compte dès la phase de création de votre site marchand avec PrestaShop.
 - Durée : 1 jour
 - En savoir plus/ Inscrivez-vous :
<http://www.prestashop.com/fr/formation-referencement-naturel-prestashop>

Si vous désirez recevoir plus d'informations et les conditions de participation aux formations, rendez-vous sur la page <http://www.prestashop.com/fr/formation-prestashop>.

À savoir

Toutes nos formations peuvent faire l'objet d'une **prise en charge par un Organisme Paritaire Collecteur Agrée (OPCA)** dans le cadre du plan de formation de votre entreprise, de votre DIF ou d'autres dispositifs. Que vous soyez salarié, auto-entrepreneur, demandeur d'emploi... N'hésitez pas à vous renseigner sur les différents dispositifs proposés et bénéficiez de votre droit à la formation professionnelle.



Personnaliser votre boutique

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

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

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

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

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

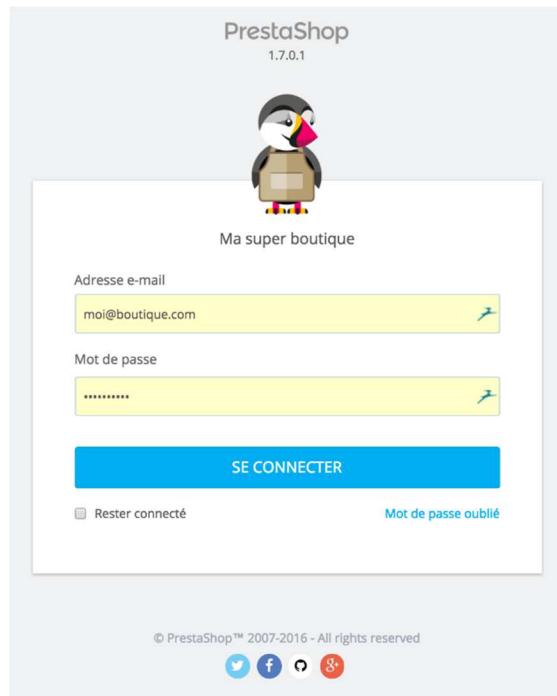


Se connecter au back-office de PrestaShop

Dans ce guide utilisateurs, nous utilisons "back-office" pour désigner le panneau d'administration de votre installation de PrestaShop. Vous passerez la majeure partie de votre temps sur ce panneau, car tout ce qui est affiché pour l'utilisateur est géré directement depuis le back-office : ajout/modification/retrait de produits, gestion des transporteurs, création de packs et de bons d'achat, gestion du SAV, amélioration de la boutique, etc.

Durant le processus d'installation, PrestaShop renomme le dossier d'administration, de **/admin** à un nom unique pour votre boutique (par exemple, **/admin7809**), ceci pour des raisons de sécurité. Utilisez ce nom de dossier pour accéder à votre back-office, par exemple : <http://www.monprestashop.com/admin7809>.

i Le changement de nom est fait automatiquement par PrestaShop. Faites attention à bien mémoriser le nom de ce dossier la première fois que vous accédez à l'administration !



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

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



The screenshot shows the PrestaShop 1.7 dashboard with the following sections:

- Tableau de Bord**: Main dashboard area with a timeline selector (Jour, Mois, Année, Jour-1, Mois-1, Année-1) and a date range selector (Du 2016-12-01 Au 2016-12-27). It displays a summary table with Ventes (0,00 € HT), Commandes (0), Panier Moyen (0,00 € HT), Visites (1), Taux de transformation (0%), and Bénéfice net (0,00 € HT).
- Actualités Prestashop**: News section with a link to "PrestaShop 1.7 : contribuez aux traductions du logiciel".
- Comment devenir leader de son marché de niche ? Interview de Skylantern**: Article from 21/12/2016.
- Mises à jour Prestashop**: Confirmation that "Votre version de PrestaShop est à jour".
- Liens utiles**: Section with a link to "Trouver plus d'actualités".

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

Lisez le chapitre suivant de ce guide, "Premiers pas avec PrestaShop 1.7", pour comprendre les différentes sections du back-office.



Découvrir la zone d'administration

Vous avez installé PrestaShop 1.7, et êtes connecté à votre back-office. Il vous faut maintenant prendre le temps de parcourir son administration afin de comprendre ses messages et de savoir où trouver une information spécifique.



Le design de la zone d'administration a été partiellement revu pour la version 1.7 de PrestaShop, afin d'être plus intuitif et ergonomique (les pages produit et modules notamment). La navigation et le menu ont aussi évolué depuis la version 1.6 : bien que les fonctionnalités soient les mêmes, les pages et sections ont été réorganisées. Il vous faudra un petit moment d'adaptation avant de bien avoir ce nouveau menu en main.

Le but de ces nouveautés étant bien sûr de faciliter la gestion de votre boutique !

Nous avons créé ce chapitre afin de vous aider lors de cette découverte de l'interface d'administration de PrestaShop. Elle a été conçue pour être plus ergonomique et plus simple d'utilisation, mais restez conscients que vous devriez lire tous les chapitres du guide utilisateur pour comprendre pleinement votre nouvel outil e-commerce !



Présentation de l'interface principale

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

The screenshot shows the PrestaShop 1.7 dashboard with the following sections:

- Left Sidebar:** Includes sections for VENDRE (Commandes, Catalogue, Clients, Service client, Statistiques), PERSONNALISER (Modules, Apparence, Transport, Paiement, International), and CONFIGURER (Paramètres de la boutique, Paramètres avancés).
- Header:** Accès rapide, Rechercher, Mode debug ps17en, Mode démo, Aide.
- Tableau de bord:** A summary section with a date range selector (Du 2016-12-01 Au 2016-12-27) and a chart showing Sales (Ventes) over time from 1/12/2016 to 27/12/2016. The chart shows significant peaks and troughs, with values ranging from 5596 to 49368.
- APÉRÇU DE L'ACTIVITÉ:** Visiteurs en ligne (21), Paniers actifs (2).
- Actuellement en attente:** Commandes (5), Retours/Echanges (0), Paniers abandonnés (39), Produits en rupture de stock (3).
- Notifications:** Nouveaux Messages (108).
- Clients & Newsletters (FROM 2016-12-01 TO 2016-12-27):** Nouveaux Clients (108), Nouveaux Abonnements (108), Total des Abonnés (1209).
- Traffic (FROM 2016-12-01 TO 2016-12-27):** Lien vers votre compte Google Analytics, Visites (12366), Visiteurs Uniques (7420), Sources de Trafic (PRESTASHOP.COM: 6183).
- MESSES À JOUR PREST...**: Your version of PrestaShop is up-to-date.
- LIENS UTILES:** Documentation officielle, Guides Utilisateur, Développeur et Designer, Forum PrestaShop.
- ACTUALITÉS PRESTASHOP:** PrestaShop 1.7: contribuez aux traductions du logiciel (with a link to "savoir plus"), Comment devenir leader de son marché de niche? Interview de Skylanter (with a link to "savoir plus"), Mises à jour Prestashop (with a link to "savoir plus").



La barre supérieure



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

- **Le logo de PrestaShop.**
- **Accès rapide.** Un menu regroupe des raccourcis vers certaines des pages les plus utiles. Vous pouvez le personnaliser en cliquant sur "Gérer les accès rapides".
- **Barre de recherche avec menu déroulant.** Elle vous permet de faire une recherche parmi le contenu de votre boutique.
- **Mode debug (optionnel).** Cette icône apparaît quand votre boutique est en mode debug, pour vous le rappeler. Le mode debug se gère dans "Paramètres avancés > Performance".
- **Lien "Nom de ma boutique".** Ouvre un nouvel onglet de votre navigateur avec la page d'accueil de votre boutique.
- **Icône cloche.** Indique le nombre de nouvelles notifications, qui s'ouvre sur les dernières commandes.
 - **Commandes.** Cet encadré présente les nouvelles commandes depuis la dernière fois que vous avez cliqué sur cette icône. De là, vous pouvez afficher l'une des commandes en détail.
 - **Clients.** Cet encadré vous présente les nouveaux clients inscrits depuis la dernière fois que vous avez cliqué sur cette icône. De là, vous pouvez afficher la page d'info des clients.
 - **Messages.** Cet encadré vous présente les nouveaux messages reçus par le service clientèle depuis la dernière fois que vous avez cliqué sur cette icône. De là, vous pouvez afficher l'un des messages.
- **Menu personnel (votre photo).** Un simple menu rappelant le compte avec lequel vous êtes connecté, qui contient les liens suivants :
 - **Lien "Mes Préférences".** Ouvre la page de préférence de votre compte utilisateur actuel, d'où vous pouvez régler certaines options, comme la langue du back-office ou votre mot de passe.
 - **Lien "Déconnexion".** Vous déconnectez du compte actuellement utilisé.

Les menus

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

Le menu de PrestaShop 1.7 est organisé en trois sections principales, des pages que vous utilisez le plus fréquemment, à celles que vous consultez moins régulièrement. Cette organisation se veut le reflet de votre activité au quotidien. Sous chacune de ces trois sections, chaque menu correspond à un ensemble donné de tâches :

- Tableau de bord. La page d'accueil de votre back-office, où vous pouvez voir vos principales statistiques, en temps réel.



Vendre

Cette section vous accompagne au quotidien, avec des pages essentielles comprenant vos commandes, votre listing clients, vos produits, etc. C'est le cœur de votre activité de marchand, où vous vous rendez tous les jours pour gérer votre commerce.

- **Commandes.** Dès qu'un client commence à ajouter des produits à son panier, vous verrez les premières commandes arriver dans ce menu, avec les factures qui les accompagnent. C'est également à partir de ce menu que vous gérerez vos avoirs et les paniers abandonnées, entre autres.
- **Catalogue.** C'est le cœur de votre boutique, là où vous allez ajouter vos produits, créer des catégories, configurer vos transporteurs et fournisseurs, créez des promotions...
- **Clients.** Ce menu vous donne accès à toutes les informations sur vos clients et vous permet de modifier leurs adresses.
- **Promotions.** Ce menu à part vous permet de créer rapidement des bons de réduction et des promotions par le biais d'un jeu de règles.
- **Service client.** Ce menu permet de gérer tout ce qui a trait au service client et à l'après-vente: messages clients, retours produits, etc.
- **Statistiques.** Ce menu vous donne accès à un grand nombre de statistiques et graphiques qui est récupéré et généré par PrestaShop.

Personnaliser

Cette deuxième section vous permet de personnaliser votre boutique et d'aller au-delà de la configuration de base. Choisissez l'apparence de votre boutique, adaptez les méthodes de paiement à vos marchés cibles, visez l'international ou complétez votre boutique avec de nouvelles fonctionnalités !

- **Modules.** Multipliez la puissance et l'utilité de votre boutique en ajoutant des modules, dont une centaine est déjà disponible dans l'installation par défaut, et de nombreux sont disponibles à l'achat sur la place de marché PrestaShop Addons. C'est également dans ce menu que vous placerez les éléments de vos modules sur votre thème.
- **Apparence.** C'est ici que vous pouvez gérer le thème de votre boutique, ainsi que les éléments qui viennent modifier l'aspect général de votre boutique (images, pages, liens et positions des modules).
- **Livraison.** Tout ce qui concerne l'expédition de vos colis, notamment les coûts de transport.
- **Paiement.** Choisissez quels modes de paiement vos clients peuvent utiliser.
- **International.** Vous aide à configurer votre boutique avec des éléments locaux et internationaux, tels que la langue et les traductions, la monnaie, les unités de mesure, les taxes et règles de taxes, et les entités géographiques.

Tableau de Bord

VENDRE

- Commandes
- Catalogue
- Clients
- Service client
- Statistiques

PERSONNALISER

- Modules
- Apparence
- Transport
- Paiement
- International

CONFIGURER

- Paramètres de la boutique
- Paramètres avancés



Configurer

Cette section comporte deux menus. Le premier regroupe tous les paramètres liés à votre boutique : ce sont des réglages que vous configurez en démarrant votre boutique, et auxquels vous accédez moins une fois votre activité lancée. Le deuxième menu rassemble des paramètres plus techniques, avec des fonctionnalités avancées.

- **Paramètres de la boutique.** PrestaShop est une solution e-commerce très configurable, et vous pouvez modifier quasiment tous ces comportements à l'aide de ce jeu de pages de préférences.
- **Paramètres avancés.** Contient des liens vers des outils et des pages d'informations qui sont trop particuliers pour tenir dans d'autres menus, tels que les réglages du service web, l'outil de sauvegarde de la base de données, ou la page d'amélioration des performances, entre autres. Vous y trouverez aussi les réglages relatifs au back-office lui-même. Par exemple, la liste de vos employés et leurs droits d'accès, entre autres.

Ce sont là les menus par défaut. Notez que des modules peuvent ajouter de nouveaux menus, de nouvelles pages aux menus existants, ou de nouvelles options aux pages existantes. Certaines pages présentent plusieurs onglets pour accéder à davantage de fonctionnalités disponibles dans PrestaShop.

Tous les menus par défaut sont expliqués en détail dans ce guide de l'utilisateur.

Quant au format du menu, le menu peut être réduit pour n'afficher que ses icônes, en cliquant sur l'icône de "lignes parallèles" qui se trouve en bas.



Les boutons

Un grand nombre de pages de l'administration utilisent des boutons de manière régulière, que ce soit en haut ou en bas de l'écran. Par exemple, la page de création/modification d'un produit peut avoir jusqu'à 8 boutons.

Plus que de simples raccourcis, ils ouvrent de réelles fonctionnalités que vous utiliserez souvent.

Les boutons disponibles varient grandement en fonction du contexte. De fait, deux pages peuvent ne pas avoir le même jeu de boutons. Cela étant, il y en a certains que vous verrez souvent :

- **Ajouter.** Ouvre la page de création pour le contenu en cours : nouveau produit, nouvelle catégorie, nouvelle commande, etc.
- **Modules et services recommandés.** Ouvre une fenêtre présentant les modules disponibles pour le contexte en cours.
- **Aide.** Ouvre la documentation en ligne pour la page en cours ("aide contextuelle").

Le bouton "modules recommandés" vous permet de voir les modules qui s'appliquent au contexte en cours. Par exemple, la page des transporteurs affiche les modules de la catégorie de modules "Transporteurs & logistique". Cela se révèle très utile pour rapidement trouver le module à installer et à configurer pour obtenir un certain résultat.

La plupart des formulaires du back-office sont validé à l'aide bouton en bas de l'écran :

- **Enregistrer.** Enregistre le contenu de la page en cours et renvoie vers la liste d'éléments existants.
- **Enregistrer et rester.** Enregistre le contenu de la page en cours et garde la page ouverte.
- **Annuler.** Renvoie la liste des éléments existants.

Les tableaux présentant des listes (de produits, commandes, clients, etc.) ont leur propres boutons pour gérer les éléments listés :



- **Ajouter.** Crée un nouvel élément dans le contexte actuel.
- **Exporter.** Télécharge un fichier CSV de tous les éléments.
- **Importer.** Vous amène sur la page d'options d'import CSV, où vous pouvez importer vos fichiers CSV.
- **Rafraîchir la liste.** Charge à nouveau la liste pour présenter les dernières modifications.
- **Voir la requête SQL.** Vous fournit la requête SQL pour reproduire votre recherche ou filtre dans votre propre gestionnaire SQL.
- **Exporter vers le gestionnaire SQL.** Ouvre le gestionnaire SQL de PrestaShop (dans le menu "Paramètres avancés"), grâce auquel vous pouvez faire des requêtes sur la base de données PrestaShop avec des instructions SQL ("**SELECT ... FROM ... WHERE ...**"). Si votre liste d'éléments est filtrée (par exemple, par nom), alors la requête SQL par défaut le prendra en compte (par exemple, "**WHERE 1 AND b.name` LIKE '%robe%**" pour une liste de produits).



L'aide contextuelle

La documentation du logiciel est directement intégrée dans l'interface du logiciel : en cliquant sur le bouton "Aide" depuis n'importe quel page du back-office, l'interface principale se réduit en largeur pour pouvoir afficher une nouvelle colonne sur la droite, contenant la documentation de cette partie du back-office.

Un nouveau clic sur le bouton "Aide" referme la colonne d'aide contextuelle. Si vous ne fermez pas la colonne d'aide, PrestaShop comprendra que vous voulez qu'elle s'affiche sur toutes les pages du back-office, et maintiendra donc la colonne ouverte tant que vous ne l'aurez pas fermée.



Si la zone d'affichage du navigateur web est inférieure à 1220 pixels de large, alors PrestaShop ouvrira la documentation contextuelle dans une nouvelle fenêtre de navigateur plutôt que de réduire l'espace dédié à l'interface principale.

En bas de la colonne d'aide, un petit formulaire vous permet d'indiquer à l'équipe de PrestaShop si cette aide vous a été utile. Donnez une note à la page d'aide en cliquant sur l'un des 5 niveaux de satisfactions. Si vous cliquez sur l'un des deux niveaux les plus bas, PrestaShop ouvrira un court formulaire vous permettant de préciser vos pensées. Vous pouvez soit le remplir et cliquez sur le bouton "Valider", soit fermer le formulaire en cliquant sur la croix, ce qui enverra simplement votre note à notre serveur.

Le tableau de bord

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

Le tableau de bord est divisé en 4 zones : une barre horizontale, et trois colonnes.



Mode démo

Par défaut, le tableau de bord utilise des fausses données pour vous permettre de voir comment les données statistiques sont affichées.

Lorsque vous utilisez PrestaShop sur une vraie boutique, vous devez désactiver ces fausses données pour utiliser vos vraies données : désactivez le "Mode démo" en haut à droite de l'écran.

La barre horizontale

En haut du tableau de bord se trouve une simple barre qui vous permet de choisir la période de temps utilisée pour afficher les statistiques du tableau de bord.

Trois jeux d'options sont disponibles :

- Ce jour, ce mois, cette année.
- Jour, mois ou année précédent(e).
- Une date précise (le bouton à droite, qui ouvre un sélecteur de date).



Le choix d'une option met à jour tous les blocs de contenu qui se trouvent sur le tableau de bord, afin que les données qu'ils affichent correspondent à cette période seule. Les blocs qui ne présentent pas de statistiques ne sont pas mis à jour.

Pour choisir une période de temps, vous pouvez soit cliquez sur le premier puis le dernier jour de cette période dans le calendrier (l'ordre des jours n'est pas important), ou vous pouvez saisir les dates au format AAAA-MM-JJ dans les champs textuels. Cliquez sur "Appliquer" pour voir le tableau de bord se mettre à jour en fonction de vos réglages.

Vous pouvez également comparer deux périodes de temps en cochant la case "Comparer avec". Sélectionnez la seconde période comme vous l'avez fait pour la première (les deux peuvent se superposer), puis cliquez sur "Appliquer".

Lorsque vous comparez deux périodes, certains des blocs de contenu seraient mis à jour pour indiquer l'évolution des données (voir par exemple le bloc "Tableau de bord", qui présente les données du module Dashboard Trends).

La colonne de gauche

Par défaut, cette colonne présente les données du module Dashboard Activity, qui rend les principaux chiffres tirés de votre base de données accessibles en un clin d'oeil :

- Les visiteurs durant les 30 dernières minutes.
- Les paniers actifs durant les 30 dernières minutes.
- Les commandes en attente, les demandes de retour/échange, les paniers abandonnés et les produits épuisés.
- Les notifications de nouveaux messages, de nouvelles questions liées à une commande et de nouveaux commentaires de produits.
- Les nouveaux clients et nouvelles inscriptions à la newsletter.
- Les statistiques de trafic : visites, visiteurs uniques, sources de trafic et liens directs.

APERÇU DE L'ACTIVITÉ	
Visiteurs en ligne	21
Dans les 30 dernières minutes	
Paniers actifs	2
Dans les 30 dernières minutes	
Actuellement en attente	
Commandes	5
Retours/Échanges	0
Paniers abandonnés	39



La colonne centrale

C'est dans la colonne centrale que l'appellation de "tableau de bord" prend toute son importance : cette zone du tableau de bord vous présente les chiffres les plus importants relatifs aux activités quotidiennes de votre site, accompagnés d'un graphique des ventes et d'une liste des dernières commandes. Chaque fois que vous vous connectez à l'administration de votre boutique, vous chercherez surtout à voir l'évolution de ces courbes. C'est ici que vous prendre le pouls de votre boutique.

Par défaut, il y a trois blocs de contenu dans cette colonne, qui sont gérés par des modules :

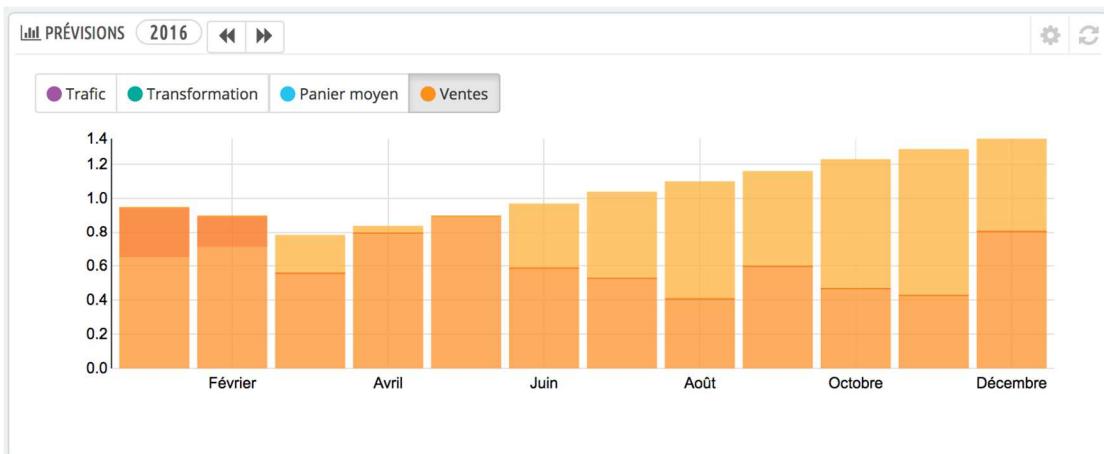
- **Tableau de bord** (module Dashboard Trends). C'est le principal bloc d'information du tableau de bord. Avec ses graphiques variés, il vous aide vraiment à voir si la direction que prend votre boutique est la bonne ou non. Cliquez sur l'un des types de graphique pour l'afficher. Par ailleurs, lorsque vous comparez deux périodes de temps, il affiche l'évolution de chaque chiffre en pourcentage. Survolez le graphique avec votre souris pour en voir les détails.



En cliquant sur son icône de configuration (en haut à droite), un panneau s'ouvre où vous pouvez configurer les divers frais de votre boutique (frais bancaire, coût d'expédition, hébergement, etc.) afin de mieux indiquer vos tendances.



- **Votre prévision** (module Dashboard Goals). Ce bloc vous présente les objectifs que vous vous êtes fixés pour les mois à venir, et la manière dont votre boutique parvient à s'y comparer. Survolez le graphique avec votre souris pour en voir les détails.



- En fonction de vos résultats mensuels, vous devriez mettre à jour vos objectifs à venir. Vous pouvez configurer vos objectifs dans le formulaire de configuration du bloc (en haut à droit du bloc), et indiquer vos attentes mois après mois en termes de trafic, de taux de conversion, et de valeur panier moyenne. La colonne "Ventes" sera mise à jour en fonction des objectifs des autres colonnes (par exemple, pour 1000 visiteurs avec un taux de conversion de 2% et un panier moyen de 10€, vous devriez obtenir $1000 * (2/100) * 10 = 200\text{€}$) Vous pouvez modifier la devise dans la page "Devises" du menu "Localisation".
- **Produits et ventes** (module Dashboard Products). Ce bloc vous présente un tableau des dernières commandes et un classement de vos produits : meilleures ventes, produits les plus vus, et meilleures recherches (au sein de votre boutique, pas depuis les moteurs de recherche).

The screenshot shows a dashboard titled 'PRODUITS ET VENTES'. It includes tabs for 'COMMANDES RÉCENTES', 'MEILLEURES VENTES', 'PLUS VUS', and 'MEILLEURES RECHERCHES'. The 'COMMANDES RÉCENTES' tab is active, displaying a table of '10 DERNIÈRES COMMANDES'.

Nom du client	Produits	Total HT	Date	État
John DOE	2	55,00 €	22/12/2016	Annulé
John DOE	3	75,90 €	22/12/2016	En attente de paiement par chèque
John DOE	3	76,01 €	22/12/2016	Erreur de paiement
John DOE	4	89,89 €	22/12/2016	En attente de paiement par chèque
John DOE	3	71,51 €	22/12/2016	En attente de virement bancaire

Vous pouvez configurer le nombre d'élément à afficher pour chaque tableau en ouvrant le bloc de configuration du bloc.



La colonne de droite

Cette dernière colonne est informative : elle vous donne des nouvelles de [PrestaShop.com](#), des notifications quand une nouvelle version de PrestaShop est disponible, et des liens utiles.

Réordonner les éléments

Sur votre Tableau de bord, vous avez la possibilité de changer l'ordre des éléments affichés dans chacune des colonnes (gauche et centrale, voir ci-dessus). C'est notamment utile si vous utilisez des modules additionnels ou si vous vous concentrez sur des statistiques qui ne sont pas en première position.

Pour changer cet ordonnancement, suivez ces étapes :

- Allez à Apparence / **Positions**
- Sélectionnez "Montrer : Tous les modules"
- Cochez la case "**Afficher les points d'accroche invisibles**"
- Dans le champ de recherche "Rechercher un point d'accroche" entrez "**dashboardZoneOne**" pour la colonne de gauche ou "**dashboardZoneTwo**" pour la colonne centrale

The screenshot shows the 'Montrer' section of the dashboard. It includes a dropdown menu 'Tous les modules', a search bar 'Rechercher un point d'accroche' with placeholder 'dashboardZoneTwo', and a checked checkbox 'Afficher les points d'accroche invisibles'.

Maintenant vous avez les différents éléments accrochés à la colonne de gauche / centrale.

Pour changer ces éléments de position, vous pouvez les déplacer en drag and drop ou alors en cliquant sur les petites flèches à côté du logo, comme dans l'exemple ci-dessous :

The screenshot shows the 'PERSONNALISER' sidebar with various options like Catalogue, Clients, Service client, Statistiques, Modules, Thèmes, Catalogue de thèmes, Pages, Positions, Images, Link Widget, Transport, and Paiement. In the main content area, there are two sections: 'displayAdminAfterHeader' and 'displayAdminCustomers'. The 'displayAdminAfterHeader' section contains two modules: 'Bienvenue - v1.0' and 'Apply Novation Theme Static Blocks - v1.1'. The 'displayAdminCustomers' section contains one module: 'Apply Novation Theme Static Blocks - v1.1'. The modules are arranged in a grid with small arrows indicating they can be moved.



Premiers pas avec PrestaShop 1.7

Il vous faut prendre le temps de vous assurer que toutes les fonctionnalités de votre future boutique sont bien en place, validées et prêtes à prendre vos premières commandes.

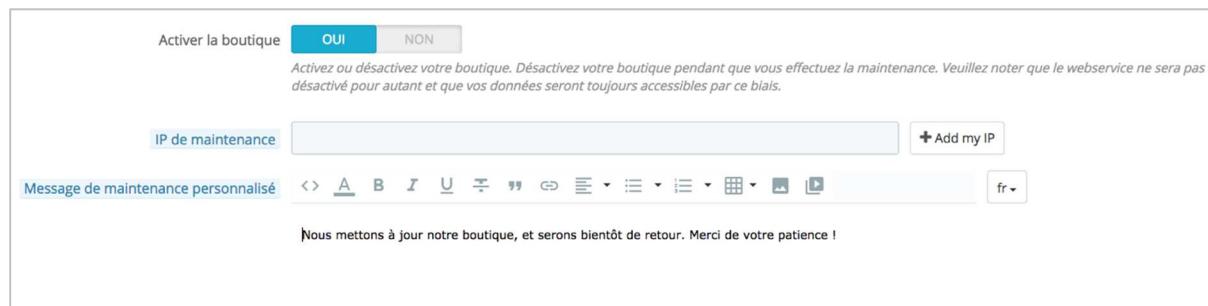
PrestaShop facilite grandement la création d'une boutique en ligne, mais pas au point de pouvoir se mettre à vendre des produits dès les premières minutes suivant l'installation : ici, vous avez affaire à des produits, des clients, et surtout à un réel échange de devises, qui devront circuler de vos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

PrestaShop est un outil très complet, et l'étendue des possibilités peut sembler écrasante. Nous avons créé ce chapitre afin de vous aider à réaliser les principales actions à mettre en place pour préparer votre boutique à son grand lancement. Beaucoup de choses peuvent être faites avant l'ouverture des ventes, mais ces étapes sont essentielles pour n'importe quel type de boutique.

Désactiver votre boutique

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

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



Dans votre back-office, rendez-vous dans la page "Paramètres de la boutique / Général". Vous trouverez la maintenance sur le deuxième onglet. Cette page contient trois réglages :

- **Activer la boutique.** Choisissez "Non", et l'accueil de votre site affichera la page de maintenance à vos visiteurs, qui indique simplement que votre site sera bientôt de retour.
- **IP de maintenance.** C'est ici que vous devez saisir votre propre adresse IP, afin de toujours pouvoir accéder à votre boutique et parcourir les pages, pour vérifier que tout est bien en place. Cette option doit être remplie à chaque fois que vous mettez votre boutique en mode de maintenance, étant donné que vous aurez toujours besoin de vos pages publiques pour vérifier que tout es bien en place.
- **Message de maintenance personnalisé.** Nouveau en 1.7. Vous pouvez afficher le message de votre choix sur la page de maintenance, pour informer vos visiteurs (pour indiquer par exemple quand votre boutique sera de nouveau disponible).



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

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

[Mode catalogue](#) [OUI](#) [NON](#)

Effacer le contenu de la boutique par défaut

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

ID	IMAGE	NOM	RÉFÉRENCE	CATÉGORIE	MONTANT HT	QUANTITÉ	ÉTAT	ACTIONS
1		T-shirt délavé à manches courtes	demo_1	T-shirts	16,51 €	1799	✓	Editer Supprimer
2		Chemisier	demo_2	Chemisiers	26,99 €	1799	✓	Editer Supprimer
3		Robe imprimée	demo_3	Robes décontractées	25,99 €	899	✓	Editer Supprimer
4		Robe imprimée	demo_4	Robes de soirée	50,99 €	900	✓	Editer Supprimer
5		Robe d'été imprimée	demo_5	Robes d'été	30,50 €	3600	✓	Editer Supprimer
6		Robe d'été imprimée	demo_6	Robes d'été	30,50 €	900	✓	Editer Supprimer
7		Robe en mousseline imprimée	demo_7	Robes d'été	20,50 €	1800	✓	Editer Supprimer



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

- les produits et leurs...
 - catégories
 - attributs
 - caractéristiques
 - marques
 - fournisseurs
 - scènes
 - tags
- les commandes
 - les messages liés aux commandes
- les clients
 - leurs paniers
- les transporteurs
 - les tranches de prix
 - les tranches de poids
- Les infos de contact et les magasins (à effacer ou à adapter aux besoins de la boutique)
- les pages de contenu statique (à effacer ou à adapter aux besoins de la boutique)

Cela supposerait que vous ayez à parcourir les nombreux écrans du back-office et supprimer votre contenu sur chaque écran, mais il y a une méthode bien plus facile :

1. Allez dans la page "Modules > Modules",
2. Trouvez le module "Nettoyage de la base de données" (PrestaShop Cleaner) et cliquez sur son bouton "Installation",
3. Vous êtes immédiatement envoyé sur sa page de configuration (si ce n'est pas le cas, cliquez sur son bouton "Configuration"),
4. Lisez et acceptez l'avertissement, puis cliquez sur le bouton "Effacer le catalogue" : il supprimera tous vos produits et vos attributs, vos fabricants, etc.
5. Lisez et acceptez l'avertissement, puis cliquez sur le bouton "Effacer les commandes et clients" : il supprimera toutes vos clients et leurs commandes, paniers, etc.
6. Cliquez sur le bouton "Vérifier et corriger" pour rétablir les contraintes d'intégrité de votre base de données,
7. Cliquez sur le bouton "Nettoyer et optimiser" pour réorganiser le stockage physique des données de vos tables et les index de données associées, afin de réduire l'espace de stockage et améliorer l'efficace de lecture/écriture lors de l'accès aux tables.

VOS MODIFICATIONS SONT DÉFINITIVES. Assurez-vous de ne cliquez sur ces boutons que si vous souhaitez vraiment effacer le contenu par défaut de votre base de données.



Configurer les informations de votre boutique

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

Réglages de base de la boutique

Vous devriez faire attention aux réglages suivants, qui sont importants car ils ont un impact direct sur le front-office, et donc que vos clients les voient.

- ✓ Certains de ces réglages nécessitent que vous configureriez un module plutôt que de changer les préférences de PrestaShop.

Un module se configure très facilement :

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

Pour chaque module présenté ici, vous devriez lire leur documentation pour avoir plus d'information.

Réglage	Description	Emplacement dans le back-office
Nom de la boutique	Définit votre marque, notamment auprès des moteurs de recherche.	Menu "Paramètres de la boutique", page "Contact", onglet "Coordonnées & magasins", puis dans la section "Coordonnées", modifiez le champ en question.
Logo de la boutique	Définit votre marque visuellement. Le logo par défaut est "Classic", qui est le nom du thème par défaut, pour vous pousser à utiliser le vôtre. Affiché en haut à gauche de toutes les pages de la boutique, ainsi que sur vos factures et vos e-mails automatiques.	Menu "Apparence", page "Thème et logo", section "Thème actuel", puis changez les différents logos.
Devise par défaut de la boutique	La monnaie dans laquelle vous allez saisir les prix par défaut de vos produits.	Menu "International", page "Localisation", section "Configuration". Si la devise n'est pas disponible, vous devez en premier lieu importer le pack de localisation de son pays : utilisez l'outil "Importer le pack de localisation" de cette même page.
Informations de contact	Plusieurs blocs présentant votre adresse de contact, le numéro de téléphone votre service clientèle et un lien permettant de vous envoyer un mail. Ils sont affichés à plusieurs emplacements sur votre site.	Les informations proviennent de la page "Coordonnées et Magasin" du menu "Contact" de la section "Paramètres de la boutique". Pour désactiver l'affichage de ces informations, référez-vous au module "Coordonnées".



Carrousel d'images (slider)	Le carrousel d'image présente plusieurs images qui défilent l'une après l'autre. C'est une signature visuelle forte de votre boutique et de vos produits. Généralement placé au centre de la page d'accueil.	Module "Carrousel (slider)".
Pages	Il s'agit des pages statiques, telles que les pages "À propos", "Livraison", "Mentions légales", "Conditions générales de vente" et "Paiement sécurisé". La plupart d'entre elles ont un contenu par défaut, que vous devez adapter à vos besoins ; d'autres sont vides, et vous devez ajouter votre propre texte. Affichées dans la zone "Informations" du pied de page.	Menu "Apparence", puis "Pages". Vous pouvez modifier et créer des pages selon vos besoins.
Réseaux sociaux	Un bloc présentant trois liens pour suivre votre société sur les réseaux sociaux. Ils ne s'affichent pas par défaut, il est donc important d'indiquer les vôtres via le module concerné. Affichés dans la section "Nous suivre" du pied de page.	Module "Liens de suivi pour réseaux sociaux".
Partage sur réseaux sociaux	Sur vos fiches produit, quatre boutons pour partager l'URL de la page sur les réseaux sociaux : Facebook, Twitter, Google+ et Pinterest.	Module "Boutons de partage sur réseaux sociaux".
Réassurance	Sur votre site, et surtout sur la fiche produit, un bloc vous permet d'afficher des éléments de réassurance. Utilisez-le pour donner des indications sur votre politique de retours, votre politique de confidentialité ou sur les paiements sécurisés, par exemple. Vos visiteurs seront plus en confiance avec ces informations.	Module "Réassurance".
Menu principal	Le haut du thème par défaut utilise un menu pour indiquer les catégories que le visiteur peut parcourir, ainsi que des liens vers d'autres adresses web.	Module "Menu principal".
Contenu de la page d'accueil	Le thème par défaut contient beaucoup de contenu d'exemple : textes, images, liens, etc. Si vous souhaitez utiliser ce thème pour votre propre boutique au lieu d'installer le vôtre, vous devriez faire en sorte d'enlever avant tout ce contenu par défaut.	Module "Bannière" : modifie l'image en bas de la page d'accueil. Module "Blocs de texte personnalisé" : affiche le contenu de votre choix, en dessous de la bannière. D'autres modules disponibles dans les modules installés, section "Modules de thème", vous aideront à configurer votre boutique, passez-les tous en revue !
Conformité légale	La législation Européenne impose de fournir certaines informations à vos clients, qu'elles soient contractuelles ou légales. Veuillez lire la page	Le module "Conformité légal" vous donne les moyens de mettre ces informations à la disposition de vos clients, assurez-vous de bien les renseigner.



	"Complying with the European legislation " pour plus de détails.	
--	--	--

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

La colonne "Emplacement" vous permet de savoir où trouver l'interface permettant de modifier ces aspects de votre boutique. Ce guide de l'utilisateur vous donnera plus de détail sur chaque interface.

Langues de la boutique

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



La page produit a un fonctionnement un peu différent. Vous ne trouverez pas un sélecteur de langue à côté de chaque champ, mais un sélecteur général pour tous les champs de la page, qui se situe en haut. Une fois une langue sélectionnée, vous pouvez modifier tous les contenus dans cette langue en même temps.

Par défaut, PrestaShop est installé avec deux langues : celle utilisée lors de l'installation, et celle rattachée au pays choisi pour votre boutique à l'installation (s'il s'agit d'une autre langue). Pour gérer les langues installées, rendez-vous dans le menu "International", choisissez la page "Localisation" puis l'onglet "Langues". Celui-ci s'ouvre avec un tableau des langues disponibles.



ID	Drapeau	Nom	Code ISO	Code de langue	Format de date	Format de date (complet)	Activé	
--		--						
1		English (English)	en	en-us	m/d/Y	m/d/Y H:i:s		
2		Français (French)	fr	fr	d/m/Y	d/m/Y H:i:s		

Actions groupées

La langue actuellement activée est indiquée avec une coche verte, tandis que les autres ont une croix rouge. Cliquez sur n'importe quelle de ces croix rouges pour activer la langue correspondante.

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

Vous pouvez facilement importer de nombreuses autres langues en passant par la page "Langues" du menu "International" ("Ajouter/modifier une langue"), puis les activer en passant par la page "Localisation / Langues".

Informations sur les employés

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

Vous pouvez créer autant de profils que nécessaire.

Pour créer un compte d'employé", allez dans le menu "Équipe" dans "Paramètres avancés", ouvrez la page "Employés", et cliquez sur le bouton "Ajouter un employé". Donnez-lui un nom, comme "Martin Dupont" ou "Responsable commandes", et enregistrez le compte.
Un profil peut être utilisé par autant de comptes que nécessaires – mais nous vous recommandons d'en créer un par personne.

Maintenant que l'employé dispose d'un compte personnel, vous pouvez lui assigner un profil avec des permissions spécifiques, réservées aux activités de ce compte. Par défaut, un nouveau profil ne peut pas faire grand-chose. Il vous revient de faire les réglages précis qui correspondent aux besoins quotidiens de ce profil. Cela peut s'avérer laborieux, mais c'est nécessaire.
Pour assigner des permissions à un compte d'employé, vous devez utiliser l'option "Profil" de la page de création du compte : ce menu vous permet de sélectionner le profil du compte (SuperAdmin, Traducteur, etc.).



SuperAdmin		MENU					MODULES		
		Afficher	Ajouter	Modifier	Supprimer	Toutes	Afficher	Configurer	Désinstaller
	»Tableau de Bord	<input type="checkbox"/>							
	»Vendre	<input checked="" type="checkbox"/>							
	» Commandes	<input checked="" type="checkbox"/>							
	» Commandes	<input checked="" type="checkbox"/>							
	» Factures	<input checked="" type="checkbox"/>							
	» Avoirs	<input checked="" type="checkbox"/>							
	» Bons de livraison	<input checked="" type="checkbox"/>							
	» Paniers	<input type="checkbox"/>							
	» Catalogue	<input checked="" type="checkbox"/>							
	» Produits	<input checked="" type="checkbox"/>							
	» Catégories	<input checked="" type="checkbox"/>							
	» Suivi	<input checked="" type="checkbox"/>							
	» Attributs & Caractéristiques	<input type="checkbox"/>							
	» Attributs	<input type="checkbox"/>							
	» Caractéristiques	<input type="checkbox"/>							
	» Marques & Fournisseurs	<input checked="" type="checkbox"/>							
	» Marques	<input type="checkbox"/>							
	» Environnement	<input checked="" type="checkbox"/>							

Vous pouvez modifier les permissions d'un profil de la manière suivante : allez dans l'onglet "Permissions", et choisissez le profil que vous voulez modifier. Une longue liste de permissions apparaît alors : modifiez-les comme bon vous semble. Vos modifications sont enregistrées automatiquement.

Configurer les méthodes de paiement

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

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

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

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



Configurer le transport

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

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

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



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

Choisir votre thème

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

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

Vous pouvez également créer votre propre thème, ou le faire créer par un développeur. Pour savoir comment, rendez-vous sur le Guide de l'Intégrateur PrestaShop.

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

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



Choisir vos modules

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

Vous trouverez par ailleurs de nombreux modules sur le site PrestaShop Addons :
<http://addons.prestashop.com/fr/2-modules-prestashop>.

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

Créer des produits et des catégories de produits

Lisez les chapitres "Gérer les produits" et "Gérer les catégories".

Créer du contenu statique

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

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

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

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

Vous pouvez créer autant de pages que nécessaire.

Construire votre menu

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

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



Activer votre boutique

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

Allez dans la page "Général" du menu "Paramètres de la boutique", et dans l'onglet "Maintenance", modifiez deux réglages :

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

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



Vendre avec PrestaShop

Vos produits, l'organisation de votre catalogue, vos commandes, vos clients et comment vous communiquez avec eux font l'essentiel de votre quotidien de marchand.

Vous trouverez dans cette partie tout ce que vous et votre équipe devez gérer chaque jour pour faire prospérer votre activité.



Gérer les commandes

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

Commandes

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

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

(i) VOUS NE POUVEZ PAS SUPPRIMER UNE COMMANDE. En Europe, il est interdit de permettre la suppression d'informations de paiement, de facturation ou de commande. C'est pourquoi l'implémentation d'un bouton "Supprimer" pour les commandes rendrait PrestaShop illégal en Europe.

Pour supprimer les commandes par défaut, installez le module "Nettoyage de la base de données" (qui est disponible dans l'installation par défaut), ouvrez son écran de configuration et cochez la case "Commandes et clients" avec de cliquer sur le bouton "Supprimer les commandes et clients".

Vous pouvez exporter une liste de vos commandes en cliquant sur le bouton "Exporter" situé en haut. Vous ne pouvez pas importer de commandes.

ID	Référence	Nouveau client	Livraison	Client	Total	Paiement	État	Date	PDF
--	--	--	--	--	--	--	--	Du	--
5	KHWLILZLL	Non	États-Unis	J. DOE	71,51 €	Bank wire	En attente de virement bancaire	22/12/2016 10:28:37	
4	FFATNOMMJ	Non	États-Unis	J. DOE	89,89 €	Payment by check	En attente de paiement par chèque	22/12/2016 10:28:37	
3	UOYEVOLI	Non	États-Unis	J. DOE	76,01 €	Payment by check	Erreur de paiement	22/12/2016 10:28:37	
2	OHSATSERP	Non	États-Unis	J. DOE	75,90 €	Payment by check	En attente de paiement par chèque	22/12/2016 10:28:37	
1	XKBKNABJK	Non	États-Unis	J. DOE	55,00 €	Payment by check	Annulé	22/12/2016 10:28:37	

Créer une commande

L'une des fonctionnalités de PrestaShop est la possibilité de créer une commande directement depuis le back-office. Cela peut par exemple se révéler extrêmement utile quand un client veut acheter un



produit mais n'y parvient pas, et il vous faut prendre la main et faire la commande tandis que vous êtes en contact avec le client, par téléphone ou par e-mail.

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



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

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

Cliquez sur le bouton "Choisir" du bon client, et l'intégralité du formulaire de commande apparaît. Tous les ajouts de produits se feront dans sa section principale, "Panier". Vous pouvez également choisir d'utiliser l'une des précédentes commandes du client, ou l'un de ses paniers abandonnés.

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

Le champ "Rechercher un produit" vous permet de faire une recherche dynamique sur les produits à ajouter : saisissez les premières lettres du nom du produit, et PrestaShop affichera une liste déroulante avec les produits correspondants. Choisissez le produit, sélectionnez la quantité, et cliquez sur le bouton "Ajouter au panier". Si le produit est disponible en plusieurs déclinaisons, vous pouvez bien sûr choisir celle désirée grâce à la liste déroulante qui apparaît dans ce cas.

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

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

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

Voir le détail des commandes

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

Depuis la page "Commandes", cliquez sur la ligne contenant la commande, ou cliquez sur le bouton "Voir" à la droite de la commande.

La fiche détaillant la commande occupe une pleine page.

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

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



- À gauche, les informations de commande :
 - L'état et à l'historique de la commande
 - Les informations relatives au transport : poids total de la commande, transporteur choisi par le client.
- À droite, les informations sur le client :
 - Historique d'achats
 - Commentaire privé
 - Adresses de livraison et de facturation (avec une carte)
- La méthode de paiement utilisée, le coût des produits, le coût du transport.
- Divers détails sur les produits commandés.

Modifier la commande

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

Ajouter un produit

En bas de liste des produits, vous pouvez trouver un bouton "Ajouter un produit", qui ajoute un champ à la commande.

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

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

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

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

Enlever un produit

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

Vous pouvez modifier la quantité de plusieurs produits à la fois. Si la quantité d'un produit atteint 0, il est enlevé directement de la commande. Vous ne pouvez pas enlever plus de quantité que celle déjà en place dans la commande. Cliquez sur l'icône de croix rouge pour annuler votre modification.

Modifier les détails de la commande

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



État de la commande

La première liste déroulante de la page de commande vous permet de changer son état. C'est un aspect très important du processus de suivi d'une commande, car chaque étape débloquera des fonctionnalités et documents pour la commande.

Vous pouvez choisir parmi les états suivants :

- Annulé.
- En attente de paiement à la livraison.
- En attente de paiement par chèque.
- En attente de paiement PayPal.
- En attente de réapprovisionnement (non payé).
- En attente de réapprovisionnement (payé).
- En attente de virement bancaire.
- En cours de préparation
- Erreur de paiement.
- Expédié.
- Livré.
- Paiement à distance accepté.
- Paiement accepté.
- Remboursé.

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

Boutons d'action

Les boutons d'action de la barre supérieure dépendent de l'état de la commande. Par exemple, une fois que la commande est marquée comme livrée, le bouton "Ajouter un produit" disparaît et "Remboursement partiel" apparaît en haut de la commande.



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

- **Remboursement standard.** Disponible quand la commande passe à l'état "Paiement accepté". Il n'est plus possible quand les produits ont été expédiés. Utilisez cette option quand vous devez rembourser la commande dans sa totalité, ce qui peut être fait tant que les produits sont encore chez vous. Cliquez sur "Remboursement standard" et une nouvelle colonne apparaît dans la liste des produits, intitulée "Rembourser". Définissez le montant et la quantité pour chacun des produits concernés, choisissez l'une des options en bas de la liste (voir ci-dessous) et cliquez sur "Rembourser les produits" tout en bas.
- **Remboursement partiel.** Ne doit être utilisé que quand vous souhaitez rembourser une partie de la commande, et non la commande entière, quelle que soit la raison – ce peut être parce qu'un client vous a renvoyé un produit, ou simplement pour faire un geste commercial pour un



produit endommagé que le client a décidé de garder malgré tout. Cliquez sur le bouton "Remboursement partiel" et une nouvelle colonne apparaîtra dans le tableau des produits, intitulée "Remboursement partiel". Indiquez le montant et la quantité pour chacun des produits affectés, choisissez l'une des options situées en bas de la liste (voir ci-dessous) et cliquez sur le bouton "Remboursement partiel" en bas du tableau.

- **Retourner les produits.** Ne doit être utilisé qu'à partir du moment où un client vous a effectivement renvoyé des produits : une fois que le paquet a été reçu, vous devez marquer les produits comme retournés directement dans la page de la commande. Cliquez sur le bouton "Activer les retours" et une nouvelle colonne apparaîtra dans le tableau des produits, intitulée "Retour". Cochez la case du ou des produits concernés, indiquez la quantité retournée, et cliquez sur le bouton "Retourner les produits" en bas du tableau.

Quand vous marquez des produits comme ayant été retournés ou à rembourser, quatre options sont disponibles sous le tableau des produits :

- **Réinjecter.** Une fois coché, PrestaShop considère que le produit renvoyé est remis en vente, et augmentera alors le stock de ce produit. Ne cliquez pas cette option si un produit a été renvoyé car il était cassé...
- **Générer un avoir.** Une fois coché, un avoir sera créé, correspondant au montant des produits sélectionnés. Un avoir est l'indication que vous reconnaissiez qu'un produit a été retourné et qu'un remboursement a été mis en place. Le client peut utiliser cet avoir pour son prochain achat.
- **Bon de réduction.** Une fois coché, un bon de réduction sera créé, correspondant au montant des produits sélectionnés. Un bon de réduction prend la forme d'un code de réduction que le client peut saisir lors du processus de commande. Vous pouvez modifier les bons existants du client en affichant la page du client : depuis la page de la commande actuelle, cliquez sur le nom du client dans la section "Information client" ; une fois sur la page du client, allez dans la section "Bons". Vous pouvez modifier chaque bon en cliquant sur leur icône "Modifier".



Dans PrestaShop, les bons de réduction font partie d'une fonctionnalité particulière : les "règles de paniers". Elles peuvent être créées et modifiées depuis la page "Règles paniers", dans le menu "Promotions".



- **Rembourser les frais d'envoi.** Vous pouvez aussi choisir de rembourser les frais d'expédition, ce qui est toujours apprécié.



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

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

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

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

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

Une règle de panier est une version améliorée du bon de réduction qui vous permet de :

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

Documents

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

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

Vous pouvez récupérer la facture de la commande en cliquant sur le bouton "Générer la facture" de la section "Documents". La facture peut également être générée une fois que vous avez passé la commande à l'état "Paiement accepté".

Une fois générée, le bouton "Afficher la facture" apparaît sous la barre principale.



Vous pouvez personnaliser l'apparence de la facture : les modèles de fichiers PDF sont situés dans le dossier **/pdf**. Ces fichiers **.tpl** sont en fait des fichiers HTML contenant des balises Smarty pour les données dynamiques. Vous pouvez modifier l'apparence de la facture en modifiant le fichier **invoice.tpl**.



i Vous avez la possibilité d'ajouter une note à chaque facture. Dans la section "Documents", cliquez sur "Ajouter une note": cela ajoutera un message qui sera visible sur la facture, en dessous du tableau récapitulatif des taxes.

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

Transport

Les détails de livraison de la commande en cours peuvent être en partie modifiés. Plus précisément, vous pouvez modifier le numéro de suivi et le transporteur. Dans la section "Transport", cliquez sur modifier, vous pourrez alors changer ces informations selon vos besoins. La modification de transporteur n'est possible tant que la commande n'a pas encore été expédiée.

Adresse de livraison

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

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

Une carte GoogleMap vous permet de localiser l'adresse.

Adresse de facturation

La section "Adresse de facturation" vous permet de modifier l'adresse de règlement de la commande. De la même manière que pour l'adresse de livraison, vous pouvez soit utiliser la liste déroulante pour choisir une autre des adresses que le client a déjà enregistrée dans votre boutique, ou vous pouvez utiliser l'icône "Modifier" pour corriger l'adresse actuellement utilisée.

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

Réduction



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

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

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

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

Attacher un commentaire à la commande

Avec la section "Messages", à droite de la page, vous pouvez laisser un commentaire à destination de votre équipe.

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

- **Choisissez un message prédéfini.** Si vous envoyez un message au client, vous pouvez sélectionner un message prédéfini. Vous pouvez enregistrer des messages pré-écrits et les réutiliser autant de fois que nécessaire, ce qui vous économise du temps de rédaction. Pour envoyer l'un de ces messages, sélectionnez-le dans la liste déroulante. Vous pouvez ensuite y ajouter plus de détails si nécessaire. Vous pouvez créer autant de message prédéfinis que vous le souhaitez à l'aide de l'outil de la page "Message prédéfinis" du menu "Service client".
- **Montrer au client.** Cette option détermine si le message est visible uniquement par votre équipe, ou s'il est aussi envoyé au client.
- **Message.** Si vous utilisez un message prédéfini, il s'affichera ici. Sinon, rédigez simplement votre message dans ce champ.
- **Voir tous les messages.** Ce lien mène à la page du Service Après-Vente, disponible dans le menu "Clients". Cette page est expliquée en détails dans le chapitre "Gérer les clients" de ce guide.
- **Envoyer le message.** Cliquez ici pour envoyer le message à votre client ou pour l'enregistrer pour votre équipe.



Factures

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

Vous pouvez générer un fichier PDF contenant plusieurs factures en fonction de deux critères :

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

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

✓ Vous pouvez personnaliser l'apparence de la facture : les modèles de fichiers PDF sont situés dans le dossier **/pdf**. Ces fichiers **.tpl** sont en fait des fichiers HTML contenant des balises Smarty pour les données dynamiques. Vous pouvez modifier l'apparence de la facture en modifiant le fichier **invoice.tpl**.



Si vos clients vous demandent leurs factures, vous pouvez les rediriger vers la page "Historique de vos commandes" de leur espace client, où ils trouveront les factures rattachées à leurs commandes.

Options des factures

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

OPTIONS DES FACTURES

Activer les factures OUI NON
Si activé, vos clients recevront une facture pour leur commande.

Afficher le détail des taxes OUI NON
Si nécessaire, affiche le montant total pour chacun des taux de taxe appliqués.

Afficher l'image du produit OUI NON

Préfixe de facture #FA fr
Vous pouvez déterminer librement le préfixe de vos numéros de factures (ex. FA pour FA00001).

Ajouter l'année courante au numéro de facture OUI NON

Réinitialiser le numéro de facture au début de chaque année OUI NON

Position de l'année Après le nombre séquentiel
 Avant le nombre séquentiel

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

Texte libre fr
Utilisez ce champ pour afficher des informations supplémentaires sur la facture (des informations légales par exemple), qui apparaîtront en dessous du rappel des modes de paiement.

Texte de pied de page fr
Ce texte apparaîtra en bas de la facture, en dessous des informations sur votre entreprise.

Modèle de facture invoice Choisissez un modèle de facture.

Utiliser le cache disque pour les factures PDF OUI NON
Économise de la mémoire mais ralentit la génération des PDF.

Enregistrer

- **Activer les factures.** Si vous désactivez cette option, votre client ne recevra plus sa facture lors de son achat. Il vous reviendra de la lui envoyer, si le client en demande une.
- **Afficher le détail des taxes.** Affiche le montant des taxes sur la facture ventilée par taux de taxe lorsque plusieurs taxes sont combinées.
- **Afficher l'image du produit.** Ajoute une miniature de l'image principale de chaque produit à côté du nom de celui-ci dans la facture.
- **Préfixe de facture.** Par défaut, PrestaShop utilise des préfixes adaptés à chaque langue pour ses factures : "IN" en anglais ("invoice"), "FA" en français, "CU" en espagnol (pour "cuenta"), etc. Vous pouvez préférer utiliser des préfixes par langue : "EN", "FR", "SP", etc. Bien sûr, vous pouvez également choisir d'avoir un préfixe pour tous les cas, ou pas de préfixe du tout.
- **Ajouter l'année courante au numéro de facture.** En plus du numéro de facture et de son préfixe, vous pouvez ajouter l'année en cours à la référence de facture.
- **Réinitialiser le numéro de facture au début de chaque année.** Au début de chaque année, le numéro de facture est réinitialisé pour commencer à 0.
- **Position de l'année.** Choisissez où afficher l'année, avant ou après le numéro de facture.
- **Numéro de facture.** Si votre société a déjà eu des commandes et factures avant que vous ne vous lanciez avec PrestaShop, vous pouvez utiliser cette option pour commencer la numération de vos bons de livraison à un certain nombre.



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

N'oubliez pas d'enregistrer vos modifications.

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



Avoirs

Suite à votre acceptation d'un retour produit demandé, vous devriez recevoir un colis en provenance du client. Une fois le produit entre vos mains, vous **devez** créer un avoir depuis la page de la commande. La page "Avoirs" ne permet pas d'en créer, elle ne fait que les lister. Cette page est également utilisée pour générer un PDF de vos avoirs.

The screenshot shows a search interface with fields for 'ID', 'ID commande', and 'Date d'émission'. A warning icon indicates 'Aucun enregistrement trouvé' (No record found). Below this is a section titled 'IMPRIMER UN PDF' (Print a PDF) with date range inputs ('Du' and 'Au') and a 'Générer un fichier PDF' (Generate a PDF file) button.

Configuration des avoirs

The configuration page allows setting a 'Préfixe des avoirs' (Prefix for credits) and includes a note: 'Ce préfix sera utilisé devant les numéros d'avoirs.' (This prefix will be used before credit numbers). An 'Enregistrer' (Save) button is present.

Il n'y a qu'une option sur la page :

- **Préfixe des avoirs.** Vous pourriez préférer avoir des avoirs préfixés par langue. Bien entendu, vous pouvez aussi choisir de ne pas avoir de préfixe.

N'oubliez d'enregistrer vos modifications.

Créer un avoir

Dans la liste de vos commandes (page "Commandes"), cliquez sur la commande contenant le produit qui vous a été renvoyé pour avoir plus de détails – cela ne fonctionne que si vous avez déjà indiqué que le client peut vous renvoyer des produits.

En dessous du tableau "Produits" :

1. Cochez les articles renvoyés.
2. Cochez la case "Remettre les produits en stock" si vous souhaitez remettre les produits dans votre stock.
3. Cochez la case "Générer un avoir".



- Pour faire plaisir à un client malgré une erreur dans sa commande, pensez à lui offrir un bon de réduction en cochant la case "bon de réduction".
- Vous pouvez aussi rembourser ses frais de port en cliquant sur "Inclure les frais de port".

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

PRODUITS 4

Produit	Prix unitaire toutes taxes comprises.	Quantité	Remboursé	Retourné	Quantités disponibles	Total toutes taxes comprises.	Retour
 Faded Short Sleeve T-shirts - Color : Orange, Size : S Numéro de référence : demo_1	16,51 €	1	0	299	16,51 €	<input type="checkbox"/>	<input type="text" value="0/1"/>
 Printed Dress - Color : Orange, Size : S Numéro de référence : demo_3	26,00 €	1	0	299	26,00 €	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="text" value="1/0"/>
 Printed Summer Dress - Color : Yellow, Size : S Numéro de référence : demo_5	28,98 €	1	0	300	28,98 €	<input type="checkbox"/>	<input type="text" value="0/1"/>
 Printed Chiffon Dress - Color : Yellow, Size : S Numéro de référence : demo_7	16,40 €	1	0	300	16,40 €	<input type="checkbox"/>	<input type="text" value="0/1"/>

[Ajouter une réduction](#)

! Pour ce groupe de clients, les prix sont affichés : **toutes taxes comprises.**

Remettre les produits en stock
 Générer un avoir
 Générer un bon de réduction
 Inclure frais de port

[Retourner les produits](#)

Produits :	87,89 €
Livraison	2,00 €
Total	89,89 €

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

De là, vous pouvez cliquer sur le lien pour télécharger le fichier PDF. Votre client verra l'avoir dans son espace utilisateur.

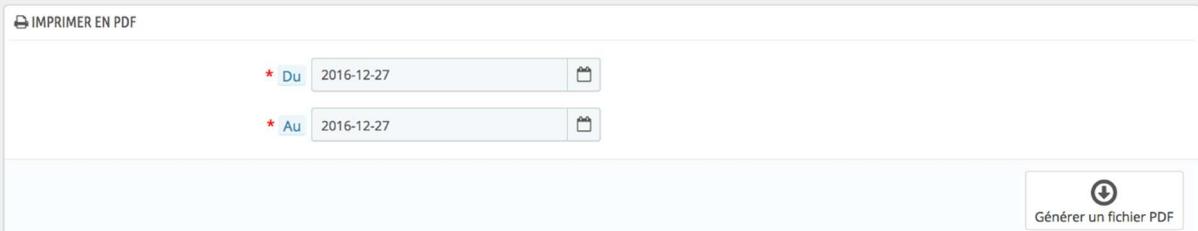
Si vous avez créé un bon de réduction, il le verra dans la section "Bons de réduction" dans son compte utilisateur. S'il clique dessus, la page dédiée apparaîtra.

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



Bons de livraison

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

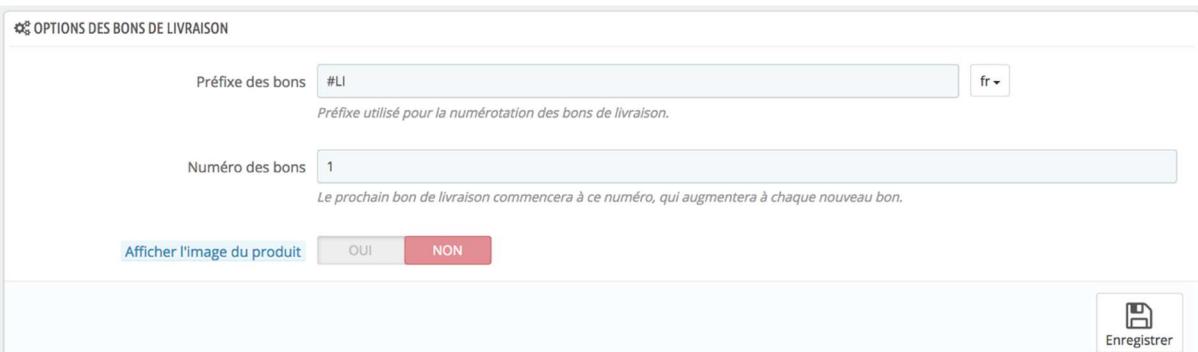


The screenshot shows a user interface for generating delivery slips. It features two date input fields: one for 'Du' (From) set to '2016-12-27' and another for 'Au' (To) also set to '2016-12-27'. Below these fields is a large empty area for the slip content. In the bottom right corner of this area, there is a button labeled 'Générer un fichier PDF' (Generate a PDF file) with a download icon.

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

Vous pouvez obtenir un fichier PDF pour plusieurs bons de livraison en fonction de la date, ce qui se révèle très utile quand vous avez besoin d'imprimer tous les bons de livraison pour une journée donnée ou un trimestre donné. Sélectionnez les dates de début et de fin, et cliquez sur le bouton "Générer un fichier PDF".

Options des bons de livraison



The screenshot shows a configuration interface for delivery slip options. It includes a 'Préfixe des bons' field containing '#LI' with a language dropdown set to 'fr'. A note below says 'Préfixe utilisé pour la numérotation des bons de livraison.' There is also a 'Numéro des bons' field set to '1' with a note 'Le prochain bon de livraison commencera à ce numéro, qui augmentera à chaque nouveau bon.' Below these are two buttons: 'Afficher l'image du produit' (with 'OUI' checked) and 'NON'. In the bottom right corner is a 'Enregistrer' (Save) button with a disk icon.

Les options sont les mêmes que les options des factures :

- **Préfixe des bons.** Par défaut, PrestaShop utilise des préfixes adaptés à langue pour ses factures : "DE" en anglais ("*delivery*"), "LI" en français, "EN" en espagnol (pour "*entrega*"), etc. Vous pouvez préférer utiliser des préfixes par langue : "EN", "FR", "SP", etc. Bien sûr, vous pouvez également choisir d'avoir un préfixe pour tous les cas, ou pas de préfixe du tout.
- **Numéro des bons.** Si votre société a déjà eu des commandes et factures avant que vous ne vous lanciez avec PrestaShop, vous pouvez utiliser cette option pour commencer la numération de vos factures à un certain nombre.
- **Afficher l'image du produit.** Ajoute au bon de livraison une miniature de l'image de chaque produit, à côté du nom de celui-ci.



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

N'oubliez pas d'enregistrer vos modifications.

Paniers

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

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

ID	ID commande	Client	Total	Transporteur	Date	En ligne
5	5	J. DOE	69,49 €	My carrier	16/12/2016 14:59:16	Non
4	4	J. DOE	87,88 €	My carrier	16/12/2016 14:59:16	Non
3	3	J. DOE	74,00 €	My carrier	16/12/2016 14:59:16	Non
2	2	J. DOE	73,89 €	My carrier	16/12/2016 14:59:16	Non
1	1	J. DOE	52,98 €	My carrier	16/12/2016 14:59:16	Non

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



Total du panier
PANIER N°5

INFORMATIONS CLIENT

John DOE pub@prestashop.com

Compte créé le : 16/12/2016

Commandes validées : 1

Total dépensé depuis : 71,51 €
Inscription :

INFORMATIONS COMMANDE

Commande n°5

Réalisée le : 16/12/2016

CONTENU DU PANIER

Produit	Prix unitaire	Quantité	Stock	Total
Faded Short Sleeves T-shirt Size : S, Color : Orange Réf. : demo_1	16,51 €	1	2	16,51 €
Blouse Size : S, Color : Black Réf. : demo_2	26,99 €	1	299	26,99 €
Printed Dress Size : S, Color : Orange Réf. : demo_3	25,99 €	1	299	25,99 €
Total produits :				
Total :				

Pour ce groupe de clients, les prix sont affichés : TTC

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

Gérer les paniers abandonnés

L'abandon de panier signifie souvent qu'une vente a été perdue. La page "Paniers" indique les paniers qui ne sont pas devenus des ventes réelles, et il vous revient de rappeler au client qu'ils peuvent revenir terminer leur achat.

Les paniers abandonnés (ou "paniers fantômes") disposent d'un lien de suppression à la fin de chaque ligne, tandis que les paniers sans lien de suppression sont arrivés au bout du processus de commande : l'achat a bien été confirmé et vous êtes censé avoir expédié les produits.

Par défaut, il vous revient de contacter le client à propos de son panier abandonné. Vous pouvez installer le module "Relances", disponible dans l'installation par défaut, et vous permet d'envoyer des bons d'achat à ceux ayant abandonné un panier, ou à ceux que vous voulez remercier pour leur commande, à vos meilleurs clients pour les remercier de leur fidélité, etc. Notez que cela peut amener un certain abus : certains clients peuvent faire exprès d'abandonner un panier afin de recevoir un bon d'achat.

Vous pouvez également acheter le module "Relance de paniers abandonnés" de PrestaShop pour disposer d'un outil complet : <http://addons.prestashop.com/fr/modules-processus-de-commande/16535-paniers-abandonnes-pro.html>.

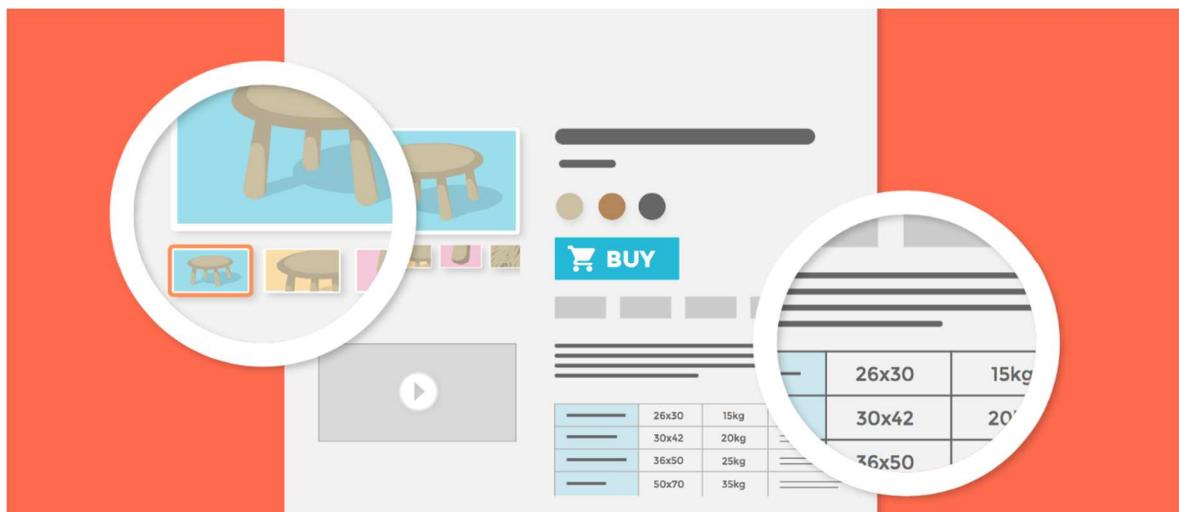


Gérer le catalogue

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

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

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



Gérer les produits

Vous pouvez gérer les produits de votre boutique par le biais de la page produit du menu "Catalogue".

Présentation de la page produit

Pour créer un produit, cliquez sur "Nouveau produit" dans la page "Catalogue" (ou appuyez sur CTRL + P). Vous arriverez sur ce qu'on appelle la page produit, qui vous permet de créer des produits ou de modifier les produits existant.

Onglets

Dans PrestaShop 1.7, la page produit contient plusieurs onglets :

- **Essentiel** : il permet de créer un produit rapidement et simplement. Toutefois, si vous devez ajouter d'autres informations à votre produit, vous pouvez le faire grâce aux autres onglets.
- **Quantités, Combinaisons ou Produit virtuel** : il permet de définir les quantités de produit et les options liées au stock. Lorsque votre produit contient des déclinaisons, il est renommé "Déclinaisons". Vous pouvez y gérer les déclinaisons à partir de cet onglet. Si vous créez un produit virtuel, c'est là que vous chargerez l'éventuel fichier associé.
- **Transport** : cet onglet contient les informations susceptibles d'avoir une incidence sur la livraison du produit.
- **Tarification** : permet d'affiner vos prix à l'aide de tarifs spéciaux ou de prix à l'unité. D'autres options de tarification existent.
- **SEO** : permet de gérer la méta description ou l'URL du produit pour vous assurer qu'il est correctement optimisé pour les moteurs de recherche.
- **Options** : contient des fonctionnalités supplémentaires qui permettent de gérer la visibilité de vos produits, leurs références, de joindre des fichiers ou de lier à des fournisseurs. Cet onglet permet également de configurer la personnalisation.



Nom de produit

Le premier champ à remplir est le nom de produit. Il s'affiche dans les résultats du moteur de recherche et dans l'URL de votre fiche produit par défaut. À côté du nom du produit, un sélecteur de langue vous permet de choisir dans quelle langue vous souhaitez créer ou éditer l'ensemble de la fiche produit.



i Vous devez nommer le produit dans la langue par défaut afin de pouvoir l'enregistrer. Vous ne pourrez pas l'enregistrer tant qu'il n'est pas nommé.

Assurez-vous de traduire les champs dans toutes les langues de votre boutique. Pour cela, cliquez sur le sélecteur de langue en regard du champ du type de produit et choisissez la langue dans laquelle vous souhaitez modifier le produit.

Type de produit

Ce deuxième élément est essentiel : indiquez si le produit est un pack (une combinaison d'au moins deux produits existants), un produit virtuel (fichier téléchargeable, service, etc.) ou simplement un produit classique, envoyé par courrier. Pour l'instant, nous nous contenterons d'explorer les produits standards, sans déclinaisons. Nous aborderons les produits avec déclinaisons, les packs et les produits virtuels dans des sections ultérieures de ce chapitre.

Langue

Vous avez peut-être activé plusieurs langues pour votre boutique PrestaShop. Si vous souhaitez vendre auprès de clients à l'étranger, vous devez traduire l'ensemble de votre contenu (description de produit, légendes, etc.) dans ces langues.

Pour traduire le contenu de votre produit dans une autre langue, sélectionnez la langue dans laquelle vous souhaitez traduire à côté du sélecteur de type de produits. La page produit sera mise à jour dans la langue sélectionnée. Vous pouvez passer d'une langue à l'autre sans enregistrer votre travail entre temps. Veillez simplement à modifier le contenu dans la bonne langue.

Par défaut, la page produit s'affiche dans la langue par défaut de votre boutique.

✓ Pour ajouter des langues à votre boutique, rendez-vous dans la section International. Vous pouvez soit ajouter une langue dans "Traductions", soit ajouter un pack de localisation dans "Localisation".

Boutons globaux



- **Ventes.** Vous renvoie vers la page "Détail produit" du tableau de statistiques (menu "Statistiques"), qui vous présente le nombre de visites de la page produit, et ses ventes.
- **Liste de produits.** Nouveau dans PrestaShop 1.7. Affiche la liste de tous vos produits pour permettre la navigation rapide d'un produit à un autre.



- **Aide.** Ouvre l'aide contextuelle dans une colonne, avec la page du Guide de l'utilisateur correspondant à la page produit.

Plusieurs actions sont possibles en bas de page :

- **Supprimer** (icône de poubelle). Supprime le produit et toutes ses données, y compris ses images, déclinaisons, fonctionnalités, etc.
- **Visualiser.** Affiche la fiche de ce produit telle qu'elle apparaît(ra) dans votre boutique. C'est non seulement pratique, mais par ailleurs cela marche avec les produits désactivés.
- **Mettre en ligne/hors ligne.** Active ou désactive votre produit. Par défaut, il est désactivé afin que vos clients ne le voient pas dans votre boutique, tant qu'il n'est pas fini.
- **Dupliquer.** Crée une copie exacte du produit en cours. C'est particulièrement utile si vous souhaitez utiliser le produit en cours comme base pour un nouveau produit, sans devoir tout recréer à la main. Par exemple, deux produits peuvent être très différents, mais avoir les mêmes associations de produits, les mêmes transporteurs, ou le même fournisseur..



Ne dupliquez pas trop !

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

- **Accéder au catalogue.** Ce bouton enregistre toutes les modifications que vous avez apportées à n'importe lequel des onglets du produit, puis vous ramène à la liste des produits.
- **Ajouter un produit.** Enregistre les modifications apportées à toutes les données du produit actuel et ouvre une page pour créer un nouveau produit.
- **Enregistrer.** Ce bouton enregistre toutes les modifications que vous avez apportées à n'importe quel des onglets du produit, mais vous laisse sur la page du produit en cours de création. C'est particulièrement utile si vous souhaitez changer d'onglet sans perdre les modifications apportées à l'onglet en cours, ou si vous voulez appliquer vos modifications immédiatement.



Raccourcis clavier

Certains raccourcis clavier ont été ajoutés dans PrestaShop 1.7. Ils vous permettent de gagner du temps lorsque vous créez plusieurs produits d'affilée. Le comportement est le même que celui décrit ci-dessus et il s'applique aux options suivantes :

- * **Accéder au catalogue** : CTRL+Q
- * **Enregistrer** : CTRL+S
- * **Ajouter un produit** : CTRL+P
- * **Dupliquer** : CTRL+D



Créer un produit

Complètement revue avec la version 1.7 de PrestaShop, la page produit permet de créer facilement et rapidement un produit.

Essentiel

The screenshot shows the product creation interface in PrestaShop 1.7. The top navigation bar includes tabs for 'Essentiel', 'Quantités', 'Livraison', 'Prix', 'Référencement - SEO', and 'Options'. The 'Essentiel' tab is active. The main area contains fields for product images, quantity, price, and categories. A detailed description section is also visible.

Déclinaisons
Produit simple
Produit avec déclinaisons

Référence

Quantité
0
Paramètres avancés dans Quantités

Prix
HT: 0,000000 €
TTC: 0 €
Règle de taxe: FR Taux standard (20%)
Paramètres avancés dans Prix

Catégories
Rechercher des catégories
CATÉGORIES ASSOCIÉES
Home X
DÉPLOYER RÉDUIRE CATÉGORIE PRINCIPALE
Home

Créer une catégorie
+ Créer une catégorie

L'onglet "Essentiel" contient les principales options nécessaires à la création d'un produit de base : quelques clics suffisent pour créer un produit. Vous pouvez accéder à d'autres onglets pour compléter votre produit.



Images

La section "Image" est située dans la partie supérieure gauche de l'onglet "Essentiel". Elle permet de charger toutes les images relatives au produit, y compris l'ensemble de ses déclinaisons (couleur, taille, forme, etc.).

Pour ajouter une ou plusieurs images à votre produit :

Faites glisser vos images directement à partir de votre dossier ou cliquez sur "Sélectionner des fichiers" (voire n'importe où dans l'encadré) pour sélectionner et ouvrir le dossier contenant vos images. Vous pouvez sélectionner autant d'images que nécessaire en gardant la touche Ctrl appuyée pendant que vous sélectionnez les fichiers. Vous pouvez également ajouter les images une à une. La taille maximale par défaut pour un fichier image est définie par PrestaShop en fonction des paramètres PHP de votre serveur. Vous pouvez diminuer cette taille dans la section "Images" du menu "Apparence".

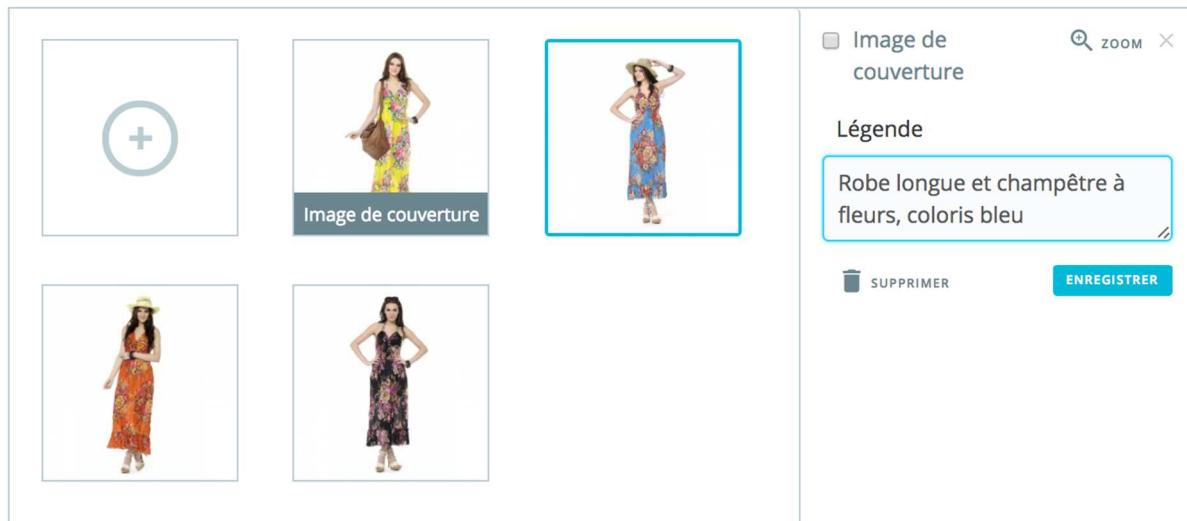


Image de couverture

Les images chargées s'affichent sous forme de miniatures : la première sera l'image de couverture. Cette image de couverture sera celle par défaut sur la fiche produit de votre boutique.

Vous pouvez changer l'image de couverture en cliquant sur la miniature de l'image : les paramètres relatifs à l'image s'affichent. Vous pouvez cocher ou décocher la case "Image de couverture" pour définir si l'image doit être utilisée comme couverture ou non.





Zoom et Légende

Lorsque vous cliquez sur "Zoom", l'image s'affiche en taille réelle au cas où vous souhaitez voir le produit de plus près.

Chaque image peut comporter une légende décrivant brièvement l'image (et le produit). Si vous avez plusieurs langues disponibles, n'oubliez pas de traduire les légendes !

Tri des images

Une fois que vous avez chargé toutes les images produit, vous pouvez modifier leur ordre en glissant-déposant chaque image. Vous pouvez également ajouter des images en cliquant sur l'icône "+" ou en les faisant glisser dans l'encadré.

Récapitulatif et description

La description de votre produit est essentielle, tant pour le client (plus il dispose d'informations, mieux c'est) que pour les moteurs de recherche (cela permet à votre boutique d'apparaître dans plus de résultats de recherche).

En bas de l'écran, les deux champs de description ont des finalités différentes :

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



Résumé	Description
<div style="border-bottom: 1px solid #ccc; height: 15px;"></div>	
<p>T-shirt délavé à manches courtes et col rond. Matière douce et extensible pour un confort inégalé. Pour un look estival, portez-le avec un chapeau de paille !</p>	

Caractéristiques

Plusieurs options sont disponibles en dessous des descriptions de produit. L'option "Ajouter une caractéristique" permet de spécifier les caractéristiques de vos produits (p. ex. le poids, le matériau, le pays d'origine, etc.).

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

Notez que **contrairement aux déclinaisons, ces valeurs ne changent pas et sont valables pour le produit en général** (cela signifie que toutes les déclinaisons partagent les mêmes caractéristiques).

Créer une caractéristique

Avant d'ajouter une caractéristique au produit, vous devez en créer une à usage global au sein de votre boutique. Vous pouvez soit aller sur la page "Attributs et Caractéristiques" du menu "Catalogue".

La création de caractéristiques et de valeurs de caractéristique est expliquée en détails dans la section dédiée de ce guide.

Caractéristiques		
Caractéristique	Valeur prédefinie	OU valeur personnalisée
Styles	Classique	<input type="text"/> ✖
Caractéristique	Valeur prédefinie	OU valeur personnalisée
Compositions	Choisissez une valeur	<input type="text"/> ✖
+ Ajouter une caractéristique		



Attribuer une valeur à une caractéristique

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

Lorsque vous cliquez sur "Ajouter une caractéristique", un menu déroulant s'affiche, il répertorie toutes les caractéristiques de votre boutique. Sélectionnez la caractéristique que vous souhaitez ajouter. Vous pouvez ensuite attribuer l'une des valeurs prédéfinies (lors de la création de la caractéristique) si elle existe ou définir une valeur manuellement dans le champ "Valeur personnalisée".

Si aucune valeur n'est disponible pour une caractéristique, la mention "Aucun résultat trouvé" ne s'affiche.

Si vous choisissez d'utiliser une valeur personnalisée, n'oubliez pas de la régler pour toutes les langues reconnues par votre boutique. Utilisez le sélecteur du code de langue situé en haut de la page pour modifier la langue.

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

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

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

Marque

Vous pouvez créer une marque de la même manière qu'une caractéristique. Cliquez sur "Ajouter une marque" et sélectionnez une marque dans le menu déroulant.

Si la marque que vous voulez n'est pas disponible dans le menu déroulant, accédez à la page "Marques et fournisseurs" pour créer une marque.

Un produit ne peut être associé qu'à une seule marque.



The screenshot shows a user interface element for selecting a brand. The title 'Marque' is at the top. Below it is a dropdown menu with the text 'Fashion Manufacturer' selected. To the right of the dropdown is a small trash can icon.

Produit associé

Le champ "Ajouter un produit associé" permet de choisir les produits pertinents à associer au produit, pour les suggérer à vos clients lorsqu'ils consultent la fiche produit (en fonction du thème que vous utilisez). Cliquez sur "Ajouter un produit associé", saisissez les premières lettres du produit et sélectionnez-le. Le produit est ajouté en dessous du champ.



Produit associé

Recherchez et ajoutez un produit associé

×



Robe imprimée (ref: demo_4)

×

Vous pouvez associer un produit à autant de produits que nécessaire. Cliquez sur l'icône de poubelle pour supprimer l'association à un produit.

Les associations sont unilatérales : le produit associé ne proposera pas d'association au produit en cours dans la page de configuration.

Déclinaisons

Il vous arrivera certainement de vendre le même produit sous différentes versions : ils partagent globalement le même nom, mais ces versions peuvent différer par leur couleur, leur capacité, la taille de leur écran, et d'autres attributs. La plupart du temps, ces attributs sont réunis : vous pourriez avoir la version rouge du produit disponible avec capacité de 1 Go ou 2 Go, ou avec écran 12 ou 15 pouces. C'est pourquoi PrestaShop appelle ces versions "déclinaisons" : votre stock de produits peut être fait de plusieurs variantes d'un même produit, qui dans les faits ne sont tout simplement que des combinaisons spécifiques de ses attributs.

Déclinaisons ?

- Produit simple
- Produit avec déclinaisons

Paramètres avancés dans [Déclinaisons](#)

Si vous avez besoin de déclinaisons pour votre produit, sélectionnez "Produit avec déclinaisons". L'onglet "Quantités" de la page produit sera renommé "Déclinaisons". Vous pourrez y créer plusieurs déclinaisons.

- ✓ Vous ne pouvez pas créer de déclinaison si vous n'avez pas des attributs de produit enregistrés dans PrestaShop.
Par ailleurs, vous ne devriez pas créer de déclinaisons pour les caractéristiques à partir desquelles vos clients ne peuvent faire de choix.
La création d'attribut se fait dans la page "Attributs et Caractéristiques" du menu "Catalogue", et est expliquée en détail dans le chapitre du même nom de ce guide.

Pour plus d'informations sur les Déclinaisons, veuillez lire la section dédiée à la fin de chapitre.



Quantité

Indiquez quelle quantité de ce produit est disponible à la vente.

Cette option n'apparaît pas si vous êtes en train de créer un produit avec déclinaisons. En effet, les quantités pour chacune des déclinaisons sont gérées dans l'onglet "Déclinaisons", car chaque combinaison peut avoir une quantité différente.

D'autres options liées aux quantités existent dans l'onglet "Quantités".

Prix

Définissez le prix auquel vous voulez vendre ce produit.

- **Price – HT.** Le prix de votre produit avant l'application des taxes. Ce prix est indépendant des taxes et autres paramètres impactant le prix.
- **Price – TTC.** Le prix du produit avec les taxes incluses. Vous pouvez modifier la valeur, cela modifiera automatiquement le champ "Prix d'achat HT" en fonction du taux de taxation choisi.
- **Tax rule.** La taxe applicable au produit. Choisissez parmi les différents taux que vous avez mis en place.

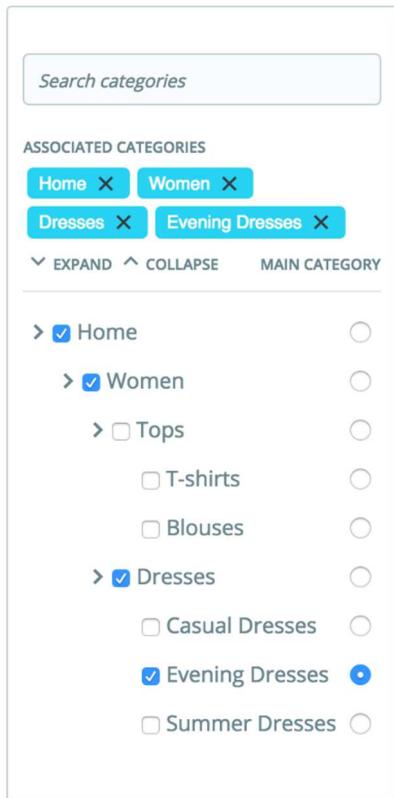
Davantage de réglages liés aux prix sont disponibles dans l'onglet "Prix". Que vous modifiez le prix dans l'onglet "Essentiel" ou "Prix" revient au même, les prix des deux onglets sont synchronisés.

La création de taxe se passe dans la page "Taxes" du menu "International".



Catégories

Categories



The screenshot shows a user interface for managing product categories. At the top, there's a search bar labeled "Search categories". Below it, a section titled "ASSOCIATED CATEGORIES" lists several categories with "X" icons to remove them: "Home X", "Women X", "Dresses X", and "Evening Dresses X". There are also "EXPAND" and "COLLAPSE" buttons and a "MAIN CATEGORY" label. The main area displays a hierarchical tree of categories under "Home": "Women" is checked and expanded; "Tops" is uncheckable; "T-shirts" and "Blouses" are uncheckable; "Dresses" is checked and expanded; "Casual Dresses" and "Summer Dresses" are uncheckable; "Evening Dresses" is checked and has a blue dot next to it.

La section "Catégories" vous permet de choisir les catégories dans lesquelles le produit devrait apparaître. Vous pouvez en choisir plus d'une, mais gardez en tête que pour le client, il est préférable que le produit se trouve uniquement au milieu de produit équivalents et comparables. De fait, vous devriez éviter de choisir la catégorie racine, et préférer les sous-catégories.

Par exemple, la catégorie "Téléphone" peut comprendre des sous-catégories de marques (Apple, Samsung, HTC, etc.) ainsi que des "caractéristiques" (double sim, Android, etc). C'est à vous d'indiquer la catégorie la plus utile à vos clients.

Associer des catégories existantes

Pour associer une catégorie à votre produit, vous pouvez soit utiliser la barre de recherche, ou utiliser l'arbre de catégorie pour trouver la catégorie que vous souhaitez associer.

Via la barre de recherche. Taper les premières lettres de la catégorie et la barre affichera les catégories correspondantes. Vous pouvez alors sélectionner la catégorie qui vous intéresse et cliquer dessus. Une fois sélectionnée, la catégorie s'affiche dans "Catégories associées".

Via l'arbre des catégories. En cliquant sur "Déployer", vous verrez l'arbre contentant toutes vos catégories, dans lequel vous pouvez naviguer pour trouver la catégorie de votre choix.

Comme deux catégories peuvent le même nom, mais un emplacement différent, le fil d'ariane est affiché au survol des catégories associées, pour que vous sachiez bien de quelle catégorie il s'agit (par exemple la catégorie "Chaussures" peut exister sous les catégories "Femme" et "Enfant").

Catégorie principale

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

Créer une nouvelle catégorie

Si le produit que vous créez nécessite une nouvelle catégorie, enregistrez votre produit par précaution, puis cliquer sur "Créer une catégorie". Des options vont apparaître pour créer la catégorie. Saisissez le nom de la catégorie à créer, et sa catégorie parente.

En cliquant sur "Créer", la catégorie sera créée et automatiquement associée au produit.



N'oubliez pas de vous rendre dans la page "Catégories" par la suite pour compléter les informations de cette nouvelle catégorie.



Une nouvelle catégorie n'apparaît pas automatiquement dans le menu de votre boutique.
Pour **ajouter une catégorie à votre menu**, vous devez paramétriser le module "Menu principal" (si vous utilisez le thème par défaut), ou tout autre module que vous avez pour gérer votre menu.

À ce stade, vous avez complété les informations de base pour la création de votre produit. Si vous souhaitez le mettre en ligne instantanément, cliquez sur "Hors ligne" : le produit passera à l'état "En ligne" et sera visible sur votre boutique.

Ne vous arrêtez pas là pour autant, les autres onglets contiennent de nombreuses options qui rendront votre produit encore plus intéressant pour vos visiteurs !

Quantités

Les quantités de produit sont gérées depuis un même onglet. PrestaShop utilisera ces informations pour déterminer à quel moment un produit est hors stock ou indisponible.

Produit standard

Pour un produit standard, vous n'avez que deux champs :

- **Quantité.** Définissez le nombre de produits à vendre. La valeur est la même que pour "Essentiel".
- **Quantité minimum pour la vente.** Vous pourriez préférer vendre ce produit par lots. Utilisez ce champ pour définir le nombre d'éléments à vendre par lots. Cela signifie que les clients pourront acheter ce produit uniquement lorsqu'ils atteignent la quantité minimum définie.



Produit avec déclinaisons

Le fonctionnement des produits avec déclinaisons est très simple : la page présente un tableau de toutes les déclinaisons du produit en cours (si aucune déclinaison n'existe, le tableau contient une seule ligne). C'est une manière de définir le stock d'origine pour toutes les déclinaisons.

Pour plus d'informations sur les déclinaisons de produit, consultez la section dédiée au bas de la page.



Les packs et les produits virtuels ont une gestion des stocks différente, vous trouverez la section dédiée à la fin de ce chapitre.

Préférences de disponibilité

Comportement en cas de rupture de stock

L'option "Comportement en cas de rupture de stock" vous permet de définir le comportement de PrestaShop lorsque le produit est en rupture de stock :

- **Refuser les commandes.** Le produit n'est plus disponible à la vente.
- **Autoriser la commande.** Par essence, vous effectuez des pré-ventes.
- **Utiliser le comportement par défaut** (Refuser les commandes). Cette troisième option par défaut utilise le paramètre par défaut global (page "Produits" des Paramètres de la boutique, section "Stock des produits", option "Autoriser la commande de produits en rupture de stock").

Libellés

- **Libellé si en stock.** Permet d'afficher un message à vos visiteurs lorsque votre produit est en stock, par exemple "produit disponible". Ainsi, les visiteurs de votre site sont rassurés sur le fait que vous pourrez leur expédier le produit immédiatement.
- **Libellés si rupture (et précommande autorisée).** Permet d'afficher un message à vos visiteurs lorsque votre produit est en rupture de stock mais qu'il peut toujours être commandé (tel que défini dans le sélecteur "**En cas de rupture de stock**"), par exemple "Précommandez dès maintenant !". Cela les rassure, car cela signifie que votre boutique leur enverra le produit aussitôt le produit de retour en stock.
- **Date de disponibilité.** Indique la date à laquelle le produit sera à nouveau disponible en stock.

Vous pouvez également configurer le réglage global à appliquer à tous les produits. Le réglage par défaut consiste à refuser les commandes, mais vous pouvez le modifier dans la page de préférences "Produits" (option "Autoriser la commande de produits en rupture de stock").



Livraison

L'onglet "Livraison" permet de donner des détails précieux sur l'envoi de votre produit. Il n'est pas disponible pour les produits virtuels.

Essentiel	Quantités	Livraison	Prix	Référencement - SEO	Options
Dimensions du paquet Ajustez vos frais de livraison en renseignant les dimensions du produit.					
Largeur	Hauteur	Profondeur	Poids		
<input type="text" value="0"/> cm	<input type="text" value="0"/> cm	<input type="text" value="0"/> cm	<input type="text" value="0"/> kg		
Frais de livraison 					
Des frais de transports additionnels s'appliquent-ils à ce produit ?					
<input type="text" value="0,000000"/> €					
Transporteurs disponibles					
<input type="checkbox"/> Ma boutique (Retrait en magasin)					
<input type="checkbox"/> My carrier (Livraison le lendemain !)					
 Si aucun transporteur n'est sélectionné alors tous les transporteurs seront considérés comme disponibles pour les clients.					

- **Dimensions de l'emballage (largeur, hauteur, profondeur et poids).** Vous devez vous efforcer de remplir chacun des champs, car connaître la taille et le poids d'un paquet est non seulement utile pour vous, mais également pour les transporteurs, car PrestaShop pour choisir automatiquement un transporteur en fonction de ces réglages. Le prix final de la commande est affiché pour client une fois que PrestaShop (ou le client) a choisi un transporteur. Ces valeurs utilisent les unités par défaut de poids, volume, distance et dimension, telles qu'établies dans la page "Localisation" du menu "Localisation". Ces valeurs n'ont pas à se limiter à des nombres entiers. Si votre produit pèse moins d'1 kg, vous pouvez simplement ajouter une virgule pour indiquer les décimales :
 - 12 kg
 - 1,23 kg
 - 0,23 kg
 - etc.
- **Frais de port supplémentaires.** Une indication qui peut vous être très utile dans le cas de produits particulièrement délicats ou compliqués à emballer, ou ceux très lourds.
- **Transporteurs.** Vous pouvez choisir de n'autoriser ce produit à être expédié que par une sélection de transporteurs. Si aucun transporteur n'est sélectionné, alors tous les transporteurs seront considérés comme disponibles pour les clients.



Prix

L'onglet "Prix" permet d'affiner votre stratégie de tarification, en utilisant des prix alternatifs (prix à l'unité) ou en créant des règles de prix spécifiques au produit.

Prix de vente

Définissez le prix de vente du produit.

- **Prix – hors taxe.** Le prix de votre produit avant l'application des taxes. Ce prix est indépendant des taxes et autres paramètres impactant le prix.
- **Prix – TTC.** Le prix du produit avec les taxes incluses. Vous pouvez modifier la valeur, cela modifiera automatiquement le champ "Prix d'achat HT" en fonction du taux de taxation choisi.
- **Prix unitaire (hors taxe).** Le prix à l'unité du produit au moment de l'ajout au moment de l'ajout.
- **Règle de taxe.** La taxe applicable au produit. Choisissez parmi les différents taux que vous avez mis en place. Un lien vous renverra vers les pages "Règles de taxe" si vous souhaitez effectuer des modifications.
- **Afficher un bandeau "Promo !".** Cochez cette case pour indiquer que le produit est en promotions, sur la fiche produit et sur le texte dans la liste des produits. Une icône "En promo !" apparaîtra en dessous du produit. Vous pouvez modifier cette icône en changeant le fichier suivant : themes/default/img/onsale_fr.gif.
- **Prix de vente final.** Ce prix, comprenant la taxe, est mis à jour au fur et à mesure de votre saisie.

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

Prix d'achat

Entrez le prix que vous avez payé pour le produit (le prix d'achat ou de fabrication du produit). Vous pourrez le comparer à votre prix de vente pour calculer facilement le profit.

Le prix d'achat doit être inférieur au prix de vente.

Prix spécifiques : gérer les réductions

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



Conditions des prix spécifiques

Pour

Toutes les devises Tous les pays Tous les groupes

Client

Tous les clients

Valable à partir du jusqu'au À partir de

YYYY-MM-DD YYYY-MM-DD 1 Unité(s)

Impact sur le prix

Prix du produit (HT)

Garder le prix initial

Appliquer une réduction de

0,000000 € € TTC

ANNULER ENREGISTRER

Il s'agit d'un moyen très simple de créer une réduction de prix pour ce produit (et toutes ses déclinaisons).

- **Pour.** Vous permet d'être le plus précis possible sur les populations auxquelles le prix s'applique, y compris la monnaie, le pays et même le groupe de clients (qui sera abordé plus tard dans ce chapitre).
- **Client.** Vous pouvez être encore plus précis et indiquer que la réduction que vous créez sera réservée à certains clients et uniquement eux : saisissez les premières lettres de leur prénom ou nom, et choisissez les comptes ciblés.
- **Déclinaison.** Vous pouvez choisir de voir ce prix spécifique s'appliquer à toutes les déclinaisons, ou seulement une. Si vous souhaitez l'appliquer à plus d'une déclinaison mais pas toutes, vous devrez créer un prix spécifique pour chaque déclinaison.
- **Valable à partir du.** Vous permet de définir la plage de dates durant lesquelles la réduction sera activée. Un clic dans chaque champ ouvrira un sélecteur de date, ce qui simplifie le processus.
- **À partir de [] unité.** Indique le nombre de produits achetés à partir duquel la réduction est appliquée. Par défaut, il s'agit de "1", ce qui signifie dès le premier achat.
- **Prix du produit (HT).** Ici, vous pouvez indiquer un prix arbitraire, sans devoir passer par des calculs ou vous baser sur le prix normal. Laissez ce champ à "0" pour vous baser sur le prix par défaut.
- **Garder le prix initial.** Cochez cette case pour remettre à zéro le champ "Prix de vente du produit HT" et vous empêcher de le modifier.
- **Appliquer une réduction de.** Utilisez le sélecteur pour indiquer le type de réduction que vous voulez appliquer (soit un montant précis, soit un pourcentage du prix normal).

Une fois que vous avez saisi les différents réglages, cliquez sur "Enregistrer" : le résumé de votre réduction apparaîtra sous le formulaire, dans un tableau. La réduction est immédiatement visible sur le site.

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

Si vous souhaitez construire des promotions plus complexes, découvrez le menu "Règle de prix" en lisant le chapitre "Mettre en place des promotions" de ce guide.



Gérer les priorités de prix

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

Vous pouvez modifier les réglages par défaut de PrestaShop en passant par la section "Gestion des priorités".

L'ordre d'importance par défaut est :

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

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



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

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

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

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

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

The screenshot shows the SEO configuration page in PrestaShop. At the top, there are tabs for 'Essentiel', 'Quantités', 'Livraison', 'Prix', 'Référencement - SEO' (which is highlighted with a blue border), and 'Options'. Below the tabs, under the 'Référencement' section, there is a note about improving product visibility in search results. It includes fields for 'Balise titre' (Title tag) and 'Meta description'. There is also a field for 'URL simplifiée' (Simplified URL) with a 'REINITIALISER' button. A blue callout box provides information about simplified URLs being active. Under the 'Page de redirection' (Redirection page) section, it says 'Redirection quand le produit est désactivé' (Redirection when the product is deactivated) and shows a dropdown menu set to 'Pas de redirection (404)'. A light blue callout box explains the three types of redirections: 404 (not found), 301 (permanent), and 302 (temporary).

Référencement

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

- **Balise titre.** C'est le champ le plus important, étant donné que le titre apparaîtra sur les moteurs de recherche. Restez très factuel : vous devez convaincre l'utilisateur du moteur de recherche de cliquer sur votre lien plutôt que sur un autre parmi les résultats. Faites en sorte d'avoir un titre unique à ce produit pour l'ensemble de votre boutique.
 - Bon exemple : "Levi's 501® Original Jeans - Bleu délavé - Taille normale".



- Mauvais exemple : "Item #02769869B bestseller".
- **Méta description.** Une présentation du produit en quelques lignes (dans l'idéal, moins de 155 caractères), afin d'attirer l'attention du client. Elle apparaîtra dans les résultats de recherche, en fonction de la recherche elle-même : certains moteurs de recherche choisissent de n'afficher que les mots cherchés dans le contexte du contenu de la page. Assurez-vous de faire une description unique à ce produit sur votre site.
- **URL simplifiée.** Voici un autre champ extrêmement important. Il vous permet de réécrire l'adresse web de votre produit. Par exemple, au lieu d'avoir une adresse de type :
`http://www.myprestashop.com/index.php?id_product=8&controller=product`
...vous pouvez avoir :
`http://www.myprestashop.prestashop.com/8-nom-du-produit.html`
Vous devez simplement indiquer dans le champ "URL simplifié" les mots (séparés par des tirets) que vous souhaitez voir apparaître au lieu du nom par défaut.
Le bouton "**Réinitialiser**" vous permet de facilement obtenir une adresse web simplifiée basée sur le nom du produit. Une fois générée, vous pouvez modifier l'URL produit comme bon vous semble.



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

Vous en apprendrez plus sur cette page dans le chapitre "Trafic et SEO" de ce guide.

Page de redirection

Quand votre produit est désactivé, sa fiche produit n'est plus disponible sur votre boutique. Vous devez alors décider quoi afficher à vos visiteurs à la place :

- **Pas de redirection (404).** Cela affichera une page "Erreur 404 - page non trouvée".
- **Redirection permanente (301).** This will permanently redirect the visitor to another product page. The current URL of your product page will no longer be indexed by search engines: it will be replaced by the URL of the product page of your choice. Choose which product page you would like to display instead. Remember, this is permanent, so make sure you don't need this URL anymore before activating the 301 redirection! Cela redirigera de façon permanente vos visiteurs vers une autre page produit. L'URL actuelle de votre fiche produit ne sera plus indexée par les moteurs de recherche : elle sera remplacée par l'URL de la fiche produit de votre choix. Choisissez quel produit vous souhaitez donc afficher à la place. Rappelez-vous, ce choix est définitif, aussi assurez-vous que vous n'aurez plus besoin de cette URL avant d'activer cette redirection !
- **Redirection temporaire (302).** C'est une redirection temporaire vers une autre fiche produit. Choisissez quelle fiche produit vous souhaitez afficher à la place. Les moteurs de recherche indexeront toujours l'URL de votre fiche produit, aussi vous la réutilisez plus tard, si vous souhaitez réactiver le produit par la suite, par exemple.



Options

L'onglet "Options" propose des réglages supplémentaires pour gérer vos différentes références, vos fournisseurs, la personnalisation de produits, la visibilité et les fichiers joints.

Visibilité

Vous pouvez rendre le produit uniquement accessible par certains chemins :

- **Partout.** Les clients peuvent découvrir le produit en explorant le catalogue, en cherchant le produit dans le moteur de recherche, ou directement en utilisant son adresse web.
- **Catalogue uniquement.** Les clients peuvent découvrir le produit en explorant le catalogue ou directement en utilisant son adresse web.
- **Recherche uniquement.** Les clients peuvent découvrir le produit en cherchant le produit dans le moteur de recherche, ou directement en utilisant son adresse web.
- **Nulle part.** Les clients ne peuvent arriver sur le produit qu'en utilisant son adresse web. Ils ne le trouveront pas en explorant le catalogue ni en utilisant le moteur de recherche. Cela vous permet de créer des produits privés, auxquels seuls quelques clients privilégiés peuvent avoir accès, ne serait-ce que temporairement (vous pouvez modifier cette option à n'importe quel moment).

Options. Quelques options un peu plus spécifiques.

- **Disponible à la vente.** Si vous décochez cette case, les clients ne pourront ajouter ce produit à leur panier. Vous obtiendrez donc un affichage de type catalogue limité à ce produit (en référence à la préférence "Mode Catalogue").
- **Afficher le prix.** Si l'option "disponible à la vente" ci-dessus est activée, vous pouvez choisir d'afficher le prix malgré tout, même si les clients ne pourront pas acheter le produit.
- **Exclusivité web (non vendu en magasin).** Si votre société dispose de magasins en dur, cette option peut s'avérer très utile : elle signale au client que le produit ne peut être acheté qu'en ligne, ce qui évitera la venue en magasin de clients qui vérifient le prix en ligne puis font le trajet pour éviter les frais de port.

Mots-clés

Les mots-clés sont des termes ou expressions qui permettent à vos clients de facilement trouver ce qu'ils cherchent sur votre site. Quand ils utilisent la barre de recherche pour explorer votre catalogue, ils taperont des mots-clés spécifiques. Choisissez les mots-clés les plus adaptés à votre produit, tels que les clients les taperont pour y accéder.

Pour ajouter plusieurs mots-clés, séparez-les simplement d'une virgule. Par exemple "assiette, vaisselle, porcelaine" pour une assiette.

Mots-clés

assiette vaisselle Utilisez une virgule pour séparer les mots-clés. Ex. : "robe, coton, ro



Les mots-clés permettent d'aider vos clients à trouver vos produits via la barre de recherche. **En savoir plus**



Tous les mots-clés sont listés dans la page "Recherche" du menu "Paramètres de la boutique".



Les mots-clés sont différents des meta mots-clés : ils n'ont aucune incidence sur votre référencement.

Condition & Références

Condition. Toutes les boutiques en ligne ne font pas que vendre des produits neufs, et certaines marketplace demandent cette information. Cette option vous permet d'indiquer l'état du produit.

- **Neuf.** Le produit est neuf, vendu dans son emballage d'origine intact.
- **Occasion/seconde main.** Le produit a déjà été vendu au moins une fois, et a probablement été utilisé par quelqu'un d'autre – c'est au moins une seconde main. Il devrait être vendu dans son emballage d'origine, qui peut être scellé avec du scotch.
- **Reconditionné.** Le produit a été renvoyé à votre boutique pour une raison ou une autre (rayures, cabossage ou autre forme de dommage purement cosmétique et n'affectant pas les performances ou l'utilité du produit).
- **Reference code.** C'est votre propre référence interne. Il peut s'agir d'un nombre, ou d'une référence à son emplacement dans votre stock ou de son fournisseur, ou tout ce qui le rend unique.
- **ISBN.** ISBN is used internationally to identify books and their various editions. If your products are books or entitled to have an ISBN number, enter it here.
- **Code-barres UPC.** Un code-barres à 12 chiffres, et le premier du genre, généralement utilisé en Amérique du Nord, au Royaume-Uni, en Australie et en Nouvelle-Zélande.
- **Code-barres EAN-13 ou JAN.** Ce sont les chiffres des codes-barres du produit, utilisés dans le monde entier afin de l'identifier. Vous pouvez utiliser soit un EAN-13 ou soit un JAN.
 - Un EAN-13 est le numéro international du produit à 13 chiffres.
À lire sur Wikipedia : http://fr.wikipedia.org/wiki/Code-barres_EAN.
 - Un JAN est spécifique au Japon, mais est compatible avec l'EAN international.
À lire sur Wikipedia : http://en.wikipedia.org/wiki/Japanese_Article_Number (en anglais).

Personnalisation

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

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

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

Apprenons à configurer cette fonction. Cliquez sur "Ajouter un champ de personnalisation" pour indiquer quel type de champs (fichier ou image) peut être personnalisé. Vous pouvez mettre autant de champs que souhaitez en rendre disponibles à vos clients.



Personnalisation

Les clients peuvent personnaliser le produit en renseignant un texte ou en fournissant une image de leur choix.

Libellé

Votre message personnalisé

Type

Texte



Requis

Libellé

Votre image

Type

Fichier



Requis

Ajouter un champ de personnalisation

Pour chaque champ de personnalisation, vous devez renseigner deux informations :

- **Libellé.** Comment vous souhaitez nommer ce champ. C'est un indicateur pour le client, aussi soyez très clair sur ce qu'il doit y avoir derrière ce champ.
- **Type.** Indiquez si le client doit remplir un texte, ou vous envoyer un fichier.

Exemple 1: vous proposez la personnalisation de la couverture d'un livre, et le client doit fournir 3 images.

Libellé	Type
Couverture (20.95 x 27.31 cm, couleur)	Image
4e de couverture (20.95 x 27.31 cm, noir et blanc)	Image
Dos (20.95 x 1.716 cm, couleur)	Image

Exemple 2: si les clients souhaitent faire graver des mots sur un produit, vous pourriez utiliser ceci :

Libellé	Type
Première ligne (24 car.)	Texte
Seconde ligne (24 car.)	Texte
Dernière ligne, signature (16 car.)	Texte

Quand tous les champs sont remplis, pensez à enregistrer vos modifications.

Du côté du client

Dès qu'un produit a des propriétés personnalisables configurées, sa fiche sur la boutique affiche un nouveau bloc en dessous de la description : "Personnalisation".



Le client doit choisir le ou les fichier(s) et/ou ajouter du texte et les enregistrer avant d'ajouter le produit dans son panier.

Les images personnalisées et les textes apparaîtront dans le panier final.

Le reste du processus de commande se déroule comme d'habitude.

De votre côté

Une fois que la commande a été validée par le client, le marchand reçoit une notification de la commande dans son back-office.

Il peut ensuite parcourir la commande, qui indiquera les images et textes dans la liste de produits, pour chaque produit. Le marchand n'a ensuite plus qu'à télécharger les images (simplement en cliquant sur l'image dans la commande) ou copier/coller le texte et les utiliser dans son outil de personnalisation.

Le reste du processus de commande et de livraison se déroule comme d'habitude.

Joindre un fichier

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

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

Vous pouvez également mettre le manuel du produit en format PDF, disponible en téléchargement directement depuis la page produit. Il sera accessible même si le client n'achète pas le produit.

Fichiers joints

Si vous avez déjà joint un fichier par ailleurs dans votre boutique, vous verrez ici la liste des fichiers disponibles pour être joints au produit. Sélectionnez tout simplement celui ou ceux que vous voulez joindre au produit.

Joindre un nouveau fichier

Si vous n'avez joint encore aucun fichier pour l'instant, vous pouvez en charger un directement depuis cette page.

1. Cliquez sur "Joindre un fichier"
2. Cliquez sur "Parcourir" pour choisir un fichier disponible sur votre ordinateur.
3. Donnez un titre au fichier (qui ne doit pas nécessairement reprendre le nom du fichier).
4. Ajoutez une description. Cela vous aidera à distinguer les différents fichiers chargés et donnera davantage d'indications à vos clients.
5. Cliquez sur "Ajouter".
6. Le fichier apparaît alors dans la liste des fichiers joints, déjà sélectionné pour qu'il soit rattaché au produit.
7. Enregistrez votre produit.

Un nouvel onglet apparaît sur la fiche produit, à côté de l'onglet "Détails du produit", où vos visiteurs pourront télécharger le ou les fichiers ajoutés.



Si vous souhaitez supprimer le fichier de la fiche produit, vous pouvez le désélectionner dans la liste des fichiers joints.

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

Fournisseurs

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

i Vous ne pouvez pas utiliser cette fonction si vous ne possédez pas déjà au moins un fournisseur enregistré dans votre boutique. Les fournisseurs sont créés à partir de la page "Marques & Fournisseurs", dans le menu "Catalogue".
Le processus complet d'enregistrement d'un fournisseur est expliqué en détail dans ce guide, section "Gérer les fournisseurs".
Vous pouvez accéder directement à l'onglet en question en cliquant sur le bouton "Créer un fournisseur".

Il est très facile d'associer un ou plusieurs fournisseurs au produit en cours : il suffit de cliquer sur la case correspondante au fournisseur, et d'enregistrer vos modifications.

Référence(s) fournisseur(s)

La page des fournisseurs du produit contient également un tableau qui vous permet de définir la référence précise, le prix et la devise pour chaque déclinaison du produit. Si le produit a plus d'un fournisseur, le tableau affiche chaque fournisseur l'un après l'autre.

i Il y a de nombreux paramètres liés aux produits dans la page "Produits" des paramètres de la boutique :
- Nombre de jours pendant lesquels un produit est considéré comme nouveau
- Gestion des stocks
- Affichage des promotions
- etc.

Pensez à bien vérifier que ces réglages sont comme vous le souhaitez !



Création d'un produit avec des déclinaisons

Pour activer les déclinaisons produit, commencez par sélectionner l'option "Produit avec déclinaisons" dans l'onglet "Essentiel". L'onglet "Quantités" deviendra "Déclinaisons", il vous permettra de gérer vos combinaisons de produit.

- ✓ Il n'est pas possible de créer des déclinaisons si aucun de vos attributs n'est correctement défini dans PrestaShop.

Nous vous déconseillons de créer des déclinaisons pour les fonctionnalités non disponibles pour vos clients.

La création d'attributs s'effectue dans la page "Attributs produit" du menu "Catalogue". Elle s'explique en détail dans le chapitre du même nom de ce guide.

Le choix du mode d'association des attributs de votre produit vous appartient. PrestaShop vous propose deux méthodes pour y parvenir.

Ajout de déclinaisons

Méthode manuelle

Cette méthode vous permet de créer des associations l'une après l'autre. Par conséquent, elle est réservée aux produits ayant peu de déclinaisons ou aux produits ayant des déclinaisons spécifiques qui ne peuvent pas être créés à l'aide de la méthode automatique (voir section suivante).

L'ajout d'une variation à votre produit ne requiert que quelques étapes.

1. Dans la barre des associations, saisissez l'association d'attributs à créer, ainsi que leurs valeurs correspondantes.

Par exemple, si vous souhaitez créer une déclinaison pour un t-shirt, une taille M et une couleur rouge, saisissez "taille M couleur rouge". En effectuant votre saisie, vous verrez des suggestions apparaître en dessous de la barre de saisie, sélectionnez les attributs et les valeurs dont vous avez besoin.

Vous pouvez ajouter autant de paires attribut-valeur que nécessaire à une combinaison.

Vous pouvez uniquement ajouter une paire par attribut à une combinaison : il est possible d'avoir à la fois "Couleur : bleu" et "Couleur : rouge" dans vos pairs si nécessaire. Vous devrez créer de nouveaux attributs, par exemple "Couleur primaire" et "Couleur secondaire".

Vous pouvez supprimer une paire attribut-valeur en cochant la case correspondante.

2. Une fois que vous avez tous les attributs requis, cliquez sur "Générer" sur la droite.
3. La déclinaison apparaîtra dans un tableau en dessous.



Gérer vos déclinaisons

Pour ajouter des déclinaisons, renseignez les attributs voulus (comme "taille" ou "couleur") et leurs valeurs respectives ("XS", "rouge", etc.) dans le champ ci-dessous ; ou bien sélectionnez-les dans la colonne de droite. Cliquez ensuite sur "Générer": les déclinaisons seront automatiquement créées pour vous !
Si vous n'avez pas encore défini d'attributs, vous pouvez en créer en allant dans [Attributs & Caractéristiques](#).

Taille : S	taille	GENERATE
	Taille : Toutes	
Actions groupées	Taille : M	
	Taille : L	
	Taille : Taille unique	

Méthode automatique

Si vous avez trop de versions de produits différents, vous pouvez utiliser le générateur de déclinaisons de produits. Cet outil permet de générer automatiquement toutes les déclinaisons et les éventualités.

Plutôt que de saisir chaque association souhaitée, vous pouvez utiliser le sélecteur situé à droite de la page. Il répertorie tous les attributs et leurs valeurs correspondantes.

Voici ce que vous devriez faire :

1. Pour chaque attribut, cochez les valeurs que vous souhaitez ajouter en tant qu'associations. Pour gagner du temps, vous pouvez sélectionner plusieurs valeurs pour chaque attribut.
2. Les déclinaisons correspondantes seront automatiquement affichées dans la barre de gauche.
3. Lorsque vous êtes satisfait de votre sélection, cliquez sur "Générer": Votre déclinaison sera automatiquement créée avec **toutes les déclinaisons possibles**.

Si vous n'avez qu'une déclinaison, vous pouvez modifier sa quantité directement dans le tableau, modifiez-la (en cliquant sur l'icône de crayon à papier) ou supprimez-la (à l'aide de l'icône de poubelle).

Gestion des déclinaisons

Déclinaison par défaut

Lorsque plusieurs déclinaisons sont disponibles, choisissez une déclinaison par défaut, il s'agit de la déclinaison que verront vos clients en arrivant sur la fiche produit. S'ils souhaitent acheter une autre déclinaison, ils devront la sélectionner eux-mêmes (en modifiant la couleur, la taille ou tout autre attribut).



Modification d'une déclinaison

Vous pouvez gérer chaque déclinaison de manière plus détaillée en cliquant sur l'icône de modification. Cela ouvrira une petite fenêtre qui vous permettra de modifier les informations relatives à cette déclinaison.

- Détails de la déclinaison
 - **Définir une déclinaison par défaut.** Cochez cette case pour faire de la déclinaison que vous créez la déclinaison de produit principale.
 - **Quantité.** Entrez la quantité disponible pour cette déclinaison
 - **Date de disponibilité.** Si la déclinaison est en rupture de stock, vous pouvez indiquer à quel moment elle sera à nouveau disponible.
 - **Quantité minimale.** Vous préférez peut-être que cette déclinaison soit vendue uniquement par lots. Utilisez ce champ pour définir le nombre d'éléments minimal.
 - **Référence et références spécifiques (ISBN, EAN-13 et UPC).** Si nécessaire, indiquez la référence de la déclinaison et les codes-barres EAN-13 et/ou UPC dans chaque champ, comme si vous étiez en train de créer un tout nouveau produit dans PrestaShop. Ces chiffres peuvent être utilisés par votre entrepôt ou votre opérateur : assurez-vous de remplir ces champs, ils sont souvent essentiels pour votre entreprise.
- Prix et impact
 - **Prix d'achat.** Ce champ est utile si le prix initial du produit change simplement parce qu'il s'agit d'une déclinaison.
 - **Impact sur le prix/poids/prix unitaire.** Si la déclinaison est censée avoir un impact sur le prix du produit, son poids ou son prix à l'unité, renseignez la valeur de cet impact (p. ex. "-2" si le prix doit être diminué de 2) dans le champ.
- **Image.** Les images qui sont liées au produit d'origine (telles que mises en ligne à l'aide du formulaire de l'onglet "Images" sur la gauche) sont présentées. Cochez la case correspondant aux images qui représentent le mieux cette combinaison.

Une fois que aurez terminé de modifier une déclinaison, vous pouvez soit :

- revenir à la combinaison précédente ou à passer à la suivante en cliquant sur "Préc. déclinaison" ou "Déclinaison suivante"
- revenir au produit en cliquant "Retour au produit" en bas de page

Actions groupées

Vous pouvez modifier les détails pour une ou plusieurs combinaisons à la fois

1. Sélectionnez les combinaisons que vous souhaitez modifier. Pour tout sélectionner, faites un clic droit sous Sélectionner.
2. Cliquez sur "Actions groupées" au-dessus de la liste des déclinaisons.
3. Modifiez les paramètres que vous souhaitez modifier. Ils seront modifiés pour toutes les déclinaisons sélectionnées.
4. Cliquez sur "Appliquer" pour modifier les associations.

Si vous souhaitez supprimer toutes les déclinaisons sélectionnées, cliquez sur "Supprimer les déclinaisons".

Une fois tous les détails de déclinaison définis, enregistrez les modifications de votre produit à l'aide du bouton "Enregistrer et rester". Votre déclinaison apparaîtra dans la liste des attributs en bas de l'écran.



Création d'un produit virtuel

Votre boutique peut inclure des produits virtuels (partiellement ou exclusivement) c'est-à-dire, des produits qui ne sont pas livrés mais plutôt téléchargés : des tickets de spectacle, des ebooks, des fichiers PDF, des services en temps-réel... PrestaShop vous aide à créer un produit virtuel.

Pour créer un produit virtuel, procédez comme pour les produits simples :

- Accédez à la page produit dans le menu "Catalogue".
- Cliquez sur le bouton "Nouveau produit".
- Changez le type de produit en "Produit virtuel" en regard du nom de produit.

L'organisation de la page sera modifiée :

- L'onglet "Quantités" devient "Produit virtuel".
- L'onglet "Livraison" disparaît.

L'onglet "Produit virtuel" contient une seule caractéristique au départ : elle demande si le produit virtuel que vous créez contient un fichier joint (p. ex si votre client paiera pour télécharger quelque chose).

- Sinon, ne remplissez pas ce champ : si vous vendez un service et que rien ne doit être téléchargé.
- Si oui, cliquez sur l'option "Oui".

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

Ce produit a un fichier associé ?

Oui
 Non

Fichier [?](#)

Choisissez un fichier Aucun fichier choisi

Nom du fichier [?](#)

Nombre de téléchargements autorisés [?](#)

Date d'expiration [?](#)

YYYY-MM-DD

Nombre de jours [?](#)

0

ENREGISTRER



- **Fichier.** Cliquez sur le bouton "Parcourir" pour trouver le fichier sur votre disque dur. Dès que vous avez sélectionné un fichier, le téléchargement commence.



La taille maximale d'envoi de fichier dépend de la configuration de votre serveur, ne peut pas être augmentée par PrestaShop.

Si vous avez accès au fichier php.ini de votre serveur, voici les variables à changer :

* upload_max_filesize = 20M
* post_max_size = 20M

Si vous n'avez pas accès au fichier php.ini, contactez votre hébergeur à ce propos.

- **Nom de fichier.** Le nom du fichier : ce champ est rempli automatiquement après l'enregistrement du produit. Nous vous déconseillons de modifier sa valeur.



Vous devriez compresser votre fichier au format Zip, afin d'éviter les incompréhensions de votre navigateur face à un fichier .exe ou .jpg. Le navigateur télécharge automatiquement les fichiers Zip pour le client.

Si vous vendez des images en haute résolution, le fait de les mettre en ligne à l'aide de ce formulaire ne vous dispense pas de mettre en ligne une version miniature via l'onglet "Images" sur la gauche.

- **Nombre de téléchargements autorisés.** Vous pouvez définir le nombre de fois où le fichier peut être téléchargé une fois que le client l'a acheté. Vous pouvez préférer le limiter à 1 ou à 5. Si vous souhaitez le maintenir en illimité, définissez la zone de texte sur 0.
- **Date d'expiration.** Les fichiers virtuels peuvent être de nature promotionnelle ou perdre leur valeur après une certaine date. Dans ce cas, vous pouvez définir la date après laquelle le produit ne sera plus disponible sur votre boutique. Laissez ce champ vide si vous n'avez pas de date d'expiration.
- **Nombre de jours.** Vous pouvez définir le nombre de jours après lesquels le lien ne fonctionnera plus. Si aucune limite n'est définie, définissez la zone de texte sur 0.

Une fois que vous avez défini l'onglet "Produit virtuel", vous pouvez modifier tous les autres onglets disponibles comme s'il s'agissait d'un produit ordinaire.



Créer un pack de produits

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



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

À l'heure actuelle, vous ne pouvez pas ajouter de déclinaison à un pack.

Si vous souhaitez avoir des packs avec des déclinaisons, vous devrez créer des produits individuels pour chaque déclinaison. C'est une limitation connue de PrestaShop, qui sera corrigée dans une prochaine version.



Vous ne pouvez pas ajouter un pack existant dans un nouveau pack, ni importer le contenu d'un pack existant dans un nouveau pack.

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

1. Accédez à la page produit du menu "Catalogue".
2. Cliquez sur le bouton "Nouveau produit".
3. Dans la partie supérieure, changez le type de produit en "Pack de produits" en regard du nom de produit.

Cette action a deux conséquences :

- Dans "Essentiel", vous pouvez maintenant choisir les produits à inclure au pack.
- Dans "Quantités", vous pouvez sélectionner la manière dont les stocks seront gérés.



Ajouter des produits à votre pack

- Le premier champ permet de rechercher des produits déjà enregistrés dans votre boutique.
- Le deuxième permet d'indiquer la quantité de produits choisis à ajouter au pack.
- Le bouton ajoute le produit au pack.

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

Vous pouvez supprimer un produit du pack en cliquant sur l'icône de poubelle au survol.

Gérer les quantités de pack

Lorsque vous créez un pack de produits, PrestaShop doit savoir comment gérer le stock. Dans l'onglet "Quantités", sous "Quantités de pack", choisissez l'une des options suivantes :

- **Décrémenter uniquement le pack** (comportement par défaut). Lorsque vous vendez un pack, seul le stock du pack est impacté.
- **Décrémenter uniquement les produits du pack**. Lorsque vous vendez un pack, seul le stock des produits du pack est impacté.
- **Décrémenter les deux**. Lorsqu'un pack est vendu, les stocks du pack et du produit sont impactés.
- **Comportement par défaut**. Le comportement par défaut défini au niveau de la boutique dans vos paramètres de produit ; par défaut, il s'agit de "Décrémenter uniquement le pack" mais vous pouvez le modifier à votre convenance.

Une fois vos options définies dans l'onglet "Pack", vous pouvez modifier le contenu de tous les autres onglets disponibles comme vous le feriez pour un produit normal.



Gérer les catégories

Il est essentiel de disposer de catégories, car elles vous permettent de regrouper les produits équivalents. Ainsi, les clients peuvent facilement s'y retrouver parmi vos nombreux produits, et limiter leur recherche quand ils cherchent un type particulier de produit.

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

✓ Les catégories déterminent comment les visiteurs navigueront sur votre site et rechercheront parmi vos produits. Vous devez élaborer votre arborescence de catégories avant même de commencer à rédiger vos fiches produits.

Les catégories sont gérées dans la page "Catégories" du menu "Catalogue". Cette page présente un tableau des catégories existant actuellement, avec leurs principales informations. Pour voir la sous-catégorie, cliquez sur la catégorie-mère, ou sélectionnez "Détails" dans le menu des actions.

ID	Nom	Description	Position	Affichée
3	Femmes	Vous trouverez ici toutes les collections mode pour femmes. Cette catégorie regroupe tous les basiques de votre garde-robe et bien plus encore : chaussures, accessoires, T-shirts imprimés, robes élégantes et jeans pour femmes !	1	<input checked="" type="checkbox"/>

À l'aide des icônes de la colonne "Affichée" du tableau, vous pouvez indiquer celles que vous voulez cacher des clients en cliquant sur la marque verte, qui se transforme alors en croix rouge.

Toutes les catégories que vous créerez seront en fait des sous-catégories de la catégorie "Accueil". Pour modifier la catégorie "Accueil" (ou n'importe quelle catégorie actuellement sélectionnée), cliquez la flèche à côté de "Afficher", puis sur "Modifier" quand le tableau affiche les catégories racines.

Pour créer une nouvelle catégorie, cliquez sur le bouton "Ajouter une catégorie" depuis n'importe quel niveau de catégories.



CATÉGORIE

* Nom : en ▾

Affichée : **OUI** **NON**

Catégorie parente : Réduire tout Ouvrir tout

Accueil

Description : **A B I U** en ▾

Image de la catégorie : Ajouter un fichier
Dimensions recommandées (pour le thème par défaut) : 141px x 180px

Miniature de la catégorie : Ajouter un fichier
Dimensions recommandées (pour le thème par défaut) : 98px x 98px

Minatures du menu : Ajouter des fichiers...

Balise titre : 70 en ▾

Meta description : 160 en ▾

Meta mots-clés : Ajouter un mot-clé en ▾

* URL simplifiée : en ▾

Accès des groupes :

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

Vous avez maintenant trois groupes de clients par défaut.

htmlspecialchars - Toutes les personnes sans compte client ou non connectées.
 htmlspecialchars - Clients ayant passé une commande avec la commande express (guest checkout).
 htmlspecialchars - Toutes les personnes ayant créé un compte sur le site.

Annuler Enregistrer

✓ Traduisez vos catégories !

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

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

- **Nom.** Nommez la catégorie. Utilisez un nom court et descriptif, et choisissez bien vos mots : vos clients se baseront dessus lors du parcours de votre boutique.
- **Affichée.** Indiquez si elle doit être affichée (c'est-à-dire si vous souhaitez la rendre aussitôt disponible pour vos visiteurs). Par exemple, vous pourriez vouloir remettre à plus tard l'ouverture de la catégorie, tant que tous ses produits n'y ont pas été placés.
- **Catégorie parente.** N'apparaît pas lors de la création d'une catégorie racine. Si vous souhaitez créer une sous-catégorie appartenant à une catégorie autre que la page d'accueil, vous pouvez la choisir dans ce sélecteur.



- **Description.** Vous devriez remplir ce champ, car non seulement il se révélera utile pour vous et vos employés, mais certains thèmes peuvent également s'en servir, par exemple en l'affichant pour vos clients.
- **Image de la catégorie.** Cliquez sur le bouton "Ajouter un fichier" pour mettre en ligne une image représentative de la catégorie, à partir de votre ordinateur. Elle s'affiche sur la page de la catégorie.
 - Miniature de la catégorie. Affiche sur la page de la catégorie parente une petite image représentant cette catégorie-ci, si votre thème le permet.
 - Miniatures du menu. Cette image apparaîtra en miniature dans le menu, pour représenter cette catégorie, si votre thème le permet.
- **Balise de titre.** Le titre qui apparaîtra dans les moteurs de recherche quand une recherche est faite par le client.
- **Meta description.** Une présentation du site en quelques lignes, dans le but d'attirer l'attention du client. Elle apparaîtra dans les résultats des moteurs de recherche.
- **Meta mots-clés.** Les mots clés que vous devez définir afin que votre site soit référencé par les moteurs de recherche. Vous pouvez en définir plusieurs, séparés par des virgules. Vous pouvez également définir des expressions, en prenant soin de les mettre entre guillemets.
- **URL simplifiée.** Cela vous permet de réécrire l'adresse web de vos catégories comme vous le souhaitez.
Par exemple, au lieu d'avoir une adresse comme http://www.exemple.com/category.php?id_category=3, vous pouvez avoir <http://www.exemple.com/123-nom-de-la-catégorie>.
Dans ce cas, vous devez simplement indiquer dans le champ "URL simplifiée" les mots (séparés par des tirets) que vous voudriez voir apparaître au lieu du "nom-de-la-catégorie".
- **Accès des groupes.** Restreint l'accès à la catégorie et à ses produits pour certains acheteurs. Pour y accéder, ces acheteurs doivent appartenir à un groupe d'utilisateurs. Consultez les fonctions de groupes dans l'onglet "Groupes" des paramètres clients ("Paramètres de la boutique > Clients") pour plus d'informations.
- **Catégorie racine.** S'affiche seulement à la création d'une catégorie racine. Peut-être souhaitez-vous faire de cette catégorie la nouvelle catégorie d'accueil, en lieu et place de "Accueil". Dans ce cas, activez l'option.



La catégorie d'accueil est particulièrement utile en mode multiboutique. Imaginez que vous avez trois boutiques avec des produits et catégories totalement ou partiellement différentes : vous pourriez souhaiter avoir une catégorie d'accueil différente pour chaque boutique.

La catégorie d'accueil représente donc la catégorie "Accueil" de chaque boutique. Ainsi, si vous ne souhaitez pas avoir les mêmes produits dans la catégorie "page d'accueil" de chaque boutique, vous avez besoin de différentes catégories d'accueil.

Il est ainsi plus facile d'assigner des catégories à chaque boutique, et vous pouvez avoir des produits différents dans la catégorie d'accueil.

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



Une nouvelle catégorie n'apparaît pas automatiquement dans le menu de votre boutique. Pour ajouter une catégorie à votre menu, vous devez paramétriser le module "Menu haut horizontal" (si vous utilisez le thème par défaut), ou tout autre module que vous avez pour gérer votre menu.



Parcourir et modifier les catégories

Le bouton "Modifier" vous permet de modifier la catégorie parente de la sous-catégorie actuellement affichée. Cela signifie que lorsque vous affichez les sous-catégories principales, un clic sur le bouton "Modifier" vous permettra de modifier la catégorie "Accueil".

Vous pouvez cliquer sur n'importe quelle catégorie de la liste : cela ouvrira la catégorie, et affichera toutes ses sous-catégories. Dans les faits, cela changera le contexte de l'interface : un clic sur le bouton "Modifier" vous fera modifier la catégorie parente, et un clic sur le bouton "Ajouter" ouvrira le formulaire de création avec l'option "Catégorie parente" réglée sur la catégorie parente en cours.

Importer et exporter des catégories

Outre les boutons "Ajouter" et "Modifier", la liste des catégories présente également deux boutons :

- **Exporter.** Vous permet de télécharger la liste des catégories au format CSV.
- **Importer.** Ouvre la page "Paramètres avancés > Import", avec le format attendu réglé sur "Catégories". Lisez le chapitre "Comprendre les paramètres avancés" pour en apprendre plus sur l'import de fichier. Vous aurez besoin d'un fichier CSV au format suivant :

```
ID;Name;Description;Position;Displayed;  
3;iPods;Now that you can buy movies from the iTunes Store and sync them to  
your iPod, the whole world is your theater.;1;1;  
4;Accessories;Wonderful accessories for your iPod;2;1;  
5;Laptops;The latest Intel processor, a bigger hard drive, plenty of memory,  
and even more new features all fit inside just one liberating inch. The new  
Mac laptops have the performance, power, and connectivity of a desktop  
computer. Without the desk part.;3;1;
```

L'identifiant de la catégorie est son ID, pas son nom.

Vous trouverez plus de possibilités dans la page "Import" du menu "Paramètres avancés".



Ajouter des produits à une catégorie

Pour ajouter des produits à une catégorie, vous devez ouvrir la page de configuration du produit et vous rendre dans la section "Catégories" de l'onglet "Essentiel". C'est ici que vous établirez les catégories auxquelles le produit appartient.

Position des produits

La catégorie "Accueil" est une catégorie spéciale, où vous pouvez mettre en avant et promouvoir des produits de n'importe quelles autres catégories en les faisant apparaître dans le bloc "Produits phares". Par défaut, vous ne pouvez afficher que 8 produits sur la page d'accueil.

Le bloc "Produits phares" dépend du module "Produits phares". Si vous voulez afficher plus (ou moins) de produits sur la page d'accueil, changez la configuration de ce module (depuis la page "Modules installés" du menu "Modules & Services").

À noter : vous ne devez pas enlever un produit de sa catégorie originelle afin de l'afficher sur la page d'accueil. Un produit peut avoir autant de catégories que nécessaire.



Faire le suivi de votre catalogue

La page "Suivi" vous indique les sections de votre boutique auxquelles vous devez prêter le plus d'attention, afin de gérer au mieux votre catalogue et vous assurer que tout est sous contrôle.

LISTE DES CATÉGORIES VIDES

Une catégorie vide est une catégorie qui n'a pas de produit lui étant associé. Une catégorie vide peut cependant contenir certains produits par le biais de ses sous-catégories.

ID	Nom	Description	État	
6	Hauts	Choisissez le haut qui vous convient le mieux parmi notre grande variété de choix.		

LISTE DES PRODUITS AVEC DÉCLINAISONS ET SANS QUANTITÉ DISPONIBLE À LA VENTE

ID	Référence	Nom	État	
6	demo_6	Robe d'été imprimée		
4	demo_4	Robe imprimée		

LISTE DES PRODUITS SANS DÉCLINAISON ET SANS QUANTITÉ DISPONIBLES À LA VENTE

ID	Référence	Nom	État	
8		Mon produit test		

LISTE DES PRODUITS DÉSACTIVÉS

ID	Référence	Nom
Aucun enregistrement trouvé		

Quatre sections apparaissent:

- **Liste des catégories vides.** Affiche le nom et le nombre de catégories qui ne contiennent aucun produit. Supprimez les catégories vides ou ajoutez-y des produits. Cela évitera qu'un client, en naviguant dans votre boutique, se retrouve dans une catégorie vide.
- **Liste des produits avec déclinaisons non disponible à la vente.** Affiche les produits qui ne sont plus en vente. Prenez les mesures nécessaires pour les réapprovisionner.
- **Liste des produits sans déclinaison non disponible à la vente.** Affiche également les produits qui ne sont plus en vente. Prenez les mesures nécessaires pour les réapprovisionner.
- **Liste de produits désactivés.** Affiche le nom et le nombre de produits qui ont été retirés de la vente et qui ne sont pas visibles par vos clients. Pensez à les activer (peut-être en les réapprovisionnant) ou à les supprimer de votre catalogue.
- **Liste des produits sans image.** Affiche les produits pour lesquels aucune n'image n'a encore été chargée. Pensez à ajouter des images qui donnent envie pour que vos clients sachent ce qu'ils achètent !
- Liste des produits sans description. Plus vous fournissez de détails sur votre produits, plus les gens (et les moteurs de recherche !) aimeront. N'hésitez pas à ajouter des descriptions personnalisées, qui emballent vos clients, car la description est un des éléments essentiel d'une fiche produit.
- Liste des produits sans prix.

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



Gérer les attributs de vos produits

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

Vous devriez voir les attributs comme les propriétés du produit qui sont susceptibles de changer entre chaque déclinaison, tout en conservant le même nom de produit : couleur, capacité, taille, poids, etc. Vous pouvez utiliser n'importe quel détail qui change entre les versions d'un même produit, sauf le prix.



La différence entre un attribut et une caractéristique dépend du produit lui-même. Certains produits peuvent partager la même propriété, qui pour un serait un attribut servant à construire des déclinaisons du produit, pour l'autre serait une simple caractéristique immuable.

Par exemple, un client peut acheter une déclinaison d'iPad basée sur ses attributs (couleur, espace disque) mais pas ses caractéristiques (poids, taille).

De la même manière, la même boutique pourrait vendre des déclinaisons basées sur ses attributs (couleur, taille, genre) mais pas ses caractéristiques (poids).

Dans votre boutique, les caractéristiques seront affichées dans un tableau de la fiche produit, pour donner plus d'informations ; alors que les attributs permettront de choisir entre plusieurs déclinaisons.

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

Cette page présente une liste de tous les attributs actuellement enregistrés. Vous pouvez modifier ou supprimer chaque attribut à l'aide des actions à droite du tableau, ou afficher leurs valeurs en cliquant sur l'action "Détails", qui ouvre un nouveau tableau.

ATTRIBUTS		3		
ID	Nom	Valeurs	Position	
--		--		<input type="button" value="Rechercher"/>
1	Taille	4	1	<input type="button" value="View"/>
2	Pointure	6	2	<input type="button" value="View"/>
3	Couleur	14	3	<input type="button" value="View"/>

Vous pouvez également configurer l'ordre des attributs à l'aide des flèches de la colonne "Position", ou en glissant chaque ligne par un clic dans cette colonne.



Créer un attribut

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

The screenshot shows a form titled "ATTRIBUTS" with the following fields:

- * Nom: Input field with placeholder "en"
- * Nom public: Input field with placeholder "en"
- * Type d'attribut: Drop-down menu set to "Liste déroulante"

At the bottom right is a "Enregistrer" (Save) button with a floppy disk icon.

Remplissez le formulaire :

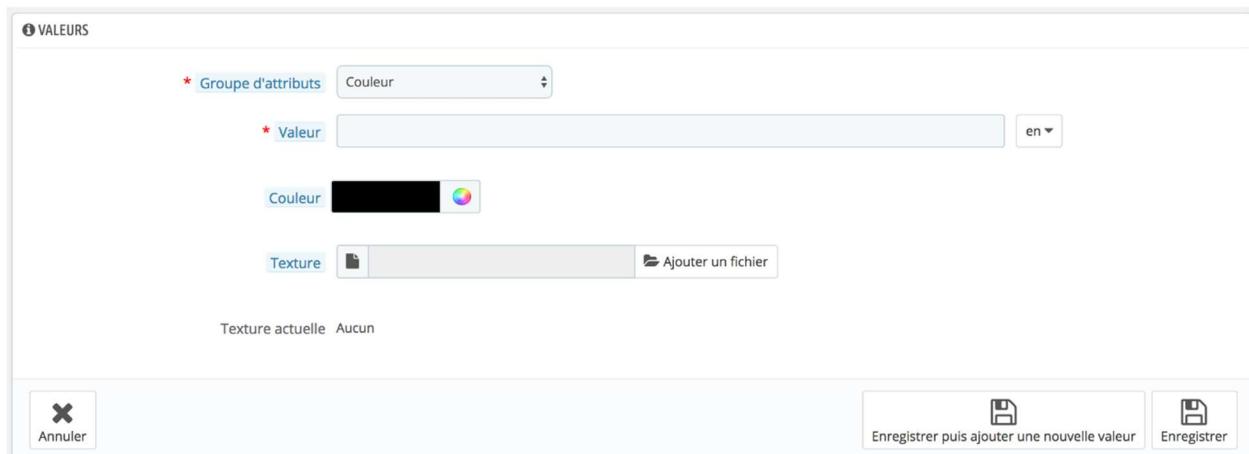
- **Nom.** La description exacte de l'attribut. Faites en sorte de rester concis tout en restant précis, afin de ne pas le confondre avec un autre attribut.
- **Nom public.** Le nom de l'attribut, tel qu'il sera affiché au client dans la page produit. Étant donné que certains attributs peuvent avoir le même nom avec du contenu différent, ce champ vous permet de toujours le présenter correctement en fonction du contexte du produit, tout étant capable de différencier les attributs ayant un même nom mais un sens différent.
- **Type d'attribut.** Vous permet de choisir la manière dont la page publique du produit devra afficher les valeurs de l'attribut ; sous forme de liste déroulante, de boutons radio, ou d'un sélecteur de couleur (ou de texture).

Enregistrez votre nouvel attribut pour retourner à la liste d'attributs. Vous devez maintenant donner des valeurs à cet attribut.



Créer une nouvelle valeur

Cliquez sur "Ajouter une valeur". Une autre page s'ouvre.



The screenshot shows a form titled "VALEURS" for adding a new value. It includes fields for "Groupe d'attributs" (set to "Couleur"), "Valeur" (empty), "Couleur" (color swatch), "Texture" (image input field), and "Texture actuelle" (current texture, showing "Aucun"). At the bottom are buttons for "Annuler" (cancel), "Enregistrer puis ajouter une nouvelle valeur" (save and add new value), and "Enregistrer" (save).

Remplissez le formulaire:

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

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

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

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

Une fois que vos attributs sont en place et que leurs valeurs sont configurées, vous pouvez créer des déclinaisons de produits à l'aide de l'onglet "Déclinaisons" de chaque produit, dans la page "Produits" du menu "Catalogue".



Gérer les caractéristiques de vos produits

Cette page permet de définir les caractéristiques intrinsèques d'un produit : elles restent les mêmes tout au long des déclinaisons du produit.

Vous devriez voir les caractéristiques de la même manière que vous voyez les attributs, avec la différence notable que vous ne pouvez pas créer de déclinaisons à partir des caractéristiques.



La différence entre un attribut et une caractéristique dépend du produit lui-même. Certains produits peuvent partager la même propriété, qui pour un serait un attribut servant à construire des déclinaisons du produit, pour l'autre serait une simple caractéristique immuable.

Par exemple, un client peut acheter une déclinaison d'iPad basée sur ses attributs (couleur, espace disque) mais pas ses caractéristiques (poids, taille).

De la même manière, la même boutique pourrait vendre des déclinaisons basées sur ses attributs (couleur, taille, genre) mais pas ses caractéristiques (poids).

Dans votre boutique, les caractéristiques seront affichées dans un tableau de la fiche produit, pour donner plus d'informations ; alors que les attributs permettront de choisir entre plusieurs déclinaisons.

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

CARACTÉRISTIQUES (7)		Valeurs	Position	
ID	Nom			
--	<input type="text"/>	--	<input type="text"/>	<input type="button" value="Rechercher"/>
1	Hauteur	0	<input type="button" value="1"/>	<input type="button" value="View"/>
2	Largeur	0	<input type="button" value="2"/>	<input type="button" value="View"/>
3	Profondeur	0	<input type="button" value="3"/>	<input type="button" value="View"/>
4	Poids	0	<input type="button" value="4"/>	<input type="button" value="View"/>
5	Compositions	9	<input type="button" value="5"/>	<input type="button" value="View"/>
6	Styles	7	<input type="button" value="6"/>	<input type="button" value="View"/>
7	Propriétés	5	<input type="button" value="7"/>	<input type="button" value="View"/>

Vous pouvez configurer l'ordre des caractéristiques en les bougeant directement grâce aux flèches dans la colonne "Position".

La colonne "Actions" vous donne accès aux actions Modifier, Supprimer et Détails, que vous pouvez cliquer pour afficher les valeurs disponibles pour cette caractéristique. De là, vous pouvez trier, modifier et supprimer ces valeurs si besoin est.



Ajouter une caractéristique

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

Donnez un nom à cette nouvelle caractéristique, et enregistrez-la pour revenir à la liste des caractéristiques.

Ajouter une valeur à une caractéristique

Cliquez sur "Ajouter une autre valeur". Un nouveau formulaire apparaît.

Remplissez le formulaire :

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

...en enregistrez la valeur de cette caractéristique. Vous pouvez en ajouter d'autres en cliquant sur "Enregistrer puis ajouter une nouvelle valeur".



Gérer les marques

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



Les marques correspondent aux fabricants des versions précédentes de PrestaShop.

Le comportement des marques est exactement le même que celui des fabricants dans PrestaShop 1.6 : seule l'appellation a changé. Ceci principalement afin de faciliter l'accès aux produits de votre catalogue pour les clients. Il est plus fréquent d'être à la recherche d'une marque que d'un fabricant.

Si néanmoins vous souhaiteriez toujours présenter des fabricants, et non des marques, à vos clients, vous devrez alors personnaliser les traductions de votre boutique pour changer "marque" en "fabricant".



✓ Si vous vendez vos propres produits, vous devez au moins créer une marque pour votre société. Cela aider vos clients à trouver ce qu'ils recherchent, et peuvent apporter du contenu intéressant pour les moteurs de recherche.



Sur votre boutique, les marques sont triées par ordre alphabétique. Vous ne pouvez pas changer cet ordre.

Les nouvelles marques sont automatiquement désactivées. Vous devez les activer afin qu'elles apparaissent en ligne – même si elles ne contiennent pas encore de produit.

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

MARQUES (1)						
ID	Logo	Nom	Adresses	Produits	Activé	
1		Fashion Manufacturer	1	7	<input checked="" type="checkbox"/>	View ▼

ADRESSES (1)						
ID	Marque	Prénom	Nom	Code postal	Ville	Pays
3	Fashion Manufacturer	manufacturer	manufacturer	10154	New York	États-Unis



Créer une marque

Cliquez sur le bouton "Ajouter une marque", et un formulaire de création apparaît.

The screenshot shows the 'Ajouter une marque' (Create Brand) page in PrestaShop. The interface is in French. At the top left is a 'MARQUES' button. Below it is a 'Nom' (Name) field with a red asterisk indicating it's required. There are two WYSIWYG editors: one for 'Résumé' (Summary) and another for 'Description'. Both editors have bold, italic, underline, and other rich-text options. Below these are fields for 'Logo' (Logo), 'Balise titre' (Title Tag), 'Meta description' (Meta Description), and 'Meta mots-clés' (Meta Keywords). Each of these has a file upload button labeled 'Ajouter un fichier' (Add file). At the bottom left is an 'Annuler' (Cancel) button with a red 'X' icon. At the bottom right is an 'Enregistrer' (Save) button with a blue floppy disk icon. Between the cancel and save buttons are 'OUI' (Yes) and 'NON' (No) buttons for enabling the brand.

Remplissez-en tous les champs:

- **Nom.** Indiquez le nom de la marque, afin de simplifier les recherches de vos visiteurs.
- **Résumé.** Il s'agit de la description qui apparaîtra sur les moteurs de recherche lorsqu'un internaute lance une recherche. Limitée à 100 caractères.
- **Description.** Ajoutez une description plus complexe de votre marque ainsi que de ses activités et produits. Vous pouvez détailler ses spécialités et promouvoir la qualité de ses produits. La description de la marque sera affichée dans votre boutique, aux côtés des autres.
- **Logo.** Il est essentiel d'avoir le logo de la marque : elle accroche le regard des clients, et votre boutique acquiert presque autant de capital-confiance que si vous étiez vous-même la marque.
- Les champs SEO (Méta titre, Méta description et Méta mots-clés) : ils offrent le même intérêt que leurs équivalents pour les catégories.
- **Balise <title>.** Le titre apparaîtra dans les moteurs de recherche lorsqu'il affiche votre lien dans ses résultats de recherche.
- **Méta description.** Une présentation de la marque en seulement quelques lignes, destinée à capter l'intérêt d'un client. Elle apparaîtra dans les résultats de recherche.
- **Méta mots-clés.** Les mots-clés doivent être définis pour que votre site soit référencé par les moteurs de recherche. Vous pouvez en saisir plusieurs, séparés par des virgules, ou utiliser des expressions qui doivent être indiquées entre guillemets.
- **Activé.** Vous pouvez désactiver une marque, même temporairement. Cela ne fera que la retirer de la liste des marques sur votre boutique en front-office.

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



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

Créer une adresse de marque

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

Cliquez sur le bouton "Ajouter une adresse de marque" pour ouvrir le formulaire de création.

The screenshot shows a form titled "ADRESSES". At the top, there is a dropdown menu labeled "Choisissez la marque" with "Fashion Manufacturer" selected. Below it are several input fields with red asterisks indicating they are required:

- * Nom
- * Prénom
- * Adresse
- Adresse (2)
- Code postal
- * Ville
- Pays (with "France" selected)
- Téléphone fixe
- Téléphone mobile
- Autre

At the bottom left is a "Annuler" (Cancel) button with a red X icon, and at the bottom right is an "Enregistrer" (Save) button with a blue floppy disk icon.

Assurez-vous bien de choisir la bonne marque, et de remplir autant de champs que nécessaire.

Gérer les fournisseurs

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



Dans PrestaShop, un fournisseur est la société qui vous fournit les produits.

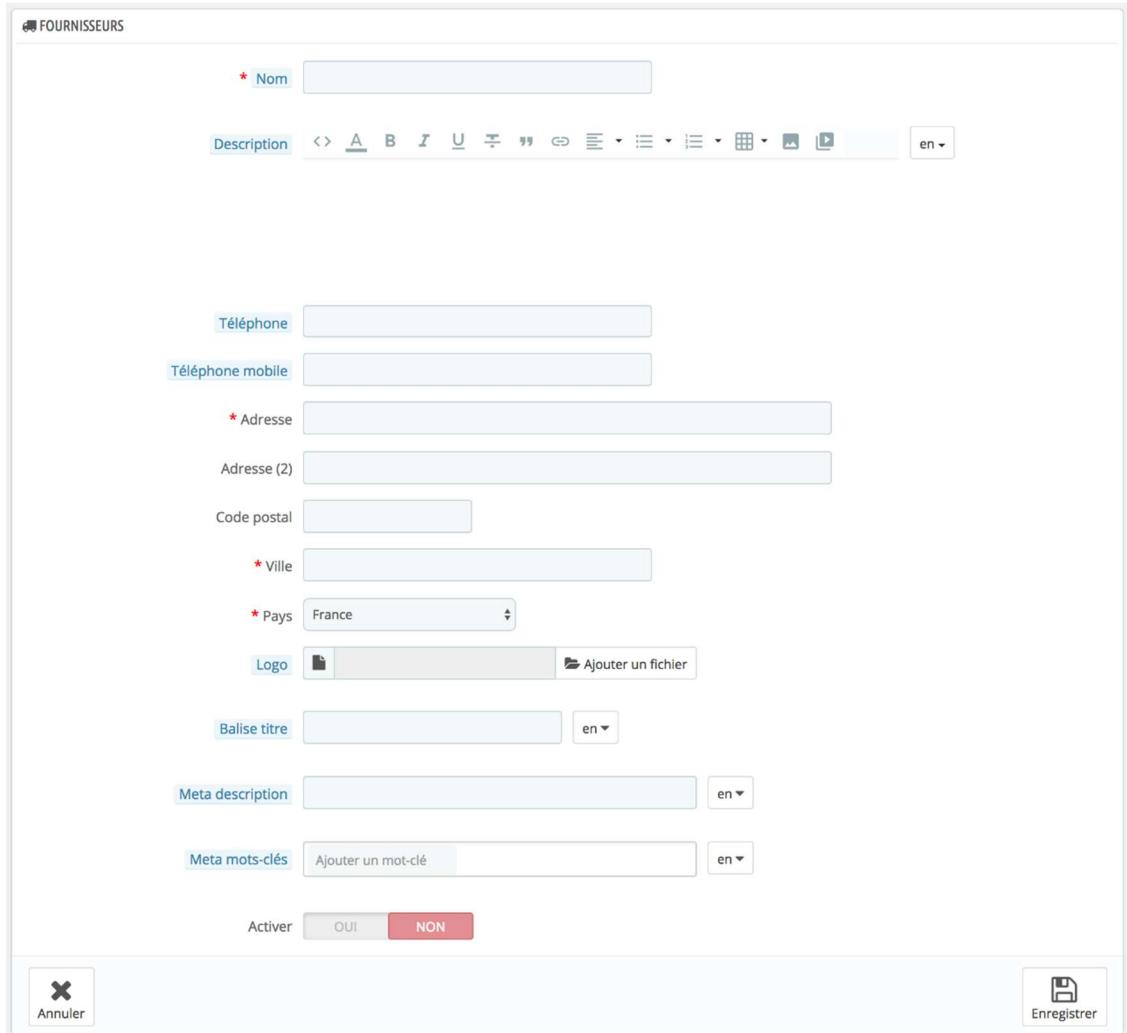
Même si vous vendez vos propres produits, vous devez au moins créer un fournisseur pour votre société.



Tout comme les marques, les visiteurs de votre boutique peuvent rapidement avoir accès à la liste des produits d'un fournisseur. Cela leur facilite la navigation sur votre site. En termes de visibilité, remplir ces champs permettra d'améliorer votre position dans les moteurs de recherche.

FOURNISSEURS 1				
ID	Logo	Nom	Nombre de produits	Activé
1		Fashion Supplier	7	<input checked="" type="checkbox"/> View

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



The screenshot shows the 'Ajouter un fournisseur' (Add Supplier) form. It includes fields for basic information like Name, Address, and City, as well as more advanced SEO-related fields like Page title and Meta description. There are also buttons for activating the supplier and saving changes.

Remplissez-en tous les champs:

- **Nom.** Indiquez le nom du fournisseur, afin de simplifier les recherches de vos visiteurs.
- **Description.** Ajoutez une description plus complexe de votre fournisseur ainsi que de leurs activités et produits.
Vous pouvez détailler leurs spécialités et promouvoir la qualité de leurs produits. La description du fournisseur sera affichée dans votre boutique, aux côtés des autres.
- Les champs de l'adresse (Téléphone, Adresse, Code postal, Ville, État, Pays). Le champ "État" n'apparaît qu'en fonction du pays.
- **Logo.** Il est essentiel d'avoir un logo du fournisseur : il accroche le regard des clients, et votre boutique acquiert presque autant de capital-confiance que si vous étiez vous-même le fournisseur.



- Les champs SEO (Titre, Meta description et Meta Keywords) : ils offrent le même intérêt que leurs équivalents pour les catégories.
 - **Meta titre.** Le titre apparaîtra dans les moteurs de recherche lorsqu'il affiche votre lien dans ses résultats de recherche.
 - **Meta description.** Une présentation du fournisseur en seulement quelques lignes, destinée à capter l'intérêt d'un client. Elle apparaîtra dans les résultats de recherche.
 - **Meta mots-clés.** Les mots-clés doivent être définis pour que votre site soit référencé par les moteurs de recherche. Vous pouvez en saisir plusieurs, séparés par des virgules, ou utiliser des expressions qui doivent être indiquées entre guillemets.
- **Activé.** Vous pouvez désactiver un fournisseur, même temporairement. Cela ne fera que le retirer de la liste des fournisseurs sur votre boutique en front-end.

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

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



Gérer les documents joints

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

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

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

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

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

DOCUMENTS JOINTS (1)				
ID	Nom	Fichier	Taille	Associé à
1	Documentation	eecf2b6e88c5548e15885e0f051111529c089371	71.13k	1 produit(s)

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

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

The screenshot shows a modal dialog titled "DOCUMENT JOINT". It contains three input fields: "Nom du fichier" (File name) with a required asterisk, a language dropdown set to "fr", "Description" with a language dropdown set to "fr", and a file upload field labeled "Fichier" with a browse button and an "Ajouter un fichier" (Add file) button. At the bottom left is a "Annuler" (Cancel) button with a red X icon, and at the bottom right is a "Valider" (Validate) button with a blue checkmark icon.

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

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



Mettre en place des promotions

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

- Se sentir privilégié
- Trouver des prix bas.

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



Les règles de promotions peuvent prendre deux formes :

- **Règles paniers.** Ces règles vous permettent de créer des bons de réduction par utilisateur, et bien plus encore.
- **Règles de prix catalogue.** Vous permet de mettre en place des réductions de prix par catégorie, marque, fournisseur, attribut ou caractéristique. Par exemple, vous pouvez créer une règle qui spécifiera que les clients espagnols appartenant au groupe "Bons clients" ont droit à 10% de réduction sur la catégorie "Matériel électronique" et tous les produits Sony pendant la première semaine du mois de juillet.



Règles paniers

La page des règles paniers vous donne accès à un outil puissant qui vous permet de créer des bons de réduction ciblés : quand le présent guide mentionne les bons de réduction, il s'agit en fait des règles paniers – qui sont elles-mêmes bien différentes des avoirs.



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

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

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

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

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

Une **règle de panier** est une version améliorée du bon de réduction qui vous permet de :

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

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

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

RÈGLES PANIERS (1)						
ID	Norm	Priorité	Code	Quantité	Date d'expiration	État
1	V1C105	1	V1C105	1	27/12/2017 17:51:07	✓



Créer une nouvelle règle panier

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

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

L'onglet Information

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

The screenshot shows the 'INFORMATIONS' tab selected in a modal dialog titled 'RÈGLE PANIER'. The form contains the following fields:

- Nom:** A text input field with a placeholder 'en-' and a dropdown arrow.
- Description:** A text area for describing the rule.
- Code:** A text input field with a 'Générer' button. A note below states: 'Attention ! Si vous ne remplissez pas ce champ, la réduction s'appliquera automatiquement aux clients concernés.'
- Mettre en avant:** A switch between 'OUI' (red) and 'NON' (grey).
- Utilisation partielle:** A switch between 'OUI' (blue) and 'NON' (grey).
- Priorité:** An input field containing the value '1'.
- État:** A switch between 'OUI' (blue) and 'NON' (grey).

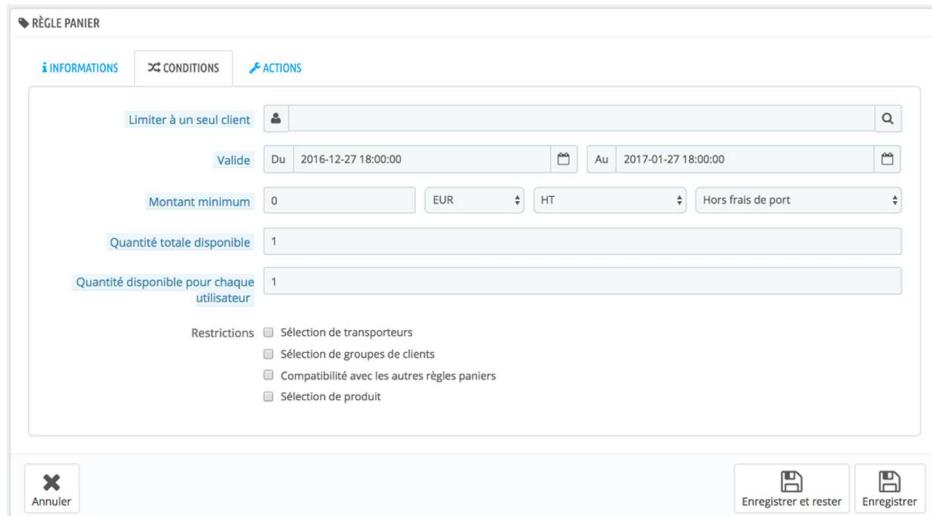
At the bottom left are 'Annuler' and 'Enregistrer et rester' buttons. At the bottom right are 'Enregistrer et rester' and 'Enregistrer' buttons.

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



Onglet Conditions

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



- **Limiter à un seul client.** C'est ici que vous indiquez si le bon que vous créez est destiné à un seul client. Par exemple, si vous avez un délai de livraison et que vous souhaitez faire un geste commercial, vous pouvez créer un bon pour ce client que lui ou elle seul peut utiliser. Pour rapidement trouver le client, saisissez les premières lettres de son prénom, nom ou adresse e-mail dans le champ textuel. Si ce champ reste vide, PrestaShop comprendra que la règle s'applique à n'importe quel client... à moins que vous n'ayez spécifié un groupe de client comme condition supplémentaire (voir la case "Sélection de groupes de clients " plus bas).
- **Validé.** La validité par défaut est d'un mois, mais vous pouvez réduire ce délai à une semaine ou même une journée.
- **Montant minimum.** Le montant minimal d'une commande à partir duquel la règle s'applique. Le bon ne sera applicable que si la commande du client dépasse le montant indiqué. Vous pouvez choisir d'inclure ou non les taxes et frais de port dans ce montant.
- **Quantité totale disponible.** Vous permet de régler la quantité de bon générés : mettez soit "1" si le bon est destiné à un seul client, ou n'importe quel nombre si le bon est destiné aux premiers qui l'utilisent.
- **Quantité disponible par utilisateur.** Vous pouvez configurer le nombre de fois ou un bon peut être utilisé par un même utilisateur. Ce nombre doit être au moins égal à la quantité totale disponible ci-dessus.
 - Si ce nombre est inférieur que la quantité totale disponible, alors un seul client ne sera pas en mesure de tous les utiliser.
 - Laissez-le à "1" pour faire en sorte que chaque client ne puisse utiliser le bon qu'une fois. Dans ce cas, assurez-vous que le bon s'applique à un groupe plutôt qu'à un seul client.

Les cases à cocher en bas de la section sont très importantes, car elles vous aident à filtrer encore plus ce à quoi ou à qui la règle s'applique.



Restrictions

- Sélection de transporteurs
- Sélection de groupes de clients
- Sélection de produit

Le panier doit contenir au moins 1 produit(s) correspondant aux règles suivantes :

Ajouter une règle qui concerne Produits Ajouter

Les produits correspondent à l'un de ces critères :

[Produits :] Robe d'été imprimée Choisir

Sélection de produit

- **Sélection de transporteurs.** Vous pouvez faire en sorte que le client ne puisse accéder à cette règle que s'il choisit un transporteur spécifique pour ses colis.
- **Sélection de groupes de clients.** Une option très utile. Grâce à l'outil de création de groupes de PrestaShop, vous pouvez créer des réductions qui ne s'appliquent qu'à une sélection de clients, et y ajouter d'autres conditions à l'aide de l'outil de création de règles paniers.
- **Compatibilité avec les autres règles paniers.** Par défaut, une commande peut bénéficier de plusieurs règles de paniers simultanément. Avec cette option, vous pouvez indiquer à PrestaShop que cette règle ne peut pas être combinée à d'autres règles. Cette option n'apparaît que si vous avez déjà au moins une autre règle enregistrée.
- **Sélection de produit.** Un autre outil très utile, qui vous permet de créer des bons automatiques pour les commandes contenant certains produits précis. Cet outil est expliqué en détail ci-après.
- **Sélection de boutique.** Quand le mode multiboutique est activé, par défaut, une règle panier s'applique à toutes vos boutiques. Avec cette option, vous pouvez faire en sorte qu'une règle ne s'applique qu'à une sélection de vos boutiques.

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

Par exemple, vous pouvez créer des bons automatiques pour vos clients de la forme "Achetez 3 produits Apple pour avoir la livraison gratuite !"

Il s'agit réellement d'un outil dans l'outil de création de règles paniers, et son usage est assez spécifique. Vous pouvez ajouter autant de sélections de produits que nécessaire en suivant le parcours suivant :

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

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

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



Onglet Actions

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

The screenshot shows the 'Actions' tab selected in the top navigation bar. Under 'Frais de port offerts', there are two buttons: 'OUI' (Yes) and 'NON' (No). Below this, under 'Appliquer une réduction', there are three radio button options: 'Pourcentage (%)', 'Montant', and 'Aucun'. 'Pourcentage (%)' is selected. There are also two buttons: 'OUI' and 'NON'. Under 'Exclure les produits en promotion', there are two buttons: 'OUI' and 'NON'. Under 'Envoyer un cadeau', there are two buttons: 'OUI' and 'NON'. At the bottom left is a 'Annuler' button with a cancel icon. At the bottom right are two 'Enregistrer' buttons: one labeled 'Enregistrer et rester' and another labeled 'Enregistrer'.

- **Frais de port offerts.** Cette règle offre les frais de port aux utilisateurs qui peuvent l'appliquer.
- **Appliquer une réduction.**
 - **Pourcentage (%).** Cette règle applique un pourcentage du prix total de la commande. Par exemple, admettons que la commande coûtera 200€ avant l'application des taxes. Si l'on donne à la règle une valeur de 15%, les clients bénéficiant de la règle ne paieront plus que 170€ (avant les taxes et les frais de port).
 - **Montant.** Cette règle applique une réduction monétaire sur la commande totale. Par exemple, supposons que la commande coûte 200€ avant l'application des taxes. Si l'on donne à la règle une valeur de 20€, les clients bénéficiant de la règle ne paieront plus que 180€ (avant les taxes et les frais de port).
 - **Aucune.** La règle n'applique aucune réduction sur la commande. Choisir cette option fait disparaître la section suivante, "Appliquer la réduction à".
- **Appliquer la réduction à.**
 - **La commande (hors frais de port).** La commande s'applique à toute la commande.
 - **Un produit spécifique.** Vous pouvez choisir le produit spécifique auquel la réduction s'applique : saisissez les premières lettres du produit, et choisissez dans la liste les noms correspondants.
 - **Le produit le moins cher.** Disponible uniquement pour l'option "En pourcentage (%)" . La réduction s'applique au produit le moins cher.
 - **Le(s) produit(s) sélectionné(s).** Disponible uniquement pour l'option "En pourcentage (%)" . La réduction s'applique sur l'éventuelle sélection de produits que vous avez définie à l'étape précédente.
- **Exclure les produits en promotion.** *Nouveau dans PrestaShop 1.7.* Par défaut la réduction s'applique à n'importe quel type de produit, qu'il soit déjà à prix réduit, ou pas. En activant cette option, le bon de réduction créé ne s'appliquera pas à un produit s'il a déjà un prix réduit.
- **Envoyer un cadeau.** Vous pouvez choisir d'offrir un cadeau sous certaines conditions (et donc ne pas faire de réduction). Un champ apparaît : saisissez les premières lettres du produit, et choisissez dans la liste les noms correspondants.

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



Vos bons de réduction

Code	Description	Quantité	Valeur	Minimum	Cumulable	Date d'expiration
OHOHOH15	Promo de Noël -15%	1	15.00%	Aucun	Oui	27/01/2017

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

Les règles paniers qui s'appliquent à tous les utilisateurs n'apparaissent pas dans la page "Mes bons de réduction" du client : il doit les connaître afin de les appliquer. Il vous revient de les tenir au courant des promotions publiques.

Afin d'appliquer une règle panier, le client doit se rendre dans son panier et saisir le bon dans le champ "Vous avez un code promo ?" et cliquer sur "Ajouter". Le client ne pourra pas appliquer le bon si l'achat est déjà validé.

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

1 article	32,39 €	gratuit
Livraison		
Vous avez un code promo ?		
<input type="text" value="OHOHOH15"/>	Ajouter	
Total TTC		32,39 €
COMMANDER		



Règles de prix catalogue

Les règles de prix catalogue vous permettent d'assigner des réductions par catégorie, marque, fournisseur, attribut ou caractéristique. Comme son nom le sous-entend, ce type de règle s'applique à un ensemble de produits ; il ne peut être utilisé pour un seul produit. Si vous avez besoin d'appliquer une promotion à un seul produit, vous devez passer par une règle panier ou un prix spécifique (dans l'onglet "Prix" de la page de modification du produit).

Par exemple, vous pouvez créer une règle qui spécifiera que les clients espagnols appartenant au groupe "Bons clients" ont droit à 10% de réduction sur la catégorie "Matériel électronique" et tous les produits Sony pendant la première semaine du mois de Juillet.

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

Créer une nouvelle règle de prix catalogue

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

Règles de prix catalogue

Le premier formulaire est facile à comprendre.

The screenshot shows the 'Create Catalog Price Rule' form. It includes fields for basic rule parameters like name, currency, and scope (group, country, etc.), and specific reduction details like quantity threshold, amount, and type (percentage or fixed). Buttons for canceling or saving the rule are also visible.

\$ RÈGLES DE PRIX CATALOGUE	
* Nom	<input type="text"/>
Devise	Toutes les devises
Pays	Tous les pays
Groupe	Tous les groupes
* À partir de la quantité	1
Montant HT	<input type="text"/> €
<input checked="" type="checkbox"/> Garder le prix initial	
Du	<input type="text"/>
Au	<input type="text"/>
Type de réduction	Montant
Réduction avec ou sans taxes	HT
* Réduction	0.000000

Annuler Enregistrer

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

- **Nom.** Le nom apparaîtra pour le public, donc restez sobre.
- **Boutique.** Seulement en mode multiboutique. La règle ne s'applique que si le client achète en passant par une boutique donnée. Disponible uniquement si vous avez au moins deux boutiques.



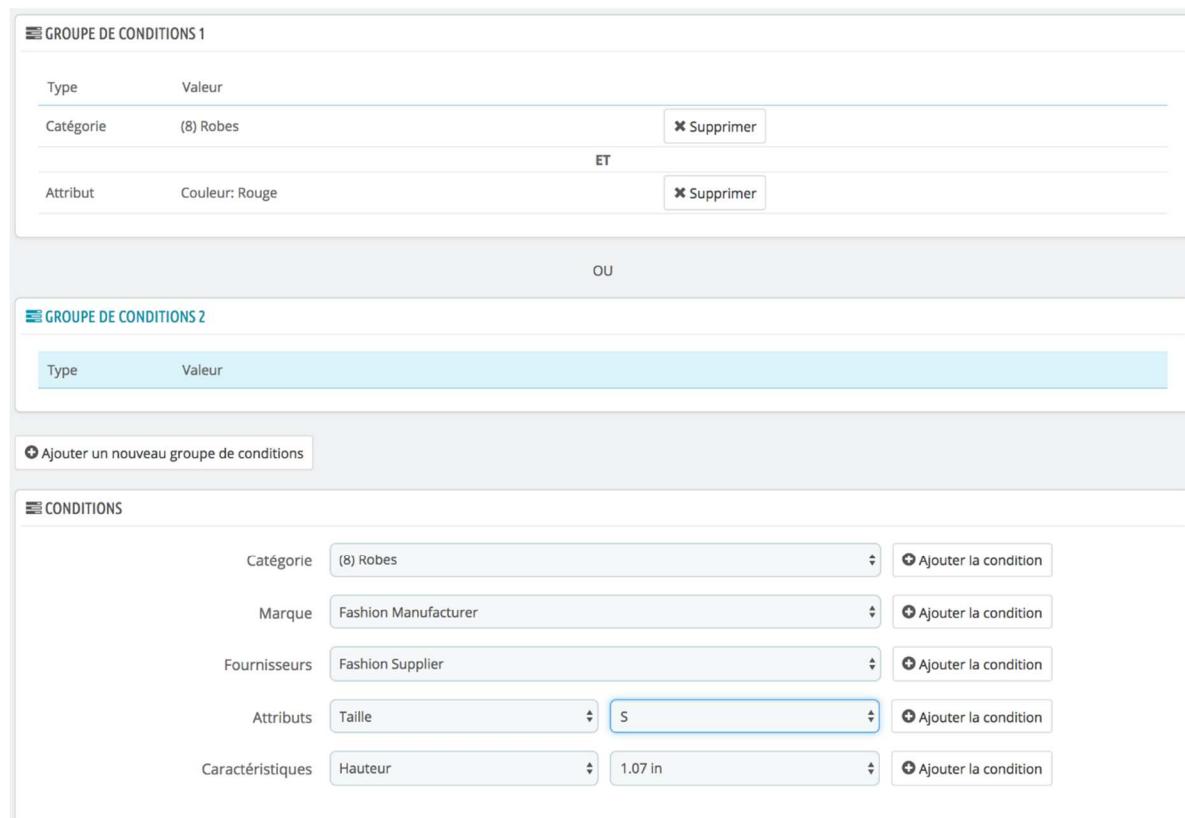
- **Devise.** La règle ne s'applique que si le client a choisi de payer avec une monnaie donnée.
- **Pays.** La règle ne s'applique que si le client est d'un pays donné.
- **Groupe.** La règle ne s'applique que si le client appartient à un groupe donné.
- **À partir de la quantité.** La règle ne s'applique que si la commande a au moins un nombre donné de produits correspondants.
- **Montant HT.** Le nouveau prix du ou des produits. Vous pouvez ainsi remplacer le prix public des produits qui correspond aux règles mises en place. Par défaut, la règle s'applique sur le prix de vente initial.
- **Du et Au.** La règle ne s'applique que durant cette période.
- **Type de réduction.** La réduction peut soit être un montant précis, soit un pourcentage du montant total de la commande.
- **Réduction avec ou sans taxes.** La réduction peut au choix inclure la tax, ou la laisser telle qu'elle est.
- **Réduction.** La valeur de la réduction. En fonction du type de réduction ci-dessus, indiquer "10.0" signifiera soit "10€ en moins" (en fonction de la devise par défaut), soit "10% en moins". La réduction sera indiquée dans la facture finale.

Vous pouvez bien sûr combiner toutes ces règles.

Conditions

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

 Si aucune condition n'est définie, la règle de prix catalogue s'appliquera à TOUS les produits de votre catalogue. Veillez à ne pas oublier les conditions !



The screenshot shows the PrestaShop Conditions configuration interface. It includes:

- GROUPE DE CONDITIONS 1:** A table with columns "Type" and "Valeur". It contains two rows: "Catégorie" (Robes) and "Attribut" (Couleur: Rouge). Each row has a "Supprimer" button.
- ET**: A connector between the two rows in Group 1.
- GROUPE DE CONDITIONS 2:** An empty table with columns "Type" and "Valeur".
- OU**: A connector between Group 1 and Group 2.
- Ajouter un nouveau groupe de conditions**: A button to add a new group.
- CONDITIONS**: A detailed view of condition fields for a specific product. It includes dropdowns for "Catégorie" (Robes), "Marque" (Fashion Manufacturer), "Fournisseurs" (Fashion Supplier), "Attributs" (Taille: S), and "Caractéristiques" (Hauteur: 1.07 in). Each field has an "Ajouter la condition" button to the right.



Les conditions sont construites à partir de groupes de conditions, ce qui signifie que vos réglages de la section "Règles de prix catalogue" ci-dessus peuvent être appliqués à de nombreuses gammes de produits.

Les conditions se regroupées de manière inclusive : il faut que toutes les conditions s'appliquent pour que la règle de prix catalogue s'applique. Ce qui explique la mention "ET". En revanche, les groupes de conditions sont exclusifs : il suffit qu'un seul groupe s'applique pour que la règle de prix catalogue s'applique. Ce qui explique la mention "OU".

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

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

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



Vous ne pouvez pas pour le moment supprimer un groupe de conditions.



Gérer les clients

Vous devez prendre bien soin de vos clients. Cela signifie s'assurer que leur profil contient toutes les informations nécessaires pour leur envoyer leurs achats.

Le menu "Clients" vous permet de vérifier les détails des comptes de vos utilisateurs et leurs adresses.

Vous trouverez tout ce qui concerne la mise en place de groupes clients, et autres paramètres dans le menu "Paramètres de la boutique > Clients".

Vos clients

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

The screenshot shows the 'Clients' section of the PrestaShop back office. At the top, there are four summary statistics: 'Clients TOUT TEMPS' (50% de femmes), 'Âge moyen TOUT TEMPS' (46 ans), 'Commandes par client TOUT TEMPS' (0), and 'Inscriptions à la newsletter TOUT TEMPS' (1). Below this is a search bar with filters for 'ID', 'Titre', 'Prénom', 'Nom', 'Adresse e-mail', 'Ventes', 'Activé', 'Lettre d'informations', 'Opt-in', 'Inscription', and 'Dernière visite'. The main area displays a table of two user records:

ID	Titre	Prénom	Nom	Adresse e-mail	Ventes	Activé	Lettre d'informations	Opt-in	Inscription	Dernière visite	Action
2	Mme	Jeanne	Dupont	jeanne@example.com	--	✓	✗	✗	13/08/2015	--	Modifier
1	M	John	DOE	pub@prestashop.com	--	✓	✓	✓	10/08/2015	10/08/2015 17:48:54	Modifier

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

- **ID.** L'identifiant unique rattaché à ce client.
- **Titre de civilité.** Le client peut indiquer son titre de civilité, qui peut être genré ou non, et peut vous aider à mieux personnaliser l'utilisation de votre boutique par vos clients. Il y a deux titres de civilité par défaut : "M." et "Mme" mais vous pouvez en créer d'autres à l'aide de la page "Titres de civilité" du menu "Clients" dans "Paramètres de la boutique".
- **Nom et prénom.** Le nom du client.
- **Adresse e-mail.** L'adresse e-mail que le client a utilisée pour s'inscrire sur votre site.
- **Ventes.** Combien le client a déjà dépensé sur votre boutique.
- **Activé.** Indique si le compte est actif ou non. Vous pouvez désactiver un compte en cliquant sur la coche verte.
- **Lettre d'informations.** Indique si le client est inscrit à votre newsletter ou non. Vous pouvez le désinscrire en cliquant sur la coche verte.
- **Offres partenaires.** Indique si le client accepte de recevoir des messages de vos partenaires ou non. Vous pouvez le désinscrire en cliquant sur la coche verte. **N'inscrivez pas vos clients à ces messages sans leur accord, car cela peut être considéré comme du spam.**
- Inscription et dernière visite peuvent se révéler utile pour trier les comptes.
- **Actions.** Vous pouvez modifier le compte d'un utilisateur, simplement afficher ses données (dont ses messages, commandes, adresse, bons de réduction, etc.), ou le supprimer définitivement.





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

Vous pouvez utiliser cet utilisateur pour tester les fonctionnalités de votre boutique, et plus généralement pour en parcourir les pages comme le ferait un utilisateur normal.

Pour vous connecter à votre boutique avec ce compte, utilisez ces identifiants :
Adresse e-mail : pub@prestashop.com
Mot de passe : 123456789

Avant d'ouvrir votre boutique au grand public, supprimez cet utilisateur par défaut, ou au moins changez ses identifiants ! En effet, des utilisateurs malveillants pourraient s'en servir pour créer de fausses commandes, voire pire.

Sous la liste des clients se trouve le bouton "Définir les champs requis pour cette section". Il ouvre un formulaire que vous pouvez utiliser pour indiquer si un champ de la base de données est nécessaire ou non, en cochant les cases appropriées : ainsi, vous pouvez rendre le champ "offres partenaires" obligatoire lorsqu'un visiteur crée un compte utilisateur sur votre boutique.

Vous pouvez exporter une liste de vos clients avec le bouton "Exporter" situé en haut. Vous pouvez également importer des clients en utiliser le bouton "Import". Il vous faudra un fichier CSV au format suivant :

```
ID;Title;Last name;First Name;Email  
address;Age;Enabled;News.;Opt.;Registration;Last visit;  
2;1;Gorred;Francis;francis@example.com;-;1;0;0;2013-07-04 15:20:02;2013-07-04  
15:18:50;  
1;1;DOE;John;pub@prestashop.com;43;1;1;1;2013-07-02 17:36:07;2013-07-03 16:04:15;
```

Plus d'informations sont disponibles dans la page "Import" du menu "Paramètres avancés".



Créer un nouveau compte d'utilisateur

Pour créer vous-même un nouvel utilisateur, cliquez sur le bouton "Ajouter un nouveau client". Le formulaire s'ouvre.

The screenshot shows the 'Ajouter un nouveau client' (Create new customer) form. It includes fields for Title (Titre), First Name (Prénom), Last Name (Nom), Email (Adresse e-mail), Password (Mot de passe), Birthdate (Date de naissance), Activation status (Activé), Newsletter opt-in (Lettre d'informations), Opt-in (Opt-in), and Group access (Accès des groupes). A note at the bottom indicates the default customer group (Groupe de clients par défaut) is set to 'Client'. Buttons for Annuler (Cancel) and Enregistrer (Save) are visible.

Remplissez ses différents champs :

- **Titre.** Choisissez l'un de ces titres de civilité disponibles, ou créez-en un nouveau avec la page "Titres de civilité" du menu "Clients" des "Paramètres de la boutique".
- **Prénom, Nom, Adresse e-mail.** Ces informations sont essentielles : les noms sont utilisés dans les e-mails que PrestaShop envoie, et l'adresse e-mail est utilisée pour la connexion.
- **Mot de passe.** Choisissez un mot de passe, d'au moins 5 caractères de long.
- **Date de naissance.** Cette information peut être utilisée pour les e-mails d'anniversaire, et les promotions temporaires.

✓ Si vous ne souhaitez pas demander la date de naissance lorsqu'un client s'inscrit sur votre site, vous pouvez désactiver ce champ dans le menu "Clients" des "Paramètres de la boutique". Sélectionnez simplement "Non" pour l'option "Demander la date de naissance".

- **Activé.** Vous pourriez souhaiter créer un compte, mais ne pas l'activer aussitôt.
- **Offres partenaires.** Peut être utilisé par des modules pour envoyer régulièrement des promotions de vos partenaires aux clients qui en ont fait la demande. **N'inscrivez pas vos clients à ces messages sans leur accord, car cela peut être considéré comme du spam.**
- **Accès des groupes.** Le fait de créer des groupes de clients vous permet de créer des promotions pour ces groupes. De nombreuses fonctionnalités de PrestaShop peuvent être appliquées à un certain groupe seulement.
- **Groupe par défaut.** Quel que soit le nombre de groupes auxquels le client appartient, il doit toujours appartenir à un groupe principal.





Si vos clients sont surtout des sociétés, vous devriez activer le mode B2B afin d'avoir des options supplémentaires : rendez-vous dans la page "Clients" du menu "Paramètres de la boutique", et choisissez "Oui" pour l'option "Activer le mode B2B".

Société	<input type="text"/>
SIRET	<input type="text"/>
APE	<input type="text"/>
Site web	<input type="text"/>
Encours autorisé	<input type="text"/> €
Délai de paiement maximum (en jours)	<input type="text"/> 0
Niveau de risque	<input type="button" value="Aucun"/>

Le mode B2B ajoute des champs propres aux sociétés :

- **Société.** Le nom de la société.
- **SIRET.** Son numéro SIRET (seulement pour la France).
- **APE.** Son code d'activité principale (*Activité principale exercée - seulement pour la France*).
- **Site web.** Son adresse web.
- **Encours autorisé.** Le montant de l'encours autorisé pour cette société.
- **Délai de paiement maximum (en jours).** Le délai autorisé avant règlement des factures.
- **Niveau de risque.** Votre estimation du risque de cette société : aucun, faible, moyen, élevé.



Afficher les informations relatives à un client

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

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

- **Informations sur le client**, son nom et prénom, e-mail, genre, date d'inscription, date de la dernière visite.
- Information par rapport à sa souscription à la newsletter de la boutique et souscription à des publicités d'entreprises partenaires, son âge, date de sa dernière mise à jour, compte actif ou non.
- **Note privée** de la part des employés de la boutique (vous ou votre équipe).
- **Messages** envoyés par l'utilisateur à l'équipe (via le service après-vente).
- Ses **bons de réduction** disponibles.
- **Sa dernière connexion**.
- Les **groupes** auxquels le client appartient.
- Les **paniers** que le client a créé (mais pas forcément validé) depuis son inscription. Quand votre client est sur votre site, vous pouvez voir ce qu'il ajoute à son panier en temps réel.
- **Résumé des achats** déjà effectués par le client. Montant dépensé, type de paiement, état des commandes. Pour plus d'informations sur chaque commande, cliquez sur le numéro de commande.
- Résumé des **produits qui ont été visualisés** par un client. Entre autres choses, cela vous permet de savoir quand un client aime beaucoup un certain produit, et donc par exemple de lui créer une réduction pour sa 10e commande. En cliquant sur le produit, vous êtes renvoyé vers la fiche produit.
- Ses différentes adresses.



Chercher un client

Vous avez deux manières de chercher un client dans votre boutique PrestaShop.

La première méthode consiste à saisir les informations dont vous disposez dans le moteur de recherche interne, qui se trouve tout en haut de votre back-office. En sélectionnant "tout", "par nom" ou "par adresse IP", vous pouvez lancer des recherches sur :

- ID. Le nombre assigné au client dans votre base de données.
- Prénom ou nom. Notez que vous ne pouvez pas lancer une recherche sur les deux combinés : utilisez "john" ou "doe", car "john doe" ne donnera pas de résultat.
- Adresse e-mail.
- Adresse IP. Vous pouvez lancer une recherche avec l'adresse IP de sa dernière connexion à votre boutique.

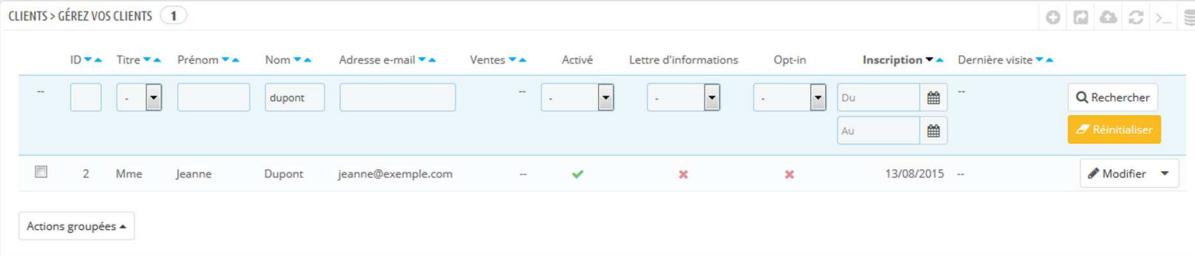
The screenshot shows the PrestaShop back-office interface. At the top, there's a search bar with the placeholder 'jeanne'. Below it, a dropdown menu titled 'Partout' is open, listing various search categories: Catalogue, Clients par nom, Clients par adresse IP, Commandes, Factures, Paniers, and Modules. The 'Clients par nom' option is visible in the list. The background shows parts of the 'Tableau de Bord' (Dashboard) and a date range selector for 'Jour' and 'Mois'.

Les résultats, s'il y en a, sont affichés ensuite : la liste vous donne l'ID des utilisateurs, avec titre de civilité, adresse e-mail, anniversaire, date d'inscription, nombre de commandes et état du compte. De là, vous pouvez accéder à la page complète de l'utilisateur, ou en modifier les détails.

The screenshot shows the search results for the query "dupont". A message at the top says "1 résultat correspond à votre recherche 'dupont'". Below it, a table titled "1 CLIENT" displays one result. The table columns are: ID, Titre, Prénom, Nom, Adresse e-mail, Date de naissance, Date d'enregistrement, Commandes, and Activé. The single row shows: ID 2, Titre Madame, Prénom Jeanne, Nom Dupont, Adresse e-mail jeanne@example.com, Date de naissance 0000-00-00, Date d'enregistrement 13/08/2015, Commandes 0, Activé checked. There is a "Modifier" button with a dropdown arrow next to the last column.



La seconde méthode consiste à aller dans la page "Clients", et utiliser la liste des clients.



The screenshot shows the 'Clients > GÉREZ VOS CLIENTS' page. At the top, there is a search bar with dropdown menus for filtering by ID, Title, First Name, Last Name, Email, Sales, Status, Newsletter Opt-in, and Registration. The 'Nom' (Last Name) field is set to 'dupont'. Below the search bar is a table with one row displayed. The row contains the following information: ID (checkbox), 2, Title (Mme), Jeanne, Last Name (Dupont), Email (jeanne@example.com), Status (green checkmark), and Last Connection (13/08/2015). There are also buttons for 'Modifier' (Edit) and 'Actions groupées' (Grouped Actions).

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

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



Adresses des clients

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

ID	Prénom	Nom	Adresse	Code postal	Ville	Pays	Actions
1	John	DOE	16, Main street	75002	Paris	France	Edit
4	John	DOE	16, Main street	33133	Miami	États-Unis	Edit

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

* CHAMPS REQUIS

Sélectionnez les champs que vous voulez rendre obligatoires pour cette section.

- Nom du champ
- company
- address2
- postcode
- other
- phone
- phone_mobile
- vat_number
- dni

Enregistrer



Ajouter une adresse

Vous avez la possibilité d'ajouter vous-même des adresses à un client, avec le bouton "Ajouter une nouvelle adresse". Celui-ci ouvre un formulaire avec les champs auxquels on peut s'attendre.

The screenshot shows a 'Ajouter une adresse' (Add address) form. The fields include:

- *E-mail du client
- Numéro d'identification fiscale
- * Alias de l'adresse
- * Prénom
- * Nom
- Société
- Numéro de TVA
- * Adresse
- Adresse (2)
- * Code postal
- * Ville
- * Pays (France)
- Téléphone fixe
- Autre

Buttons at the bottom:

- Annuler (Cancel)
- Enregistrer (Save)

Certains champs requièrent une attention particulière :

- E-mail du client.** Ce champ est essentiel: si vous ajouter une adresse à un utilisateur existant, vous DEVEZ identifier ce client à l'aide de son adresse e-mail. Autrement, PrestaShop ne saura pas à qui assigner cette adresse.
- Numéro d'identification fiscale.** Le numéro de carte d'identité nationale de cette personne, ou un numéro unique d'identification fiscale. Ce champ est bien entendu facultatif.
- Alias de l'adresse.** Une description courte permettant au client de choisir la bonne adresse : "Maison", "Travail", "Chez tante Berthe", etc.
- Autre.** Quelques informations complémentaires qui pourraient être utiles au livreur.



Encours autorisés

(i) Cette page n'est disponible que si vous activez les fonctionnalités de B2B. Pour ce faire, rendez-vous sur la page des préférences clients ("Paramètres de la boutique > Clients", et choisissez "Oui" pour l'option "Activer le mode B2B".

Cette page affiche la liste des encours de certains clients, c'est à dire le crédit monétaire que vous leur accordez pour acheter vos produits, jusqu'à ce qu'ils aient à vous payer réellement.

Activer la fonctionnalité Encours

Lorsque le mode B2B est activé (page Paramètres de la boutique > Clients), trois champs apparaissent dans le formulaire de création de client :

Encours autorisé	0.000000	€
Délai de paiement maximum (en jours)	0	
Niveau de risque	Aucun	▼

- Encours autorisé.** Le montant monétaire maximal que ce client peut avoir en encours.
- Délai de paiement maximum.** Le nombre maximum de jour dont le client dispose avant de devoir payer son encours.
- Niveau de risque.** Le facteur de risque pour ce client : Aucun, Bas, Moyen, Haut. Il vous revient de décider si un client est un bénéficiaire risque des encours, ou s'il pourra assurément payer le temps venu.

Vous devriez remplir tous ces champs pour les clients professionnels.

Écran de résumé des encours

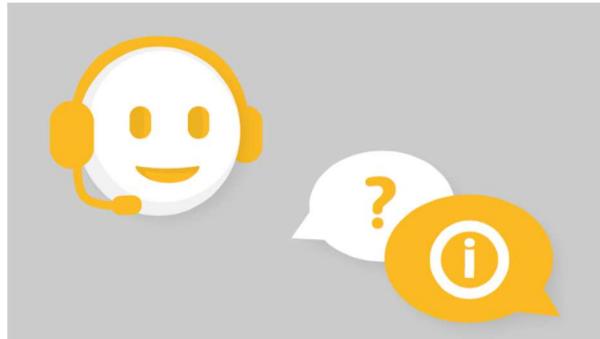
Une fois qu'un client avec une autorisation d'encours achète sur votre boutique, son achat apparaît sur la page Clients > Encours autorisés. Elle vous permet donc d'un regard de savoir où en est votre balance d'encours.

ENCOURS AUTORISÉS							
Facture	Date	Client	Société	Risque	Encours autorisé	Encours courant	Facture
1	25/03/2014	J. DOE	--	--	0,00 €	0,00 €	 Détails



Gérer le service client

Dans la version 1.7 de PrestaShop, les sections du service client sont regroupées dans leur propre menu, pour donner son importance au service client. Bien gérer son service client est une des clés du succès, aussi ces pages vous permettent de suivre facilement les demandes de vos clients et les éventuels retours produits.



Service client

PrestaShop vous permet de centraliser toutes les requêtes de vos clients. Cela vous aide à connaître les demandes pour lesquelles il n'y a pas encore de réponse, plutôt que de vérifier si l'un des destinataires de l'e-mail a déjà répondu.

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



The screenshot shows the PrestaShop service client dashboard. At the top, there are four summary boxes: 'Conversations en attente' (1), 'Temps de réponse moyen (30 JOURS) 0.0 heures', 'Messages par fil de discussion (30 JOURS) 0', and 'STATISTIQUES'. Below these are four sections: 'WEBMASTER' (En cas de problème technique sur ce site Pas de nouveau message), 'SERVICE CLIENT' (Pour toute question sur un produit ou une commande Pas de nouveau message), 'SIGNIFICATION DE L'ÉTAT' (Ouvert, Terminé, En attente 1, En attente 2), and 'STATISTIQUES' (Nombre total de sujets 1, Sujets en attente 1, Total de messages de clients 0, Total de messages d'employés 1, Sujets non lus 1, Sujets clos 0). Under 'SERVICE CLIENT', there is a table listing contacts, and at the bottom, an 'OPTIONS DE CONTACT' section with a 'Message par défaut' input field containing 'Chère cliente, cher client, Cordialement, Le service client'.

Les discussions ne sont traitées par l'outil de gestion client qu'à condition que le contact utilisé a activé l'option "Enregistrer les messages ?". Ce réglage peut être activé en passant par la page "Contacts" du menu "Paramètres de la boutique". Vous trouverez l'option en modifiant un contact existant.

Si l'option est désactivée pour le contact choisi par le client, le message ne sera envoyé que sur l'adresse e-mail du contact, et ne sera pas stockée au sein de PrestaShop.

Vous devez également configurer correctement les options IMAP, afin que PrestaShop puisse récupérer les réponses du client aux e-mails qui lui sont envoyés par l'outil de service client. Ces réglages se font dans la section "Options du service client", en bas de l'écran.

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

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

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

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

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

- **Autoriser la mise en ligne de fichiers.** Spécifie si le client peut joindre un fichier à son message ou non. Cela peut se révéler très utile dans le cas de problèmes graphiques sur votre boutique, car le client peut alors vous envoyer une capture d'écran.



- **Message par défaut.** Le modèle par défaut de réponse pour vos employés. Composez un message simple, afin qu'il puisse s'adapter au plus grand nombre de situations, avec un minimum de modification.



Vous pouvez aussi contacter vos clients via la page de chaque commande, où vous pouvez leur envoyer des messages prédéfinis. Ces messages sont gérés dans la page "Messages prédéfinis" du menu "Service client".

Enfin, le bas de la page présente les "Options du service client", où vous pouvez mettre en place tous les réglages relatifs à votre serveur de messagerie (IMAP).

Gérer les messages du service client

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

The screenshot shows a 'Fil de discussion' (Thread) window. At the top, there are four buttons: 'Marquer comme "traité"', 'Marquer comme "en attente 1" (sera traité plus tard)', 'Marquer comme "en attente 2" (sera traité plus tard)', and 'Transférer cette discussion à un autre employé'. Below these buttons, there are two user profiles: 'John DOE (pub@prestashop.com)' and 'Alex Preston'. The message from Alex Preston is displayed, showing a greeting and a note about a stock shortage. To the right of the message, there is a summary: '3 commande(s) validée(s) pour un montant total de 237,30 €' and 'Client depuis : 22/12/2016'.

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

- Vous pouvez appliquer une poignée d'actions à la discussion, afin de vous aider à rapidement les trier et donc les traiter plus rapidement. Il y a 4 actions disponibles :
 - **Marquer comme "traité"** ou **"Réouvrir"**. Passer l'état de la discussion de "Ouvert" à "Terminé".
 - **Marquer comme "en attente 1"** et **Marquer comme "en attente 2"**. Ces deux états sont internes : leur signification dépend de votre équipe. Vous pouvez même choisir de ne pas les utiliser, et de ne vous appuyer que sur "Ouvert" et "Terminé".
 - **Transférer cette discussion à un autre employé**. À partir du moment où un employé a commencé à répondre au message d'un client, il devient en charge de la requête de l'utilisateur. Si au cours de la discussion il se trouve qu'un autre employé devrait la prendre en charge, vous pouvez utiliser ce bouton pour le lui attribuer à l'aide d'une liste déroulante. Cet autre employé recevra une notification. Si la personne à laquelle vous voulez transférer cette discussion n'est pas disponible dans la liste, choisissez "Quelqu'un d'autre" dans cette liste et deux options apparaîtront, vous permettant d'indiquer l'adresse e-mail du destinataire et d'ajouter un commentaire à propos de la discussion.
 - **Répondre au prochain message de cette conversation qui n'a pas encore de réponse**. Vous permet de répondre au prochain message de la conversation qui n'a pas encore eu de réponse.

Vous avez accès aux détails essentiels :

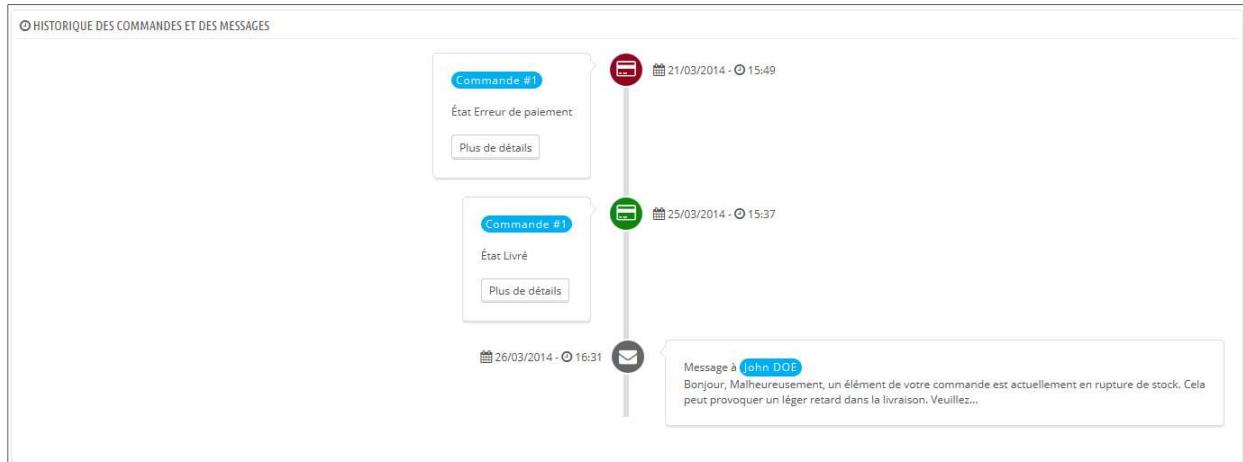
- Nom du client et adresse e-mail, sur lesquels vous pouvez cliquer pour accéder aux informations du client (quand il s'agit d'un client inscrit, et non pas un visiteur).



- Nombre de commandes, total des dépenses et date d'inscription du client (quand il s'agit d'un client inscrit, et non pas un visiteur).
- Heure et date du message.
- Enfin, le message lui-même.

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

En bas de la page la section "Historique des commandes et des messages" vous donne une représentation chronologique claire des évènements liés à cette discussion. Lorsque la conversation est liée à une commande, vous aurez aussi l'historique de la commande.



Options de service client

Cette section vous permet de configurer précisément les accès de PrestaShop à votre serveur e-mail, par le biais de son interface IMAP. Vous devriez vous assurer que tous les champs sont correctement remplis afin que l'outil de gestion du support client puisse fonctionner correctement. La plupart de ces informations doivent vous avoir été fournies par votre hébergeur.

IMAP URL	<input type="text"/>	
IMAP port	143	
IMAP user	<input type="text"/>	
IMAP password	<input type="text"/>	
Delete messages	<input type="button" value="YES"/>	<input type="button" value="NO"/>
Create new threads	<input type="button" value="YES"/>	<input type="button" value="NO"/>
IMAP options (/pop3)	<input type="button" value="YES"/>	<input type="button" value="NO"/>
IMAP options (/norsh)	<input type="button" value="YES"/>	<input type="button" value="NO"/>
IMAP options (/ssl)	<input type="button" value="YES"/>	<input type="button" value="NO"/>
IMAP options (/validate-cert)	<input type="button" value="YES"/>	<input type="button" value="NO"/>
IMAP options (/novalidate-cert)	<input type="button" value="YES"/>	<input type="button" value="NO"/>
IMAP options (/tls)	<input type="button" value="YES"/>	<input type="button" value="NO"/>
IMAP options (/notls)	<input type="button" value="YES"/>	<input type="button" value="NO"/>



- **URL IMAP, Port IMAP, Utilisateur IMAP et Mot de passe IMAP.** Ces informations sont essentielles pour accéder à votre serveur de messages via le protocole IMAP.
- **Supprime les messages.** En activant cette option, vous indiquez que vous souhaitez que les messages soient effacés du serveur dès que PrestaShop les a récupérés. À utiliser avec prudence : cela rendrait vos messages inaccessibles à tout autre client e-mail.
- **Créer de nouveaux sujets.** Permet de créer de nouveaux sujets pour les adresses e-mails non reconnues.
- **/pop3.** En activant cette option, POP3 sera utilisé, plutôt qu'IMAP.
- **/norsh.** En activant cette option, la connexion à votre serveur e-mail n'est plus authentifiée. Non recommandé.
- **/ssl.** En activant cette option, la connexion à votre serveur e-mail n'est plus chiffrée. Non recommandé.
- **/validate-cert.** En activant cette option, PrestaShop forcera la validation du certificat TLS/SSL sur serveur.
- **/novalidate-cert.** En activant cette option, PrestaShop n'essayera jamais de valider le certificat TLS/SSL sur serveur. C'est une option essentielle pour vos certificats auto-signés (*self-signed certificate*).
- **/tls.** En activant cette option, PrestaShop forcera l'utilisation de StartTLS pour chiffrer la connexion. Les serveurs qui n'acceptent pas StartTLS seront rejettés.
- **/notls.** En activant cette option, PrestaShop n'utilisera pas le chiffrement StartTLS pour cette session, même si le serveur l'accepte.



Messages prédéfinis

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

Pour ce faire, allez dans la page "Message prédéfinis" du menu "Service client". Un message est déjà enregistré par défaut : "Délai".



The screenshot shows a table with one row. The columns are labeled 'ID', 'Nom' (Name), and 'Message'. The first row contains the value '1' for 'ID', 'Retard' for 'Nom', and a message text for 'Message'. The message text is: 'Bonjour, Malheureusement, un article que vous avez commandé est actuellement en rupture de stock. Pour cette raison, il est possible que la livraison de votre commande soit légèrement retardée. Nous vous prions de bien vouloir accepter nos excuses. Nous faisons tout notre possible pour remédier...'. There is also an 'Edit' button next to the message text.

Créer de nouveaux messages

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



The screenshot shows a form for creating a new predefined message. It has two main sections: 'Nom' (Name) and 'Message'. The 'Nom' section contains a field with the value 'Retard' and a language selection dropdown set to 'en'. The 'Message' section contains a rich text area with the following content: 'Bonjour,' followed by a note about stock issues and delivery delays, and a closing remark 'Cordialement,'. There are 'Annuler' (Cancel) and 'Enregistrer' (Save) buttons at the bottom.

Le formulaire va à l'essentiel :

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

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

Vous pouvez créer autant de messages que vous voulez.

Envoyer un message prédéfini à un client

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

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



4. Cliquez sur "Envoyer".

The screenshot shows the 'MESSAGES' section of the PrestaShop back office. At the top, there's a header with a mail icon and the word 'MESSAGES'. A small '1' indicates one new message. Below the header, a dropdown menu is open, showing 'Retard' (Delayed) as the selected option, with a link to 'Configurer les messages prédéfinis' (Configure predefined messages). A button labeled 'Montrer au client' (Show to client) has two options: 'OUI' (Yes) and 'NON' (No). The main message area contains a placeholder 'Message' and a sample text: 'Bonjour,
Malheureusement, un article que vous avez commandé est actuellement en rupture de stock. Pour cette raison, il est possible que la livraison de votre commande soit légèrement retardée.
Nous vous prions de bien vouloir accepter nos excuses. Nous faisons tout notre possible pour remédier à cette situation.
Cordialement,'. At the bottom left is a link 'Voir tous les messages' (View all messages), and at the bottom right is a large blue button labeled 'ENVOYER LE MESSAGE' (Send message).

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



Retours produits

La page "Retours produits", vous donne une liste de tous les processus de retours produits.

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

 OPTIONS DES RETOURS PRODUITS

Activer les retours

Activer ou désactiver la prise en charge des retours produits

Nombre de jours

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

Préfixe des retours produits

Préfixe utilisé pour la numérotation des retours produits (ex N°RE00001).



Le retour produit du point de vue du client

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

1. Accéder à son historique de commandes, depuis son compte.
2. Sélectionner la commande contenant le produit qu'il veut renvoyer.
3. Sélectionner le(s) produit(s) qu'il veut renvoyer en cochant la case à côté de leur(s) nom(s).
4. Préciser la quantité de produit(s) à retourner (si plusieurs quantités d'un même produit sont à renvoyer).
5. Ajouter une explication (dans la section "Retour de marchandise"), afin que vous compreniez pourquoi la commande est renvoyée.

Produit	Quantité	Retourné	Prix unitaire	Prix total
Faded Short Sleeve T-shirts - Color : Orange, Size : S Référence: demo_1	1 <input type="button" value="1"/>	0	16,51 €	16,51 €
Printed Dress - Color : Orange, Size : S Référence: demo_3	1 <input type="button" value="1"/>	0	26,00 €	26,00 €
<input checked="" type="checkbox"/> Printed Summer Dress - Color : Yellow, Size : S Référence: demo_5	1 <input type="button" value="1"/>	0	28,98 €	28,98 €
Printed Chiffon Dress - Color : Yellow, Size : S Référence: demo_7	1 <input type="button" value="1"/>	0	16,40 €	16,40 €
Sous-total				87,89 €
Expédition et traitement				2,00 €
Total				89,89 €

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

REVOYER UN PRODUIT



Dans quelles conditions un retour est-il possible ?

1. Les retours doivent être activés (option "Activer les retours").
2. La commande ne doit pas avoir dépassé le délai limite pour un retour ("Nombre de jours").
3. La commande doit avoir :
 - Au moins deux états : un premier avec la condition "Marquer la commande associée comme payée" validée, et le second avec la condition "Marquer la commande associée comme expédiée" validée
 - ou :
 - Un état qui répond à ces deux conditionsLes états peuvent être modifiés dans l'onglet "États" de la page "Commande" des paramètres de la boutique.

Une fois ce formulaire rempli, le client clique sur "Renvoyer un produit", et la requête est envoyée au gestionnaire de la boutique (vous). Elle apparaît avec la mention "En attente de confirmation" dans la page "Retours produit" du compte de l'utilisateur.



Retours produit

Voici la liste des retours produits en cours

Commande	Retour	État du retour	Date d'émission	Bon de retour
FFATNOMMJ	#RE000001	En attente de confirmation	28/12/2016	-

Le retour produit du point de vue du marchand

La demande de retour produit apparaîtra sur votre back-office. Dans un premier temps, la demande prend l'état de "En attente de confirmation".

RETOURS PRODUITS				
ID	ID commande	État	Date d'émission	
1	4	En attente de confirmation	28/12/2016	

Le processus de remboursement peut prendre plusieurs étapes, qui sont indiquées par l'état actuel du retour. Il n'y a qu'une poignée d'états, qui peuvent suivre tout le processus de remboursement :

- En attente de confirmation.
- En attente du paquet.
- Paquet reçu.
- Retour refusé.
- Retour terminé.

 RETOUR PRODUIT

Client John DOE
[Plus d'informations sur la fiche client](#)

Commande Commande n°4 du 27/12/2016
[Plus d'informations sur la fiche commande](#)

Motif de retour J'ai changé d'avis

État État actuel du retour produit.

Produits	Référence	Article	Quantité	Outils
demo_5	Printed Summer Dress - Color : Yellow, Size : S	1	<input type="button" value="Supprimer"/>	

Liste des produits contenus dans le colis retourné.

Bon de retour Ce lien est seulement disponible après la validation et avant que le paquet ne soit envoyé.

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

1. Cliquez sur la référence demande de retour pour avoir plus de détails.
2. Changez le statut pour continuer le processus de retour produit.
 - Si vous souhaitez arrêter le processus de retour (et refuser son remboursement au client), choisissez simplement l'état "Retour refusé".
 - Si vous acceptez le produit retourné et le remboursement du client, suivez précisément ces étapes :



1. Choisissez l'étape suivante du processus : "En attente du paquet". Cela enverra au client un e-mail indiquant qu'il peut vous renvoyer son produit.
2. Une fois que vous avez reçu le paquet, changez l'état du retour à "Paquet reçu".
3. Enfin, une fois que l'ensemble du processus est terminé (soit que le client a été remboursé, ou vous lui avez envoyé un bon), changez l'état du retour en "Retour terminé".

3. Enregistrez.

Rembourser un client

Une commande peut être remboursée, partiellement ou en totalité. Pour cela, deux boutons actions sont disponibles dans la barre supérieure de la page de commande (et non sur la page des retours produits).

Les boutons d'actions évoluent en fonction de l'état de la commande. Par exemple, une fois que la commande a atteint l'état "Livré", les boutons "Ajouter un produit" et "Enlever un produit" sont remplacés par deux boutons : "Retourner les produits" ou "Remboursement partiel".

i Le retour produit n'est pas activé par défaut. Pour l'activer, vous devez vous rendre dans la page "Retours produits" du menu "Service client" et activer l'option dans la section des options en bas de la page. Cela s'appliquera à tous les produits et toutes les commandes.

- **Retourner les produits.** À n'utiliser que lorsque le client a effectivement renvoyé ses produits : une fois que le produit renvoyé a été reçu, vous pouvez le marquer comme renvoyé dans le formulaire de la commande. Cliquez sur le bouton "Retourner les produits" et une nouvelle colonne apparaîtra dans la liste de produits, intitulée "Retour". Cochez la case des produits impliqués, indiquez la quantité du produit qui a été renvoyée et cliquez sur le bouton "Retourner les produits" en bas du tableau.
- **Remboursement partiel.** À n'utiliser que lorsque vous avez besoin de rembourser une partie de la commande, et non la commande complète ; soit parce que le client a renvoyé un produit commandé, soit par geste commercial pour un produit endommagé que le client a choisi de conserver malgré tout. Cliquez sur "Remboursement partiel" et une nouvelle colonne apparaîtra dans la liste de produits, intitulée "Remboursement partiel". Indiquez la quantité pour chaque produit impliqué, choisissez l'une des options en bas de la liste (voir ci-dessous) et cliquez sur le bouton "Remboursement partiel" en bas du tableau.

Quand vous marquez des produits comme ayant été retournés ou à rembourser, quatre options sont disponibles sous le tableau des produits :

- **Réinjecter.** Une fois coché, PrestaShop considère que le produit renvoyé est remis en vente, et augmentera alors le stock de ce produit. Ne cliquez pas cette option si un produit a été renvoyé car il était cassé...
- **Générer un avoir.** Une fois coché, un avoir sera créé, correspondant au montant des produits sélectionnés. Un avoir est l'indication que vous reconnaissiez qu'un produit a été retourné et qu'un remboursement a été mis en place. Le client peut utiliser cet avoir pour son prochain achat.



- **Bon de réduction.** Une fois coché, un bon de réduction sera créé, correspondant au montant des produits sélectionnés. Un bon de réduction prend la forme d'un code de réduction que le client peut saisir lors du processus de commande. Vous pouvez modifier les bons existants du client en affichant la page du client : depuis la page de la commande actuelle, cliquez sur le nom du client dans la section "Information client" ; une fois sur la page du client, allez dans la section "Bons". Vous pouvez modifier chaque bon en cliquant sur leur icône "Modifier".
- **Rembourser les frais d'envoi.** Vous pouvez aussi choisir de rembourser les frais d'expédition, ce qui est toujours apprécié.

Si le client a payé avec une carte de crédit, le système de paiement peut rembourser la carte automatiquement, mais il reste possible que vous ayez à la faire vous-mêmes. Si la commande a été payée avec un chèque ou transfert bancaire, vous devez créer le remboursement vous-même, puis marquer la commande comme ayant été remboursée manuellement dans le back-office (sur la page de la commande).



Comprendre les statistiques

Statistiques

Au travers de cette section, nous allons comprendre l'utilité et le sens des différentes statistiques. En cliquant sur chacune des catégories dans la barre de navigation sur la gauche, la section centrale se recharge pour présenter les chiffres les plus récents.

Pour la plupart des statistiques, une explication est donnée afin que vous puissiez comprendre les informations qui vous sont présentées, et en tirer profit pour améliorer la gestion de votre boutique et votre chiffre d'affaires.

Interface principale

Par défaut, la page affiche le tableau de bord des statistiques, un aperçu des principaux chiffres réunis par le système de statistiques de PrestaShop depuis le jour de lancement de votre boutique.

TABLEAU DE BORD STATISTIQUES

Les montants indiqués ne prennent pas la taxe en compte.

Délai : Tous les jours

	Visites	Inscriptions	Commandes effectuées	Produits achetés	Pourcentage d'inscriptions	Pourcentage de commandes	Recette
2016-12-22	1	1	0	0	100 %	0 %	0,00 €
2016-12-23	0	0	0	0	-	-	0,00 €
2016-12-24	0	0	0	0	-	-	0,00 €
2016-12-25	0	0	0	0	-	-	0,00 €
2016-12-26	0	0	0	0	-	-	0,00 €
2016-12-27	2	0	2	7	0 %	100 %	161,40 €
2016-12-28	1	1	1	3	100 %	100 %	75,90 €
Total	4	2	3	10	--	--	237,30 €
Moyenne	0	0	0	1	50 %	75 %	35,83 €
Prévisions	4	2	3	10	--	--	250,78 €

Transformation

Visiteurs	>	Comptes	>	Paniers complets	>	Commandes	Visiteurs inscrits	>	300 %	>	Commandes	Visiteurs	>	150 %	>	Commandes
2	>	1	>	6	>	3	300 %	>	6	>	100 %	3	>	150 %	>	10

Un simple calcul statistique vous permet de connaître la valeur monétaire de vos visiteurs :
En moyenne, chaque visiteur fait une commande de ce montant : **118,65 €**.
En moyenne, chaque visiteur enregistré fait une commande de ce montant : **237,30 €**.

En haut de la page, une barre vous aide à choisir la période temporelle actuellement affichée. Trois jeux d'options sont disponibles :

- Ce jour, ce mois, cette année.
- Jour, mois ou année précédent(e).
- Une période précise (date de début et date de fin).



Cliquez sur "Enregistrer" pour afficher la période de votre choix.

Le tableau de bord contient 8 sections :

- **Les statistiques principales.** Voici réellement le cœur de vos statistiques. Dans un seul tableau, PrestaShop affiche un aperçu des chiffres les plus importants qui ont été réunis pendant la période de temps choisie : visiteurs, nombre d'inscriptions, nouvelles commandes, produits vendus, pourcentage d'inscription par visiteur, pourcentage de commandes par visiteurs, montant total combiné des ventes.
Vous pouvez changer la granularité de ce tableau à l'aide de la liste déroulante en haut à droite de la section. Les périodes de temps disponibles sont Jour, Semaine, Mois et Année. Les trois lignes en bas du tableau ne sont pas affectées par le sélecteur de période : Total, Moyenne et Prévision vous permettent de mieux estimer la santé de votre boutique.
- **Conversion.** Cette section vous donne une idée de la valeur de chaque visiteur ou chaque client enregistré, en fonction du nombre de commandes qu'ils lancent, pour résumer. C'est ici encore un bon indicateur de la santé de votre boutique.
Note : la différence entre "paniers" et "paniers complets" est qu'un panier correspond à une certaine sélection de produits d'un visiteur, tandis qu'un panier complet est un panier comprenant des produits ET une adresse de livraison ET un transporteur choisi – en somme, le panier a passé presque toutes les étapes du processus d'achat, et il ne reste plus au client qu'à payer.
- **Répartition par modes de paiement.** Cette section présente les méthodes de paiement le plus souvent choisies par vos clients. En fonction de ces chiffres, vous pourriez vouloir adapter votre boutique ou même votre société afin de mieux prendre en compte les méthodes les plus populaires, ou mettre en avant une méthode spécifique que vous préfériez que vos clients utilisent.
En utilisant le sélecteur "Zone" en haut à droite de la section, vous pouvez limiter les chiffres à une zone géographique spécifique, et donc voir quelle méthode marche le mieux ou le moins bien sur un marché donné.
- **Répartition par catégories.** Cette section donne des informations spécifiques en fonction de la catégorie. Pour chaque catégorie, elle présente des chiffres utiles : produits, ventes, pourcentage de produits de l'ensemble de votre catalogue, pourcentage de ventes sur l'ensemble de la boutique, prix moyen. Si vous notez qu'une catégorie est beaucoup plus populaire que d'autres, vous pourriez vouloir faire la promotion de celle-ci. D'un autre côté, vous pourriez vouloir améliorer les chiffres des catégories les plus décevantes en proposant des bons de réductions pour celles-ci, ou lancer d'autres actions promotionnelles.
En utilisant le sélecteur "Zone" en haut de la section, vous pouvez limiter les chiffres à une zone géographique spécifique, et donc voir quelle catégorie marche le mieux ou le moins bien sur un marché donné.
- **Répartition par langues.** Vos clients peuvent choisir leur langue de navigation lorsqu'ils visitent votre boutique (sous réserve que vous proposiez plusieurs langues), et vous pouvez voir la répartition des langues grâce à cette section. Faites en sorte que tous vos produits soient correctement traduits dans au moins les deux langues les plus populaires.
- **Répartition par zones.** Vous pouvez filtrer les autres sections par zone géographique, et cette section vous donne directement un aperçu par zone de votre nombre de clients inscrits et des ventes réalisées (et leurs pourcentages respectifs).
- **Répartition par devises.** Si vous acceptez plus d'une devise, cette section vous aidera à voir laquelle est la plus utilisée par vos clients.
En utilisant le sélecteur "Zone" en haut à droite de la section, vous pouvez limiter les chiffres à une zone géographique spécifique, et donc voir quelle devise marche le mieux ou le moins bien sur un marché donné.
- **Répartition des ventes par attributs.** Il s'agit plutôt ici d'une statistique interne, vous permettant de voir quels sont les attributs et groupes d'attributs les plus utilisés au sein de vos produits.



Liste des statistiques disponibles

✓ La plupart des données statistiques peuvent être téléchargées sous forme de fichier CSV, en cliquant sur le bouton "Export CSV".

- **Commandes et CA.** Ces deux graphiques présentent l'évolution des ventes et commandes de votre boutique. Ils peuvent être filtrés par pays, en utilisant le menu-déroulant en haut à droite.
 - Le premier graphique indique le nombre total de commandes valides, et le nombre total de produits commandés. Avec ce graphique, vous pouvez déterminer sur quelles périodes vous avez reçu le plus de commandes.
 - Le deuxième graphique vous permet de visualiser vos ventes graphiquement. Il peut analyser les périodes où vous avez effectué les meilleurs résultats. Cela vous permettra de savoir quand mettre en place vos campagnes marketing.
- **Comptes clients.** Cette page propose un graphique avec le nombre de comptes utilisateurs créés dans votre boutique en ligne. Avec cette information, vous pouvez mesurer l'impact de vos campagnes marketing. Vous pouvez connaître le nombre de visiteurs qui se sont inscrits mais qui n'ont rien acheté. Vous pouvez aussi connaître le nombre d'utilisateurs qui ont créé un compte et acheté un produit immédiatement après.
- **Détail produit.** Cette page vous affiche tous les produits de votre boutique en fonction de leur référence, nom et stock. Vous pouvez trier les résultats en fonction des catégories que vous souhaitez traiter en sélectionnant à partir du menu déroulant au-dessus. Cliquez sur un produit pour accéder à ses statistiques. Vous verrez alors un graphique avec deux informations : le nombre de ventes et le nombre de visites sur la page du produit. Le taux de transformation sera également affiché.
- **Informations clients.** Cette section est divisée en 5 graphiques.
 - **Répartition par sexe.** Vous pouvez voir de quelle manière votre clientèle est distribuée en fonction des titres de civilité que vous avez configuré – par défaut, M. et Mme, mais il peut y en avoir de nombreux autres comme Dr. ou Sr. De fait, vous ne pouvez pas toujours prendre ce graphique au premier degré... à moins de n'avoir gardé qu'un minimum de titres de civilités, tous genres.
 - **Tranches d'âges.** Vous pouvez voir de quelle manière votre clientèle est distribuée en fonction de l'âge, si vous demandez bien la date de naissance à l'inscription. Si vous constatez que la tranche d'âge de vos clients n'est pas celle que vous avez imaginée, il faudra peut-être réadapter votre approche marketing.
 - **Répartition par pays.** Vous pouvez voir rapidement dans quels pays vos clients vivent. Cela peut vous permettre de mieux cibler vos efforts marketing locaux.

Commandes et CA
Comptes clients
Détail produit
Informations clients
Lettre d'informations
Meilleures catégories
Meilleures ventes
Meilleurs bons de réduction
Meilleurs clients
Meilleurs fournisseurs
Mots clés
Navigateurs web et systèmes d'exploitation
Pages introuvables
Quantités disponibles
Recherches de la boutique
Répartition par transporteur
Sites affiliés
Statistiques catalogue
Tableau de bord statistiques
Visites et visiteurs
Visiteurs en ligne
Évaluation du catalogue



- **Tranches de devise.** Vous pouvez voir les devises utilisées dans votre boutique, et les proportions.
 - **Répartition par langue.** Vous pouvez voir les langues utilisées pour consulter votre site, et donc décider si vous devez ou non améliorer les traductions dans votre site.
- **Lettre d'information.** Cette page affiche les statistiques relatives aux souscriptions à la newsletter. Vous pouvez utiliser cette base de données pour garder vos clients informés. La newsletter contribue en général à l'augmentation du trafic sur votre site. Si vous souhaitez faire augmenter les souscriptions, vous pouvez par exemple proposer des bons de réduction avec la newsletter. Vous pouvez consulter l'adresse de tous les souscripteurs via le module "Inscription à la newsletter", dans la page "Module installés".
- **Meilleures catégories.** Cette section vous affiche les performances de votre boutique en fonction de vos catégories. Vous pouvez savoir pour chaque catégorie combien de produits ont été vendus, le revenu généré et le nombre de pages vues. Consultez régulièrement les résultats des différentes catégories afin d'améliorer la cohérence de votre boutique.
- **Meilleurs ventes.** Cette section affiche vos produits les plus performants. Vous aurez accès au chiffre d'affaires, aux ventes moyennes quotidiennes, au nombre de pages vues et à la quantité disponible en stock. Avec ce tableau, vous pouvez identifier vos produits phares et ainsi décider par exemple d'augmenter ou de réduire le prix, de proposer des réductions sur un produit spécifique.
- **Meilleurs bons de réduction.** Cette section résume l'utilisation des bons de réduction, promotions et règles de prix catalogue qui ont été distribués, que ce soit directement ou via une campagne promotionnelle. Ce tableau affiche aussi le chiffre d'affaires, et le nombre de bons utilisés.
- **Meilleurs clients.** Cette section vous indique quels sont les meilleurs clients de votre boutique. Leurs coordonnées sont affichées, ainsi que le nombre de fois qu'ils ont visité le site, le nombre de pages consultées, et combien ils ont dépensé. Gardez un œil sur cette page pour les suivre et prendre soin d'eux. En cliquant sur les boutons en haut des colonnes, vous pouvez choisir le mode d'affichage de ces informations.
- **Meilleurs fournisseurs.** Cette section propose des statistiques sur vos fournisseurs : elle affiche les quantités vendues et le revenu généré.
- **Mots-clés.** Cette page vous indique quels mots-clés dans les moteurs de recherche ont amené des visiteurs vers votre boutique. Cela vous permet de savoir quels termes vous rendent facilement identifiable. Inversement, vous saurez quels mots-clés sont absents de la liste et ne sont pas efficaces.
- **Navigateurs web et systèmes d'exploitation.** Cette section vous indique quels sont les navigateurs Web utilisés pour consulter votre site. Il est judicieux de vérifier que votre site est parfaitement compatible avec ces navigateurs, ou au moins les trois plus populaires. Vous pourrez aussi savoir si les clients utilisent Internet depuis leur mobile pour accéder au site. Si ce nombre de clients est important, il pourrait être intéressant de développer une version mobile de votre boutique. Enfin, vous serez en mesure d'analyser le système d'exploitation que vos clients utilisent. Assurez-vous que votre site est bien compatible avec toutes les plateformes utilisées par vos visiteurs.
- **Pages introuvables.** On vous indique ici les pages de votre catalogue qui n'ont pas été atteintes (donnant une erreur "HTTP 404"). C'est utile pour déceler des problèmes techniques potentiels qui seraient susceptibles d'amoindrir vos performances.
- **Quantités disponibles.** Cette section vous donne une idée de la valeur de votre stock.
- **Recherches de la boutique.** Cette section comprend deux indicateurs :
 - Le premier affiche la répartition des mots-clés qui ont été recherchés sur votre site. Vous pouvez ainsi savoir quels produits attirent le plus vos clients – et donc, ceux dont il vous faut impérativement avoir un large stock.
 - Le deuxième est un tableau résumant les recherches de vos clients. Vous pouvez ainsi voir quels mots-clés sont utilisés, combien de fois ils ont été saisis, et quels étaient les résultats de ces recherches. Il est important que toutes les recherches de vos clients aboutissent sur un résultat. Pour améliorer vos performances, ajouter des produits qui correspondent à la demande des consommateurs (aux produits fréquemment recherchés dans la boutique), et ajouter des tags à vos produits qui les rendent clairement identifiables.
- **Répartition par transporteur.** Cette page indique les transporteurs les plus utilisés par vos clients. Vous pouvez filtrer les résultats en fonction de l'état de la commande. Si vous vous apercevez qu'un transporteur n'est pas souvent utilisé, alors qu'il est rapide et efficace, il



pourrait être judicieux de le mettre plus en évidence lors du processus de finalisation de commande, afin d'améliorer la satisfaction des clients.

- **Sites affiliés.** Un graphique vous indique les 10 sites et moteurs de recherche affluents parmi lesquels les visiteurs passent pour accéder à votre boutique. Habituellement, les moteurs de recherche jouent un rôle important. Si vous créez une campagne marketing en publiant des articles sur d'autres sites, vous pouvez voir quel est l'impact sur votre site. En dessous du graphique, vous trouverez le nom des sites qui vous ont ramené le plus d'audience, avec le nombre de visiteurs provenant de chacun de ces sites sur la colonne de droite.
- **Statistiques catalogue.** Cette section contient des informations pratiques sur les produits vendus dans votre boutique en ligne, et sur votre catalogue en général. Les résultats qui apparaissent ici peuvent être classés par catégorie. Vous pouvez agir sur la performance de votre catalogue en considérant les indicateurs suivants :
 - **Produits disponibles.** Nombre de produits proposés dans cette catégorie (par défaut, toutes les catégories).
 - **Prix moyen (HT).** Prix moyen des produits dans la catégorie sélectionnée.
 - **Pages produits vues.** Nombre de pages consultées par vos clients. Comparez cette information entre les différentes catégories pour savoir quels produits sont les plus appréciés, ou au contraire quels sont ceux qui attirent le moins de clients. Utilisez ces informations pour améliorer votre catalogue.
 - **Produits achetés.** Le nombre de produits achetés pour chaque catégorie.
 - **Nombre moyen de visites.** Le nombre global de visites pour les produits dans la catégorie sélectionnée.
 - **Nombre moyen d'achats.** Le revenu global pour les ventes de produits dans la catégorie sélectionnée.
 - **Images disponibles.** Indique le nombre d'images liées aux produits de la catégorie sélectionnée. Un moyen simple et rapide de savoir si certains de vos produits manquent d'images : s'il y a moins d'image que de produits.
 - **Nombre moyen d'images.** Nombre d'images divisé par le nombre de produits dans la catégorie sélectionnée.
 - **Produits jamais consultés.** Vous montre quels produits, s'il y en a, n'attirent pas du tout vos visiteurs. Vérifiez leurs pages afin d'en comprendre la raison.
 - **Produits jamais achetés.** Certains de vos produits n'ont jamais été achetés par vos clients. Il s'agit d'un problème à prendre au sérieux, il vous faut prendre le temps de comprendre pourquoi.
 - **Taux de transformation.** Indique la relation entre le nombre de visiteurs et le nombre d'achats. Il est important que ce taux soit aussi haut que possible.
 - Un tableau au bas de la page vous indique quels produits dans cette catégorie n'ont jamais été achetés. Nous suggérons que vous changez leur prix, ou que vous écriviez une description plus attrayante.
- **Tableau de bord statistiques.** C'est la page d'accueil des statistiques. Elle donne une vue d'ensemble de vos statistiques. En cliquant sur cette dernière option, vous revenez simplement au tableau de bord global des statistiques.
- **Visites et visiteurs.** Cette page vous donne des statistiques sur les visiteurs du site et sur le nombre de visites qu'ils effectuent. Plus le nombre est grand, plus le site est populaire. Le graphique vous aide à comprendre le comportement des visiteurs. Vous y verrez combien de visites a eu votre site, et vous comparerez ce nombre avec le nombre de visiteurs (PrestaShop reconnaît quand un même visiteur visite le site plusieurs fois, d'où la possibilité d'avoir un nombre de visites bien plus important que le nombre de visiteurs). Si la différence entre ces deux nombres est grande, cela signifie que vous possédez une base fidèle de clients.
- **Visiteurs en ligne.** Cette section indique le nombre de visiteurs actuellement sur votre site. Vous pouvez voir leurs noms et les pages qu'ils sont en train de visiter. Ces données sont mises à jour en direct, tandis que vos clients circulent sur vos catégories. L'option "Enregistrer les pages vues pour chaque client" du module "Récupération des données statistiques" doit être activée pour que vous puissiez avoir cette information.
- **Evaluation du catalogue.** Cette section donne une vision d'ensemble des performances de votre catalogue. Vous pouvez savoir si chaque produit est actif, si leurs descriptions sont proposées dans toutes les langues de la boutique. Vous pouvez aussi savoir combien d'images sont affichées par produit, si un produit s'est bien vendu, son stock. Les résultats sont affichés avec une icône colorée. Vous pouvez définir ces couleurs en définissant certains critères dans le tableau en haut de page, puis en enregistrant vos paramètres.



Optimiser votre boutique

Alors que votre boutique et votre activité vont évoluer, vous voudrez ajouter de nouvelles fonctionnalités ou explorer de nouveaux marchés.

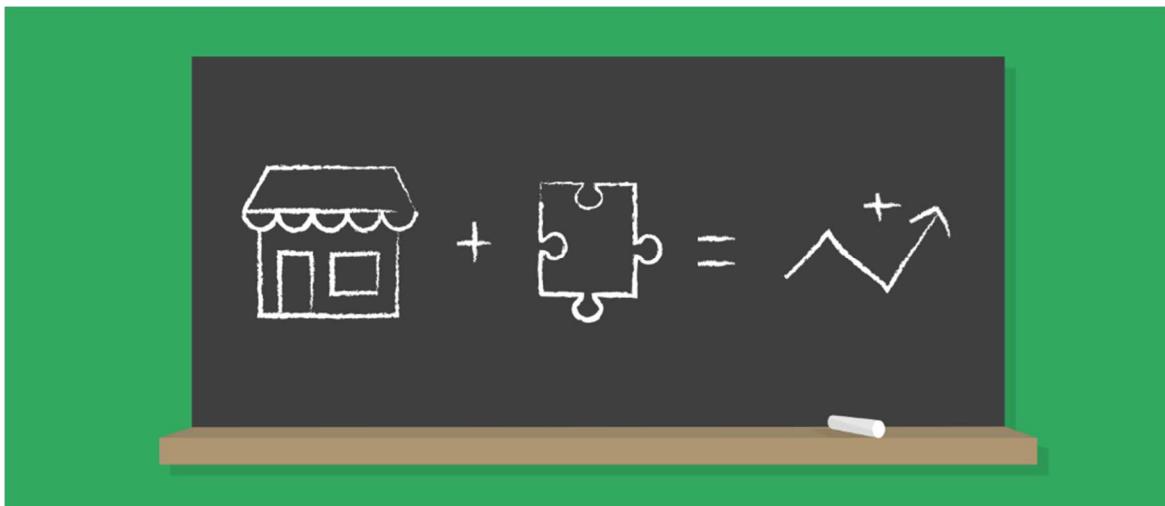
Cette section est dédiée à la personnalisation de votre boutique : adapter votre boutique et fur et à mesure de votre développement, la compléter avec de nouveaux modules, pays ou langues, ou encore ajouter des modes de paiements ou des transporteurs.



Gérer les modules

PrestaShop est fourni avec un ensemble de modules qui peuvent être installés, désinstallés ou configurés à souhait, afin de personnaliser et compléter votre boutique.

Les possibilités sont virtuellement illimitées : l'extensibilité de PrestaShop permet de créer exactement ce que vous avez en tête, plutôt que d'avoir à vous plier à des contraintes que vous n'avez pas choisies - sous réserve que vous trouviez le module qui fait exactement ce que vous recherchez.



Découvrir la sélection de modules

L'onglet "Sélection" permet de découvrir de nouveaux modules et services afin d'optimiser votre boutique. Vous trouverez une liste de tous les modules que vous pouvez installer (excluant ceux que vous avez déjà installés).

The screenshot shows the 'Modules & Services' section of the PrestaShop back office. At the top, there are tabs for 'Selection', 'Installed modules', and 'Notifications'. On the right, there are buttons for 'UPLOAD A MODULE', 'CONNECT TO ADDONS MARKETPLACE', and a help icon. Below the tabs, there's a search bar and a 'Categories' dropdown. The main area displays a grid of recommended modules:

- Mediafinanz debt management** by Silbersaiten (v1.0.1) - Your customer is not paying? This free-of-charge mediafinanz module will enable you to transfer outstanding claims from your order overview to the collection experts for further processing ... [Read More](#). Rating: ★★★★★ (7). [INSTALL](#).
- Sips - Atos Worldline** v3.1.0 - by PrestaShop (Atos Worldline) - The module Sips (Atos Worldline) for PrestaShop is a remote payment solution designed to provide a very high level of security and to allow customers to use all of its functionalities with all distanc ... [Read More](#). Rating: ★★★★★ (104). [\\$224.99](#).
- Print Labels Pro** v2.2.9 - by PrestaShop (Presta) - Save valuable time by automating the preparation of your delivery labels! Prepare and print your delivery labels, and stick them right on the packages for the orders you're shipping ... [Read More](#). Rating: ★★★★★ (182). [\\$44.99](#).
- Google Merchant Center (Google Shopping)** v4.4.0 - by Business Tech - The most advanced Google Merchant Center module to upload your products to Google Shopping and get thousands of new, highly qualified visitors on your online shop ... [Read More](#). Rating: ★★★★★ (422). [\\$114.99](#).
- Ingenico ePayments** v3.0.1 - by PrestaShop Partners (ingenico) - Ingenico ePayments*: Online payment services to boost conversion. We offer innovative ecommerce solutions for more than 160,000 customers in Europe and worldwide. *Formerly known as Ogone&n ... [Read More](#). Rating: ★★★★★ (5). [INSTALL](#).
- eurovatgenerator** v1.1.1 - by PrestaShop (Presta) - Easily get compliant with the new European VAT rules for virtual products ... [Read More](#). [INSTALL](#).

Cette sélection de modules recommandés est basée sur votre pays, votre langue et votre version de PrestaShop. Elle inclut les modules les plus populaires de la marketplace Addons et des modules partenaires gratuits.



Quelle est la différence entre un module et un service ?

Un module vous permet d'ajouter des fonctionnalités à votre boutique comme des nouveaux moyens de paiement, la synchronisation de l'inventaire et des commandes avec votre logisticien, un export pour rendre les guides de shopping intelligents et de nombreux outils pour vous et vos clients. Les modules sont fournis avec un fichier qui doit être installé dans le logiciel PrestaShop.

Un service, en revanche, n'est pas tangible, vous n'avez rien à installer sur votre boutique pour que le service fonctionne, mais vous devez signer un contrat avec le fournisseur de service. Les services sont identifiés à l'aide du bouton "Découvrir".



Rechercher un module ou service

Si vous recherchez un module particulier pour répondre à un besoin spécifique, vous avez deux manières de rechercher un module :

- **Parcourir les catégories.** En cliquant sur "Catégories", vous afficherez une liste de catégories : les modules sont organisés en catégories fonctionnelles, qui répondent à vos différents besoins d'optimisation. Vous souhaitez améliorer la navigation ou mettre en place de nouvelles actions marketing ? Sélectionnez la catégorie "Design & Navigation", ou bien "Promos & Marketing". Quand vous n'avez plus besoin des catégories, sélectionnez "Toutes les catégories" pour réinitialiser la sélection.
- **Utiliser la barre de recherche.** Si vous avez des besoins spécifiques, vous pouvez également saisir des mots-clés à droite de la page. Par exemple, si vous saisissez "newsletter", vous verrez tous les modules et services liés aux newsletters. Vous pouvez également rechercher des modules par nom de module ou par auteur. Pour supprimer un mot-clé, cochez la case correspondante. Pour réinitialiser la recherche, cliquez sur la croix bleue située à droite de la barre.

Vous pouvez utiliser la barre de recherche et les catégories simultanément pour affiner les résultats de votre recherche.

The screenshot shows a search results page for modules. At the top, there's a search bar with placeholder text "Search modules: keyword, name, author...". Below the search bar, a dropdown menu says "Categories" with a downward arrow. To the right of the search bar are icons for sorting by price, popularity, and rating. A message at the top left says "212 modules and services selected for you" with a question mark icon. On the right, there are buttons for "- Sort by -" and sorting options: "Sort by -" (with a dropdown arrow), "Grid" (with a grid icon), and "List" (with a list icon).

The main area displays six module cards:

- Responsible Purchase Reforest'Action** v1.0.3 - by 202 ecommerce: A module for eco-friendly purchases. It has a green tree icon, a 5-star rating with 9 reviews, and an "INSTALL" button.
- Customer Follow-up** v1.7.0 - by PrestaShop: A module for customer follow-up via email. It has a person icon, a 5-star rating with 6 reviews, and an "INSTALL" button.
- Realex Payments** v1.8.3 - by Coccinet: A module for online payments. It has a yellow "P" logo icon, a 5-star rating with 6 reviews, and an "INSTALL" button.
- Easy Places** v1.0.1 - by Presta-Module: A module for address autofill. It has a location pin icon, a 5-star rating with 1 review, and a price of \$44.99.
- blockviewed** v1.3.1 - by PrestaShop: A module for layered navigation. It has a camera icon, a 5-star rating with 275 reviews, and an "INSTALL" button.
- Advanced Search 4** v4.11.3 - by Presta-Module: A module for advanced search. It has a magnifying glass icon, a 5-star rating with 275 reviews, and a price of \$219.99.

Si votre recherche ne renvoie aucun résultat, un lien vous invite à accéder à la marketplace Addons où vous trouverez davantage de modules.

Filtrer les modules

En plus de l'option de recherche, vous pouvez également trier les modules à l'aide des filtres suivants :

- **Nom.** Trie les modules par nom, de A à Z.
- **Prix croissant.** Affiche les modules en commençant par le moins cher. Les modules gratuits seront affichés en haut de la liste, triés par ordre alphabétique.



- **Prix décroissant.** Affiche les modules en commençant par le plus cher.
- **Popularité.** Trie les modules et les services en fonction de leur note sur Addons. Les modules intégrés sont affichés en premier car ils n'ont pas d'évaluation disponible sur Addons.



Qu'est-ce qu'un module intégré ?

Les modules intégrés (ou natifs) sont disponibles dans votre boutique dès l'installation. Certains sont déjà pré-installés pour vous aider à exécuter votre boutique (vous les trouverez dans l'onglet "Modules installés"), tandis que d'autres sont disponibles dans l'onglet "Sélection". Vous pouvez choisir de les installer ou non, en fonction de vos besoins. Ils couvrent les bases de l'e-commerce et sont disponibles gratuitement.

Affichage des résultats

Il existe deux options pour afficher la liste des modules.

- **Vue en mosaïque.** Chaque module est affiché dans une carte ce qui offre plus d'espace pour afficher l'information.
- **Vue en liste.** Chaque module est affiché sur une ligne, permettant d'afficher plus de modules à la fois. Vous y trouverez les mêmes informations que pour la vue en mosaïque, à l'exception de la popularité.

The screenshot shows the PrestaShop Addons selection interface. At the top, there's a search bar with placeholder text "Search modules: keyword, name, author...". Below it, a message says "212 modules and services selected for you". The interface is divided into several sections, each containing a module card:

- Mediafinanz debt management** by mediafinanz (v1.0.1 - by Silbersaiten): A free module for managing debts. Description: "Your customer is not paying? This free-of-charge mediafinanz module will enable you to transfer outstanding claims from your order overview to the collection experts for further processing ...". Includes a "Read More" link and an "INSTALL" button.
- Sips - Atos Worldline** by Atos Worldline (v3.1.0 - by PrestaShop): A payment solution module. Description: "The module Sips (Atos Worldline) for PrestaShop is a remote payment solution designed to provide a very high level of security and to allow customers to use all of its functionalities with all distanc ...". Includes a price of "\$224.99" and a "Read More" link.
- Print Labels Pro** by Print Labels Pro (v2.2.9 - by PrestaShop): A module for automating delivery label preparation. Description: "Save valuable time by automating the preparation of your delivery labels! Prepare and print your delivery labels, and stick them right on the packages for the orders you're shipping ...". Includes a price of "\$44.99" and a "Read More" link.
- Google Merchant Center (Google Shopping)** by Business Tech (v4.4.0 - by Business Tech): An advanced Google Merchant Center module. Description: "The most advanced Google Merchant Center module to upload your products to Google Shopping and get thousands of new, highly qualified visitors on your online shop ...". Includes a price of "\$114.99" and a "Read More" link.
- Ingenico ePayments** by ingenico (v3.0.1 - by PrestaShop Partners): An online payment services module. Description: "Ingenico ePayments*: Online payment services to boost conversion We offer innovative ecommerce solutions for more than 160,000 customers in Europe and worldwide *Formerly known as Ogone&n ...". Includes a "Read More" link and an "INSTALL" button.

En cliquant sur "En savoir plus", vous trouverez plus de détails sur chaque module ou service.



Informations sur les modules et services

Chaque module présente un ensemble d'informations pour vous guider dans vos choix.

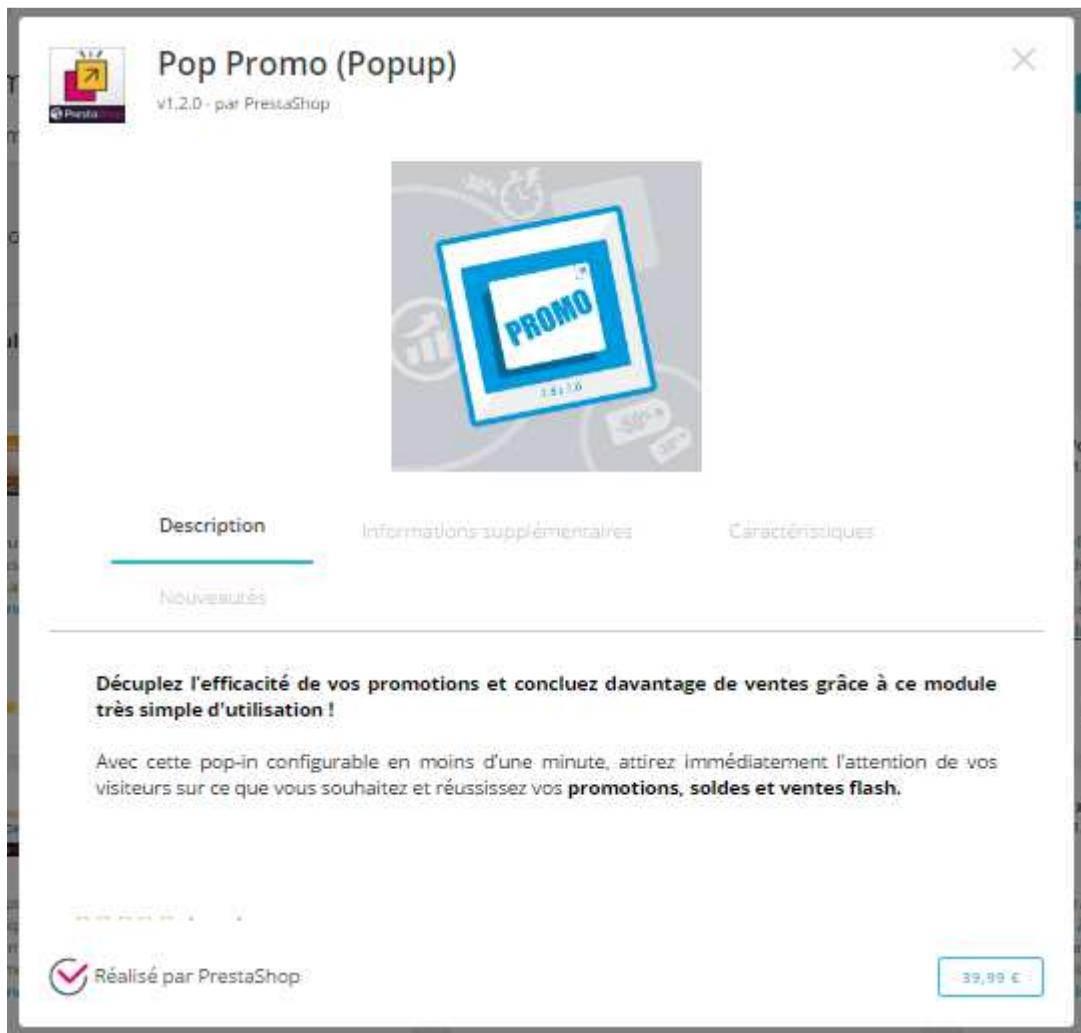
- **Nom de module.** Le nom du module.
- **Auteur du module.** Le créateur du module.
 - "Par PrestaShop" est utilisé pour les modules intégrés ou les modules créés par PrestaShop et vendus sur la marketplace Addons.
 - "Partenaires PrestaShop" identifie les modules développés par les partenaires officiels de PrestaShop, qui sont souvent gratuits.
 - "Par les développeurs de la communauté" inclut les contributeurs individuels ou les agences de la communauté PrestaShop dont les modules sont disponibles sur Addons.
- **Version du module.** La version du module que vous installerez.
- **Description.** Une courte phrase pour décrire le module ou le service, et comment il peut vous rendre service.
- **Popularité.** L'évaluation du module telle que disponible sur Addons (à l'aide de cinq étoiles) et le nombre de votes.

En savoir plus

Si les informations de base sont insuffisantes, cliquez sur "En savoir plus" pour obtenir plus de détails. Une fenêtre contextuelle s'ouvre, avec une image du module (son icône ou parfois une capture d'écran) et plusieurs onglets. Ces informations sont fournies par l'auteur du module et peuvent varier d'un module à l'autre, tant en termes de quantité que de qualité.

- **Description.** Une brève présentation du module.
- **Informations supplémentaires.** Informations plus détaillées.
- **Bénéfices.** Ce que le module apportera à votre boutique.
- **Caractéristiques.** Caractéristiques à attendre du module.
- **Vidéo de démo** (facultatif). Une brève vidéo de présentation du module.
- **Changelog** (facultatif). Une liste des nouveautés de la dernière version du module, avec ce qui a été amélioré ou ajouté.





Certains badges peuvent s'afficher en bas de la fenêtre contextuelle :

- **Réalisé par PrestaShop.** Ce module a été développé par l'équipe PrestaShop.
- **Partenaire officiel.** Ce module a été développé par un partenaire PrestaShop ou une agence partenaire.
- **Coup de cœur.** Ces modules ont été récompensés par l'équipe PrestaShop pour leur simplicité d'utilisation ou leur efficacité !



Installer ou acheter un module

Une fois que vous avez choisi un module, vous pouvez effectuer trois actions différentes, en fonction du type de module.

- **Installer.** Les modules gratuits ont un bouton "Installer". En cliquant dessus, le module sera installé sur votre boutique. Une fois installé, un nouveau menu s'affichera pour gérer votre module : vous pouvez configurer, désinstaller, désactiver, désactiver sur mobile ou réinitialiser le module. Pour plus d'informations, reportez-vous à la section "Modules installés".
- **Acheter.** Pour les modules payants, au lieu d'afficher "Installer", le bouton affichera le prix du module. En cliquant dessus, vous serez redirigé sur la page Addons du module, où vous pourrez terminer l'achat. N'oubliez pas de lier votre boutique à votre compte Addons afin de récupérer automatiquement le module et ses mises à jour dans votre boutique !
- **Découvrir.** Les services ont un bouton "Découvrir". En cliquant dessus, vous serez redirigé sur la page Addons du service qui permet d'en savoir plus et de souscrire au service.

Une fois un module installé, il sera affiché dans la liste des modules de l'onglet "Modules installés", dont il est question dans le chapitre suivant.

Installer un module manuellement

Une fois que vous avez téléchargé un module depuis le site Addons, il vous revient de l'installer sur votre boutique PrestaShop.

Si vous n'avez pas lié votre boutique à votre compte Addons, vous pouvez utiliser deux manières d'installer un module : soit à l'aide d'un formulaire dédié, soit à l'aide de votre client FTP.

Installer à l'aide du formulaire de téléchargement

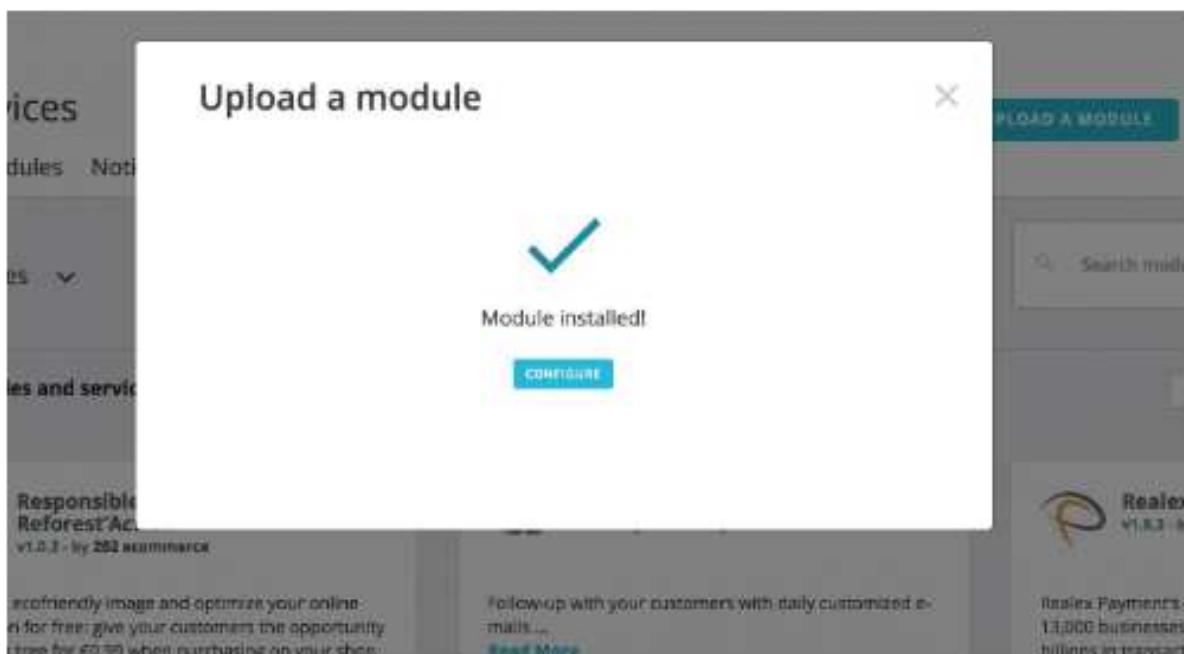
Pour installer un nouveau module PrestaShop de manière "automatique", cliquez sur le lien "[Mettre un module en ligne](#)", en haut de la page. Une nouvelle fenêtre contextuelle apparaît alors.



Ce bloc vous permet de mettre en ligne l'archive du module, tel que téléchargé depuis Addons. Vous pouvez au choix mettre en ligne un fichier **.zip** ou un **.tar.gz**. Il suffit de faire glisser le fichier du module ou de sélectionner le fichier téléchargé en cliquant sur "Sélectionner un fichier". Ne sélectionnez pas le dossier décompressé à partir de l'archive, ni l'un de ses fichiers : juste l'archive compressée !

Une fois le fichier détecté, PrestaShop se charge de télécharger le module depuis votre ordinateur, de le décompresser, de placer ses fichiers au bon endroit, et de mettre à jour la page, le tout en quelques secondes. PrestaShop affichera ensuite le message "Module installé !".





Les modules ne sont pas installés par défaut : vous devez cliquer sur le bouton "Installer" du module et configurer ses paramètres via l'onglet "Modules installés".

Une fois la configuration terminée, assurez-vous de tester le module immédiatement pour vérifier qu'il fonctionne comme prévu.

Installer à l'aide d'un client FTP

Vous pouvez également choisir d'installer un module pour vous même, à l'aide d'un client FTP.

Pour installer un module PrestaShop manuellement :

1. Décompressez l'archive **.zip** du module. Vous devriez obtenir un nouveau dossier ;
2. A l'aide de votre client FTP, placez ce dossier dans le dossier **/modules** de PrestaShop. Faites bien attention à ne pas l'envoyer dans le dossier d'un autre module (ce qui peut facilement arriver lors d'un glisser/déposer à la souris). Mettez en ligne le dossier lui-même, pas seulement les fichiers qu'il contient ;
3. Rendez-vous dans votre back-office, dans l'onglet "Modules" ;
4. Localisez le nouveau module dans la liste de modules. Vous aurez sans doute à faire défiler la page, mais vous pouvez également utiliser le moteur de recherche de la liste, qui devrait vous donner une liste dynamique de modules correspondants au mot saisi ;
5. Dans la ligne du nouveau module, cliquez sur le bouton "Installer".
6. Votre module est maintenant installé, et devrait être également activé. Si besoin est, cliquez sur le lien "Configurer". Faites attention à tout avertissement qui puisse être affiché par PrestaShop.

Une fois la configuration terminée, assurez-vous de tester le module immédiatement pour vérifier qu'il fonctionne comme prévu.



 Les modules peuvent venir de nombreuses sources, et toutes ne sont pas recommandables. C'est la raison pour laquelle PrestaShop affiche parfois un avertissement pour les modules non sûrs – c'est à dire les modules qui n'ont pas été vérifiés par PrestaShop à l'aide de sa place de marché Addons. Cette fenêtre vous permet de choisir si vous voulez continuer l'installation sans recevoir d'autres notifications, ou arrêter l'installation.

L'installation d'un module intégré (natif) ou d'un module provenant d'Addons ne déclenche pas l'affichage de cette fenêtre.

Se connecter à la marketplace Addons

PrestaShop Addons est la marketplace centrale qui permet d'obtenir de nouveaux modules et des thèmes pour votre boutique. Les utilisateurs Addons sont des citoyens de première ordre quand il s'agit de gestion des modules ! En effet, une fois votre que installation de PrestaShop est liée à votre compte Addons, les modules que vous obtenez sur Addons seront automatiquement importés et mis à jour ! Voilà pourquoi il est hautement recommandé de lier votre boutique à votre compte PrestaShop Addons.

Vous n'avez pas de compte Addons ?

La création d'un compte est simple et gratuite. Cliquez sur le bouton "Se connecter à la marketplace Addons", puis cliquez sur le lien "Inscrivez-vous", vous serez redirigé vers :
<https://addons.prestashop.com/fr/login>

 CONNECT TO ADDONS MARKETPLACE

Depuis cette page, vous pourrez créer un compte et parcourir tous les modules et les thèmes disponibles sur notre marketplace Addons.



You have already an account ?

If you already have an account Addons, click on the "Connect to the Addons marketplace" button to open the connection window.

Connect to Addons marketplace

Link your shop to your Addons account: it will automatically import the modules you purchased. Don't have an account yet? [Sign up now](#)

Email address

Password

Remember me

LET'S GO!

[Forgot your password?](#)

Enter your credentials, check "Remember me", then click on "Let's go!" and voilà your PrestaShop store linked to your Addons account. It will compare the installed modules with the latest versions available on Addons, to always ensure you benefit from the latest version !



Modules installés

Vous pouvez installer, configurer et mettre à jour chacun de vos modules installés. Ce chapitre explique comment gérer vos modules depuis l'onglet "Modules installés".

The screenshot shows the 'Modules installés' (Installed modules) section of the PrestaShop back office. At the top, there are tabs for 'Selection', 'Installed modules' (which is selected), and 'Notifications'. Below the tabs are filters for 'Categories' and 'Show all modules', a search bar, and buttons for 'Last access' and 'Bulk Actions'. A total of 35 installed modules are listed. Each module entry includes a thumbnail, the module name, its version, the developer, a brief description, and configuration and disable buttons.

Module	Description	Actions
Cron tasks manager	Manage all your automated web tasks from a single interface.	Configure, Disable
Dashboard Activity	Adds a block with your store's forecast.	Configure, Disable
Dashboard Goals	Adds a block with a table of your latest orders and a ranking of your products ...	Configure, Disable
Dashboard Products	Adds a block with a graphical representation of the development of your store(s) based on selected key data.	Configure, Disable
Dashboard Trends		Configure, Disable

La liste des modules

Cette liste vous permet de trouver rapidement le module que vous souhaitez configurer ou pour lequel vous souhaitez modifier des paramètres.

Elle est divisée en 3 sections :

- **Modules installés.** Il s'agit des modules que vous avez ajoutés à votre boutique, en les achetant sur PrestaShop Addons ou en les chargeant directement.
- **Modules intégrés.** Ces modules PrestaShop sont préinstallés lorsque vous créez votre boutique. Ils couvrent les bases de l'e-commerce et sont gratuits.
- **Modules de thème.** Chaque thème installé comprend son propre jeu de modules. Vous y trouverez tous les modules liés à votre thème actif.

Si vous souhaitez trouver un module rapidement, vous pouvez rechercher un module spécifique ou filtrer les modules pour trouver celui de votre choix.

The screenshot shows the search and filter interface for the 'Modules installés' list. It features a search bar with placeholder text 'Search modules: keyword, name, author...', dropdown menus for 'Categories' and 'Show all modules', and buttons for 'Last access' and 'Bulk Actions'.



- **Champ de recherche.** Permet de rechercher un module à partir de son nom, de son auteur ou de mots-clés.
- **Sélecteurs de tri.** La liste est automatiquement actualisée lorsque vous faites une sélection et affiche des modules en fonction de tous les paramètres en cours.
 - **Catégories.** Sur la gauche, vous trouverez une liste des catégories existantes, et le nombre de modules concernés entre parenthèse. Cliquez sur la catégorie pour afficher les modules qui y sont rattachés.
 - **Afficher tous les modules.** Permet faire la distinction entre modules activés et modules désactivés. Seuls les modules activés peuvent être configurés, voilà pourquoi ce sélecteur est important.
 - **Dernière utilisation.** Si vous utilisez souvent le même module, cette option vous permettra de trouver facilement les derniers modules sur lesquels vous avez travaillé.
 - **Nom.** Trie les modules par ordre alphabétique, de A à Z.

Les modules peuvent avoir l'un des 4 états suivants :

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



Différence entre désactivation et désinstallation

Si vous ne souhaitez plus utiliser un module, vous pouvez au choix le désactiver ou le désinstaller. Le résultat de ces deux actions est a priori le même : le module n'est pas actif, ses options n'apparaissent plus dans votre back-office, et les éléments qu'il a pu ajouter au front-end disparaissent.

La différence se tient dans ce que la désactivation du module conserve la configuration de celui-ci, afin de pouvoir tout récupérer lors d'une éventuelle réactivation, tandis que la désinstallation supprime les données de configuration.

De fait, vous ne devriez ne désinstaller un module que si vous ne vous souciez plus de ses données ou si vous êtes certain que vous n'en aurez plus besoin. Dans le cas où vous ne voudriez même pas du module sur votre boutique, vous pouvez même cliquer sur le lien "Supprimer".



Effectuer des actions sur les modules

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

- Modules désinstallés :
 - **Installer.** Cette action déclenchera l'installation du module sur votre boutique PrestaShop. Le module sera automatiquement activé. Il se peut qu'il ajoute de nouvelles options à votre back-office.
- Modules installés :
 - **Mettre à jour.** Votre boutique PrestaShop se met régulièrement en contact avec le serveur d'Addons pour vérifier si des mises à jour disponibles pour vos modules. Si une mise à jour est trouvée pour l'un de vos modules, le nom de son bouton devient "Mettre à jour". Il vous suffit de cliquer dessus pour que PrestaShop télécharge et mette à jour le module.
 - **Activer.** Pour les modules qui n'ont jamais été désactivés, ajoutez de nouvelles options à votre back-office.
 - **Activer sur mobile.** Cette option permet d'activer l'affichage du module en front office pour les appareils mobiles (smartphones, etc.).
 - **Configurer.** Certains modules disposent d'une page de configuration. Dans ce cas, ils affichent un lien "Configurer" pour accéder à une nouvelle interface, d'où vous pourrez ajuster leurs réglages.
 - **Désactiver.** Lors de son installation, un module est activé par défaut. Vous pouvez le désactiver, ce qui enlèvera ses options de votre back-office mais conservera ses réglages en vue d'une possible réactivation.
 - **Désactiver sur mobile.** Cette action désactivera la vue front-office du module pour les appareils mobiles (smartphones, etc.).
 - **Réinitialiser.** Cette action remet les réglages par défaut de ce module.
 - **Désinstaller.** Cette action désactive le module. Pour également supprimer tous ses fichiers et ses données, sélectionnez l'option "Supprimer le dossier du module après la désinstallation."

Ces actions peuvent être effectuées individuellement sur chaque module ou en masse, grâce au menu "Actions groupées" à droite.

Désinstallation d'un module

 **Ne supprimez pas les modules en les plaçant directement dans la corbeille à l'aide de votre client FTP ! Laissez PrestaShop s'en charger.**

Quand vous souhaitez arrêter d'utiliser un module temporairement tout en conservant sa configuration, vous pouvez simplement le désactiver. Il vous suffit de cliquer sur le lien "Désactiver". Les actions deviendront "Activer" et "Supprimer" mais le bouton "Désinstaller" reste visible.

Si vous n'avez pas besoin de conserver les paramètres de configuration du module, cliquez sur le bouton "Désinstaller". Le dossier du module restera dans le dossier /modules, mais le module n'aura plus d'impact sur votre boutique.

Si vous souhaitez supprimer définitivement le module de votre serveur, cliquez sur le lien "Supprimer" : PrestaShop supprimera alors le dossier et l'ensemble des fichiers du module.

 Assurez-vous que la désactivation ou la suppression du module n'endommage pas le thème.



Notifications des modules

Il est important de tenir vos modules à jour au cas où certains paramètres manqueraient ou si une nouvelle version devenait disponible. Cette page vous aide à consulter les actions à effectuer sur ces modules particuliers.

Modules à configurer

Certains modules installés peuvent parfois créer des notifications. La plupart du temps, la notification vous aide à terminer la configuration des modules qui sont installés mais pas encore prêts à être utilisés : la mise à jour de leurs paramètres fera disparaître la notification et votre module fonctionnera correctement.

Modules à mettre à jour

Lorsqu'une mise à jour est disponible sur le site Addons, PrestaShop vous tient informé et un bouton "Mettre à jour" s'affiche. Cliquez sur ce bouton pour mettre à jour vos modules. Avant de mettre à jour votre module, vous pouvez consulter le changelog pour consulter les nouveautés de cette version. Vous devez vérifier le comportement de vos modules suite à la mise à jour : est-ce que ces fonctionnalités fonctionnent correctement ?



Catalogue de modules

PrestaShop est livré avec plus de 100 modules. Vous pouvez toutefois en ajouter d'autres si vous vous sentez limité par les modules existant, ou si vous souhaitez explorer d'autres possibilités.

Il y a un grand nombre de modules disponibles sur le site [PrestaShop Addons](#). Certains sont gratuits, d'autres payants, et vous trouverez sûrement les modules qui correspondent à vos besoins ! Si vous êtes un développeur de modules ou un designer de thème averti, vous pouvez même proposer vos créations et les vendre sur Addons !

The screenshot shows the PrestaShop Addons marketplace homepage. At the top, there's a search bar with placeholder text "Rechercher sur PrestaShop Addons" and a button "ex: SEO, Paypal, Marketing ...". Below the search bar, there's a section titled "Soyez visible" with a sub-section "C'est l'élément indispensable à votre réussite". It features three modules: "Newsletter & Statistiques Mailchimp - 1.6 & 1.7" by PrestaShop, "SEO Expert (Référencement) par PrestaShop", and "Amazon Market Place par Common-Services". Each module has a thumbnail, a title, a brief description, a rating (e.g., 4.5 stars), a price (e.g., 129,99 €), and a "DÉCOUVRIR" button. Below this, there's a section titled "Boostez vos ventes" with a sub-section "et le chiffre d'affaires de votre boutique !". It features three more modules: "Pop Promo (Popup) par PrestaShop", "Bons de réduction automatiques Fidélisation par PrestaShop", and "Labels et Stickers personnalisables par PrestaShop". Each module has a thumbnail, a title, a brief description, a rating (e.g., 4.5 stars), a price (e.g., 39,99 €), and a "DÉCOUVRIR" button. There are also "Sur PrestaShop Addons" links and "Voir tous les modules de Trafic >" and "Voir tous les modules de Conversions >" links.

La page "Catalogue de modules" vous donne un accès rapide et facile à la base de données Addons de modules et de thèmes. Son interface se comprend rapidement :

- Un champ de recherche, grâce auquel vous pouvez découvrir tout le contenu d'Addons.
- Quelques sélections thématiques de modules que vous pouvez acheter directement, qui répondent à vos objectifs business :
 - Etre visible
 - Booster ses ventes
 - Augmenter le panier moyen
 - Créer de la confiance avec un paiement sécurisé
 - Proposer la rapidité pour vos livraisons
 - Modules partenaires gratuits

Le fait de lancer une recherche vous enverra sur le site Addons, où plus d'options sont disponibles.



En cliquant sur un résultat, vous ouvrez sa page Addons dans un nouvel onglet de votre navigateur web.



Addons est la place de marché officielle pour les modules et thèmes de PrestaShop.

C'est là que les propriétaires de boutiques peuvent trouver tout ce qui leur est nécessaire pour personnaliser leur site, et que les développeurs/designers peuvent partager leurs créations avec la communauté.

Les modules et thèmes peuvent être gratuits ou payants : le prix est fixé par l'auteur. Prenez le temps de parcourir les rubriques de modules et thèmes, car un module cher n'est pas forcément meilleur.

Vous devez être connecté avant de pouvoir télécharger un produit ou lui donner une note.
L'inscription est gratuite.



Personnaliser l'apparence de votre boutique

L'apparence de votre boutique joue un rôle important dans la perception de votre identité de marque, elle est essentielle pour comprendre l'expérience qu'auront les visiteurs de votre marque. Au-delà des couleurs, des formes ou des polices choisies, l'apparence de votre boutique passe aussi par le contenu de votre boutique, et comment vous l'agencez.



Thème et logo

Tout est dit dans le titre : cette page vous permet de gérer vos thèmes, et c'est ici que vous pouvez mettre à jour vos différents logos.

Votre thème actuel

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

- Nom du thème ;
- Version du thème ;
- Nom de l'auteur du thème ;
- Miniature du thème.

A screenshot of the 'Thème actuel' (Current Theme) section in the PrestaShop back office. On the left, there is a preview of the theme's homepage with product categories like 'SAMPLE 1', 'EXCEPTEUR', 'DÉCAPAGE', and 'FONCTIONNEL'. To the right, the theme details are shown: 'classic version 1.0.0' by 'Conçu par PrestaShop Team'. Below this, a section titled 'Configurez la disposition de vos pages' (Configure page layout) allows users to choose from various page layouts. At the bottom, there are tabs for 'LOGO', 'LOGOS POUR E-MAILS ET FACTURES', and 'FAVICONS'. The 'LOGO' tab is active, showing a placeholder for the 'Logo de l'en-tête' labeled 'CLASSIC'. Buttons for 'Choisir la mise en page' (Select layout) and 'Réinitialiser' (Reset) are also present. At the very bottom, there are links to 'Voir le catalogue de thèmes' (View theme catalog) and 'Enregistrer' (Save).

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

Configurer la disposition des pages



Selon les options offertes par votre thème, vous avez la possibilité de personnaliser la mise en page de ses différents types de pages. Choisissez combien de colonnes afficher, de quelle taille et autres détails liés à la structure de votre thème.

En cliquant sur "Choisir la mise en page", vous arrivez sur une nouvelle page qui liste les différents types de pages de votre thème (page produit, page catégorie, panier, etc.). Pour chaque type de page, vous pouvez choisir la mise en page par défaut.

Pour le thème par défaut de PrestaShop, Classic, voici les options possibles :

- Pleine largeur - Aucune colonne, idéal pour les pages exemptes de toute distraction, comme les pages produits
- 3 colonnes - Une colonne centrale et deux colonnes latérales
- 2 colonnes, petite colonne à gauche - Deux colonnes, dont une plus petite à gauche.
- 2 colonnes, petite colonne à droit - Deux colonnes, dont une plus petite à droite.

Cliquez sur "Enregistrer" pour que vos choix soient pris en compte.

Au cas où vous souhaiteriez revenir à la configuration par défaut, cliquez simplement sur le bouton "Réinitialiser" de la page "Thème et logo".

Logos

Modifier le logo de votre boutique est souvent l'une des premières étapes de la personnalisation de votre boutique. Grâce aux différentes options disponibles, vous pouvez non seulement modifier le logo principal de votre boutique (visible sur la page d'accueil), mais également les logos présents ailleurs sur votre boutique :

- **Logo de l'en-tête.** Le logo qui apparaîtra sur toutes les pages de votre boutique.
- **Logos pour les factures et les e-mails.** Les logos qui apparaîtront respectivement sur les e-mails de notification, et les factures de votre boutique.
- **Favicon.** La favicon de votre boutique, affichée à la gauche des onglets de votre navigateur web.



Le thème par défaut utilise un logo "Classic". Il est très fortement recommandé de changer toutes les instances de ce logo et de les remplacer par le vôtre !



En mode multiboutique, vous pouvez appliquer ces modifications à toutes les boutiques ou à un groupe de boutiques d'un coup, à l'aide du sélecteur multistore.

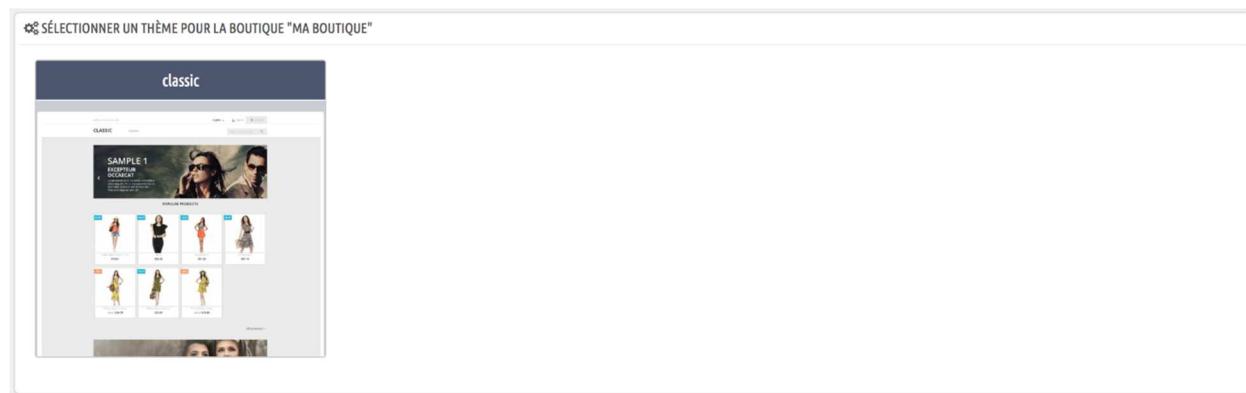
En bas à gauche, un bouton "Consulter le catalogue de thèmes" vous ouvre une page de la place de marché PrestaShop Addons, où vous trouverez plus de thèmes.

Sélectionner le thème pour la boutique <nom de la boutique>

C'est dans cette section que vous allez choisir le thème actuel de votre boutique, dès lors que vous avez au moins deux thèmes disponibles. L'interface vous présente une liste de miniatures des thèmes actuellement disponibles sur votre installation PrestaShop, et il vous revient de choisir le thème que vous souhaitez utiliser.



Cette section affiche simplement les miniatures des thèmes disponibles, avec leurs noms.



Placez le curseur de votre souris sur la miniature pour afficher un menu avec deux options :

- **Utiliser ce thème.** Cela remplacera votre thème actuel par ce thème.
- **Supprimer ce thème.** Cela supprimera les fichiers de ce thème de votre serveur web.



En mode multiboutique, vous ne pouvez pas appliquer un thème à toutes les boutiques ou à un groupe de boutiques ; vous devez sélectionner une boutique dans le sélecteur multiboutique, puis choisir un thème.

Importer un thème

Vous pouvez ajouter un thème et l'installer (avec ses modules attachés) grâce au bouton "Ajouter un thème", qui ouvre un nouvel écran.

Cet écran vous présente trois méthodes pour installer un nouveau thème. Un dernier bouton vous amène au formulaire de création de thème, présenté ci-dessus.

The interface is divided into three main sections:

- IMPORTER DEPUIS L'ORDINATEUR**: A file upload field labeled "Fichier ZIP" with a browse button and an "Ajouter un fichier" button. Below it is a note: "Parcourez les fichiers de votre ordinateur et sélectionnez le fichier ZIP contenant votre nouveau thème." To the right is a "Enregistrer" button.
- IMPORTER DEPUIS LE WEB**: A text input field labeled "URL de l'archive" with a note: "Indiquez l'URL complète du fichier ZIP qui contient votre nouveau thème. Par exemple, "http://example.com/files/theme.zip"". To the right is a "Enregistrer" button.
- IMPORTER À PARTIR DU FTP**: A dropdown menu labeled "Sélectionnez l'archive" with a note: "Ce champ présente les fichiers Zip présents dans le dossier '/themes'". To the right is a "Enregistrer" button.



Quelle que soit la méthode, le processus reste le même : indiquer l'emplacement de l'archive Zip du thème, puis cliquer sur "Enregistrer". Seule la source du fichier Zip diffère :

- **Importer depuis l'ordinateur** : utilisez l'explorateur de fichiers pour trouver l'archive.
- **Importer depuis le web** : indiquez directement l'adresse web de l'archive.
- **Importer depuis le serveur FTP** : à l'aide d'un client FTP, mettez l'archive en ligne dans le dossier suivant : /themes/.

Cliquez de nouveau sur "Suivant" pour valider votre choix: le thème est maintenant installé.

Cliquez sur "Suivant" une dernière fois. Une dernière page de confirmation vous présente toutes les modifications appliquées à votre site PrestaShop. Cliquez sur "Terminer" pour mettre fin au processus.



Exporter un thème

Cette section n'est disponible que si vous avez au moins un thème installé sur votre site PrestaShop. Elle vous donne une méthode pour exporter votre module dans un format correct (en particulier, avec un fichier de configuration qui fonctionne).

Il peut se révéler très utile d'exporter un thème, que ce soit pour le sauvegarder par sécurité, pour créer une archive à donner à un ami, ou pour vendre le thème [sur le site Addons](#). L'exportateur ne fait pas que générer une archive Zip complète de votre thème, il ajoute également de nombreuses informations dans des fichiers XML, qui se révèleront très utiles lors de la mise à disposition sur Addons, et lors de l'import dans une boutique PrestaShop.

Choisissez un thème et cliquez sur le bouton "Exporter ce thème". Un formulaire de configuration apparaît, avec lequel vous pouvez configurer les paramètres du thème : auteur, nom du thème, version de compatibilité, modules liés (s'il en a), etc.

Une fois tous les paramètres en place, cliquez sur le bouton "Enregistrer". Vous obtiendrez rapidement un fichier à télécharger à l'aide de votre navigateur. Enregistrez-le sur votre disque dur, puis donnez un nom compréhensible à ce fichier au lieu de la suite de caractère. Partant de là, vous pouvez facilement partager ce thème, et s'il s'agit de votre propre création, vous pouvez également le mettre en vente sur la place de marché PrestaShop Addons, à l'adresse <http://addons.prestashop.com/>.

En direct de PrestaShop Addons !

Si vous êtes à la recherche d'un nouveau thème, PrestaShop Addons est ce qu'il vous faut ! Grâce à cette section, vous pouvez consulter les thèmes les plus populaires pour trouver de l'inspiration. Si vous voulez voir davantage de thèmes, cliquez sur "Découvrir tous les thèmes" pour être redirigé vers l'ensemble des thèmes présentés sur Addons, la marketplace officielle de PrestaShop.

Vous pouvez cliquer sur chaque image pour aller sur la page individuelle de chaque thème et obtenir plus d'information. Vous pouvez aussi utiliser la barre de recherche en bas de page pour trouver un thème selon une thématique qui correspond à votre site et votre marque.

Thème parent / enfant

Cette fonctionnalité a été introduite avec la version 1.7 de PrestaShop. Elle est utile si vous souhaitez modifier légèrement un thème (ajouter un bloc par exemple), tout en continuant de bénéficier de ses mises à jour. En effet, si vous modifiez un thème directement depuis son dossier, si vous veniez à mettre à jour ce thème, il se peut que vos modifications soient incompatibles avec la mise à jour, et que vous puissiez en bénéficier.

Grâce à un thème enfant, vous pouvez ainsi personnaliser votre thème tout en profitant de ses dernières nouveautés.



L'utilisation d'un thème enfant est un peu technique. Vous souhaitez avoir plus de détails sur l'utilisation d'un thème enfant, consultez la documentation technique : <http://developers.prestashop.com/themes/smarty/parent-child-feature.html>



Créer un thème enfant

Assurez-vous que le thème que voulez utiliser comme parent se trouve bien dans le dossier **/themes**.

Ensute vous devez créer un nouveau dossier avec un thème minimal, contentant uniquement les fichiers suivants, que vous pouvez copier du thème parent :

```
.  
└ config  
  └ theme.yml  
preview.png
```

Une fois que vous avez ces fichiers, dans le fichier du thème enfant **theme.yml**, vous devez préciser quel thème doit être considéré comme le thème parent. Dans l'exemple ci-dessous, nous avons choisi le thème PrestaShop par défaut, Classic. La valeur doit être le nom technique du thème (c'est à dire, le nom de son dossier).

Ajouter ainsi les informations suivantes au fichier **theme.yml** :

```
parent: classic  
name: childtheme  
display_name: My first child Theme  
version: 1.0.0  
assets:  
  use_parent_assets: true
```

Vous pouvez maintenant utiliser ce thème et le modifier à souhait.



Votre thème est-il si bien que d'autres marchants pourraient vous l'acheter ?

Vous pouvez le vendre sur Addons, la place de marché officielle des thèmes et modules PrestaShop : <http://addons.prestashop.com/>.



Catalogue de thèmes



Si vous êtes à la recherche d'un nouveau thème, PrestaShop Addons est ce qu'il vous faut! Vous pouvez parcourir cette page pour vous inspirer, grâce à une sélection de thèmes les plus populaires d'Addons. Si vous souhaitez voir davantage de thèmes, cliquez sur "Découvrir tous les thèmes" pour être redirigé vers l'ensemble des thèmes disponibles sur la marketplace officielle, PrestaShop Addons.

Pour avoir plus d'informations sur un thème en particulier, cliquez sur "Découvrir" : une nouvelle page de PrestaShop Addons s'ouvre, avec tous les détails concernant ce thème.

Vous pouvez aussi utiliser la barre de recherche en bas de page pour chercher un thème qui correspond à l'esprit de votre boutique.



Gérer votre contenu statique grâce aux pages

CMS - Gérer le contenu statique

PrestaShop vous permet de créer des pages de contenu aussi simplement que pour créer des pages produit, en utilisant les pages statiques. Les pages seront présentées aux clients où vous le souhaitez, grâce à la configuration de la page "Gestion des liens", et dans le menu du site, grâce au module "Menu principal".



Si vous êtes habitué aux versions précédentes de PrestaShop, tout ce qui est page et contenu statique étaient groupés sous la dénomination "CMS" (Content Management System). En 1.7, nous parlons plutôt de pages statiques.

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

PAGES LIÉES À LA CATÉGORIE "ACCUEIL" (5)						
ID	URL	Titre	Position	Affichée		
--	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="button"/>	<input type="button"/>	-	<input type="button"/>
1	livraison	Livraison	<input type="button"/> 1	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="button"/>	<input type="button"/>
2	mentions-legales	Mentions légales	<input type="button"/> 2	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="button"/>	<input type="button"/>
3	conditions-utilisation	Conditions d'utilisation	<input type="button"/> 3	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="button"/>	<input type="button"/>
4	a-propos	A propos	<input type="button"/> 4	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="button"/>	<input type="button"/>
5	paiement-securise	Paiement sécurisé	<input type="button"/> 5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="button"/>	<input type="button"/>

La colonne "Position" vous permet d'ordonner les pages pour éventuellement modifier leur ordre d'affichage sur votre boutique, dans la page "Plan du site".



N'oubliez pas de créer autant de versions de la page qu'il y a de langues sur votre boutique ! Comme toujours, cliquez sur le sélecteur de langue à côté de chaque champ afin de changer de langue.



Créer une catégorie de pages

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

The screenshot shows the 'CATÉGORIE CMS' creation form. It includes fields for Nom (Name), Affichée (Visible) (set to OUI), Catégorie parente (Parent Category) (set to Accueil), Description, Balise titre, Meta description, Meta mots-clés, and URL simplifiée. Each field has a language dropdown (fr). At the bottom are 'Annuler' and 'Enregistrer' buttons.

Le formulaire est assez simple :

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

Quand vous enregistrez la nouvelle catégorie, PrestaShop vous renvoie à la liste des pages, mais en prenant la nouvelle catégorie comme base. Ainsi, vous n'y trouverez aucune page ou catégorie enfante, à moins de n'en créer une dans la foulée.

Pour revenir à la catégorie racine, cliquez sur "Accueil" en haut à gauche. Vous pouvez modifier chaque nouvelle page depuis la catégorie racine, et ensuite les déplacer dans les catégories qui conviennent.

✓ Pour créer des sous-catégories, lors de la création d'une catégorie, remplacez simplement la valeur "Accueil" de l'option "Catégorie parente" par la catégorie que vous souhaitez associer comme catégorie parente.



Créer une page

Cliquez sur le bouton "Ajouter une page" pour atteindre le formulaire de création :

The screenshot shows the 'PAGE' creation form. At the top, there's a dropdown for 'Catégorie de pages' set to 'Accueil'. Below it are fields for 'Balise titre' (Title), 'Meta description', 'Meta mots-clés' (Keywords), and 'URL simplifiée' (Simplified URL). A WYSIWYG editor toolbar is shown below these fields. Further down, there are two sections: 'Indexation par les moteurs de recherche' (Search engine indexing) with 'OUI' and 'NON' buttons, and 'Affichée' (Visible) with 'OUI' and 'NON' buttons. At the bottom right are 'Enregistrer et prévisualiser' (Save and preview) and 'Enregistrer' (Save) buttons. On the left side, there's a 'Annuler' (Cancel) button.

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

En cliquant sur le bouton "Enregistrer et prévisualiser", vous pourrez voir la page dans le contexte graphique de votre boutique.

Une fois que tous les champs sont remplis, cliquez sur "Enregistrer". Si la page est active, vous pourrez voir le résultat immédiatement sur votre boutique en ligne.



Positions des modules

Positions sur le front-office

Un module peut avoir deux vues : l'un sur le back-office (ses options, ou même son écran de configuration), et l'autre sur le front-office. La partie du front-office correspond à la manière et l'endroit où le module s'affichera sur le thème de votre boutique.

L'ordre dans lequel les modules apparaissent sur votre thème peut être personnalisé, car vous pouvez par exemple souhaiter que le bloc d'un module soit placé plus haut (ou plus bas) dans une section par rapport à d'autres. Dans le jargon PrestaShop, cette démarche est appelée "greffe" (en anglais, *transplanting*), et se pratique en utilisant l'outil disponible depuis la page "Positions" du menu "Design". Dans les faits, cela vous permet d'attacher un module à l'un des nombreux points d'accroche disponibles dans le thème actuel, sans écrire de code.

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



displayLeftColumn

2 Modules

This hook displays new elements in the left-hand column

		Liens des catégories - v1.0 Ajoute un bloc proposant une navigation au sein de vos catégories de produits	
		Navigation à facettes - v1.1 Affiche un bloc permettant une recherche sur plusieurs filtres à la fois.	

displayNav

4 Modules

		Panier - v1.0 Ajoute un bloc avec le contenu du panier du client	
		Bloc sélecteur de langue - v1.0 Ajoute un bloc permettant à vos clients de sélectionner la langue de votre boutique.	
		Bloc devises - v1.0 Ajoute un bloc permettant au client de choisir sa devise	
		Lien de connexion client - v1.0 Ajoute un bloc avec des liens utiles pour le client (login, déconnexion...)	

displayPaymentReturn

2 Modules

		Chèque - v1.0 Ce module vous permet d'accepter des paiements par chèque.	
		Transfert bancaire - v1.0 Accepter les paiements par virement.	

displayProductButtons

1 Module

This hook adds new action buttons on the product page

		Boutons de partage sur réseaux sociaux - v1.0 Affiche des boutons de partage sur les réseaux sociaux (Twitter, Facebook, Google+ et Pinterest) sur chaque fiche produit.	
--	--	---	--

En haut de la page, un menu déroulant vous permet de n'afficher que les modules qui vous intéressent. Vous pouvez également rechercher un point d'accroche précis via la barre de recherche. Par défaut, cette liste n'affiche que les points d'accroche sur lesquels vous pouvez positionner des fonctions. Cochez la case "Afficher les points d'accroche invisibles" affiche tous les points d'accroche, même ceux dits "invisibles", qui sont liés à une action par exemple.

L'en-tête de chaque tableau de point d'accroche affiche le nom du point d'accroche, une courte description (si disponible), et le nombre de modules attachés. Le tableau liste tous les modules attachés.

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



Déplacer un module sur un point d'accroche

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

- Cliquez sur la flèche montante ou descendante. La page sera réactualisée et affichera le nouvel ordre.
- Glissez et déposez la ligne correspondant au module :
 1. Placez le curseur sur le numéro de position, le curseur deviendra une croix fléchée.
 2. Bougez le curseur jusqu'à la position désirée : la ligne du module sera déplacée vers cette position.
 3. Relâchez maintenant le bouton de la souris : la position est maintenant enregistrée.

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

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

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

Deux choses à savoir avant de greffer un module :

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

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



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

Le processus de greffe dispose de sa propre interface :

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



GREFFER UN MODULE

* Module	<input type="text" value="Sélectionnez un module"/>
* Greffer le module sur	<input type="text" value="Sélectionnez un module ci-dessus pour pouvoir choisir un point d'accroche"/>
Exceptions	<p>Fichiers pour lesquels le module ne sera pas affiché Veuillez saisir chaque nom de fichier séparé par une virgule (&quot;,&quot;). Vous pouvez également cliquer sur le nom du fichier dans la liste ci-dessous, et même faire une sélection multiple en gardant la touche Ctrl pressée tandis que vous cliquez, ou choisir un ensemble de noms de fichiers en gardant la touche Shift pressée tandis que vous cliquez.</p> <p>Ex : address, addresses, attachment</p> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <u>PERSONNALISÉ</u> <u>COEUR</u> address addresses attachment auth bestsales cart category changecurrency cms contact discount getfile guesttracking history identity index manufacturer myaccount newproducts order orderconfirmation orderdetail orderfollow </div>
<input style="background-color: #808080; color: white; padding: 5px; border: none; font-weight: bold; margin-right: 10px;" type="button" value="Enregistrer"/>	

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

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

Modifier un module greffé

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

Les réglages d'un module se font dans la même interface que celle utilisée pour greffer un module. La différence principale revient à ce que vous ne pouvez modifier le champs "Module", qui est désactivé et grisé. Vous ne pouvez modifier le champ "Greffer le module sur" et le réglage des exceptions, qui fonctionne tel que décrit pour la méthode "Attacher un module à un point d'accroche" ci-dessus.

GREFFER UN MODULE

* Module	<input type="text" value="Produits phares"/>
* Greffer le module sur	<input type="text" value="displayHome (Homepage content) (This hook displays new elements on the homepage)"/>
Exceptions	<p>Fichiers pour lesquels le module ne sera pas affiché Veuillez saisir chaque nom de fichier séparé par une virgule (&quot;,&quot;). Vous pouvez également cliquer sur le nom du fichier dans la liste ci-dessous, et même faire une sélection multiple en gardant la touche Ctrl pressée tandis que vous cliquez, ou choisir un ensemble de noms de fichiers en gardant la touche Shift pressée tandis que vous cliquez.</p> <p>Ex : address, addresses, attachment</p> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <u>PERSONNALISÉ</u> <u>COEUR</u> address </div>



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

Enlever un module d'un point d'accroche

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

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

Greffez un module en modifiant son code



À réservé aux experts : vous devez avoir une bonne connaissance de PHP et HTML avant de changer quoi que ce soit dans le code d'un module.

Certains modules ne peuvent être greffés dans d'autres pages car ils ne possèdent pas le code nécessaire.

Par exemple, certains modules contiennent à la fois des modèles pour l'affichage des colonnes ainsi que l'affichage de l'en-tête, tandis que d'autres n'ont qu'un seul fichier de modèle qui se rapporte uniquement à la section d'en-tête.

Si vous voulez placer des modules simples vers un emplacement pour lequel il n'a pas été conçu, vous aurez à effectuer vous-même la personnalisation.

Les modules plus complexes peuvent également être modifiés pour s'afficher dans d'autres sections de la page, mais il vous faudra pour cela les réécrire en partie afin que leur design fonctionne avec cet emplacement.

Pour personnaliser la greffe d'un module sur un point d'accroche, vous devez lui déterminez sa fonction PHP pour le point d'accroche. Par exemple, pour un module qui a cette fonction :

```
function hookTop($params)
{
    ...
}
```

Ainsi, pour le greffer dans la colonne de droite, par exemple, vous devez ajouter la fonction **hookRightColumn()** :

```
function hookRightColumn($params)
{
    ...
}
```

Ceci fait, vous devez écrire le code qui affichera le contenu pour la page d'accueil. Au mieux, cela signifiera copier/coller le contenu de la fonction **hookTop()** ; au pire, vous devrez réécrire le contenu de la fonction **hookTop()** afin de fonctionner visuellement au nouvel emplacement.



Widgets

La version 1.7 de PrestaShop a introduit un nouveau système pour greffer les modules : les widgets. Grâce aux widgets, un module peut être utilisé et transplanté sur n'importe quel point d'accroche.

Les widgets fonctionnent avec les modules spécifiques à la 1.7 (les modules PrestaShop concernés ont un nom technique commençant par "ps_"), et ne peuvent pas être utilisés sur des modules antérieurs.

Pour en savoir plus sur les widgets (en anglais) :

<http://developers.prestashop.com/module/40-Widgets/widget.html?highlight=widget>



Paramètres des images

Préférences des images

La page de préférences "Images" vous permet de configurer les diverses tailles d'images telles que vues par vos clients sur la boutique.



Quand vous mettez une image en ligne via PrestaShop, le logiciel génère automatiquement différentes tailles de cette image, y compris la miniature et d'autres versions de plus petite taille (en fonction du contexte dans lequel l'image doit se trouver). C'est pourquoi vous n'avez qu'une seule version principale de votre image à mettre en ligne, suffisamment grande pour être redimensionnée dans toutes les tailles.

Si vous voulez vous assurer que votre image est bien redimensionnée, vous devriez mettre en ligne une image qui correspond au rapport de taille des autres tailles d'image. Si votre image mise en ligne n'a pas le même rapport de largeur à hauteur, vous prenez le risque de voir du blanc sur les côtés de celle-ci.

ID	Nom	Largeur	Hauteur	Produits	Catégories	Fabricants	Fournisseurs	Magasins	
--									
1	cart_default	80 px	80 px	✓	✗	✗	✗	✗	Modifier
2	small_default	98 px	98 px	✓	✗	✓	✓	✗	Modifier
3	medium_default	125 px	125 px	✓	✓	✓	✓	✓	Modifier
4	home_default	250 px	250 px	✓	✗	✗	✗	✗	Modifier
5	large_default	458 px	458 px	✓	✗	✓	✓	✗	Modifier
6	thickbox_default	800 px	800 px	✓	✗	✗	✗	✗	Modifier
7	category_default	870 px	217 px	✗	✓	✗	✗	✗	Modifier
8	scene_default	870 px	270 px	✗	✗	✗	✗	✗	Modifier
9	m_scene_default	161 px	58 px	✗	✗	✗	✗	✗	Modifier

Vous pouvez activer une taille d'image pour un contenu spécifique directement depuis la liste des tailles.

Quand vous ajoutez un nouveau thème à votre boutique, le thème ajoutera lui-même les tailles d'images dont il a besoin. Par défaut, les tailles disponibles sont celles du thème par défaut, Classic.



Ajouter une nouvelle taille d'image

Vous pouvez facilement ajouter une nouvelle taille d'image, et même configurer les types de contenus auxquels elle s'applique.

The screenshot shows a configuration interface for adding a new image size. At the top, there's a title bar with the text 'TYPE D'IMAGE'. Below it, there are several input fields and dropdown menus:

- 'Nom du type d'image' (Name of the image type) with a required asterisk.
- 'Largeur' (Width) with a required asterisk and a unit selector 'pixels'.
- 'Hauteur' (Height) with a required asterisk and a unit selector 'pixels'.
- Checkboxes for linking the new size to various content types:
 - 'Produits' (Products): OUI (YES) is selected.
 - 'Catégories' (Categories): OUI (YES) is selected.
 - 'Marques' (Brands): OUI (YES) is selected.
 - 'Fournisseurs' (Suppliers): OUI (YES) is selected.
 - 'Magasins' (Stores): OUI (YES) is selected.

At the bottom right are two buttons: 'Annuler' (Cancel) with a red X icon and 'Enregistrer' (Save) with a blue floppy disk icon.

Cliquez sur le bouton "Créer", puis :

1. Saisissez le nom de la taille, sa largeur et sa hauteur.
2. Choisissez les types de contenus liés.
3. Validez.

Préférences d'images

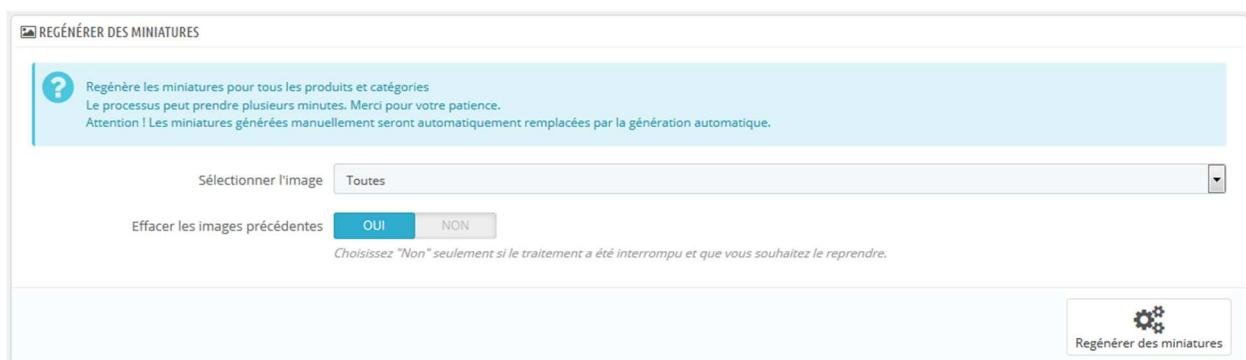
- **Qualité d'image.** Vous pouvez choisir entre deux formats : JPEG et PNG. Les deux sont bien établis au sein des navigateurs web. Le format JPEG a un bon taux de compression, mais cela peut donner des défauts visibles. L'algorithme de compression du format PNG n'est pas aussi fort, mais en comparaison, il y a moins de défauts visibles ; cependant, les navigateurs les plus anciens peuvent ne pas lire ce format.
Le choix entre l'un et l'autre se ramène souvent à une question de goût. Cela étant, le format JPEG reste le choix recommandé. Si vous préférez éviter au maximum la déperdition de qualité due au changement de format, utilisez la seconde option "Utiliser le PNG uniquement si l'image de base est au format PNG".
- **Compression JPEG.** Ne descendez pas en-dessous de 80, ou au pire 75, au risque d'avoir une forte perte d'information.
- **Compression PNG.** Ne montez pas au-dessus de 6, ou au pire 7, au risque d'avoir une forte perte d'information.
- **Générer les images en se basant sur un côté de l'image source.** Cette option vous permet de positionner l'image du produit dans un espace prédéfini :
 - Choisissez "Largeur" afin de remplir toute la hauteur du cadre (la largeur est alors recalculée pour conserver les proportions).
 - Choisissez "Hauteur" afin de remplir toute la largeur du cadre (la hauteur est alors recalculée pour conserver les proportions).
 - Choisissez "Automatique" afin que l'image occupe le plus d'espace possible, tout en conservant ses proportions.
- **Taille maximale pour l'image de personnalisation d'un produit.** Vos clients peuvent envoyer des images pour les produits personnalisables. Par défaut, PrestaShop a la valeur maximale en place dans ce champ, ce qui peut autoriser des fichiers lourds.
- **Largeur image produit.** Par défaut, les clients peuvent envoyer une image de 64 pixels de large.



- **Hauteur image produit.** Par défaut, les clients peuvent envoyer une image de 64 pixels de haut.
- **Générer des images haute définition.** Les écrans les plus récents avec une grande densité de pixels (Retina et autres technologies similaires) nécessitent des images haute résolution. Vous pouvez activer cette option pour vous assurer que vos images s'afficheront correctement sur ce type d'écrans. Cela générera un nouveau fichier pour chacune de vos images, avec une résolution deux fois plus élevée. Cela doublera le nombre de vos fichiers images, aussi utilisez cette option avec précaution si votre espace de stockage est limité.

Régénérer les miniatures

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



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



Les miniatures mises en ligne à la main seront effacées et remplacées par les miniatures générées automatiquement.

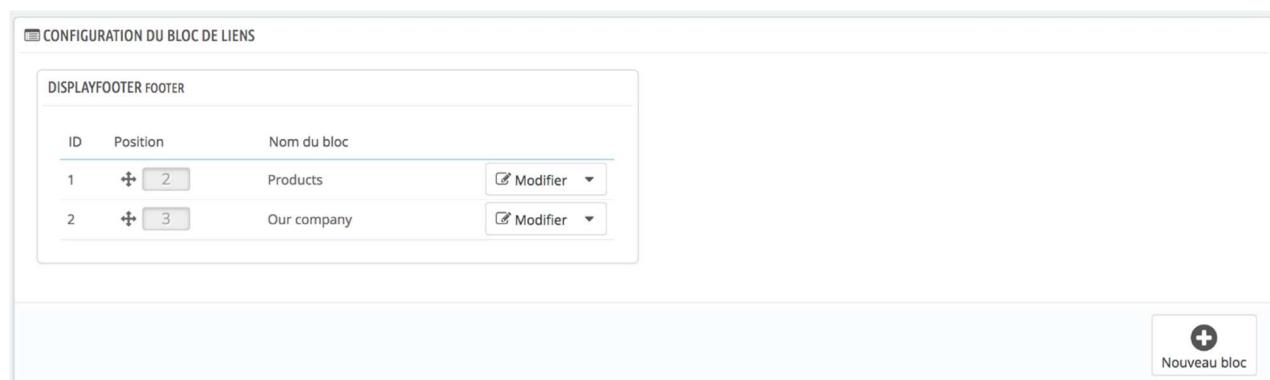


Gérer les blocs de liens

La page "Gestion des liens" est liée au module "Liste de liens", qui vous permet de gérer les différents liens et blocs de liens disponibles sur votre boutique. La page présente chacun des blocs de liens existants, à quels points d'accroche ils sont reliés et vers quelles pages statiques (de la section "Pages") les liens pointent.

 Cette page est intimement liée à la gestion des points d'accroche, il est donc recommandé d'être à l'aise avec ce concept avant d'y faire des modifications !

A l'installation de votre boutique, et si vous utilisez le thème par défaut ("Classic"), vous avez un bloc existant, pour le footer :



The screenshot shows a table titled "DISPLAYFOOTER FOUTER" with two rows. The first row contains "Products" with ID 1 and position 2. The second row contains "Our company" with ID 2 and position 3. Both rows have a "Modifier" button. A "Nouveau bloc" button is visible at the bottom right.

ID	Position	Nom du bloc	Modifier
1	2	Products	Modifier
2	3	Our company	Modifier

Ce bloc a lui-même deux blocs enfants, "Produits" et "Notre société", qui permettent de modifier les deux premières colonnes de liens affichées dans le footer de votre boutique. Les noms des deux blocs correspondent aux noms de ces deux colonnes.



The footer menu includes two main sections: "NOS PRODUITS" and "NOTRE SOCIÉTÉ".

- NOS PRODUITS**
 - Promotions
 - Nouveaux produits
 - Meilleures ventes
- NOTRE SOCIÉTÉ**
 - Livraison
 - Mentions légales
 - Conditions d'utilisation
 - A propos
 - Paiement sécurisé
 - Nous contacter
 - Plan du site
 - Magasins

Les blocs de liens

Au sein d'un bloc dit "parent", plusieurs actions sont possibles :

- Trier les blocs.** Vous pouvez modifier la position d'un bloc en le faisant glisser à sa nouvelle position, en cliquant sur les flèches de positionnement.



- **Modifier un bloc.** Si vous cliquez sur "Modifier", un nouvel écran s'affiche avec les liens actifs pour ce bloc (qui sont sélectionnés), et le point d'accroche auquel il est transplanté. Vous pouvez modifier ces données.
- **Supprimer un bloc.** Cette option permet de supprimer simplement un bloc de liens.

Créer un nouveau bloc de liens

Si vous souhaitez afficher un nouveau bloc de liens sur votre boutique, cliquez sur "Nouveau bloc" pour créer un bloc. Un formulaire de création s'ouvre avec les informations suivantes à remplir :

- Nom du bloc. C'est le titre de votre bloc de liens, tel qu'il apparaîtra sur votre boutique. Faites simple et efficace.
- Point d'accroche. Choisissez à quel point d'accroche vous souhaitez le greffer.
- Liens vers les pages. Plusieurs sections s'affichent avec toutes les pages vers lesquelles vous pouvez ajouter un lien. Sélectionnez chaque page individuellement, ou sélectionnez un groupe de page, en cochant la case en haut à gauche de chaque section (à côté de "Nom"). Par défaut, il existe déjà trois sections:
 - Pages de contenu - Accueil. Toutes les pages de contenu créées dans la catégorie "Accueil".
 - Pages produit. Les pages présentant des listes de produits, qu'ils soient nouveaux ou en promotion.
 - Contenu statique. Les pages de contenu liées à votre thème.
Si vous avez d'autres catégories de pages, elles s'afficheront également, avec les pages qu'elles contiennent.

Quand vous avez sélectionné tous les liens qui vous intéressent, cliquez sur "Enregistrer".

Un nouveau bloc s'affiche alors sur la page principale de gestion des liens, et dans votre boutique.



Gérer les livraisons

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

Le prix de livraison est calculé à l'aide d'une méthode parmi les deux disponibles : prix total de la commande, ou poids total de la commande. C'est de cette manière que la plupart des transporteurs calculent leurs tarifs d'expédition, et c'est pourquoi vous devez toujours indiquer le poids d'un produit lorsque vous le créez dans le catalogue, et c'est également pourquoi vous devez configurer les coûts au poids et au prix pour chaque transporteur dans la page "Transporteurs".



PrestaShop base ses calculs de frais de port sur un système de tranches de poids ou de tranches de prix. Ce système ne peut fonctionner que dans l'un OU l'autre des cas, pas dans les deux à la fois.

Les réglages du transport fonctionnent de concert avec les réglages locaux de votre installation PrestaShop, via le menu "International". C'est ici que vous pourrez modifier les zones géographiques, les pays, les devises et autres, grâce aux pages "Localisation" et "Zones géographiques", entre autres.

Ainsi, parcourez en profondeur le menu "International". Par exemple, pour créer un transporteur complet dans PrestaShop, vous devez clairement définir vos zones géographiques ; cela se fait dans l'onglet "Zones" de la page "Zones géographiques".



Gérer les transporteurs

Vous devez enregistrer des transporteurs dans votre installation de PrestaShop – c'est-à-dire indiquer clairement qui va livrer vos produits. Il peut s'agir de vous-même ou de votre boutique (par exemple, si vous ne vendez que des produits dématérialisés, ou si vous ne travaillez que dans votre quartier), mais dès qu'il s'agit d'expédier un colis avec des timbres et une livraison faite par un tiers, comme votre service de postes ou FedEx, UPS et autres, alors vous devez ajouter leurs détails dans la base de données de votre boutique. Cela permettra à vos clients de choisir un transporteur au mieux, en fonction de ses zones de livraison, de ses frais et de ses dates.

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

ID	Nom	Logo	Délai	État	Transporteur gratuit	Position	Actions
--	<input type="text"/>	<input type="text"/>	--	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="button" value="Rechercher"/>
1	Ma Boutique		Retrait en magasin	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="button" value="1"/>	<input type="button" value="Modifier"/>
2	My carrier		Livraison le lendemain !	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="button" value="2"/>	<input type="button" value="Modifier"/>

Par défaut, deux transporteurs sont disponibles :

- **Votre propre boutique** : ce "transporteur" représente votre boutique physique, où vos clients peuvent venir pour récupérer eux-mêmes leurs achats. Il n'a ni tranche de poids ou de prix.
- **"My carrier"** : il s'agit d'un exemple de transporteur, qui ne devrait pas être utilisé en production. Il n'a qu'une tranche de prix (de 0 € à 10 000 €) et une tranche de poids (de 0 kg à 10 000 kg).

Il vous revient de supprimer ces transporteurs par défaut et d'en ajouter de nouveaux pour vos clients. À tout le moins, vous devriez modifier le transporteur "My carrier" et remplacer ses données par celles d'un vrai transporteur : nom, détails et zones. Cependant, nous vous recommandons de supprimer le transporteur "My carrier", et d'utiliser un module de transporteur existant pour enregistrer votre partenaire de livraison dans PrestaShop.



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

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



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

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

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

Créer un nouveau transporteur à l'aide de l'assistant (Carrier Wizard)

Si vous ne trouvez pas de module pour votre transporteur, que ce soit dans les modules intégrés ou sur la marketplace Addons, vous devez alors créer votre transporteur vous-même, grâce à l'assistant que PrestaShop met à votre disposition. Cliquez sur "Créer un transporteur".

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

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

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



Premier volet : paramètres généraux

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

The screenshot shows the first step of a four-step wizard. The steps are labeled 1 Paramètres généraux, 2 Destinations d'expédition et coûts, 3 Taille, poids et groupes associés, and 4 Récapitulatif. Step 1 is highlighted in black. The form contains fields for: Nom du transporteur (Prestalivraison), Délai de livraison (2 à 3 jours), Vitesse (empty field), Logo (choose file button), URL de suivi (example: http://example.com/track.php?num=@). A note below the logo field specifies file formats (JPG, GIF, PNG) and size (8.00 Mo max). A placeholder text for the URL of tracking provides an example: "http://example.com/track.php?num=@".

Voici les informations que vous devez saisir :

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

Cliquez sur "Suivant" pour accéder au deuxième volet.



Deuxième volet : destination d'expédition et coûts

The screenshot shows the second step of the shipping configuration process. At the top, there are four tabs: 1. Paramètres généraux (disabled), 2. Destinations d'expédition et coûts (selected), 3. Taille, poids et groupes associés, and 4. Récapitulatif.

Below the tabs, there are several configuration options:

- Ajouter les frais de manutention:** Options "OUI" (disabled) and "NON".
- Frais de port offerts:** Options "OUI" (disabled) and "NON".
- Facturation:** Radio buttons for "En fonction du prix total." (disabled) and "En fonction du poids total." (selected).
- Taxes:** A dropdown menu showing "Aucune taxe".
- Comportement hors tranches:** A dropdown menu showing "Prendre la tranche la plus grande".

Plages (Ranges): This section allows defining price or weight ranges for different transporters. It includes two rows of input fields:

Sera appliquée lorsque le poids est >=	kg	0.00000
Sera appliquée lorsque le poids est <	kg	

Transporteurs (Carriers): A list of carriers with their respective cost per kilogram:

Carrier	Cost (€)
All	
Africa	
Asia	
Central America/Antilles	
Europe	
Europe (non-EU)	
North America	
Oceania	
South America	

Ajouter une nouvelle tranche: A button to add new range definitions.

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

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

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

C'est ici que l'Assistant de Création de Transporteur prend tout son sens. Avec cette interface, vous pourrez construire les tranches de prix ou de poids (en fonction de votre sélection dans l'option "Choix



de la tranche" ci-dessus), une tranche après l'autre, en appliquant vos prix pour chaque zone à chaque tranche.



Les zones doivent avoir été définies auparavant. Pour cela, rendez-vous dans la page "Zones géographiques" du menu "International".

La création de chaque tranche ne nécessite que quelques étapes :

1. **Mettre en place les limites inférieures et supérieures de la tranche que vous êtes en train de créer.** En fonction de votre choix de type de tranche, celle-ci affichera "Sera appliquée lorsque le poids est" ou "Sera appliquée lorsque le prix est" pour la limite inférieure, et "Sera appliquée lorsque le poids est" ou "Sera appliquée lorsque le prix est" pour la limite supérieure.



Notez que la limite inférieure est incluse (\geq), tandis que la limite supérieure est exclue ($<$). Cela signifie que la limite supérieure d'une tranche doit avoir la même valeur que la limite inférieure de la tranche suivante, car les deux ne se superposent pas.

2. **Indiquez les prix.** Dès que les limites inférieures et supérieures sont en place, PrestaShop rend le champ "Toutes" disponible. Il s'agit d'un champ spécial : toute valeur que vous y saisissez sera répliquée dans tous les champs des zones géographiques disponibles, sans action de votre part. Vous pouvez ensuite modifier la valeur de chaque zone individuellement. Cochez la case de chaque zone dans laquelle le transporteur livre pour cette tranche. Si le transporteur ne livre pas dans cette zone géographique pour la tranche actuelle, assurez-vous bien que la case est décochée.
3. **Créez la tranche.** Pour créer une nouvelle tranche, cliquez sur le bouton "Ajouter une nouvelle tranche". PrestaShop ajoutera une nouvelle colonne de champs pour les zones. À nouveau, mettez en place les limites inférieures et supérieures de cette tranche, puis indiquez les prix par zone.



Les unités de poids et de prix sont ceux définis par défaut dans votre installation de PrestaShop, et ceux que vos produits utilisent. Vous pouvez modifier ces unités dans la page "Localisation" du menu "International".

Cliquez sur "Suivant" pour accéder au troisième volet.



Troisième volet : taille, poids et groupes associés

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

Largeur maximum du paquet (cm)	200												
Hauteur maximum du paquet (cm)	200												
Profondeur maximum du paquet (cm)	200												
Poids maximum du paquet (kg)	500												
Accès des groupes	<table border="1"><thead><tr><th><input type="checkbox"/></th><th>ID</th><th>Nom du groupe</th></tr></thead><tbody><tr><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td>1</td><td>Visiteur</td></tr><tr><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td>2</td><td>Invité</td></tr><tr><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td>3</td><td>Client</td></tr></tbody></table>	<input type="checkbox"/>	ID	Nom du groupe	<input checked="" type="checkbox"/>	1	Visiteur	<input checked="" type="checkbox"/>	2	Invité	<input checked="" type="checkbox"/>	3	Client
<input type="checkbox"/>	ID	Nom du groupe											
<input checked="" type="checkbox"/>	1	Visiteur											
<input checked="" type="checkbox"/>	2	Invité											
<input checked="" type="checkbox"/>	3	Client											

Ce volet présente deux jeux d'options :

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

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



Quatrième volet : récapitulatif

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

Si certains réglages ne sont pas bons, vous pouvez revenir aux volets précédents en cliquant soit sur le bouton "Précédent", soit directement sur l'onglet du panneau.

Si vous souhaitez enregistrer ce transporteur comme brouillon pour le moment afin d'y revenir plus tard, désactivez-le à l'aide de l'option "Activé" en bas du volet final.

Dans tous les cas, cliquez sur le bouton "Terminer" pour enregistrer votre travail, et créer le transporteur.



Lorsque vous utilisez PrestaShop en mode multiboutique, un autre volet apparaît, et l'ordre des volets se retrouve changé :

1. Paramètres généraux
- 2. Multiboutique**
3. Destination d'expédition et coûts
4. Taille, poids et groupes associés
5. Récapitulatif

Tous les volets restent identiques à leurs descriptions ci-dessus. Le nouveau volet, "Multiboutique", vous permet de limiter ce transporteur à une sélection de vos boutiques.

Le nouvel assistant ne permet pas à l'heure actuelle de créer des tarifs de transporteur par boutique : les tarifs mis en place s'appliquent à toutes les boutiques.

Pour avoir des frais de port différents en fonction de la boutique, il vous faut créer des transporteurs différents : une version d'un transporteur (et de ses tarifs) par boutique. Utilisez ensuite l'onglet "Multiboutique" pour assigner ce transport à une boutique ou à un groupe de boutiques.



Préférences de livraison

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

Cette page présente des réglages des frais de manutention :

MANUTENTION

?

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

Frais de manutention	2	€ (HT)
Frais de port offerts à partir de	0	€
Frais de port offerts à partir de	0	kg

Enregistrer

- Frais de manutention.** Saisissez les frais de manutention par commande, qui seront ajoutés au prix total de la commande. Ces frais sont différents des coûts d'expédition : il s'agit de ce qu'il vous coûte de récupérer des colis, les emballer et les expédier. Si vous n'avez pas de coûts, mettez 0€.
- Frais de port offerts à partir de.** Indiquez un prix ou un poids à partir duquel les clients profiteront de la livraison gratuite. Par exemple, vous pourriez offrir les frais de port quand la commande dépasse les 250€. Si vous ne souhaitez pas offrir la livraison, laissez ces champs à 0.

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

OPTIONS DES TRANSPORTEURS

Transporteur par défaut ps17en

Le transporteur proposé par défaut dans votre boutique

Tri Prix

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

Trier par croissant

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

Enregistrer

- Transporteur par défaut.** Si vous avez plus d'un transporteur dans votre système, vous pourriez préférer en promouvoir un en particulier auprès de vos clients. Outre les transporteurs eux-mêmes, cette liste déroulante comporte deux options contextuelles :
 - Le meilleur prix.** En fonction du montant de la commande, de son poids et de la zone d'expédition, PrestaShop choisira le transporteur le plus intéressant pour le client.
 - La meilleure note.** Les notes de transporteurs permettent d'identifier les transporteurs les plus rapides. PrestaShop affichera le transporteur ayant, dans le contexte de la commande, le délai de livraison le plus court.



- **Tri par défaut des transporteurs.** Quand les clients se voient présentés un choix de transporteurs, vous pouvez choisir de trier la liste soit en fonction des frais de port, soit de leur position dans la liste ci-dessus.
- **Ordre par défaut des transporteurs.** Ce réglage indique l'ordre dans lequel les transporteurs sont triés :
 - Si les réglages sont sur "Prix" et "Croissant", alors les transporteurs seront affichés du moins cher au plus cher.
 - Si les réglages sont sur "Position" et "Décroissant", alors les transporteurs seront affichés depuis celui en haut de la liste, jusqu'à celui tout en bas.



Gérer les paiements

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

Le menu "Paiement" contient tout ce dont vous avez besoin pour paramétrier vos méthodes de paiement.



Modes de paiements

La page "Modes de paiements" est très simple, avec deux sections principales.

Modules de paiement actifs. Les modes de paiement actuellement activés sur votre boutique. Un bouton vous donne accès à plusieurs actions possibles sur chaque module, avec le même fonctionnement que la page Modules.

Modules de paiement recommandés. En fonction du pays de votre boutique, et de ses paramètres, PrestaShop vous propose les modes de paiements disponibles pour votre région ou les marchés que vous ciblez. Vous pouvez ainsi ajouter des méthodes de paiement qui correspondent aux usages de vos clients. Certains de ces modules sont gratuits, alors que d'autres sont payants. Pour ces derniers, vous serez redirigé vers Addons, pour acheter le module, avant de pouvoir l'installer sur votre boutique.

Installer un mode de paiement

L'installation d'un module de paiement n'est pas fondamentalement différente de celle d'un module normal : cliquez simplement sur le bouton "Installer", et il ne vous reste plus qu'à configurer le module. Vous devez faire attention à bien le configurer, et vous assurer que ses données pointent bien vers votre adresse ou votre compte bancaire. Configurer un module de paiement signifie que vous devez en premier lieu être connu de votre fournisseur de serveur de paiement, c'est-à-dire avoir un compte chez lui.



Préférences de paiement

Les préférences de paiement vous permettent de définir quel mode de paiement doit être proposé à vos clients, en fonction de la devise, du pays, du groupe client ou du transporteur utilisé. Prenez soin de bien paramétriser ces options, si vous souhaitez évitez les surprises avec vos paiements !

Restrictions des modules de paiement par rapport aux devises

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

RESTRICTIONS DES DEVISES

Veuillez cocher la case des devises pour lesquelles vous voulez rendre disponible(s) le(s) module(s) de paiement.

Restrictions des devises	Cash on delivery (COD)	Chèque	Transfert bancaire
Euro (EUR)	--	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Devise du client	--	--	--
Devise par défaut	--	--	--

 Enregistrer les restrictions

 **Ajouter une devise**

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

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

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

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

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



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

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



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

Restrictions des modules de paiement par rapport aux groupes

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

RESTRICTIONS DES GROUPES

Veuillez cocher la case du ou des groupes pour lesquels vous voulez rendre disponible(s) le(s) module(s) de paiement.

Restrictions des groupes	Cash on delivery (COD)	Chèque	Transfert bancaire
Visiteur	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Invité	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Client	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Enregistrer les restrictions

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

Restrictions des modules de paiement par rapport aux pays

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

RESTRICTIONS DES PAYS

Veuillez cocher la case du ou des pays pour lesquels vous voulez rendre disponible(s) le(s) module(s) de paiement.

Croatie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cuba	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Danemark	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Djibouti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dominica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Égypte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
El Salvador	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Émirats Arabes Unis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Équateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Enregistrer les restrictions

Le tableau liste tous les pays connus. S'il en manque un, vous pouvez l'ajouter en passant par l'onglet "Pays" de la page "Zones géographiques".



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

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

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

Par défaut, tous les modules de paiement installés sont configurés.



Gérer la localisation et l'internationalisation

Aussi évident que cela puisse paraître, vous vendez sur Internet, et vos clients qui viennent du monde entier peuvent se rendre sur votre boutique et acheter vos produits. En tant que vendeur, vous devez pouvoir servir autant de clients que possible. Cela signifie disposer d'une site totalement traduit dans autant de langues que nécessaires, avec les taxes locales, les unités de poids et de prix, les zones locales géographiques, etc.

Localisation

La page "Localisation" vous permet d'adapter votre boutique à vos marchés cibles. Si vous vendez dans un pays précis, vous devez proposer sa langue, sa devise, et autres données à prendre en compte.

Paramètres de localisation

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

Import de pack de localisation

Cette section vous présente une large liste de packs de localisation existant. Elle vous permet non seulement de configurer votre installation de PrestaShop avec les bonnes unités locales, mais également avec d'autres données :

- **États.** Lorsque vous expédiez un produit vers un pays, il peut être important de savoir dans quel état géographique vous l'envoyez, car cela peut avoir un impact sur les douanes et taxes locales. Les états ajoutés peuvent être affichés et modifiés depuis la page "États" du menu "Localisation".
- **Taxes.** La véritable importance de la localisation tient aux taxes locales, et elles peuvent se révéler nombreuses et variées en fonction du pays ou de l'état. PrestaShop offre un support basique des principales taxes et règles de taxes. Les taxes et règles de taxes ajoutées peuvent être affichées et modifiées depuis les pages "Taxes" et "Règles de taxes" du menu "Localisation".
- **Devises.** Les clients étrangers apprécieront de pouvoir convertir vos prix dans leur propre monnaie. Vous devriez au moins disposer des euros et des dollars américains en plus de la monnaie de votre pays (s'il ne s'agit pas de l'une de ces deux monnaies). Une fois une devise ajoutée, vous devez l'activer en passant par la page "Devises" du menu "Localisation", et assurez-vous que le taux de conversion est correct. Les devises ajoutées peuvent être affichées et modifiées depuis cette page "Devises".
- **Langues.** Tous les champs publics de votre boutique peuvent être rédigés en plusieurs langues, et il est très important que vous le fassiez pour au moins les noms des produits et leurs descriptions. Notez que le fait d'importer une langue importe également son format de date (j/m/a, m/d/a, d.m.a, ...), entre autres choses, si vous le faites via un pack de localisation. Les langues ajoutées peuvent être affichées et modifiées depuis l'onglet "Langues" de la page "Localisation".





Il est possible d'ajouter une langue seule (sans devise, taxes et autres données liées à un pays) via la page "Traductions".

- **Unités.** Poids, dimension, volume, distance : ces unités de mesure sont essentielles pour décrire correctement un produit à vos clients, et pour vos propres informations sur l'emballage. Elles peuvent être affichées et modifiées depuis la présente page, dans la section "Localisation".
- **Modifier le type d'affichage des taxes pour les groupes.** Il ne s'agit pas de données à importer mais d'une option que vous pouvez modifier pour influencer l'importation. Cela remplacera le mode d'affichage des prix pour vos groupes de clients (par exemple, afficher les prix TTC ou pas selon chaque groupe client, tel que paramétré dans "Paramètres de la boutique > Clients > Groupes") par le comportement s'appliquant au pays, pour tous les groupes. Par exemple, si vous importez le pack de localisation des Etats-Unis, et vous activez cette option, les prix s'afficheront HT, ignorant l'éventuelle configuration de vos groupes.



Vous ne devez activer cette option que si vous importez un pack de localisation pour le pays par défaut, car elle modifiera l'affichage des taxes pour tous vos groupes et pays.

IMPORT DE PACK DE LOCALISATION

Pack de localisation que vous souhaitez importer

Contenu à importer États
 Taxes
 Devises
 Langues
 Unités (ex. : poids, volume, distance)
 Modifier le type d'affichage des prix pour les groupes

Télécharger les données de localisation Oui
 Non

Si vous cochez oui alors le pack de localisation sera téléchargé depuis prestashop.com. Sinon le fichier xml présent sur votre serveur dans le dossier "\localization\" de votre installation PrestaShop sera utilisé.

Importer

Comme vous pouvez le constater, ces contenus à importer sont facultatifs : vous pouvez par exemple choisir de n'importer que la monnaie et la langue d'un pays donné, et pas ses taxes.

Bien qu'il faille faire attention de ne pas ajouter trop de données locales pour ne pas submerger à la fois vos clients et vous-même, il peut se révéler utile d'importer les packs de localisation des pays d'où proviennent le plus gros de vos visiteurs (selon vos statistiques).

En dehors des unités par défaut, **vous ne pouvez pas automatiquement enlever toutes les données liées à un pays** ; si vous avez besoin de supprimer des données, il vous faudra le faire à la main, dans leurs pages respectives du menu "Localisation".

Configuration

Cette section regroupe 4 réglages locaux de première importance :

- **Langue par défaut.** Il s'agit de la langue principale de votre boutique. Ce réglage aura une influence sur la langue de votre back-office (y compris la langue principale de vos produits), ainsi que sur le front-office. Notez que la langue du front-office peut s'adapter aux réglages du navigateur web du visiteur.
- **Pays par défaut.** Là où se trouve votre société. Si vous avez des filiales dans de nombreux pays, utilisez le pays de la filiale principale, et le pays d'origine de la société.
- **Devise par défaut.** La devise dans laquelle les prix des produits sont configurés. D'autres devises peuvent être ajoutées en important la devise d'un pays. Notez que si vous changez la



devise par défaut alors que vous avez déjà mis en place les prix de certains produits, vous devrez mettre à jour tous les prix manuellement. Assurez-vous de faire ce réglage une bonne fois pour toute.

- **Fuseau horaire.** Votre propre fuseau horaire. Particulièrement utile par exemple pour les promotions quotidiennes : vous savez exactement quand elles commencent et se terminent.



Les fonctionnalités "Langue par défaut" et "Pays par défaut" ont toutes les deux une option supplémentaire :

Pour "Langue par défaut" : **Définir la langue depuis le navigateur.** PrestaShop adaptera la langue

de la boutique en fonction de la langue du navigateur du visiteur, si c'est une langue disponible dans la boutique. Par exemple un navigateur qui est sur la locale fr_CA verra une boutique en français.

Pour "Pays par défaut" : **Définir le pays par défaut d'après la langue du navigateur.**

PrestaShop adaptera le pays de la boutique en fonction du territoire du navigateur du visiteur. Par exemple la même locale fr_CA passera la boutique sur le pays Canada, s'il est activé.

PARAMÈTRES

Langue par défaut English (English)

Définir la langue depuis le navigateur **OUI** **NON**
Définir la langue du navigateur comme langue par défaut

Pays par défaut France

Définir le pays par défaut d'après la langue du navigateur **OUI** **NON**
Définir le pays selon la langue du navigateur

Devise par défaut Euro

Fuseau horaire Europe/Paris

Enregistrer



Localisation

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

The screenshot shows a configuration form titled 'UNITÉS LOCALES'. It contains four input fields with validation stars (*):

- 'Unité de poids' (kg)
- 'Unité de distance' (km)
- 'Unité de volume' (cl)
- 'Unité de dimension' (cm)

Below the inputs is a large empty text area. In the bottom right corner, there is a blue 'Enregistrer' button with a disk icon.

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

Les champs doivent utiliser les symboles du [Système international d'unités](#).

Avancé

Cette dernière section vous demande d'indiquer la langue et le pays de votre serveur web, sous forme de code ISO :

- Pour la langue, le code ISO 639-1 : http://en.wikipedia.org/wiki/ISO_639.
- Pour le pays, le code ISO 3166-1 Alpha-2 : http://fr.wikipedia.org/wiki/ISO_3166-1.

The screenshot shows a configuration form titled 'AVANCÉ'. It contains two input fields:

- 'Identifiant de la langue' (en)
- 'Identifiant du pays' (fr)

Below the inputs is a large empty text area. In the bottom right corner, there is a blue 'Enregistrer' button with a disk icon.

Ces valeurs peuvent être mises en place quand vous importez un pack de localisation pour un pays, mais vous pouvez les modifier manuellement après importation.



Langues

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



Participez à la traduction de PrestaShop

Si PrestaShop n'est pas entièrement traduit dans votre langue, vous pouvez nous aider à la traduire en rejoignant la communauté de traducteurs pour faire progresser votre langue !
<https://crowdin.com/project/prestashop-official>

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

Cette page affiche les langues déjà installées sur votre boutique, avec quelques informations : code ISO, code de la langue, format de date (courte et complète). Vous pouvez activer ou désactiver une langue simplement en cliquant sur l'icône dans la colonne "Activé".

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



Vous pouvez aussi ajouter une langue via la page "Traductions", dans la section "Ajouter/Modifier une langue". Contrairement au pack de localisation, cela importera uniquement la langue, et aucunes données de localisation (unités, devise, etc.).

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

Créer une nouvelle langue



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

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



The screenshot shows the 'Langues' (Languages) configuration page in PrestaShop. The form contains the following fields:

- Nom**: A required field (indicated by a red asterisk) for the language name.
- Code ISO**: A required field (indicated by a red asterisk) for the ISO code.
- Code de langue**: A required field (indicated by a red asterisk) for the language code.
- Format de date**: Set to 'Y-m-d'.
- Format de date (complet)**: Set to 'Y-m-d H:i:s'.
- Drapeau**: A file upload field with a placeholder image and an 'Ajouter un fichier' button.
- Image "Aucune image"**: A file upload field with a placeholder image and an 'Ajouter un fichier' button.
- Langue Right-to-Left**: A section with 'OUI' and 'NON' buttons.
- État**: A section with 'OUI' and 'NON' buttons.

At the bottom right are 'Annuler' (Cancel) and 'Enregistrer' (Save) buttons.

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

- Nom.** Le nom est public. Si vous créez la langue pour des besoins régionaux, vous devriez l'indiquer dans le nom. Par exemple, "Français (Québec)".
- Code ISO.** Saisissez le bon code à deux lettres ISO 639-1. Vous trouverez plus d'information sur http://fr.wikipedia.org/wiki/Liste_des_codes_ISO_639-1. Si vous importez un pack de langue, ce code doit correspondre exactement à celui du pack.
- Code langue.** Saisissez le bon code de langue à quatre lettres, sous la forme **xx-yy**, **xx** étant le code ISO de la langue (le même que ci-dessus) et **yy** étant le code ISO 3166-1 alpha-2 du pays (http://fr.wikipedia.org/wiki/ISO_3166-1). Vous trouverez plus d'information sur Wikipédia : http://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89tiquette_d%27identification_de_langues_IETF.
- Format de date.** Les pays ne partagent pas toujours les mêmes représentations des dates (voir sur Wikipédia : http://en.wikipedia.org/wiki/Date_format_by_country (en anglais)). Ainsi, que votre boutique affiche la date 02/08/12, un client aux États-Unis comprendra "le 8 février 2012", tandis qu'un client en France comprendra "le 2 août 2012". C'est pourquoi il est important d'indiquer le format de date lié à votre langue. Les lettres utilisées doivent être celles de la fonction **date()** de PHP : <http://php.net/manual/fr/function.date.php>.
- Format de date (complet).** La même chose que le format de date ci-dessus, mais en incluant le format des heures et minutes.
- Drapeau.** Mettez en ligne une image du drapeau qui correspond le mieux à la langue que vous voulez ajouter. Elle devrait être au format 16*16. Nous vous recommandons d'utiliser un des drapeaux du jeu d'image gratuit FamFamFam Flags : <http://www.famfamfam.com/lab/icons/flags/>.
- Image "Aucune image".** Mettez en ligne une image qui sera affichée quand le produit n'a pas encore de photo. Cette image est simplement une image vierge avec pour seul contenu le texte "Aucune image" ou "Aucune image disponible" dans la langue créée. Cette image doit être au format 250*250 pixels. Vous pouvez trouver des exemples d'images "Aucune image" dans le dossier **/img/l/** de votre installation de PrestaShop.
- Langue RTL.** Certaines langues s'écrivent de droite à gauche, notamment celles écrites en alphabet arabe ou hébreu (voir http://fr.wikipedia.org/wiki/Texte_bidirectionnel). Quand un thème PrestaShop est bien codé, il est capable de gérer les langues RTL - à partir du moment où il est clairement configuré pour.
- État.** Vous pouvez désactiver une nouvelle langue jusqu'à ce que vous ayez tout traduit.
- Boutique associée.** Vous pouvez ne rendre une langue disponible que pour certaines boutiques, par exemple une boutique locale.

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



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

✓ **Partagez vos traductions avec la Communauté !**

Vous avez peut-être traduit toute une langue directement via l'interface de PrestaShop. Vous pouvez en faire bénéficier la communauté PrestaShop en envoyant un export à translation@prestashop.com. Nous nous chargerons de mettre en ligne votre contribution dans notre projet de traduction, pour que les marchands qui parlent votre langue puissent en profiter aussi !

Pour exporter vos traductions, rendez-vous dans la page "Traductions" du menu "International", section "Exporter une langue".



Devises

PrestaShop accepte un grand nombre de devises. Il n'y en a qu'une par défaut : celle de votre pays. Cependant, vous devez ajouter et configurer autant de nouvelles devises que vos clients en requièrent. En effet, les clients apprécieront de pouvoir afficher les prix de votre boutique dans la monnaie de leur pays.

DEVISES 1				
Devise	Symbol	Code ISO	Taux de change	Activé
Euro	€	EUR / 978	1	✓

Les deux sections en bas de la page "Devises" sont très simples mais essentielles, car elles sont en rapport avec les taux de change de vos devises (ou "taux de conversion"). Pour citer Wikipedia, "Le taux de change d'une devise (une monnaie) est le cours (autrement dit le prix) de cette devise par rapport à une autre." Ce taux est également considéré comme la valeur de la monnaie d'un pays en fonction d'une autre monnaie. Les taux changent tous les jours, parfois de manière drastique en fonction de l'actualité, et votre boutique devrait toujours utiliser les dernières valeurs.

- ✓ Pour changer la devise par défaut, vous devez vous rendre dans la page "Localisation" du menu "Localisation", et utiliser l'option "Devise par défaut" de la section "Configuration". Si la devise que vous souhaitez utiliser n'est pas disponible dans cette option, vous devez l'importer depuis un pays qui l'utilise, à l'aide de la section "Import de pack de localisation" de la page "Localisation".

Mettre à jour les taux de change

Vous pouvez mettre à jour les taux de change en cliquant en haut à droit sur "Mettre à jour", dans l'encart "Mettre à jour les taux de change". Le fichier de mise à jour sera téléchargé depuis les serveurs de [PrestaShop.com](#) par le biais du service web de PrestaShop.

ⓘ Notez que les taux sont fournis à titre indicatif : l'équipe de PrestaShop s'efforce de fournir des taux exacts dans ces fichiers, mais ils peuvent varier légèrement des véritables taux, ne serait-ce que parce que ces taux varient grandement dans un très court laps de temps.

Ajouter une nouvelle devise

La manière la plus simple d'ajouter la devise d'un pays consiste à importer son pack de localisation. Cela se fait via la page "Localisation", du menu "International". Une fois la devise importée, vous devez vous rendre sur la page "Devises" pour l'activer.

Vous pourriez avoir besoin d'une devise qui n'est présente dans aucun pack de localisation. Dans ce cas, vous pouvez utiliser le formulaire de création.

Cliquez sur "Ajouter une nouvelle devise", et une nouvelle page s'ouvre. Vous devez y renseigner quelques champs.



DEVISES

* Devise: Euro (EUR)

* Taux de change: 1

ÉTAT

Cette devise est désactivée.

Annuler Enregistrer

- **Nom de la devise.** Le nom de la devise, de préférence en anglais pour que le plus grand nombre possible de clients puissent la lire.
- **Taux de change.** Ce taux est défini en fonction de la devise par défaut de la boutique. Par exemple, si la devise par défaut est l'Euro et que la devise créée est le dollar, saisissez "1.31", étant donné que 1€ vaut \$1.31 (à l'heure de publication de ce chapitre). Utilisez ce convertisseur pour vous aider : <http://www.xe.com/fr/>.
- **Boutique associée.** Vous pouvez ne rendre une devise disponible que pour certaines boutiques, par exemple une boutique locale.
- **État.** N'importe quelle devise peut être désactivée quand vous le voulez, à la fois depuis sa propre page d'édition, et depuis le tableau des devises de la page "Devises". Lorsque vous créez une nouvelle devise, elle est désactivée par défaut. Pour l'activer, cliquer sur le bouton du bloc "État" : le message "Cette devise est activée" s'affiche alors.



Géolocalisation

Préférences de géolocalisation

La géolocalisation est "un procédé permettant de positionner un objet (une personne, etc.) sur un plan ou une carte à l'aide de ses coordonnées géographiques" (pour en savoir plus, lisez la page Wikipédia : <http://fr.wikipedia.org/wiki/G%C3%A9olocalisation>). Dans notre cas, elle nous sert à découvrir la position d'un visiteur en utilisant l'adresse IP de son ordinateur et d'autres outils. L'un de ces usages est de pouvoir bloquer les visiteurs en provenance de certaines villes ou certains pays.

Comme indiqué la première fois que vous ouvrez la page "Géolocalisation", vous devez télécharger et installer un fichier afin de profiter de cet outil :

<http://geolite.maxmind.com/download/geoip/database/GeoLiteCity.dat.gz>. Il s'agit du fichier GeoLite City Database de MaxMind, une base de données assez précise de villes et autres emplacements. Téléchargez-le en cliquant sur le lien, puis décompressez-le dans le dossier **/tools/geoip/** de votre installation de PrestaShop.

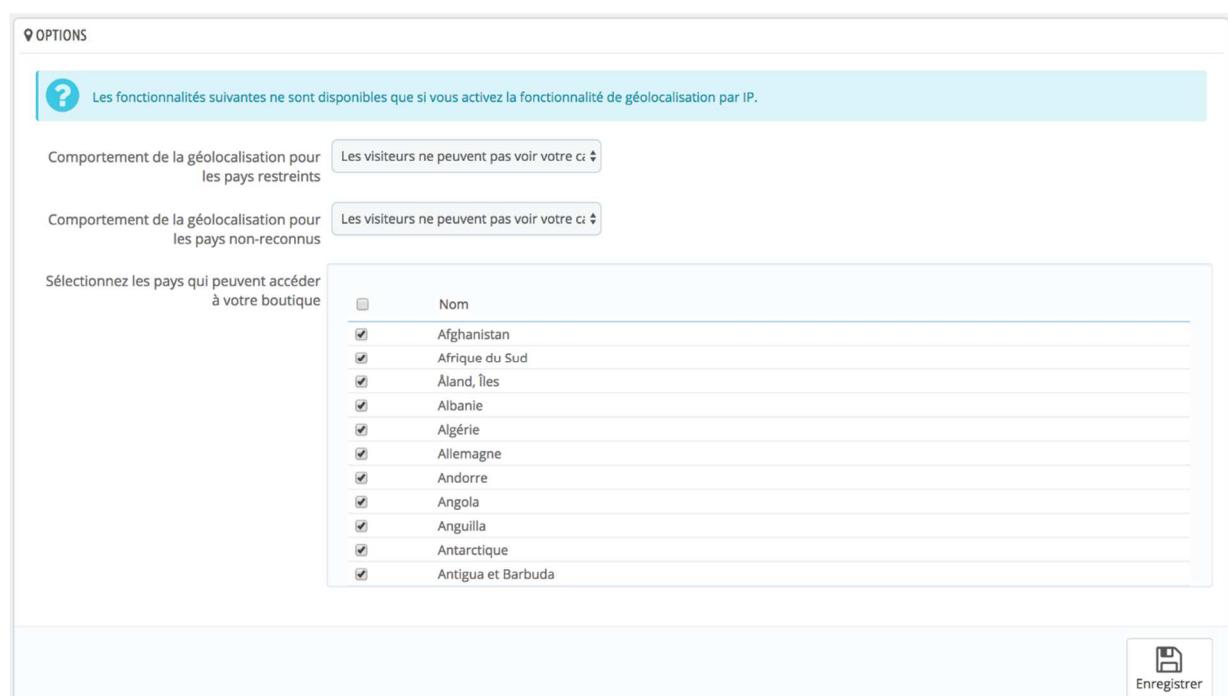
Une fois le fichier en place, activez l'option "Géolocalisation par IP", et vous êtes paré.



Options

Vous pouvez choisir les pays qui ont accès à votre site (par défaut, tous), et configurer les comportements de PrestaShop pour les pays restreints et ceux non reconnus (ou les "autres pays"). Vous avez le choix entre ces trois options :

- Les visiteurs ne peuvent pas voir le catalogue.
- Les visiteurs peuvent voir le catalogue mais ne peuvent pas commander. Dans les faits, cette option leur présente votre boutique en mode "Catalogue".
- Toutes les fonctionnalités sont disponibles (uniquement pour les pays restreints).



Vous pouvez sélectionner ou désélectionner tous les pays à la fois en cliquant sur la case en haut de la liste. Lorsque vous sélectionnez des pays qui peuvent accéder à votre boutique, faites en sorte de ne pas bloquer un pays par erreur, car vous perdriez toutes les ventes potentielles pour ses citoyens !

Liste des adresses IP autorisées

Cette section vous permet d'accepter certaines adresses IP spécifiques malgré un blocage. Cela peut se révéler utile en cas de spameurs ou d'attaques. La liste est déjà remplie avec une liste de bonnes adresses connues. Ajoutez-en autant que nécessaire, une par ligne, et cliquez sur "Enregistrer".

Adresses IP autorisées	127
209.185.108	
209.185.253	
209.85.238	
209.85.238.11	
209.85.238.4	
216.239.33.96	
216.239.33.97	
216.239.33.98	
216.239.33.99	
216.239.37.98	
216.239.37.99	
216.239.39.98	
216.239.39.99	
216.239.41.96	
216.239.41.97	
216.239.41.98	
216.239.41.99	
216.239.45.4	
216.239.46	
216.239.51.96	
216.239.51.97	
216.239.51.98	
216.239.51.99	
216.239.53.98	
216.239.53.99	
216.239.57.96	
91.240.109	
216.239.57.97	
216.239.57.98	
216.239.57.99	



Zones géographiques

Les zones géographiques sont les états, pays, ou zones de plusieurs pays qui sont utilisés pour la livraison. Il est important que vos zones soient bien définies, afin que toutes les régions où vous souhaitez livrer puissent être activées et disponibles pour vos transporteurs.

Pays

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

Il y a environ 200 pays dans le monde, mais PrestaShop en propose 244. Cela s'explique par le fait que certains comptes des régions outremer qui font partie intégrante du pays.

Par exemple, les départements français connus formellement sous le nom de DOM (Guadeloupe, Martinique, Mayotte, La Réunion, et Guinée Française) ont de nos jours le même statut que les régions métropolitaines françaises. De la même manière, Hawaï et l'Alaska sont des états des États-Unis à part entière.

Cependant, envoyer un colis en Guadeloupe ne signifie pas l'envoyer en France, ne serait-ce que pour les frais de port. De fait, la liste des prix de PrestaShop sépare le pays de la région.

PAYS 244						
ID	Pays	Code ISO	Indicatif téléphonique	Zone	Activé	
231	Afghanistan	AF	+93	Asia	✗	
30	Afrique du Sud	ZA	+27	Africa	✗	
244	Åland, îles	AX	-	Europe (non-EU)	✗	
230	Albanie	AL	+355	Europe (non-EU)	✗	
38	Algérie	DZ	+213	Africa	✗	
1	Allemagne	DE	+49	Europe	✗	
40	Andorre	AD	+376	Europe (non-EU)	✗	
41	Angola	AO	+244	Africa	✗	
42	Anguilla	AI	-	Central America/Antilla	✗	
232	Antarctique	AQ	-	Oceania	✗	
43	Antigua et Barbuda	AG	-	North America	✗	
157	Antilles Néerlandaises	AN	+599	Central America/Antilla	✗	
188	Arabie Saoudite	SA	+966	Asia	✗	
44	Argentine	AR	+54	South America	✗	

Par défaut, seul votre propre pays est activé. Vous devez les activer un à un, en fonction des besoins de vos clients. Si vous ne savez pas lesquels activer, fiez-vous aux statistiques par pays de vos visiteurs.

En bas de la liste, la section "Préférences pays" vous permet de n'afficher en front-office que les pays couverts par vos transporteurs. Nous vous recommandons d'activer ce réglage, car il évite que vos clients aient à faire défiler une longue liste de pays avant de trouver le leur.



PRÉFÉRENCES PAYS

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

Ajouter un nouveau pays

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

PAYS

* Pays en

* Code ISO

* Indicatif téléphonique

Devise par défaut

Zone

Requiert un code postal ?

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

Format de l'adresse
firstname lastname
company
vat_number
address1
address2
postcode city
Countryname
phone

Champs obligatoires pour l'adresse (cliquez pour plus d'informations) :

Activé

Contient des états

Requiert un numéro d'identification fiscale ?

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

- **Pays.** Le nom officiel du pays que vous voulez créer, dans toutes les langues reconnues par votre boutique. Vérifiez sur la page Wikipedia du pays si vous n'êtes pas certain du nom.
- **Code ISO.** Le code ISO-3166 du pays, que vous pouvez trouver sur la page officielle de l'ISO :
http://www.iso.org/iso/fr/home/standards/country_codes/country_names_and_code_elements.htm?=
- **Indicatif téléphonique.** Le numéro d'appel international, que vous pouvez trouver sur cette page Wikipedia :
http://fr.wikipedia.org/wiki/Liste_des_indicatifs_t%C3%A9l%C3%A9phoniques_internationaux_par_pays
- **Devise par défaut.** Vous pouvez utiliser la devise par défaut de la boutique (telle que configurée dans la page "Localisation" du menu du même nom), ou l'une des autres devises installées. Souvenez-vous qu'en cas de besoin, vous pouvez ajouter une nouvelle devise depuis la page "Devises".



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



Zones

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

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

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

ZONES

* Nom :

Activé : OUI NON

Annuler Enregistrer

Tout ce dont vous avez besoin est un nom et un état, indiquant par exemple que vous ne voulez pas autoriser la livraison en Océanie.

En mode multiboutique, vous pouvez également associer la zone à une sélection de boutiques.



États

Par "États", PrestaShop sous-entend les divisions administratives de premier niveau d'un pays. Aux États-Unis, ce sont des *states* ; en Italie, des *regioni* (singulier : *regione*) ; en France, des *régions* ; au Royaume-Uni, des *regions*.

Par défaut, PrestaShop vous propose un ensemble d'états : 54 états territoires des États-Unis, 13 provinces et territoires canadiennes, 31 *estados* mexicains, 24 *provincias* argentines, 34 *provinsi* indonésiennes et 110 *province* italiennes (singulier : *provincia*).

ID	Nom	Code ISO	Zone	Pays	Activé	Actions
1	AA	AA	North America	États-Unis	✓	Edit
2	AE	AE	North America	États-Unis	✓	Edit
3	AP	AP	North America	États-Unis	✓	Edit
4	Alabama	AL	North America	États-Unis	✓	Edit
5	Alaska	AK	North America	États-Unis	✓	Edit
6	Arizona	AZ	North America	États-Unis	✓	Edit
7	Arkansas	AR	North America	États-Unis	✓	Edit
8	California	CA	North America	États-Unis	✓	Edit
9	Colorado	CO	North America	États-Unis	✓	Edit
10	Connecticut	CT	North America	États-Unis	✓	Edit

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

http://en.wikipedia.org/wiki/Table_of_administrative_divisions_by_country (en anglais).



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

Ajouter un nouvel état

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

ÉTATS

* Nom :

* Code ISO :

* Pays : Argentine

* Zone : Africa

* État : OUI NON

[Annuler](#) [Enregistrer](#)

- Nom.** Le nom de l'état, tel qu'il doit être affiché sur les factures et le colis. Il faut donc l'écrire dans la langue du pays de l'état.
- Code ISO.** Le code ISO-3166-2 de l'état :
 - Allez sur cette page Wikipedia : http://fr.wikipedia.org/wiki/ISO_3166-2,
 - Cliquez le code à deux lettres du pays de l'état,
 - Sur la page qui s'ouvre, trouvez le code de l'état (il devrait être dans une liste de cette page, ou directement dans le texte pour les pays les plus petits),



4. S'il y en a un, enlevez le préfixe du pays afin d'obtenir un code à moins de 4 caractères. Par exemple, le code ISO 3166-2 complet du Devon, au Royaume-Uni, est "GB-DEV". Utilisez simplement "DEV" en tant que code ISO – il est déjà rattaché au pays par la liste déroulante "Pays" de PrestaShop (étape suivante).
 - **Pays.** Indiquez le pays de l'état à l'aide de la liste déroulante.
 - **Zone.** Indiquez la zone géographique du pays à l'aide de la liste déroulante. Faites attention à ne pas choisir la mauvaise zone, car PrestaShop risquerai alors de ne plus s'y retrouver entre ses réglages de pays et de zones.
 - **État.** Un état désactivé ne sera pas proposé comme option quand vos visiteurs tenteront de créer un nouveau compte.



Gérer les taxes

i Les taxes sont un sujet complexe, qu'il faut s'efforcer de bien comprendre tant elles peuvent avoir un impact significatif sur le prix de vos produits ou vos frais de port. Ce guide n'est pas destiné à vous enseigner tous les tenants et aboutissants des taxes, mais nous tenterons de vous donner quelques indications.

Les taxes sont une contribution obligatoire au revenu de l'état. Le gouvernement les perçoit sur le salaire des travailleurs et les profits des entreprises, ou sous forme de coût ajouté à certains produits, services et transactions. En clair, tous les produits que vous vendez sont susceptibles d'être taxés, en fonction des lois fiscales de votre pays ou état. Dans les faits, vous contribuez au bon fonctionnement de votre pays (biens et services publics) par un pourcentage de vos ventes, tel que défini par les taux d'imposition locaux.

Il y a des nombreuses taxes dans le monde, et elles varient considérablement d'un pays à l'autre, voire même au sein d'un même pays si celui-ci a des états fédéraux (États-Unis, Allemagne, Espagne, Russie...). Vous devez donc vous assurer de vous conformer strictement aux lois fiscales de votre pays, de votre état ou même de votre ville si elles s'appliquent à vous. Renseignez-vous auprès de votre centre fiscal local dès que possible afin d'obtenir tous les détails officiels.

Dans PrestaShop, par défaut, une taxe s'applique à tous les pays/états/zones. Pour appliquer un taux de taxe spécifique à un seul pays ou à un ensemble de pays (et pas d'autres), vous devez créer une règle de taxe. Cette règle de taxe est ensuite appliquée aux produits un par un, au moment de leur création (dans l'onglet "Prix").

Vous ne pouvez pas directement appliquer une taxe à un produit ; vous ne pouvez appliquer que des règles de taxe. De fait, vous devez d'abord créer toutes les taxes pertinentes, puis créer une règle de taxe pour cette taxe, règle qui précisera les pays auxquels la taxe s'applique, et pour finir appliquer la règle de taxe au produit.



Taxes (fr)

Cette page liste toutes les taxes déjà existantes dans votre boutique, et vous permet d'en créer de nouvelles, si le besoin se présentait.

Pour chaque taxe, les informations suivantes sont affichées : son nom, son taux et son état. Vous pouvez activer ou désactiver une taxe directement depuis la liste, tout comme vous pouvez la modifier ou la supprimer en utilisant le bouton d'action à droite toute.

ID	Nom	Taux	Activé	Action
1	TVA FR 20%	20.000 %	✓	<input type="button" value="Edit"/>
2	TVA FR 10%	10.000 %	✓	<input type="button" value="Edit"/>
3	TVA FR 5.5%	5.500 %	✓	<input type="button" value="Edit"/>
4	TVA FR 2.1%	2.100 %	✓	<input type="button" value="Edit"/>
5	USt. AT 20%	20.000 %	✓	<input type="button" value="Edit"/>
6	TVA BE 21%	21.000 %	✓	<input type="button" value="Edit"/>
7	ДДС BG 20%	20.000 %	✓	<input type="button" value="Edit"/>
8	ΦΠΑ CY 19%	19.000 %	✓	<input type="button" value="Edit"/>
9	DPH CZ 21%	21.000 %	✓	<input type="button" value="Edit"/>

Options des taxes

En bas de la page "Taxes" se trouve la section des options de taxes. Ces options s'appliquent à toute la boutique, et à toutes les commandes.

Activer les taxes
Activer ou désactiver la prise en charge des taxes.

Afficher les taxes dans le panier
Activer ou désactiver l'affichage des taxes sur une ligne distincte du panier

Basé sur

Utiliser l'éco-participation

- **Activer les taxes.** Indique si les taxes doivent être incluses dans chaque commande ou non.
- **Afficher les taxes dans le panier.** Vous pourriez préférer que le client ne soit pas au courant des taxes qui sont appliquées sur leur commande. Dans ce cas, désactivez cette option.
- **Basé sur.** Le client peut choisir de ne pas faire livrer ses produits à la même adresse que celle de facturation. Cela peut avoir un grand impact sur les taxes. Par défaut, PrestaShop base ses taux de taxes sur l'adresse de livraison, mais vous pouvez choisir de les baser sur l'adresse de facturation.
- **Utiliser l'écotaxe.** L'écotaxe est une taxe visant à promouvoir les activités écologiquement durables par le biais d'incitations économiques. C'est une taxe que le vendeur paye afin de "sentir le poids social de ses actions". Vous pouvez en apprendre plus sur la page Wikipedia : <http://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89cotaxe>.

Une fois que vous avez activé l'écotaxe, toutes les pages back-office de vos produits disposent d'un champ "Écotaxe (TTC)" dans leur onglet "Prix". Vous devriez remplir ce champ avec la



valeur exacte de la taxe, qui dépend des lois fiscales de votre pays (il s'agit probablement d'un pourcentage du prix du produit).

Si vous décidez d'activer l'écotaxe après avoir ajouté des produits, vous devrez tous les modifier afin de configurer la taxe correctement pour chaque produit.

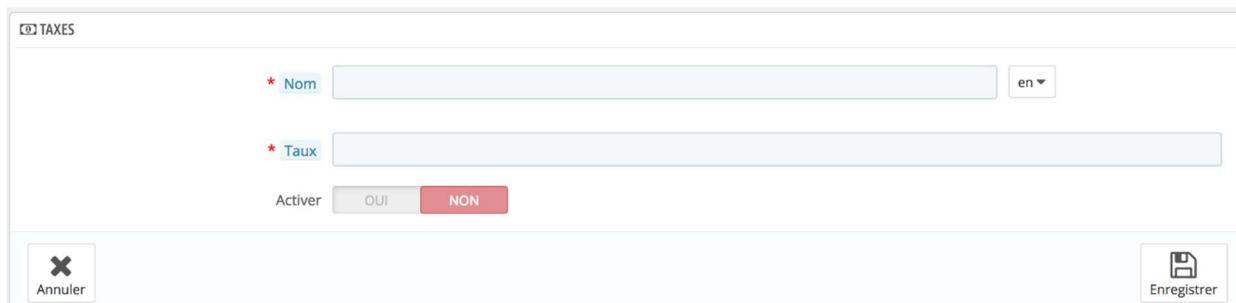
Notez que si vous avez déjà réglé l'écotaxe de vos produits, puis que vous choisissez de désactiver l'écotaxe, alors tous vos produits perdront ce réglage. Réactiver l'écotaxe signifiera devoir re-régler l'écotaxe de tous vos produits.

Le client peut voir l'écotaxe sur la page du produit.

Ajouter une nouvelle taxe

Il est très facile d'ajouter une nouvelle taxe, car ce sont les règles de taxe qui ont la charge de préciser les pays où la taxe s'applique. Le formulaire de création de taxe est donc très court.

- **Nom.** Soyez très précis, car cela vous aidera à mettre en place vos règles de taxes plus rapidement.
Nous vous recommandons d'ajouter des pense-bêtes dans le nom, tel que le pays, le groupe ou la zone auquel la taxe s'applique, et son taux. Cela vous aidera grandement à reconnaître la taxe qui doit être utilisée dans une règle de taxe.
- **Taux.** Le taux exact de la taxe, au format XX.XX.
- **Activé.** Vous pouvez désactiver et réactiver une taxe à n'importe quel moment.



The screenshot shows a modal dialog titled "TAXES". It contains three input fields: "Nom" (Name) with placeholder "en", "Taux" (Rate) with placeholder "0.00", and a dropdown menu for "en". Below these is a "Activer" (Activate) section with "OUI" (Yes) and "NON" (No) buttons. At the bottom left is a "Annuler" (Cancel) button with a red X icon, and at the bottom right is an "Enregistrer" (Save) button with a blue floppy disk icon.



Règles de taxe



Une règle de taxe vous permet de n'appliquer une taxe qu'à un ensemble donné de pays.

Par défaut, PrestaShop applique une taxe à tous les pays/états/zones. Si vous souhaitez qu'une taxe ne s'applique qu'à un pays ou à une sélection de pays (en excluant d'autres), vous devez créer une règle de taxe. Cette règle de taxe est ensuite appliquée produit par produit, au moment où vous les créez (onglet "Prix").

Vous ne pouvez pas directement appliquer une taxe à un produit ; vous ne pouvez lui appliquer que des règles de taxe. De fait, vous devez d'abord enregistrer toutes les taxes, puis pour chaque taxe créer la règle de taxe qui précisera le pays auquel cette taxe s'applique, et enfin appliquer cette règle de taxe au produit.

Quelques taxes d'exemple sont déjà en place, en fonction du pays que vous avez choisi lors de l'installation de PrestaShop. Ces règles sont en place pour chaque taxe : elles servent de filtre de pays, en limitant l'utilisation de la taxe à un ensemble donné de pays.

Vous devriez ouvrir les règles en place pour mieux comprendre comment les règles de taxe sont créées.

Ajouter une nouvelle règle de taxe

Vous pouvez ajouter autant de règles de taxe que nécessaire. Vous devriez même vous assurer que toutes les règles de taxe utiles sont enregistrées dans votre boutique.

La création d'une nouvelle règle de taxe se fait en deux étapes :

1. Créez la règle de taxe :

- Cliquez sur le bouton "Ajouter un groupe de règles de taxes",
- Dans le formulaire qui s'ouvre, nommez la règle. Utilisez un nom parlant : utilisez le code du pays de la taxe, son nom, peut-être même son taux, afin de vous aider à la retrouver facilement. Si PrestaShop a déjà des règles de taxe pour le pays cible, prenez leurs noms comme inspiration afin de conserver une certaine cohérence.

- Sélectionnez si la règle doit être activée dès qu'elle est créée ou non. Au besoin, vous pourrez l'activer plus tard.



- Cliquez sur le bouton "Enregistrer et rester". La page se recharge, avec un en-tête de tableau en bas.
2. Spécifiez le pays et les comportements :
- Cliquez le bouton "Ajouter une nouvelle règle de taxe".
 - Un nouveau formulaire apparaît. Remplissez ses champs :

The screenshot shows the 'Nouvelle règle de taxe' (New Tax Rule) configuration page. It includes fields for selecting a country ('Pays'), specifying a postcode range ('Plage de codes postaux'), choosing tax behavior ('Comportement'), selecting taxes ('Taxes'), and adding a descriptive note ('Description'). A 'Save and stay' button is located at the bottom right.

- **Pays.** Le pays cible de la règle que vous créez.
 - **État/région.** Certains pays ont des états fédéraux enregistrés dans PrestaShop (voir la page "États" du menu "Localisation"). Dans ce cas, vous pouvez préciser encore plus la cible de la taxe, ou choisir de l'appliquer au pays entier. Vous pouvez sélectionner plus d'un état en laissant la touche Ctrl enfoncée lorsque vous cliquez sur des noms d'états.
 - **Plage de codes postaux.** Que le pays dispose d'états enregistrés ou non, vous pouvez préciser plus encore l'application de la taxe en utilisant le code postal du client. Ce champ vous permet de définir les codes postaux auxquels la taxe doit être appliquée : saisissez soit un code postal complet, soit une plage de codes postaux en utilisant un tiret. Par exemple, utilisez "75000-75012" pour une plage comprenant tous les codes postaux entre ceux-ci.
 - **Comportement.** Certains clients peuvent avoir une adresse qui correspond à plusieurs de vos règles de taxes. Dans ce cas, vous pouvez choisir comment cette taxe doit être appliquée :
 - **Cette taxe uniquement.** Seule cette taxe sera appliquée, et aucune des autres taxes correspondant au client.
 - **Combiner les taxes.** Combiner les taxes entre elles. Par exemple, $100\text{€} + (10\% + 5\% \Rightarrow 15\%) \Rightarrow 115\text{€}$.
 - **L'une après l'autre.** Applique les taxes les unes après les autres. Par exemple, $100\text{€} + 10\% \Rightarrow 110\text{€} + 5\% \Rightarrow 115,50\text{€}$.
 - **Taxe.** La taxe à utiliser pour cette règle de taxe. Cette taxe doit déjà exister dans PrestaShop. Si ce n'est pas le cas, choisissez "Aucune taxe", désactivez la règle de taxe, puis allez créer une taxe dans la page "Taxes" avant de revenir terminer cette règle de taxe.
 - **Description.** Vous pouvez ajouter une courte explication détaillant pourquoi cette règle existe pour ce pays.
- Cliquez sur le bouton "Enregistrer et rester". Le pays sera ajouté au tableau en bas de la page, et vous pouvez ajouter un autre pays à l'aide des champs désormais vides.

Notez que le taux par défaut appliqué à vos produits sera basé sur le taux par défaut de votre pays.



Traductions

PrestaShop vous fournit un outil complet de traduction pour votre boutique. Il vous permet d'ajouter et de modifier les traductions de vos pages. Ainsi, vous êtes véritablement maître de votre boutique, et pouvez gérer la traduction des chaînes sans avoir à attendre que les traducteurs officiels publient leurs corrections. En effet, bien que PrestaShop 1.7 soit disponible dans de nombreuses langues, avec à la fois l'interface et la boutique traduites dans plus de 25 langues, certaines langues ne sont pas encore entièrement traduites.

Même si vous ne souhaitez pas utiliser les corrections des traducteurs, vous pourriez vouloir changer la formulation qu'ils ont utilisé (moins formelle, moins verbeuse, etc.), et personnaliser les différents textes disponibles. Ce faisant, vous adaptez votre site web à votre public : par exemple, une boutique de vêtements hip-hop n'utilisera pas les mêmes expressions qu'une boutique de vente de montres de luxe.



Le processus d'adaptation d'un logiciel à d'autres langues est appelé *internationalisation et localisation*, ou i18n et L10n.

La première étape est l'internationalisation, durant laquelle les développeurs choisissent le mécanisme à utiliser pour traduire leur logiciel. Toutes les chaînes du logiciel sont ensuite converties pour être exploitées par ce mécanisme.

La seconde étape est la localisation, où les utilisateurs bilingues ou polyglottes traduisent les chaînes originales vers leur propre langue. La localisation peut également inclure la mise en place de données locales pour améliorer encore plus le logiciel pour les utilisateurs locaux.

Vous pouvez en apprendre plus en lisant la page Wikipedia :
http://fr.wikipedia.org/wiki/Internationalisation_%28informatique%29.

L'équipe de PrestaShop a choisi de concevoir son propre outil intégré au logiciel, afin que quiconque disposant d'une installation de PrestaShop puisse personnaliser sa boutique en fonction de ses besoins.

La traduction communautaire se faire à l'aide d'une installation ouverte en ligne de PrestaShop, située à l'adresse <https://crowdin.net/project/prestashop-official>

Les packs de traduction officiels peuvent être téléchargés à la main depuis cette adresse :
<http://www.prestashop.com/fr/traductions>.

Modifier une traduction

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

The screenshot shows the 'MODIFIER LES TRADUCTIONS' (Edit translations) section. At the top, there's a note: 'Vous pouvez modifier les traductions de chacune des portions de texte de PrestaShop. Choisissez une section (comme "Back-office" ou "Modules installés"), puis choisissez la langue que vous souhaitez modifier.' Below this, there are two dropdown menus: 'Type de traduction' set to 'Traductions du back-office' and 'Choisissez votre langue' set to 'Langue'. In the bottom right corner of the form area, there is a blue rectangular button with a white pencil icon and the word 'Modifier'.



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

- **Traductions du back-office.** Le texte que vous voyez dans les pages d'administration de votre boutique
- **Traductions du thème.** Le texte que vos clients voient en parcourant votre boutique.
- **Traductions des modules installés.** Les chaînes utilisées par les modules installés. Note que les modules qui sont présents mais pas installés n'apparaîtront pas dans l'outil.
- **Traductions des modèles d'e-mails.** Les chaînes utilisées par les e-mails envoyés par PrestaShop.
- **Autres traductions.** Cette catégorie est provisoire. Elle contient toutes les chaînes qui n'ont pas encore été identifiées comme provenant de l'une des catégories ci-dessus.



Si vous êtes à la recherche d'une chaîne précise, que ce soit dans la section "Back office" ou "Theme", mais que vous ne la trouvez pas, il se pourrait qu'elle soit dans la catégorie "Autres traductions".

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

Une fois votre sélection faite, choisissez la langue pour laquelle vous souhaitez modifier la traduction.

Une nouvelle page s'ouvre alors, organisée en plusieurs sections.

Rechercher une expression

En haut de la page, une barre de recherche vous permet de rechercher un mot, chaîne ou une phrase que vous souhaiteriez modifier ou traduire. Sur la droite, vous verrez le nombre d'expressions total, ainsi que le nombre de celles qui ne sont pas encore traduites dans la catégorie (back office, thème, etc.).

Rechercher des traductions 2781 expressions - 62 manquantes
(minimum 2 caractères)

Tapez un mot ou expression, ex. "Confirmation de commande"

Renseignez l'expression recherchée et cliquez sur "Rechercher" pour lancer la recherche.

Les expressions qui correspondent à votre recherche s'afficheront en dessous. Vous pouvez les modifier, ou les traduire si elles sont vides, puis cliquer sur "Enregistrer" pour sauvegarder vos modifications. En cliquant sur "Réinitialiser", vous remplacerez ce que vous avez pu rentrer par la traduction officielle de PrestaShop : cela restaurera la traduction initiale s'il y en avait une, ou supprimera la vôtre si vous en aviez ajouté une.

Parcourir les traductions

La colonne de gauche est là pour vous aider à naviguer parmi les différentes expressions disponibles dans la catégorie que vous voulez modifier ou traduire. Cette navigation se base sur le concept de domaines de traduction : chaque chaîne ou expression dans PrestaShop se voit assigner un domaine de traduction. Ce domaine permet de donner un contexte pour la traduction, et permet de savoir où cette chaîne est affichée dans PrestaShop, et à quoi elle correspond (texte d'aide, verbe d'action, etc.).



Pour le back office et le thème, vous verrez deux domaines principaux, le second étant les modules. En effet, les modules ont du contenu qui s'affiche à la fois dans l'interface, et dans la boutique, aussi ces expressions sont disponibles quand vous cherchez à traduire votre back-office ou votre thème.

A côté de chaque domaine, le nombre d'expressions manquantes pour ce domaine est affiché. Cela vous aide à savoir où aller si vous souhaitez compléter la traduction de PrestaShop.

Pour voir les expressions contenus dans un domaine, cliquez sur le nom du domaine : les expressions s'afficheront sur la droite.



Domaines de traductions

Si de prime abord les domaines peuvent vous sembler confus, vous comprendrez rapidement comme ils fonctionnent et vous saurez rapidement y trouver votre chemin.

Chaque catégorie (back office ou thème) est elle-même divisée en sous-catégories fonctionnelles, qui correspondent à des sections et pages du back office (ou du thème).

Par exemple, pour le back office, les domaines suivants correspondent aux pages du même nom (en anglais) dans l'interface :

* *AdminCatalog, AdminModules, AdminDesign, AdminShipping, AdminPayment, AdminInternational, AdminShopParam et AdminAdvParameters.*

* *AdminOrdersCustomers rassemble les expressions des menus "Commandes", "Clients" and "Service client".*

Chacun de ces domaines est encore divisé en trois sous-domaines, *Feature, Notification et Help*, qui ont les significations suivantes :

* *Feature* : tout ce qui est propre à une fonctionnalité de l'interface. Si vous êtes dans la catégorie "Shipping", le domaine Admin.Shipping.Feature regroupera toutes les expressions dans le menu "Livraison", et qui sont propre à ces pages en particulier.

* *Notification* : tous les messages d'information, de succès, les notifications ou les erreurs spécifiques au domaine concerné.

* *Help* : tous les messages d'aide et d'accompagnement pour ce domaine précis.

Et à contrario, certains domaines sont génériques et leurs chaînes sont transverses à toutes les pages du back office :

* *AdminNavigation* pour toutes les chaînes du menu, footer, et header du back-office.

* *AdminActions* rassemble tous les boutons ou liens sous forme de verbes d'actions que vous trouverez dans l'interface et qui sont génériques ("Annuler", "Enregistrer", "Supprimer", etc.) * *AdminNotifications* contient tous les avertissements, messages d'erreurs ou de succès qui sont standards et applicables à toutes les pages du back-office (par exemple "Mise à jour réussie").

* *AdminGlobal* englobe toutes les chaînes qui ne sont pas comprises dans les autres domaines, qui apparaissent dans plusieurs pages différentes du back-office et dans de nombreuses occurrences ("État", "Paramètres", "Activé", "Ventes", etc.).

La même logique va s'appliquer pour les domaines du thème :

* *ShopTheme* et ses sous-niveaux (Catalog, CustomerAccount, Checkout, Actions) sont les chaînes du thème par défaut et de ses différentes sections fonctionnelles

* *ShopForms* regroupe les libellés des différents formulaires présents dans le thème

* *ShopNotification* concerne tous les messages et notifications s'affichant sur votre boutique, que ce soit des erreurs ou succès.



Modifier une traduction

Quand vous ouvrez un domaine pour en voir les chaînes, vous pouvez modifier les traductions existantes, ou compléter celles qui seraient manquantes.

Cliquer "Enregistrer" sauvegardera vos modifications. Cliquer "Réinitialiser" remplacera ce que vous avez pu rentrer par la traduction officielle de PrestaShop : cela restaurera la traduction initiale s'il y en avait une, ou supprimera la vôtre si vous en aviez ajouté une.

Certaines chaînes ont une syntaxe particulière, qui contient des variables comme **%s**, **%d**, **%1\$s**, **%2\$d**, etc.

Quand vous trouvez une chaîne avec une telle variable, cela signifie que PrestaShop la remplacera avec une valeur dynamique avant d'afficher la chaîne traduite.

Par exemple, dans la chaîne "Your order on %s is complete.", **%s** sera remplacé par le nom de la boutique. C'est pourquoi vous devez conserver cette variable dans votre traduction finale. Par exemple, en français il faudra la traduire en "Votre commande sur %s a bien été enregistrée."

Dans le cas d'une chaîne avec variable, vous devriez vous assurer que le contenu de cette variable se trouvera dans le bon flot de la phrase, et éviter les traductions littérales.

Les variables numérotées (**%1\$s**, **%2\$d**, etc.) permettent aux traducteurs de réordonner les variables au sein de la chaîne tout en maintenant les informations de chacune. Ainsi, le traducteur français pourra au choix traduire "Order #1\$d from %2\$s" en "Commande n°%1\$s du %2\$s" ou "Le %2\$s, commande n°%1\$s".

The file %1\$s exceeds the size allowed by the server. The limit is set to %2\$d MB.

Le fichier %1\$s dépasse le poids autorisé par le serveur, cette limite est fixée à %2\$d Mo.

[RÉINITIALISER](#) [ENREGISTRER](#)

The file is too large. Maximum size allowed is: %1\$d kB. The file you are trying to upload is %2\$d kB.

Fichier trop volumineux, taille maximum autorisée : %1\$d ko. La taille du fichier que vous tentez de télécharger est : %2\$d ko.

[RÉINITIALISER](#) [ENREGISTRER](#)

Traduction des modules

Quand vous souhaitez traduire ou modifier le contenu d'un module précis, choisissez "Traduction des modules installés", puis sélectionnez le module qui vous intéresse. Une nouvelle page va s'ouvrir avec tout le contenu de ce module.



En fonction de la version pour laquelle ce module a été conçu (1.7 ou 1.6), l'interface de traduction peut être différente. En effet, certains modules utilisent le système de traduction propre à la 1.7, tel que décrit dans cette page, alors que d'autres utilisent toujours le système de la version 1.6. Leur page de traduction aura une présentation différente. Au final, les fonctionnalités sont les mêmes, et vous pourrez traduire ou modifier votre module de la même façon.



Traduction des modèles d'e-mails

La traduction des e-mails se fait un peu différemment des autres types de contenu.

Les chaînes sont rassemblées en groupes, mais ce ne sont plus de simples champs texte. Chaque e-mail dispose de deux modèles : un au format HTML, avec une mise en page et de la couleur, et un au format texte brut. Tandis que la version texte brut peut être modifiée directement dans le champ textuel, la version HTML ne peut être modifiée qu'en cliquant sur le bouton "Modifier ce modèle d'e-mail" situé en bas de la prévisualisation. Ce clic remplace la prévisualisation par un champ Wysiwyg (*what you see is what you get*), avec un éditeur complet (basé sur TinyMCE : <http://www.tinymce.com/>). En plus de modifier le texte, vous pouvez retoucher la mise en page comme bon vous semble. Vous pouvez par exemple changer les couleurs afin de s'adapter au style de votre boutique.

Notez que les modèles d'e-mails contiennent des variables, tels que **{lastname}** or **{shop_name}**, que PrestaShop remplace par la valeur réelle lors de l'envoi de l'e-mail. Assurez-vous de les conserver dans la traduction.



Vous utilisez des templates d'e-mails pour personnaliser le design de vos mails automatiques aux couleurs de votre boutique (en vente sur PrestaShop Addons : <https://addons.prestashop.com/fr/625-templates-email-prestashop>) ? La modification du contenu se fait de la même façon que pour les modèles d'e-mails classiques. En effet, les templates d'e-mails reprennent les contenus et traductions directement depuis votre boutique, seul le design est modifié.

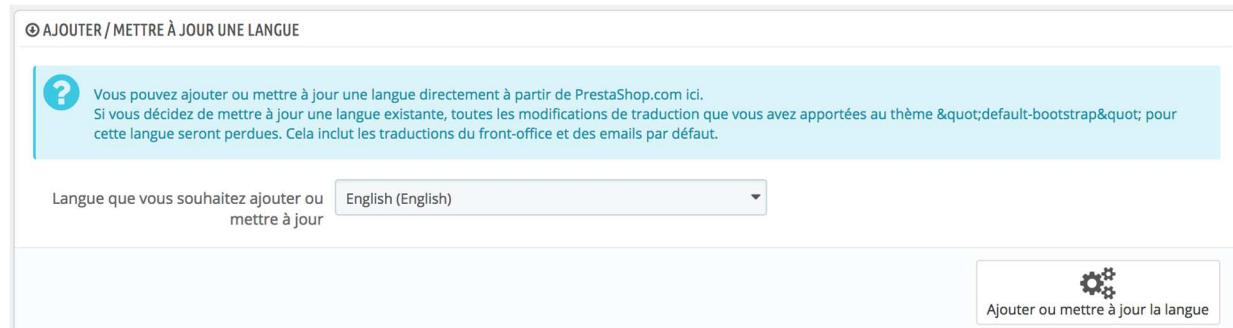
The screenshot shows the 'E-mails du coeur' section of the PrestaShop back office. The top navigation bar includes 'MAILS DU COEUR' and 'MAILS/FR'. A sub-menu 'E-mails du cœur' is selected. On the right, a message indicates '2 traduction(s) manquante(s)'. The main area displays a template for account creation:

- account**: The subject line field is empty, indicated by a question mark icon and the text 'Aucun sujet n'a été trouvé pour htmlspecialchars, ou le sujet est généré depuis la base de données.'
- Voir la version HTML**, **Modifier la version HTML**, **Voir/modifier la version texte**: Buttons to view or edit the different versions of the email template.
- BONJOUR {FIRSTNAME} {LASTNAME}, MERCI D'AVOIR CRÉÉ VOTRE COMPTE CLIENT SUR {SHOP_NAME}.**: The main HTML content.
- VOS CODES D'ACCÈS SUR {SHOP_NAME}.**: A section containing placeholder text for access codes.
- Vos codes d'accès :** and **Adresse e-mail : {email}**: Fields for entering the actual access codes and recipient email address.



Ajouter / mettre à jour une langue

Les traductions de PrestaShop sont disponibles en packs, qui combinent toutes les catégories de traduction en un fichier zip. Certains packs de langue sont disponibles gratuitement depuis les serveurs de PrestaShop. PrestaShop s'occupe de télécharger le pack de langue, le décompresser et créer les sous-dossiers nécessaires dans le dossier **/translation** de votre installation.



Vous pouvez ajouter ou mettre à jour une langue directement à partir de PrestaShop.com ici. Si vous décidez de mettre à jour une langue existante, toutes les modifications de traduction que vous avez apportées au thème "default-bootstrap" pour cette langue seront perdues. Cela inclut les traductions du front-office et des emails par défaut.

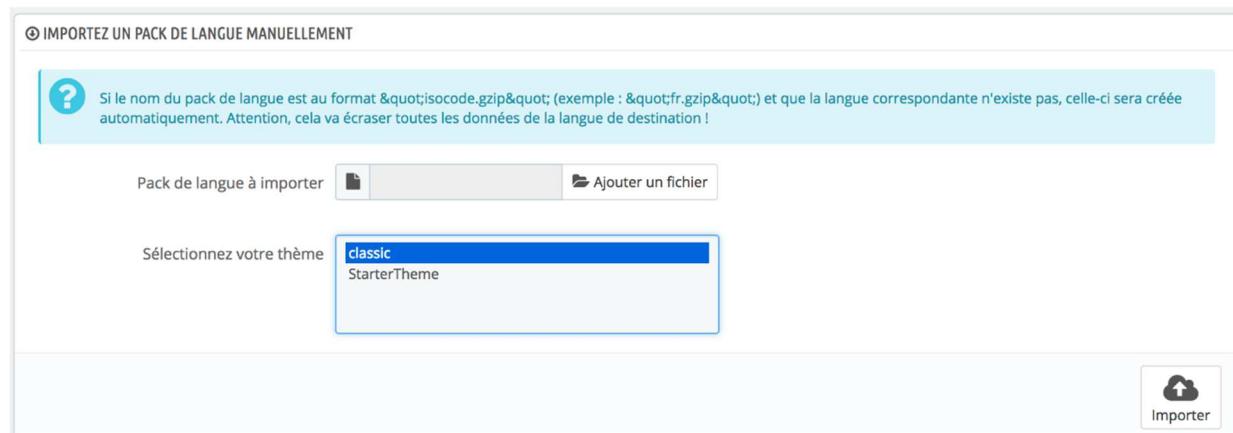
Langue que vous souhaitez ajouter ou mettre à jour English (English)

Ajouter ou mettre à jour la langue

Vous pouvez également mettre à jour les langues installées, ici aussi depuis les serveurs de PrestaShop.

Importer un pack de langue manuellement

Dans le cas où vous ne souhaiteriez pas utiliser un pack de traduction officiel, mais plutôt un pack personnalisé (soit réalisé par l'une de vos connaissances, ou récupérée depuis une autre installation de PrestaShop), alors cet outil est fait pour vous.



Si le nom du pack de langue est au format "isocode.gzp" (exemple : "fr.gzp") et que la langue correspondante n'existe pas, celle-ci sera créée automatiquement. Attention, cela va écraser toutes les données de la langue de destination !

Pack de langue à importer

Sélectionnez votre thème

classic
StarterTheme

Importer

Selectionnez le fichier Zip, sélectionnez le thème auquel vous souhaitez appliquer ce pack, puis cliquez sur le bouton "Importer", et le pack sera installé dans votre dossier **/translation**.

Si vous avez déjà un dossier de langue avec le même code ISO 639-1, il sera remplacé par les fichiers du pack que vous importez.

Exporter des traductions

Vous pouvez créer votre pack de langue en utilisant cet outil, soit dans le but de faire une sauvegarde de vos personnalisations, ou afin de partager vos traductions avec une autre installation de PrestaShop – l'une des vôtres ou d'un autre utilisateur.



EXPORTER DES TRADUCTIONS



Exporter les données d'une langue vers un fichier (pack de langue).
Choisissez le thème dont vous souhaitez exporter les traductions.

Langue English (English)

Sélectionnez votre thème classic



Exporter

Sélectionnez simplement la langue et le thème de la traduction que vous souhaitez exporter, et cliquez sur le bouton "Exporter".

Notez que le pack contiendra le thème qui est censé fonctionner avec la traduction.

Copier

Vous pouvez copier le contenu d'une langue vers une autre. C'est particulièrement utile quand vous souhaitez remplacer la langue d'un thème par celle d'un autre thème.

COPIER



Ceci copiera les traductions d'une langue vers une autre.
Attention, cela va écraser toutes les données de la langue de destination !
Si nécessaire,  créez d'abord une nouvelle langue .

* Du English (English)

classic

Au English (English)

classic

* Les fichiers de la langue source doivent être complets afin de permettre la copie de traductions.



Choisissez la langue et le thème sources, puis la langue et le thème de destination, enfin cliquez sur le bouton "Copier". Dans la plupart des cas, la langue devrait être la même dans les deux listes déroulantes.



S'il y a déjà un dossier pour cette langue dans le thème de destination, il sera remplacé par les fichiers de la langue et du thème source.

Vous préférerez peut-être créer d'abord une nouvelle langue pour le thème de destination, puis y copier la langue source.



Configurer votre boutique

La section "Configurer" vous permet de paramétrier votre boutique et d'en peaufiner les réglages. Cela touche à beaucoup d'aspects de votre boutique, que ce soit la configuration technique de base, comme les choix qui détermineront l'expérience de vos clients sur votre boutique.

Ainsi, tous ces réglages doivent être étudiés attentivement, et avant d'activer ou désactiver l'une de ces options, vous devez prendre le temps de les examiner et d'évaluer l'impact qu'elles auront sur votre boutique et votre activité.



Configurer les paramètres de votre boutique

Les paramètres de la boutique rassemblent tout ce qui peut impacter l'expérience utilisateur de vos clients. C'est ici que vous trouverez un ensemble d'options qui influenceront vos clients, vos commandes, et en général le comportement de votre boutique. Avant de lancer officiellement votre boutique, veillez à bien prendre le temps de paramétrer ces pages : vous aurez à faire de nombreux choix avant que votre boutique soit active, et chacun peut à sa façon modifier l'expérience finale de vos clients.

Général

En plus des paramètres généraux de la boutique, cette page comprend aussi les paramètres de maintenance, qui sont de première importance lorsque vous souhaitez désactiver temporairement votre boutique :

- Paramètres généraux
- Maintenance de la boutique

Paramètres généraux

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

- **Activer le SSL.** SSL signifie "Secure Sockets Layer", et comprend le TSL (pour "Transport Layer Security"). Les deux sont des protocoles Internet cryptographiques, qui sécurisent les échanges sur le Web. Vous pouvez en apprendre plus sur ces protocoles sur Wikipédia : http://fr.wikipedia.org/wiki/Transport_Layer_Security. Le fait de fournir une connexion SSL pour votre boutique est non seulement une chose positive pour les échanges sur Internet, mais également un bon moyen de rassurer vos clients sur la sécurité de leurs données (identifiants, carte de crédit, etc.) sur votre boutique, car de nombreux navigateurs modernes indiquent visuellement que la connexion est sécurisée. Si votre hébergeur propose le protocole SSL, assurez-vous de l'activer dans PrestaShop en cliquant sur le lien. Cela affichera un sélecteur, dans lequel vous devrez choisir "Oui". Le SSL sera activé sur les pages du tunnel d'achat et du compte client.
- **Activer le SSL sur tout le site.** Cette option n'est disponible que si vous avez activé le SSL, via l'option juste au-dessus. Elle permet à toutes les pages de votre site d'être protégées via le certificat SSL (et pas seulement les pages du tunnel d'achat et du compte client).
- **Améliorer la sécurité du front-office.** Cette option ajoute des jetons de sécurité (*tokens*) à votre boutique afin d'en améliorer la sécurité. Dans les faits, chaque adresse devient spécifique à la session du client, et ne peut être utilisée telle quelle dans un autre navigateur, protégeant ainsi toutes les informations qui auraient pu être stockées durant cette session.
- **Autoriser les iframes sur les champs HTML.** Cette option vous permet de mettre des iframes dans les champs textuels, tels que les descriptions de produits. Les IFrames sont des éléments HTML qui permettent de charger du contenu externe dans le contenu propre de la page. Nous vous recommandons de laisser cette option désactivé, sauf en cas de besoin réel.
- **Utiliser la bibliothèque HTMLPurifier.** Vos clients peuvent envoyer des informations à votre boutique par le biais de champs textuels (par exemple, les descriptions de produits ou les informations personnelles), mais les pirates peuvent également envoyer du code nocif par ce biais afin d'essayer de hacker votre boutique. Cette option vous garantit que les données reçues sont sécurisées. Vous ne devriez la désactiver que si vous savez exactement ce que vous faites.



- **Règle d'arrondi.** Une fois les taxes et promotions appliquées, il se peut que le prix final aie trop de décimales, par exemple 42.33333333 €. La règle d'arrondi est utilisée sur l'ensemble des affichages de prix du front-office, ainsi que lors du calcul final du prix (taxes, promotions, etc.). En soi, la règle d'arrondi change peu de choses en restant à la décimale, mais l'impact est beaucoup plus fort lorsque le calcul de l'arrondi se fait sur le total de la facture, et doit prendre en compte de nombreux produits, des taxes et des promotions.
Six modes sont disponibles :
 - **Arrondir vers l'infini quand valeur à mi-chemin.** C'est le mode recommandé. 42,55555555 devient 42,56.
 - **Arrondir vers zéro quand valeur à mi-chemin.** 42,55555555 devient 42,56.
 - **Arrondir au chiffre pair le plus proche (arrondi bancaire).** 42,55555555 devient 42,56.
 - **Arrondir au chiffre impair le plus proche.** 42,55555555 devient 42,56.
 - **Arrondir à la valeur supérieure la plus proche.** 42,55555555 devient 42,56.
 - **Arrondir à la valeur inférieure la plus proche.** 42,55555555 devient 42,56.
- **Type d'arrondi.** Cette option vous permet de choisir le type d'arrondi, ce qui peut avoir un impact important sur le calcul du total de vos factures. Il y a trois types d'arrondi, par ordre progressif :
 - **Arrondir pour chaque article.** Le prix de chaque article sera arrondi avant le calcul du total. S'il y a plusieurs exemplaires d'un même article, chacun de ces exemplaires sera arrondi séparément avant le calcul total.
 - **Arrondir pour chaque ligne.** Le prix de chaque article sera arrondi avant le calcul du total. S'il y a plusieurs exemplaires d'un même article, l'arrondi sera fait sur l'addition des prix de ces exemplaires.
 - **Arrondir le total.** L'arrondi ne sera fait que lors du calcul final, après que les prix de tous les articles ont été additionnés.
- **Nombre de décimales.** Vous pouvez choisir le nombre de décimales pour les arrondis de prix. Par exemple, si vous choisissez "3", 42.33333333 sera affiché comme 42.334.
- **Afficher les fournisseurs et les marques.** Les blocs "Fournisseur" et "Marques" peuvent être enlevés du front-end de votre boutique, en désactivant leurs modules respectifs. Cela étant, à l'aide de cette option, vous pouvez toujours rendre leurs listes disponibles, notamment via les adresses `/manufacturer.php` et `/supplier.php`.
- **Afficher les meilleures ventes.** Le bloc "Meilleures ventes" peut être enlevé du front-office de votre boutique, en désactivant le module Bloc Meilleures Ventes. Cela étant, à l'aide de cette option, vous pouvez toujours rendre sa liste disponible par le biais de l'adresse `/top-sales.php`.
- **Activer le multiboutique.** Cette petite option a des implications majeures : elle transforme votre boutique unique en une installation multiboutique. Elle vous donne accès à la page "Multiboutique" du menu "Paramètres avancés", et toutes les pages de l'administration peuvent changer de contexte pour appliquer leurs réglages au choix à toutes les boutiques, à un groupe de boutiques, ou à une seule boutique.
Vous pouvez en apprendre plus sur la fonctionnalité multiboutique de PrestaShop en lisant le chapitre "Gérer plusieurs boutiques" de ce guide.
- **Activité principale de la boutique.** Il se peut que vous ayez mal configuré l'activité de la boutique lors de l'installation. Vous pouvez changer ce paramètre ici.



PARAMÈTRES GÉNÉRAUX

[Activer le SSL](#) Veuillez cliquer ici pour vérifier que votre boutique supporte le protocole HTTPS.

Activer le SSL sur tout le site OUI NON

Quand cette option est activée, toutes les pages de votre boutique seront sécurisées par votre certificat SSL.

Améliore la sécurité du front-office OUI NON

Active ou désactive les jetons (tokens) en front-office afin d'améliorer la sécurité de PrestaShop

Autoriser les iframes dans les champs OUI NON
HTML

Autoriser les iframes dans les champs texte de la fiche produit (comme la description). Nous recommandons de laisser cette option désactivée.

Utiliser la bibliothèque HTMLPurifier OUI NON

Nettoyer le code HTML soumis via les champs texte des formulaires. Par sécurité, nous recommandons de laisser cette option activée.

Règle d'arrondi Arrondir vers l'infini quand valeur à mi-c ↴

Vous pouvez choisir entre 6 façons différentes d'arrondir les prix. "Arrondir vers l'infini..." est le comportement recommandé.

Type d'arrondi Arrondir pour chaque ligne ↴

Vous pouvez choisir à quel moment arrondir les prix : pour chaque article, chaque ligne ou au total (d'une facture, par exemple).

Nombre de décimales

Choisissez le nombre de décimales à afficher

Afficher les marques et fournisseurs OUI NON

Affiche les pages marques et fournisseurs dans votre boutique même si leurs modules ne sont pas activés.

Afficher les meilleures ventes OUI NON

Affiche la page des meilleures ventes sur votre front-office même si le module correspondant est désactivé.

Activer le multiboutique OUI NON

Le multiboutique vous permet de gérer plusieurs boutiques avec une seule administration. Si cette fonctionnalité est activée, la page "Multiboutique" apparaît dans le menu "Paramètres avancés".

Activité principale de la boutique



Maintenance de la boutique

Préférences de maintenance

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

The screenshot shows the 'PARAMÈTRES GÉNÉRAUX' section of the PrestaShop back office. It includes a 'Activer la boutique' switch set to 'OUI', a note about the web service being active during maintenance, an 'IP de maintenance' input field with a '+ Add my IP' button, a rich text editor for a personalized maintenance message, and a language selector set to 'fr'. A save button is visible in the bottom right corner.

Cette page dispose de deux options :

- **Activer la boutique.** Vous pouvez utiliser cette option pour désactiver temporairement votre boutique, typiquement lorsque vous devez faire une action de maintenance sur votre boutique.

 Le service web sera toujours actif, donc vos données seront toujours accessibles à ceux ayant une clé. Si vous voulez également désactiver le service web, rendez-vous dans la page "Service web" du menu "Paramètres avancés".
- **IP de maintenance.** L'IP de maintenance donne accès à votre boutique à certaines personnes même si celle-ci est en désactivée. Cela signifie que vous pouvez empêcher l'ensemble d'Internet d'accéder à votre boutique, mais laisser malgré tout certaines machines utilisées par les membres de votre équipe et vous-même à accéder à la boutique. Pour connaître l'adresse IP d'une machine, utilisez le site <http://www.whatismyip.com/> depuis cette machine. Cliquez sur le bouton "Ajouter mon IP" pour autoriser votre ordinateur actuel. Si vous souhaitez ajouter plus d'une adresse IP, séparez-les par des virgules ", ".
- **Message de maintenance personnalisé.** Nouveau dans PrestaShop 1.7. Vous pouvez afficher le message de votre choix sur la page de maintenance, pour informer vos clients que le site est temporairement indisponible, et par exemple les prévenir de la date de remise en ligne.



Paramètres des commandes

Les paramètres de commande sont divisés en deux onglets. Le premier regroupe les préférences liées aux commandes, quand le second permet de personnaliser les états de commande.

Préférences des commandes

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

Préférences générales

The screenshot shows the 'PARAMÈTRES GÉNÉRAUX' (General Settings) tab of the 'Commandes' (Orders) preferences. It contains several configuration options with 'OUI' (Yes) and 'NON' (No) buttons:

- Activer le récapitulatif final: OUI (Yes)
- Activer la commande express (sans création de compte): OUI (Yes)
- Désactiver l'option "Commander à nouveau": OUI (Yes)
- Montant total minimum requis pour valider une commande: € (HT) 0
- Recalculer les frais de port après modification de la commande: OUI (Yes)
- Envoi différé: OUI (Yes)
- Conditions générales de vente: OUI (Yes)
- Page pour les conditions d'utilisation: Conditions d'utilisation

At the bottom right is a blue 'Enregistrer' (Save) button with a disk icon.

- Afficher le récapitulatif final.** Certaines législations exigent d'afficher un récapitulatif de la commande (panier, adresse, méthode de livraison, etc.) avant le bouton de confirmation finale. Cette option vous permet de choisir de l'afficher ou non.
- Type de processus de commande.** Par défaut, le client doit parcourir 5 étapes pour venir à bout du processus d'achat, chacune sur une page différente. Cependant, vous pouvez choisir d'afficher toutes ces étapes sur une seule page. Cette page sera plus longue, mais certains clients peuvent préférer cette approche.
- Activer la commande express.** Autorise les visiteurs non-enregistrés à faire une commande, sans devoir créer de compte.
- Montant total minimum requis pour valider une commande.** Indique le montant minimum d'achat à avoir dans son panier pour pouvoir lancer une commande. Si la valeur du champ n'est pas atteinte, le client ne peut pas passer commande. Si vous ne voulez pas de montant minimal, saisissez "0".
- Recalculer les frais de port après modification de la commande.** Nouveau en 1.7. Permet de recalculer automatiquement les frais de port quand vous avez modifié une commande (ajouté un produit, modifier l'adresse de livraison, etc.). Cette option permet également de pouvoir changer le transporteur pour une commande qui n'a pas encore été confirmée (et de recalculer les frais de ports en conséquence).
- Envoi différé.** Si vous activez l'option "Autoriser la commande de produits hors stock" (page de paramètres "Produits"), vous pouvez faire en sorte que les produits soient expédiés au fur et à mesure qu'ils sont disponibles, avec autant de colis que nécessaire (selon le bon jugement de votre équipe). Par défaut, PrestaShop divisera la commande en deux : les produits disponibles sont envoyés aussitôt, tandis que les autres sont placés dans une seconde commande, en attente de validation.



- **Conditions générales de vente.** Oblige vos clients à accepter les conditions de vente de votre boutique avant de valider la commande.
- **Page pour les conditions d'utilisation.** Le texte des conditions de vente de votre boutique doit être placé dans une page de contenu statique ("Apparence > Pages"). Sélectionnez la page en question afin que PrestaShop donne le bon lien à vos clients.

Options des emballages cadeaux

OPTIONS DES EMBALLAGES CADEAUX

Proposer des emballages cadeaux

Tarifs emballages cadeaux

Taxe des emballages cadeaux

Proposer des emballages recyclés

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

Proposer des emballages recyclés. De nombreux clients apprécient



États de commande

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

Ces différents états sont visibles et modifiables dans l'onglet "États de commandes" de la page des paramètres commandes ("Paramètres de la boutique").

ID	Nom	Icône	Envoyer un e-mail au client	Livraison	Facture	Modèle d'e-mail	Actions
1	En attente de paiement par chèque		✓	✗	✗	cheque	
2	Paiement accepté		✓	✗	✓	payment	
3	En cours de préparation		✓	✓	✓	preparation	
4	Expédié		✓	✓	✓	shipped	
5	Livré		✗	✓	✓		
6	Annulé		✓	✗	✗	order_canceled	
7	Remboursé		✓	✗	✓	refund	
8	Erreur de paiement		✓	✗	✗	payment_error	
9	En attente de réapprovisionnement (payé)		✓	✗	✓	outofstock	
10	En attente de virement bancaire		✓	✗	✗	bankwire	
11	En attente de paiement PayPal		✗	✗	✗		
12	Paiement à distance accepté		✓	✗	✓	payment	
13	En attente de réapprovisionnement (non payé)		✓	✗	✗	outofstock	
14	En attente de paiement à la livraison		✗	✗	✗	cashondelivery	

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

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

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



ÉTATS DE RETOUR		5	
ID	Nom		
1	En attente de confirmation		
2	En attente du colis		
3	Colis reçu		
4	Retour refusé		
5	Retour terminé		

Créer un nouvel état

Vous pouvez bien sûr créer un nouvel état, en cliquant sur le bouton "Ajouter un nouvel état de commande".

ÉTAT DE LA COMMANDE

* Nom de l'état en ▾

Icône Ajouter un fichier

Couleur

Considérer la commande associée comme validée.
 Autoriser les clients à télécharger et lire la version PDF de la facture.
 Cacher cet état dans la commande pour les clients.
 Envoyer un e-mail au client lorsque la commande change d'état.
 Joindre la facture PDF à l'e-mail.
 Joindre le bon de livraison PDF à l'e-mail.
 Marquer la commande associée comme expédiée.
 Marquer la commande associée comme payée.
 Afficher le PDF de bon de livraison.

Annuler Enregistrer

Remplissez le formulaire :

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



- Violet : commandes expédiées,
- Rose : rupture de stock.
- Les options :
 - **Considérer la commande associée comme validée.** Si l'option est activée, cet état marquera les commandes associées comme étant payées, et les passera à l'état adéquat.
 - **Autoriser les clients à télécharger et lire la version PDF de la facture.** Si l'option est désactivée, vous devrez vous-mêmes envoyer leurs factures à vos clients.
 - **Cacher cet état dans la commande pour les clients.** Permet de créer des états internes, réservés à vous et votre équipe. Les clients ne verront jamais cet état dans leur page de commande.
 - **Envoyer un e-mail au client lorsque la commande est changée à cet état.** Si l'option est activée, un menu déroulant apparaît pour vous permettre de choisir un modèle d'e-mail à utiliser.
 - **Joindre la facture PDF à l'e-mail.** Envoie un e-mail au client avec en pièce-jointe la facture au format PDF.
 - **Joindre le bon de livraison PDF à l'e-mail.** Envoie un e-mail au client avec en pièce-jointe le bon de livraison au format PDF.
 - **Marquer la commande associée comme expédiée.** Soyez prudent : une fois qu'une commande est marquée comme étant livrée, elle ne peut pas revenir en arrière.
 - **Marquer la commande associée comme payé.** Même chose ici : une fois qu'une commande est marquée comme étant payée, elle ne peut pas revenir en arrière.
 - **Afficher le PDF de bon de livraison** . Vous donne accès au bon de livraison, prêt à être imprimé.

Créer un nouvel état de retour

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

Il ne comprend que deux champs :

- **Nom de l'état.** Donnez-lui le nom que vous voulez.
- **Couleur.** Assignez-lui une couleur.

Enfin, enregistrez votre création.



Paramètres des produits

Préférences des produits

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

Préférences générales

PRODUITS (GÉNÉRAL)

Mode catalogue	OUI	NON
Nombre de jours durant lesquels un produit est considéré comme "nouveau"	20	
Taille maximale du résumé produit	caractères	
Remises des quantités basées sur	<input checked="" type="radio"/> Produits <input type="radio"/> Déclinaisons	
Forcer la mise à jour des URL simplifiées	OUI	NON
État d'activation par défaut	OUI	NON
<input type="button" value="Enregistrer"/>		

- **Mode catalogue.** Activer le mode catalogue signifie que vous transformez votre boutique en une simple galerie de produits, n'offrant aucune possibilité d'achat.
- **Nombre de jours durant lesquels un produit est considéré comme "nouveau".** Quand vous ajoutez un produit à votre boutique, il est considéré comme étant nouveau, et se trouve dans la page "Nouveaux produits". Ce champ vous permet de préciser le nombre de jours durant lesquels un produit est considéré comme nouveau.
Cette option vous permet donc de mieux contrôler la manière dont vous gérez les nouveautés de votre boutique. La page des nouveaux produits est surtout visitée par les clients réguliers.
- **Taille maximale du récapitulatif.** Votre produit dispose de deux descriptions : un récapitulatif et une description classique. Le récapitulatif, qui est une description courte, apparaît dans les moteurs de recherche et dans la page catégorie, est limitée à 400 caractères par défaut, mais cette option vous permet de changer cette valeur. 0 signifie qu'il n'y a pas de limite.
- **Remises des quantités basées sur.** Définit sur quelle base (produits ou déclinaisons) sont calculés les remises de quantité.
- **Activer par défaut.** Avec cette option activée, un nouveau produit est automatiquement activé à sa création.

Pagination



 PAGINATION

Produits par page	12
Tri par défaut	Position dans la catégorie
Ordre par défaut	croissant

 Enregistrer

- **Produits par page.** Indique le nombre de produits affichés sur les pages de vos catégories.
- **Tri par défaut.** Indique l'ordre des produits dans les catégories de votre boutique. 6 choix sont possibles :
 - **Nom du produit.** Affiche vos produits par ordre alphabétique de leurs noms.
 - **Prix du produit.** Affiche vos produits en fonction de leurs prix.
 - **Date d'ajout.** Affiche vos produits en fonction de leurs dates d'ajout.
 - **Position dans la catégorie.** Affiche vos produits tels qu'ils sont positionnés au sein de la catégorie, dans le catalogue. La position d'un produit peut être changée directement dans le catalogue de votre boutique en utilisant les flèches de positionnement. Ainsi, vous pouvez placer vos produits de la manière la plus à même de provoquer une vente.
 - **Marque.** Affiche vos produits par ordre alphabétique du nom de leurs marques.
 - **Date de modification.** Quand vous modifiez un produit, sa date de modification est changée. Cette option les fait apparaître par ordre de modification.
- **Ordre par défaut.** L'option ci-dessus peut être arrangée par ordre croissant ou décroissant.

Page produit

 FICHE PRODUIT

Afficher les quantités disponibles sur la fiche produit	OUI	NON
* Afficher les dernières quantités lorsque celles-ci sont inférieures à	3	
Afficher les attributs indisponibles sur la fiche produit	OUI	NON
Afficher le bouton "ajouter au panier" lorsque le produit a des attributs	OUI	NON
Séparateur des attributs dans les liens des produits	-	
Afficher le prix réduction comprise	OUI	NON

Dans le tableau récapitulatif des réductions en fonction du volume, afficher le prix après réduction au lieu d'afficher le pourcentage de réduction (par exemple, "-5%").

 Enregistrer

- **Afficher les quantités disponibles sur la page produit.** En activant cette fonctionnalité, vos visiteurs peuvent voir la quantité disponible en stock de chaque produit. Vous pouvez utiliser cette information pour doper les ventes quand le stock est bas. Les quantités affichées sont pour les attributs et déclinaisons sélectionnés.
- **Afficher les dernières quantités lorsque celles-ci sont inférieures à.** Vous pouvez choisir d'afficher une notification quand le stock disponible d'un produit atteint une certaine limite. Cette option se montre particulièrement utile pour pousser à l'achat. Le texte et la position de la



notification dépendent du thème ; dans le thème par défaut, la notification annonce "Derniers articles en stock", et est affiché à côté du bouton "Ajouter au panier".

- **Afficher les attributs indisponibles sur la fiche produit.** Votre produit peut être fait de nombreux attributs et déclinaisons : couleur, taille, capacité, etc. Les attributs peuvent être modifiés dans la page "Attributs" de votre menu "Catalogue".

Quand au moins un attribut n'est plus disponible, vous avez deux possibilités :

- Premièrement : laisser cette préférence active. Par exemple : le produit "iPod Shuffle" n'est plus disponible en couleur "Bleu". En laissant cette option activée, la déclinaison du produit restera visible sur votre boutique. Un message indique alors que le produit n'est plus disponible pour l'option choisie, et invite les clients à en choisir une autre. Si vous avez activé l'option "Autoriser la commande de produits hors stock" (voir ci-dessous), alors ils pourront malgré tout commander cette déclinaison.
- Deuxièmement : désactiver cette préférence. Si la déclinaison "Bleu" du produit "iPod Shuffle" n'est plus disponible, cette sélection n'est plus affichée sur le front-office, et les clients ne peuvent donc plus la sélectionner. Cette option vous aide à clairement afficher la disponibilité de vos produits.
- **Afficher le bouton "ajouter au panier" lorsque le produit a des attributs.** Cette option empêche vos clients d'ajouter des produits directement depuis la page de catégorie, si le produit a des déclinaisons. Cela oblige le client à se rendre sur la page du produit et à choisir une déclinaison, au lieu d'ajouter celle par défaut au panier. Notez que les produits qui n'ont pas de déclinaisons auront toujours un bouton "Ajouter au panier" sur la page de catégorie.
- **Séparateur des attributs dans les liens des produits.** Choisissez le séparateur, entre "-" et ",".
- **Afficher le prix réduction comprise.** Dans le tableau récapitulatif des réductions en fonction du volume, afficher le prix après réduction au lieu d'afficher le pourcentage de réduction.

Stocks produit

The screenshot shows the 'Stocks produit' configuration page. At the top, there's a section for 'Autoriser la commande de produits en rupture de stock' (Enable product ordering in stockout) with 'OUI' (Yes) and 'NON' (No) buttons. Below that is 'Activer la gestion des stocks' (Enable stock management) with 'OUI' (Yes) and 'NON' (No) buttons. Under 'Gestion des stocks de packs par défaut' (Default pack stock management), it says 'Décrémenter uniquement le pack.' (Decrement only the pack). At the bottom right is a blue 'Enregistrer' (Save) button with a disk icon.

- **Autoriser la commande de produits hors stock.** Si un produit n'est plus disponible en stock, le client peut quand même le commander.
- **Activer la gestion des stocks.** Cette option vous donne accès à un gestionnaire de stock basique : vous pouvez régler la quantité actuelle d'un produit, et laisser PrestaShop diminuer ce nombre à chaque commande, et en rajouter à chaque commande annulée et produit retourné.
Par défaut, vous devriez laisser cette fonctionnalité activée, car la désactiver affecte l'intégralité du gestionnaire d'inventaire de votre boutique. À ne désactiver que si vous n'avez aucun inventaire physique – par exemple, si vous ne vendez que des produits dématérialisés.
- Gestion des stocks de packs par défaut. Quand vous vendez des packs de produits, la gestion de vos stocks dépend de cette option. Vous avez trois possibilités :
 - Décrémenter uniquement le pack. Quand un pack est vendu, seul le stock du pack est modifié.
 - Décrémenter uniquement les produits du pack. Quand un pack est vendu, seul le stock de chaque produit est modifié.
 - Décrémenter les deux. Quand un pack est vendu, le stock du pack et le stock des produits qui le composent sont modifiés.Cette option peut être changée individuellement pour chacun de vos packs dans leur propre page de gestion, dans l'onglet "Quantités".



Paramètres des clients

Cette section des paramètres réunit tout ce qui touche à la gestion de vos clients : organiser vos clients par groupes, les titres de civilité disponibles, et d'autres options plus spécifiques.

Préférences des clients

La page "Clients" combine toutes les options liées aux clients, notamment le mode B2B.

PARAMÈTRES GÉNÉRAUX

Réafficher le panier après identification

Envoyer un e-mail après la création du compte

Délai pour régénération du mot de passe minutes

Activer le mode B2B

Demander la date de naissance

Activer les offres partenaires

- **Réafficher le panier après identification.** Si le client a déjà créé un panier qu'il n'a pas validé, vous pouvez le lui afficher lors de sa prochaine connexion à la boutique.
- **Envoyer un e-mail après la création du compte.** Vous pouvez faire en sorte que PrestaShop envoie un e-mail à chaque création d'un compte utilisateur, avec un résumé de ses informations (e-mail, mot de passe) après son inscription.
- **Délai pour régénération du mot de passe.** Vous pouvez choisir de choisir la fréquence avec laquelle un client peut générer un nouveau mot de passe pour son compte. Par défaut, il est de 360 minutes – 6 heures.
- **Activer le mode B2B.** Le mode B2B ajoute une poignée de fonctionnalités à votre boutique. Les clients ne sont plus considérés comme des individus, mais comme des sociétés, et donc de nouvelles options apparaissent :
 - le profil client a de nouveaux champs liés aux informations professionnelles,
 - les prix peuvent être cachés à certains groupes,
 - les prix peuvent être personnalisés pour chaque utilisateur pour l'ensemble du catalogue ou pour certaines catégories,
 - les factures sont générées manuellement,
 - etc.
- **Demander la date de naissance.** Vous pouvez choisir de demander ou pas la date de naissance lors de l'inscription. Si vous la demandez, il est conseillé d'expliquer aux clients pourquoi vous demandez cette information (vous envoyez un bon de réduction ou un petit cadeau pour l'anniversaire par exemple).
- **Activer les offres partenaires.** Vous avez peut-être conclu des accords avec des partenaires commerciaux, et vous souhaitez proposer l'inscription à leur newsletter à vos clients. Si c'est le cas, vous devez activer cette option. A la création du compte client, une case à cocher "Recevez les offres spéciales de nos partenaires".

Groupes de clients

PrestaShop vous donne la possibilité d'offrir certains priviléges à vos clients, en les assignant à des groupes. Vous pouvez créer autant de groupes de clients que vous le souhaitez, et leur assigner autant de clients que nécessaire.



Tout se passe dans l'onglet "Groupes" de la page de paramétrage "Clients".

Groupes 3						
ID	Nom du groupe	Réduction (en %)	Membres	Afficher les prix	Date de création	
1	Visiteur	0.00 %	1	Oui	22/12/2016	Modifier
2	Invité	0.00 %	1	Oui	22/12/2016	Modifier
3	Client	0.00 %	2	Oui	22/12/2016	Modifier

Par défaut, trois groupes sont répertoriés :

- **Visiteur.** Tout utilisateur n'ayant pas de compte client ou n'étant pas identifié.
- **Invité.** Tout utilisateur qui a passé une commande à l'aide de la commande express (guest checkout) – il faut que cette option soit activée.
- **Client.** Tout utilisateur ayant créé un compte sur votre boutique, et s'étant identifié.

 Ces trois groupes ne peuvent pas être supprimés.

Pour créer d'autres groupes, cliquez sur "Ajouter un groupe de clients", vous aurez alors accès au formulaire de création.

 GROUPE CLIENTS

* Nom	<input type="text"/>	en <input type="button" value="▼"/>
Remise	<input type="text" value="0"/> %	
Affichage des prix	<input type="text" value="TTC"/>	<input type="button" value="▼"/>
Afficher les prix	<input type="button" value="OUI"/>	<input type="button" value="NON"/>

 Annuler  Enregistrer

- **Nom.** Utilisez un nom court et descriptif.
- **Remise (en %).** La réduction que vous souhaitez appliquer à tous les produits de votre boutique, pour les membres de ce groupe.
Vous pourriez préférer ne pas mettre en place de réduction ici, et passer par des règles paniers.
- **Affichage des prix.** PrestaShop est souvent utilisé pour des boutiques de commerce interentreprises (secteur B2B). Vous pouvez créer un groupe de clients qui peuvent acheter des produits sans payer de taxes. La liste déroulante vous donne le choix entre "taxes incluses" et "taxes exclues".
- **Afficher les prix.** Par défaut, tous les utilisateurs d'une boutique peuvent voir vos prix. Vous pourriez préférer que certains membres ne puissent pas les voir. Par exemple, vous pouvez faire en sorte que seuls les membres connectés puissent voir les prix. Pour ce faire, vous devez modifier le groupe en question pour que l'option "Afficher les prix" soit sur "Non".



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

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

Réduction sur une catégorie	Ajouter une réduction sur une catégorie
Modules autorisés :	<input checked="" type="checkbox"/> Tableau de bord de l'activité OUI NON <input checked="" type="checkbox"/> Tableau de bord des tendances OUI NON <input checked="" type="radio"/> Tableau de bord des objectifs OUI NON <input checked="" type="checkbox"/> Tableau de bord Produits OUI NON <input checked="" type="checkbox"/> Graphiques NVD3 OUI NON <input checked="" type="checkbox"/> Affichage HTML simple OUI NON

Vous pouvez ajouter un client à un groupe de votre choix en modifiant les informations du client : depuis la liste des clients (page "Clients" du menu "Clients"), cliquez sur l'icône "Modifier" dans la ligne du client, dans le tableau "Accès de groupe", sélectionnez le groupe auquel vous souhaitez que votre client appartienne. Si vous lui assignez plusieurs groupes, prenez soin d'indiquer son groupe principal avec l'option "Groupe de clients par défaut".

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

Groupe de clients par défaut : Visiteur



Titres de civilité

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

TITRES DE CIVILITÉ		2		
ID	Titre	Sexe	Image	
--	<input type="text"/>	-	--	<input type="button" value="Rechercher"/>
1	M	Homme		<input type="button" value="Edit"/>
2	Mme	Femme		<input type="button" value="Edit"/>
Actions groupées ▾				

En cliquant sur le bouton "Ajouter un titre de civilité", vous ouvrez le formulaire de création :

The screenshot shows the 'Titres' creation form. It has a title field with a required asterisk, a dropdown menu, and a file upload section for an image with width and height inputs set to 16. There are buttons for canceling or saving the entry.

- Nom.** Vous pouvez choisir ce que vous voulez, depuis le très habituel ("Monseigneur", "Dame", "Gentilhomme") au très inhabituel ("Maître Jedi", "Grand ordonnateur", "Chef de famille"). Quand vous sortez des titres habituels, il est important de faire en sorte de renvoyer une certaine image de votre boutique.
- Type.** Certains noms s'appliquent aux hommes comme aux femmes, ou à aucun des deux. Dans ces cas, choisissez "Neutre".
- Image.** Un fichier en 16*16 représentant le titre. Les symboles génériques habituels sont Mars et Vénus (♂ et ♀), mais il y a de nombreuses autres possibilités. PrestaShop vous permet de mieux caractériser votre création à l'aide d'une image unique.
- Largeur de l'image et Hauteur de l'image.** PrestaShop travaille mieux avec des images en 16*16, et redimensionnera votre image si elle dépasse cette limite. Cependant, vous voudrez peut-être utiliser des images plus grandes, et ces deux options vous permettent de régler la taille exacte de votre image. Si vous saisissez "0", PrestaShop utilisera simplement la taille initiale de l'image.

Gestion des contacts

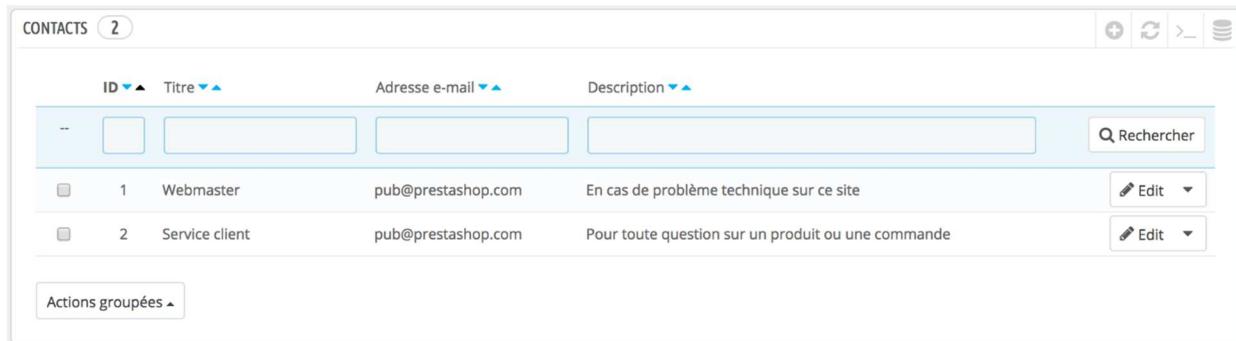


Votre boutique offre plusieurs points de contact à vos clients, que ce soit via le formulaire de contact, ou la liste de vos boutiques physiques (si vous en avez). Ces pages vous permettent de gérer toutes vos informations de contact.

Vos contacts

La page "Nous contacter" de votre boutique contient un formulaire de contact pour que vos clients puissent vous envoyer des messages facilement. En fonction du type de demande adressée, ces messages peuvent être envoyés à différents interlocuteurs, pour que la bonne personne parmi votre équipe traite ces demandes.

Vous pouvez ainsi créer de nombreux comptes de contacts. Par exemple : service client, service technique, service commercial, etc. Vous les trouver sur la page "Contacts".



The screenshot shows the 'CONTACTS' section of the PrestaShop back office. At the top, there are buttons for adding a new contact (+), refreshing the list (refresh), and deleting selected contacts (trash). Below the header, there are three filter dropdowns: 'ID' (sorted by ID), 'Titre' (sorted by title), and 'Adresse e-mail' (sorted by email address). A search bar labeled 'Rechercher' is also present. The main area displays a table with two rows of contact information:

ID	Titre	Adresse e-mail	Description	Action
1	Webmaster	pub@prestashop.com	En cas de problème technique sur ce site	Edit
2	Service client	pub@prestashop.com	Pour toute question sur un produit ou une commande	Edit

At the bottom left of the table, there is a button labeled 'Actions groupées'.

Créer de nouveaux contacts

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

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

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



CONTACTS

* Titre	<input type="text"/>	en ▾
Adresse e-mail	<input type="text"/>	
Enregistrer les messages ?	OUI	NON
Description	<input type="text"/>	
 Annuler	 Enregistrer	

Comment les clients peuvent vous contacter

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

CONTACTEZ-NOUS

Sujet	<input type="text" value="Service client"/>	▼
Adresse e-mail	<input type="text" value="pub@prestashop.com"/>	
Référence de commande	<input type="text" value="Sélectionnez une référence"/>	▼ optionnel
Document joint	<input type="file"/>	CHOOSE FILE optionnel
Message	<input type="text" value="Comment pouvons-nous aider ?"/>	
ENVOYER		

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



Le module "Coordonnées" permet d'afficher vos coordonnées dans le footer de votre boutique, ainsi que sur la page "Nous contacter". Les coordonnées sont modifiables dans l'onglet "Coordonnées et magasins".



Coordonnées et magasins

Préférences des coordonnées & magasins

PrestaShop vous permet de lister vos magasins physiques, avec des informations de contact détaillées, via la page "Magasins" de votre boutique (accessible via le footer).

De toute évidence, cette fonctionnalité n'est réellement utile que si vous avez des magasins physiques, où les clients peuvent acheter vos produits.

Vous ne pouvez pas supprimer cette page, par contre vous pouvez la rendre inaccessible à vos visiteurs :

- Désactivez ou supprimez toutes les boutiques de la page "Coordonnées et magasins"
- Désactivez le lien du footer. Dans la page "Gestion des liens" du menu "Apparences", supprimer le lien "Magasins" du bloc "Notre entreprise".

A ce stade, la page existe toujours et est toujours visible par les moteurs de recherche. Pour la supprimer pour de bon, vous devez

- Aller dans la page Trafic & SEO
- Trouver la page "Magasins"
- La supprimer

Si jamais vous aviez besoin de recréer cette page par la suite, vous pouvez le faire en ajoutant une nouvelle page dans "SEO & URLs", avec les informations suivantes :

- Nom de la page : choisissez "magasins"
- Titre de la page : "Magasins"
- URL réécrite : "magasins"

Liste des magasins

Vous pouvez choisir la manière dont ces magasins sont affichés. Les clients pourront y accéder par le biais du lien "Magasins" (en fonction du thème).

PRODUCTS

Promotions

Nouveaux produits

Meilleures ventes

OUR COMPANY

Livraison

Mentions légales

Conditions d'utilisation

A propos

Paiement sécurisé

Nous contacter

Plan du site

Magasins

VOTRE COMPTE

Adresses

Avoirs

Bons de réduction

Commandes

Informations personnelles

Retours produit



Tous les magasins sont listés dans une liste qui vous donne également leurs principales informations ainsi qu'un indicateur de l'activation du magasin – vous pourriez par exemple vouloir ne mettre en ligne un magasin qu'une fois que vous aurez réunis toutes les informations nécessaires.

COORDONNÉES & MAGASINS 5										
ID	Nom	Adresse	Ville	Code postal	État	Pays	Téléphone	Fax	Activé	
--									-	
1	Dade County	3030 SW 8th St Miami	Miami	33135	Florida	États-Unis			✓	Edit
2	E Fort Lauderdale	1000 Northeast 4th Ave Fort Lauderdale	Miami	33304	Florida	États-Unis			✓	Edit
3	Pembroke Pines	11001 Pines Blvd Pembroke Pines	Miami	33026	Florida	États-Unis			✓	Edit
4	Coconut Grove	2999 SW 32nd Avenue	Miami	33133	Florida	États-Unis			✓	Edit
5	N Miami/Biscayne Blvd	12055 Biscayne Blvd	Miami	33181	Florida	États-Unis			✓	Edit

Actions groupées ▾

Ajouter un nouveau magasin.

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

MAGASINS

Nom	<input type="text"/>
* Adresse	<input type="text"/>
Adresse (2)	<input type="text"/>
Code postal	<input type="text"/>
* Ville	<input type="text"/>
* Pays	<input type="text" value="France"/>
* Latitude / Longitude	<input type="text"/> / <input type="text"/>
Téléphone	<input type="text"/>
Fax	<input type="text"/>
Adresse e-mail	<input type="text"/>
Commentaire	<input type="text"/>
État	<input checked="checked" type="radio"/> OUI <input type="radio"/> NON
Photo	<input type="file"/> Ajouter un fichier
Horaires : Exemple : 10h00-21h30	
Lundi	<input type="text"/>
Mardi	<input type="text"/>
Mercredi	<input type="text"/>
Jeudi	<input type="text"/>
Vendredi	<input type="text"/>
Samedi	<input type="text"/>
Dimanche	<input type="text"/>
Annuler	Enregistrer



Remplissez autant de champs que possible, car ces informations seront affichées en ligne.

	PEMBROKE PINES 11001 Pines Blvd Pembroke Pines Miami, Florida 33026 États-Unis	Lun. 09:00 - 19:00 Mar. 09:00 - 19:00 Mer. 09:00 - 19:00 Jeu. 09:00 - 19:00 Ven. 09:00 - 19:00 Sam. 10:00 - 16:00 Dim. 10:00 - 16:00
	COCONUT GROVE 2999 SW 32nd Avenue Miami, Florida 33133 États-Unis	Lun. 09:00 - 19:00 Mar. 09:00 - 19:00 Mer. 09:00 - 19:00 Jeu. 09:00 - 19:00 Ven. 09:00 - 19:00 Sam. 10:00 - 16:00 Dim. 10:00 - 16:00

Le champ "Latitude / Longitude" est important, car il indique à votre thème l'emplacement de votre magasin, pour éventuellement les afficher sur une carte. Vous pouvez utiliser l'outil en ligne de Steve Morse pour obtenir la latitude et longitude d'une adresse : <http://stevemorse.org/cal/latlon.php>.

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

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

Coordonnées

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



COORDONNÉES

* Nom de la boutique	Ma boutique
* Adresse e-mail de la boutique	mon_email@maboutique.com
Immatriculation	
Adresse du magasin (ligne 1)	
Adresse du magasin (ligne 2)	
Code postal	
Ville	
Pays	France
Téléphone	
Fax	

 Enregistrer

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

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



Trafic et SEO

La section "Trafic et SEO" vous permet de gérer certains paramètres qui peuvent jouer sur le trafic arrivant sur votre site, avec notamment tout ce qui est lié à votre référencement, mais aussi vos programmes d'affiliation.

SEO et URL

Préférences SEO & URL

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



SEO signifie "search engine optimization" (soit "Optimisation pour les moteurs de recherche"). Il s'agit d'un ensemble de techniques et de meilleures pratiques créées dans le but d'améliorer le référencement d'un site web sur les moteurs de recherche. Vous pouvez en apprendre plus en lisant la page Wikipedia :

http://fr.wikipedia.org/wiki/Optimisation_pour_les_moteurs_de_recherche.

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

URL signifie "uniform resource locator" (soit "localisateur uniforme de ressource"). Il s'agit de l'adresse en ligne d'une page web. Vous pouvez en apprendre plus en lisant la page Wikipedia :

http://fr.wikipedia.org/wiki/Uniform_Resource_Locator.

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

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

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



ID	Page	Titre de la page	URL simplifiée	
--				<input type="button" value="Rechercher"/>
1	pagenotfound	Erreur 404	page-introuvable	<input type="button" value="Edit"/>
2	best-sales	Meilleures ventes	meilleures-ventes	<input type="button" value="Edit"/>
3	contact	Nous contacter	nous-contacter	<input type="button" value="Edit"/>
4	index			<input type="button" value="Edit"/>
5	manufacturer	Marques	marques	<input type="button" value="Edit"/>
6	new-products	Nouveaux produits	nouveaux-produits	<input type="button" value="Edit"/>
7	password	Mot de passe oublié	recuperation-mot-de-passe	<input type="button" value="Edit"/>
8	prices-drop	Promotions	promotions	<input type="button" value="Edit"/>
9	sitemap	Plan du site	plan-site	<input type="button" value="Edit"/>
10	supplier	Fournisseurs	fournisseur	<input type="button" value="Edit"/>

 Les URL simplifiées ne fonctionnent qu'avec un serveur configuré pour reconnaître la réécriture d'URL (par le biais de la fonctionnalité **mod_rewrite** du serveur Apache, par exemple). Assurez-vous que le vôtre est bien configuré (demandez à votre hébergeur !), car si ce n'est pas le cas et que vous activez les adresses simplifiées, votre boutique peut devenir totalement inaccessible à vos clients.

Réglages SEO de la page d'accueil

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

 BALISE MÉTA MOT-CLÉS

* Titre de page	index	fr
Titre de la page		fr
Meta description	Boutique propulsée par PrestaShop	fr
Meta mots-clés	Ajouter un mot-clé	fr
* URL réécrite		fr

 Annuler  Enregistrer

Quelques conseils :

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



- Vous n'avez pas à ajouter une URL réécrite s'il n'y en a pas déjà une.

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

En bas de la page "SEO & URL" se trouvent trois sections avec des options supplémentaires : Configuration des URL, URL de la boutique et Génération du fichier robots.txt.

Ajouter une nouvelle URL simplifiée

Les URL simplifiées sont à définir dans les pages de configuration de chaque produit, chaque catégorie, chaque page CMS... La présente page de création ne sert que pour certaines pages automatiques, et vous n'aurez la plupart du temps pas à vous en soucier.



Faites en sorte de remplir les champs pour toutes les langues disponibles sur votre boutique : c'est non seulement extrêmement utile pour vos utilisateurs internationaux, mais certains moteurs de recherche peuvent également faire bon usage de telles informations locales.

The screenshot shows a form titled "BALISE MÉTA MOT-CLÉS". It contains five input fields with dropdowns for language selection (en):

- Titre de page:** best-sales
- Titre de la page:** Best sales
- Meta description:** Our best sales
- Meta mots-clés:** Ajouter un mot-clé
- URL réécrite:** best-sales

 At the bottom left is a "Annuler" button with a cancel icon, and at the bottom right is an "Enregistrer" button with a save icon.

Cliquez sur le bouton "Créer" pour atteindre le formulaire de création. Il contient une poignée de champs :

- **Page.** La liste déroulante vous donne toutes les pages pouvant bénéficier d'une URL simplifiée.
- **Titre de la page.** Le titre de cette page, qui apparaîtra dans les résultats des moteurs de recherche.
- **Méta description.** Une présentation de la page en quelques mots, afin d'attirer le regard du visiteur. Elle apparaîtra dans les moteurs de recherche.
- **Méta mots-clés.** Vous pouvez définir des mots-clés afin de référencer votre site sur les moteurs de recherche. Vous pouvez en donner plusieurs : saisissez les mots, appuyer sur Entrée, et vous verrez vos mots-clés encapsulés dans un bloc jaune, avec une petite croix rouge pour les effacer.
- **URL réécrite.** C'est ici que vous configurez vos adresses simplifiées. Faites court et descriptif, n'utilisez que des lettres et des chiffres, et remplacez les espaces (" ") par des tirets ("").



Configuration des URL

Les principales options des URL simplifiées sont :

- **URL simplifiée.** Modifiez cette option **si vous savez que votre serveur peut utiliser la réécriture d'URL**. Si ce n'est pas le cas, laissez l'option sur "Non".

 Il se peut que s'affiche la notification "*Le mode de réécriture d'URL (mod_rewrite) n'est pas activé sur votre serveur, ou il est impossible de vérifier la configuration. Pour utiliser les URL réécrites, vous devez activer ce mode.*" Dans ce cas, PrestaShop ne peut pas détecter votre configuration serveur, mais cela ne veut pas dire que la fonctionnalité ne peut pas fonctionner. Vous devez la tester vous-mêmes.

- **URL accentuées.** PrestaShop peut générer des adresses web avec des caractères spéciaux, pour les produits ayant un nom avec des caractères non ASCII (accents, etc.). Vous pouvez désactiver cette option ici.
- **Rediriger vers l'URL canonique.** Une page PrestaShop donnée peut avoir plusieurs adresses web, la plupart du temps suite à la prise en compte de paramètres: par exemple, `http://example.com/product.php?id=5&option1` et `http://example.com/product.php?id=5&option2` pointent vers le même produit, avec une simple différence. Étant donné qu'il est préférable qu'un produit n'aie qu'une adresse web et non plusieurs dupliquées entre elles, vous devriez activer l'option des adresses canoniques. Les adresses canoniques sont une manière d'éliminer les contenus dupliqués que vous avez créé – ce qui peut faire considérablement chuter votre référencement, étant donné que le contenu est alors considéré comme étant du spam. Pour éviter que les moteurs de recherche vous voient comme un spameur, PrestaShop utilise la balise `rel="canonical"` qui indique quelle est la page originale d'un contenu. Bien qu'il soit vivement recommandé d'activer cette option, elle dépend également de votre thème, et de son implantation de la balise `rel="canonical"` dans l'en-tête HTML. Demandez plus d'information au concepteur du thème.
Il y a trois options :
 - **Aucune redirection.** Vous risquez d'avoir des adresses dupliquées.
 - **301 Déplacé Définitivement.** Renvoie le code HTTP 301, en pointant vers l'adresse principale et en notifiant les moteurs de recherche que c'est là la seule adresse à prendre en compte.
 - **302 Déplacé Temporairement.** Renvoie le code HTTP 302, en pointant vers l'adresse principale et en notifiant les moteurs de recherche que l'adresse principale peut changer plus tard.
- **Désactiver l'option Apache MultiViews.** Apache est le serveur web le plus populaire, et c'est selon toute probabilité celui qui est utilisé pour votre hébergement (même si vous devriez vérifier vous-même). L'option Multiviews active un système de négociation de contenu, grâce auquel le serveur Web tente d'envoyer au visiteur la page qui correspond le mieux à sa langue, ce quelle que soit l'adresse Web de la page. Malheureusement, cette option peut être incompatible avec les URL simplifiées. Si c'est le cas, désactivez simplement les Multiviews avec cette option.
- **Désactiver le module apache "mod_security".** `mod_security` est un module du serveur Apache qui sert de pare-feu, protégeant ainsi vos serveurs des intrusions. Il peut cependant bloquer certaines fonctionnalités importantes, et même produire des erreurs en fonction de la configuration. Dans ces cas, désactiver le module ici.



 CONFIGURATION DES URL

URL simplifiée	OUI	NON
URL accentuées	OUI	NON
Rediriger vers l'URL canonique	302 Déplacé Temporairement (recomm�)	
Désactiver l'option MultiViews d'Apache	OUI	NON
Désactiver le module mod_security d'Apache	OUI	NON

 Enregistrer



Dans les précédentes versions de PrestaShop, vous deviez manuellement générer le fichier **.htaccess** après avoir activé les URL simplifiées. Ce n'est plus le cas depuis la version 1.5 : le fichier **.htaccess** est désormais géré automatiquement par PrestaShop, et vous n'avez plus à vous en soucier.

URL de la boutique

Dans cette section, vous pouvez voir et modifier certains de réglages serveur par défaut :

- **Domaine.** Le domaine principal de votre boutique.
- **Domaine SSL.** Le domaine sécurisé (<https://>) de votre boutique.
- **Chemin.** Le dossier où vous avez installé PrestaShop. Si c'est à la racine de votre domaine, utilisez "/".

La plupart du temps, vous ne devriez pas toucher ces champs sans savoir exactement ce que vous faites. Une modification seulement peut rendre votre boutique inaccessible.

 URL DE LA BOUTIQUE

 Vous pouvez changer ici l'URL de votre boutique. Si vous migrez votre boutique vers une nouvelle URL, veuillez penser à changer les valeurs ci-dessous.

Domaine de la boutique	localhost
Domaine SSL	localhost
Chemin de base	/~aEven/prestashop_1.7.0.3/

 Enregistrer

Format des URL

N'est affiché que si les URL simplifiées sont activées.

Vous pouvez changer la manière dont les URL simplifiées sont générées, en modifiant la "route" vers la ressource de votre boutique.

Par exemple, la route par défaut pour afficher un produit est **{category}/{id}-{rewrite}-{ean13}.html**, ce qui donne **/summer-dresses/7-printed-chiffon-dress.html**



Vous pourriez changer cette route pour utiliser **{manufacturer:/}{id}-{rewrite:/}** afin d'obtenir **/fashion-manufacturer//7-printed-chiffon-dress/**

8 champs sont disponibles par défaut, et chacun est accompagné d'une liste de mots-clés. Certains mots-clés sont obligatoires, et sont indiqués par une *.

 FORMAT DES URL

Cette section vous permet de changer le format de vos liens. Pour utiliser cette fonctionnalité l'option "URL Simplifiées" de PrestaShop doit être activée, et la réécriture d'URL doit être activée sur votre serveur web.
Pour chacune des routes ci-dessous, plusieurs mots-clés sont disponibles. Veuillez noter que les mots-clés marqués d'une étoile (*) sont requis!
Pour ajouter un mot-clé dans l'URL, utilisez la syntaxe {motclé}. Vous pouvez ajouter du texte avant ou après le mot-clé, qui s'affichera si le contenu du mot-clé n'est pas vide, avec la syntaxe {avant:motclé:après}. Par exemple {-bonjour:{meta_title}} ajoutera "-bonjour-mon-titre" dans l'URL si la méta titre est remplie, autrement il n'affichera rien.

Route vers les produits	{category}/{id}{-id_product_attribute}-{rewrite}{-ean13}.html <i>Mots-clés : htmlspecialchars</i>
Route vers la catégorie	{id}-{rewrite} <i>Mots-clés : htmlspecialchars</i>
Route vers la catégorie avec le paramètre "selected_filter" pour le module de navigation à facette	{id}-{rewrite}{/:selected_filters} <i>Mots-clés : htmlspecialchars</i>
Route vers les fournisseurs	{id}__{rewrite} <i>Mots-clés : htmlspecialchars</i>
Route vers les marques	{id}__{rewrite} <i>Mots-clés : htmlspecialchars</i>
Route vers les pages	content/{id}-{rewrite} <i>Mots-clés : htmlspecialchars</i>
Route vers les catégories de pages	content/category/{id}-{rewrite} <i>Mots-clés : htmlspecialchars</i>
Route vers les modules	module/{module}{/:controller} <i>Mots-clés : htmlspecialchars</i>

 Enregistrer

Une fois que vous avez mis à jour vos champs, n'oubliez pas d'enregistrer vos modifications, puis de cliquer sur le bouton "Enregistrer" de la section "Configuration des URL" afin de regénérer le fichier .htaccess, qui est nécessaire au URL simplifiées.

Génération du fichier robots.txt

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

L'outil de génération de **robots.txt** de PrestaShop crée simplement un fichier avec des directives d'exclusion pour les fichiers et dossiers qui ne sont pas censés être publics, et ne devraient donc pas être indexés. Ces directives s'appliquent donc à tous les robots, bons et mauvais : le fichier généré utilise la chaîne "User-agent: *"



En cliquant sur le bouton "Générer le fichier robots.txt", vous remplacez tout fichier **robots.txt** par le nouveau. Ainsi, si vous souhaitez ajouter vos propres règles, faites-le après que PrestaShop ait généré le fichier.



Moteurs de recherche

Un grand nombre de visiteurs viennent sur votre site depuis un moteur de recherche. Afin de savoir ce qu'ils recherchaient, et de rendre votre site plus compatible avec ces recherches, vous devez connaître leurs requêtes.

Cette page vous présente un tableau de tous les moteurs de recherche intégrés à votre installation de PrestaShop – c'est à dire les moteurs que PrestaShop peut reconnaître, et dont il peut extraire la requête du visiteur en provenance du moteur de recherche.

ID	Serveur	Variable GET	
-			<input type="button" value="Rechercher"/>
1	google	q	<input type="button" value="Edit"/>
2	aol	q	<input type="button" value="Edit"/>
3	yandex	text	<input type="button" value="Edit"/>
4	ask.com	q	<input type="button" value="Edit"/>
5	nhl.com	q	<input type="button" value="Edit"/>
6	yahoo	p	<input type="button" value="Edit"/>
7	baidu	wd	<input type="button" value="Edit"/>
8	lycos	query	<input type="button" value="Edit"/>
9	exalead	q	<input type="button" value="Edit"/>
10	search.live	q	<input type="button" value="Edit"/>
11	voila	rdata	<input type="button" value="Edit"/>

Si Google est le moteur de recherche le plus utilisé, il y a beaucoup d'autres moteurs de recherche avec lesquels votre site peut être retrouvé. Vous devez donc être en mesure de récupérer leurs requêtes. Quand un moteur de recherche commence à rapporter des visiteurs réguliers, il est temps de l'ajouter dans votre base de données – autrement, ces visiteurs seront marqués dans vos statistiques comme provenant d'un "Autre moteur de recherche", ce qui ne vous aide en rien.

Ajouter un moteur de recherche

Il y a très peu à faire pour ajouter un nouveau moteur de recherche à votre liste.



The screenshot shows a configuration form for tracking traffic origin. It has two input fields: one for 'Serveur' (Server) and another for 'Variable \$_GET'. Below the fields are two buttons: 'Annuler' (Cancel) on the left and 'Enregistrer' (Save) on the right.

Supposons que vous vouliez ajouter DuckDuckGo, un moteur très respectueux des données privées :

1. Obtenez l'URL référent pour la recherche. Par exemple : <http://duckduckgo.com/?q=chaussures+pour+enfants>.
2. Prenez la partie serveur, qui est spécifique au moteur de recherche, et placez la dans le champ "Serveur". Dans notre cas, "duckduckgo".
3. Trouvez la variable de requête :
 - 3a. Trouvez la chaîne de requête. La forme correspond à un ensemble de lettres, suivis du signe "=", suivi de la requête, et suivi soit par un "&", soit par la fin de la chaîne. Dans notre cas : "q=chaussures+pour+enfants".
 - 3b. La variable de requête est l'ensemble des lettres avant le signe ". Dans notre cas : "q". Insérez-la dans le champ "Variable \$_GET".
4. Cliquez sur le bouton "Enregistrer", et à partir de maintenant, PrestaShop sera en mesure de reconnaître les visiteurs en provenance de DuckDuckGo.

Affiliation

Affiliés

Un site référent est un site qui vous amène au moins un visiteur. Ce site présente un lien vers votre boutique, et donc vous aide à vous construire un public et au final à faire plus de ventes.

The screenshot shows a table with a single row of data. The columns are labeled: ID, Nom, Visiteurs, Visites, Pages vues, Inscriptions, Commandes, Ventes, Panier moy., Tx insc., Taux de commandes, Clics, Base, and Pourcentage. The data row is: 1, Le site de jean, 0, 0, 0, 0, 0, 0.00, 0.00, --, --, 0.00, 0.00, 0.0000000, View.

Certains sites référents sont plus importants que d'autres : vous pourriez avoir des affiliés qui mettent en place des liens vers votre site sur le leur, et ce partenaire (et vous-même) voudrait certainement savoir combien de visiteurs ce lien vous amène. Vous pourriez même rémunérer vos partenaires pour la mise en place de ce lien, en fonction de la manière dont vous estimatez votre trafic.

Dans les faits, on appelle cela "faire de l'affiliation", et la page "Affiliés" vous aidera à construire un véritable programme de partenariat, auquel même votre partenaire pourra se connecter pour voir le nombre de visites et de ventes que leur lien a généré. Les partenaires enregistrés génèrent du trafic vers votre boutique, vous voulez les remercier pour ces visiteurs, et le programme d'affiliation est l'outil que vous utiliserez pour voir les chiffres sur lesquels cette rémunération est basée.

L'outil d'affiliation de PrestaShop peut être comparé à un tableau de bord statistique ouvert à d'autres membres que votre équipe. Lorsque vous créez une campagne d'affiliation pour un site, vous pouvez accorder à ce site un accès à toute l'activité qu'il aura générée sur votre boutique par le biais de ce lien, au moyen d'une adresse protégée par mot de passe :

<http://example.com/modules/trackingfront/stats.php>.

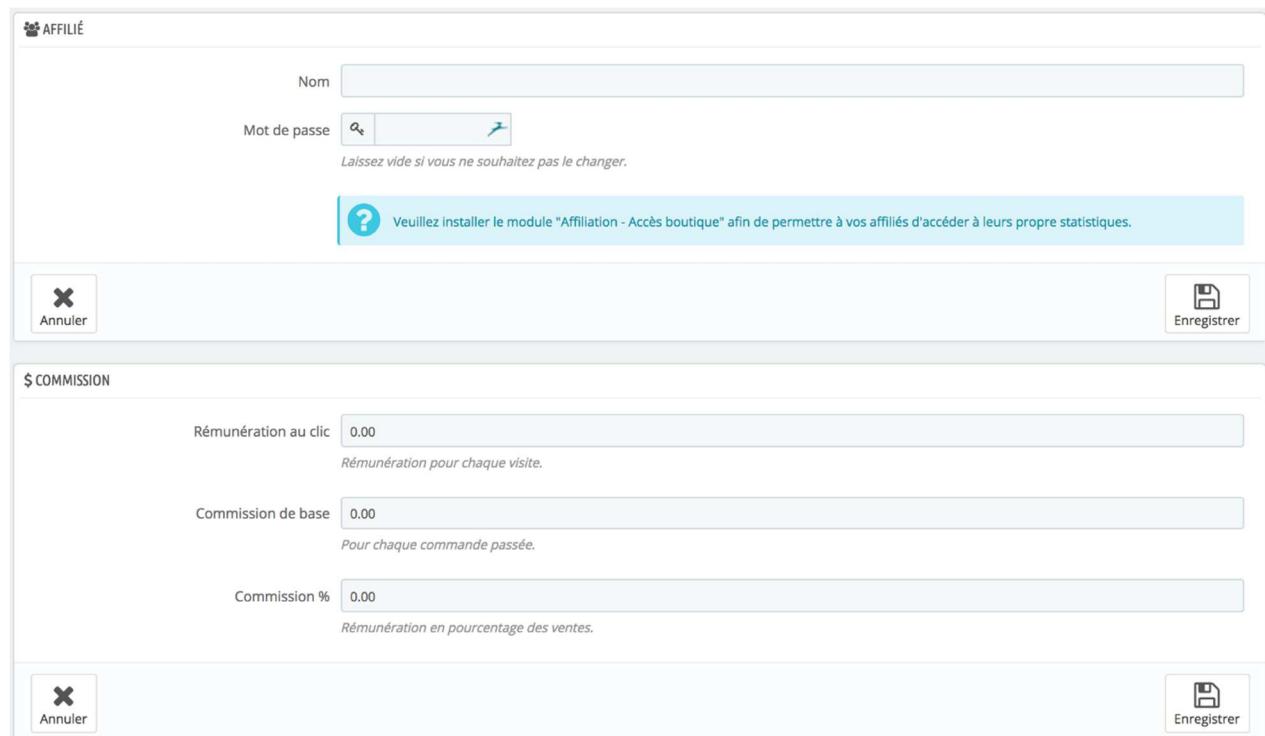


 Dans la liste des affiliés, les valeurs de Clics, Base et Pourcentage sont calculées en fonction des clics, ventes en pourcentages de vente réels du site affilié.

Ajouter un nouveau site affilié

L'espace d'affiliation vous permet de créer un accès privilégié pour vos partenaires. Ils auront accès à toutes les statistiques sur le flux de visiteurs en provenance de leur site. Pour leur créer cet espace privilégié, vous devez leur créer un compte dans votre programme d'affiliation, puis définir la manière dont vous allez les rémunérer en fonction du trafic et des ventes générées.

Pour créer un nouveau partenaire affilié, cliquez sur le bouton "Ajouter un affilié", qui vous amène au formulaire de création.



Chaque section est importante :

- **Affilié.** Le compte de votre partenaire dans le programme d'affiliation.
 - **Nom.** Pour se connecter à votre back-office d'affiliation, votre partenaire a besoin d'un identifiant ; vous pouvez utiliser un simple nom ou une adresse e-mail, mais faites-en sorte d'utiliser un identifiant dont vous, comme votre partenaire, pourrez vous souvenir facilement.
 - **Mot de passe.** La première fois que vous créez le compte, PrestaShop enregistre le mot de passe en même temps que l'identifiant. Lorsque vous voudrez modifier le compte (par exemple, lorsque vous souhaitez changer la valeur d'une commission), le champ du mot de passe sera blanc. Cela ne signifie pas qu'il n'y a pas de mot de passe enregistré ; si vous mettez un nouveau mot de passe dans le champ vide, il remplacera celui qui était enregistré.
- **Commission.** C'est ici que vous indiquez la rémunération de votre affilié – c'est à dire l'argent que vous devrez à votre partenaire en fonction des actions des visiteurs venant de leur site.



- **Coût par clic.** Vous définissez ici la valeur d'un visiteur en provenance du site du partenaire. Chaque fois qu'un visiteur vient du site de votre partenaire, le partenaire gagne le montant indiqué.
- **Rémunération de base.** Vous pouvez également récompenser vos partenaires si les visiteurs en provenance de leur site achètent vos produits. Notez que cela ne compte que si l'achat se fait dans la session de navigation suivant le clic sur le lien du partenaire.
- **Rémunération en %.** En plus de la rémunération de base, ou en remplacement de celle-ci, vous pouvez récompenser les partenaires avec un pourcentage des ventes faites sur la session de navigation suivant le clic sur leur lien.
- **Informations techniques - Mode simple.** C'est extrêmement important, car c'est ce champ qui fera en sorte que le système fera la différence entre un partenaire et un autre site affluent. Une fois configuré, vous devriez faire plusieurs tests pour vous assurer que vous suivez correctement l'affilié.
 - **Référant HTTP.** Dans le champ "Inclure", configurez le nom de domaine que vous voulez suivre pour cet affilié.
 - **URI de requête.** Dans le champ "Inclure", configurez la dernière partie de l'adresse cliquée. Le système suivra les sites affluentes qui ont une requête spéciale dans leur adresse. Par exemple, vous pouvez suivre les sites affluentes qui ont ?prestaff= en argument de leur URL. Cela vous aidera d'autant plus à différencier les affiliés.
- **Informations techniques - Mode expert.** Tandis que le mode simple fait correspondre vos champs à l'aide de la fonction "LIKE" de MySQL, le mode expert utilise des expressions régulières. Cela peut certes se montrer beaucoup plus puissant, mais également beaucoup plus complexe à maintenir. N'utilisez ces champs que si vous êtes vous-même un expert en expressions régulières.

INFORMATIONS TECHNIQUES - MODE SIMPLE

Obtenez de l'aide !

Referrer HTTP

dont

Exclude

URI de la requête

dont

Exclude

? Si vous savez utiliser les expressions rationnelles de MySQL, vous pouvez utiliser le [mode expert](#).

Annuler **Enregistrer**

La section "Aide" vous donne de précieuses indications sur la meilleure manière de configurer un affilié. Lisez-la attentivement.



Configuration

Les réglages des sites affluents sont surtout des outils pour vous aider à mieux gérer votre programme d'affiliés.

The screenshot shows the configuration interface for managing affiliate sites. It includes three main sections:

- INDEXATION**: A box explaining indexation, stating that many data entries are stored and each connection corresponding to a referring site is indexed. It notes that this operation can take several minutes and that changes made or new referents added will be retroactive. A button "Ré-indexer l'index" is present.
- CACHE**: A box explaining that data is cached for sorting and filtering, with a "Vider le cache" (Empty cache) button.
- PARAMÈTRES**: A box containing two items:
 - A note about direct traffic registration, mentioning it's resource-intensive and requires sufficient disk space and performance. It advises activating the module "Récupération des données statistiques". Buttons "OUI" (Yes) and "NON" (No) are shown.
 - A note that all statistics are available once the "Récupération des données statistiques" module is activated and configured.A "Enregistrer" (Save) button is at the bottom.

Vous avez trois possibilités :

- **Enregistrer le trafic direct.** Le trafic direct correspond aux visiteurs qui arrivent sur votre boutique directement, en saisissant l'adresse de votre boutique dans leur navigateur. Bien que ces visiteurs soient importants, car ils connaissent vraiment votre boutique et sont intéressés par vos produits (au contraire des visiteurs en provenance de liens affiliés, qui ne savent pas forcément sur quelle boutique ils vont tomber), enregistrer ce trafic peut se montrer être un poids excessif sur votre base de données. C'est pourquoi par défaut, ce trafic n'est ni enregistré, ni analysé. N'activez cette option que si vous savez ce que vous faites.
- **Indexation.** Vous devez cliquer une fois sur le bouton "Ré-indexer l'index" lorsque vous ajoutez un nouvel affilié et que vous voulez analyser votre trafic passé en fonction de celui-ci.
- **Cache.** PrestaShop met en cache les données qu'il récupère. Vous pouvez utiliser le bouton "Rafrâicher le cache" pour régulièrement rafraîchir vos données.



Recherche

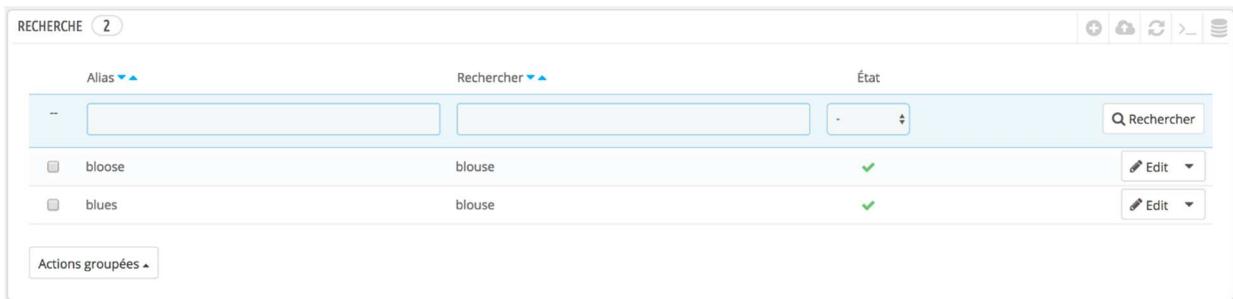
Pour vous assurer que vos visiteurs trouvent le produit qu'ils cherchent en naviguant sur votre site, non seulement vous devez penser votre catalogue et l'organisation de votre boutique avec soin, mais vous devez aussi veiller à ce que la recherche interne de votre site fonctionne efficacement. C'est ce que ces pages vous permettent de faire.

Préférences de la recherche

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

Liste d'alias

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

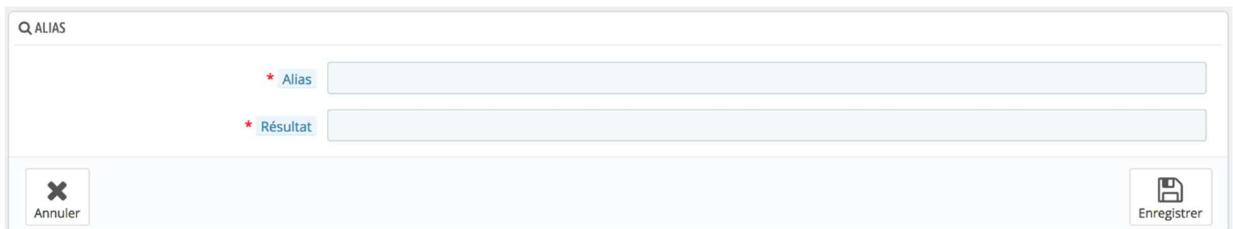


The screenshot shows a table titled 'RECHERCHE' with two rows of data. The columns are labeled 'Alias' and 'Résultat'. The first row contains 'bloose' under 'Alias' and 'blouse' under 'Résultat'. The second row contains 'blues' under 'Alias' and 'blouse' under 'Résultat'. Both rows have a green checkmark in the 'État' column and an 'Edit' button with a dropdown arrow. A search bar at the top right is labeled 'Rechercher'.

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

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

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



The screenshot shows a form titled 'Q_ALIAS' with two input fields: 'Alias' and 'Résultat'. Below the fields are 'Annuler' and 'Enregistrer' buttons. The 'Alias' field contains 'letceur' and the 'Résultat' field contains 'lecteur'.

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



Nous vous invitons également à consulter la section de ce guide sur les balises métas de produits et de catégories, afin de mieux comprendre comment afficher des produits en fonction des mots saisis par le client.

Indexation

Cette section fournit des informations sur le nombre de produits qui sont accessibles au moteur de recherche interne à votre boutique, et les compare au nombre de produits présents dans la base de données. Si les valeurs ne correspondent pas, vous devez sélectionner l'option "Ajouter à l'index les produits manquants". Seuls les nouveaux produits seront indexés.

The screenshot shows the 'INDEXATION' (Indexing) page in the PrestaShop admin interface. It displays the following information:

- Les produits indexés ont été analysés par PrestaShop et apparaîtront dans la recherche en front-office.
Produits indexés 7 / 7.
- La construction de l'index des produits peut prendre plusieurs minutes. Si votre serveur s'arrête avant que la procédure soit terminée, vous pouvez reprendre l'indexation en cliquant sur "Ajouter à l'index les produits manquants".
- Ajouter à l'index les produits manquants
 Reconstruire l'index
- Vous pouvez définir une tâche cron qui va reconstruire votre index en utilisant l'URL suivante :
http://localhost/~aEven/prestashop_1.7.0.3/admin-dev/searchcron.php?full=1&token=jYeVGK9a&id_shop=1
- Indexation: OUI NON
- Active l'indexation automatique des produits. Si vous activez cette fonctionnalité, les produits seront automatiquement mis à jour dans l'index de PrestaShop à chaque sauvegarde. Si en revanche elle est désactivée, vous devrez les réindexer manuellement en utilisant les liens proposés un peu plus haut.
- Enregistrer button

Si vous avez fait de nombreuses modifications à des produits déjà indexés, vous pourriez préférer reconstruire l'intégralité de votre index. Le processus "Reconstruire l'index" prend plus de temps, mais il est exhaustif.

PrestaShop vous donne également une adresse afin de créer une tâche cron permettant de régulièrement reconstruire votre index. Si vous ne savez pas ce que qu'est une tâche cron ou un crontab, contactez votre hébergeur.

Options de recherche

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

The screenshot shows the 'RECHERCHER' (Search) page in the PrestaShop admin interface. It displays the following configuration options:

- Recherche dans le mot: OUI NON
Par défaut, pour trouver "chemisier", vous devez renseigner "chemi", "che", etc (début du mot); mais pas "misi" (au sein du mot). Avec cette fonction activée, vous aurez aussi le bon résultat avec une recherche sur "misi", "isier", ou tout terme compris dans le mot.
- Recherche la fin exacte: OUI NON
Par défaut, si vous recherchez "porte", vous trouverez "porte", "portefeuille" et "portemanteau". En activant cette option, vous aurez uniquement "porte" comme résultat, car la fin du mot correspond à votre recherche exacte.
- Taille de mot minimum: 3
- Mots à ne pas indexer:
- fr - dropdown
- Enregistrer button



- **Rechercher dans le mot.** Cette option améliore la recherche en permettant d'afficher des résultats qui ne correspondent pas uniquement au début d'un mot, mais aussi à l'intérieur du mot. Par exemple, une recherche "mis" donnera comme résultat "chemise".
- **Rechercher la fin exacte.** Avec cette option, vous pouvez donner des résultats qui correspondront exactement à la fin d'un mot. Par exemple, si vous cherchez "feuille", vous aurez "millefeuille", "portefeuille", mais pas "feuilleton". Cela peut être utile pour permettre de trouver facilement des références par exemple.
- **Taille de mot minimum.** Vous pouvez choisir le nombre de caractères minimal à partir duquel un mot est enregistré dans l'index de recherche, et donc peut être trouvé par vos clients. Cette fonctionnalité vous permet d'éliminer les mots courts de la recherche, tels que les prépositions ou les articles (le, et, de, etc.).
- **Mots à ne pas indexer.** Vous pouvez choisir les mots qui ne doivent pas être trouvables pour vos clients. Saisissez-les directement dans le champ, séparés par "|".



Poids

PrestaShop vous permet de prioriser certaines données quand une recherche est lancée sur votre boutique.

POIDS

Le "poids" d'un mot représente son importance et sa pertinence pour le classement des produits lorsqu'un utilisateur fait une recherche. Un mot avec un poids de 8 aura 4 fois plus d'importance qu'un mot avec un poids de 2.

C'est pourquoi nous vous conseillons de mettre plus de poids pour les mots qui apparaissent dans le nom ou la référence d'un des produits que ceux de la description. Ainsi, les résultats de la recherche seront aussi précis que possible.

Donner 0 comme poids exclura ce champ de l'index de recherche. Il est conseillé de reconstruire l'index quand vous mettez un champ à 0, ou quand vous mettez une autre valeur que le 0 en place.

Poids du nom du produit	6
Poids de la référence	10
Poids de la description courte	1
Poids de la description longue	1
Poids de la catégorie	3
Poids de la marque	3
Poids des mot-clés	4
Poids des attributs	2
Poids des caractéristiques	2

 Enregistrer

Comme indiqué dans cette section, le "poids" d'un mot représente son importance et sa pertinence pour le classement des produits lorsqu'un client lance une nouvelle recherche. Un élément disposant d'un poids égal à 8 aura 4 fois plus de valeur qu'un élément au poids égal à 2.

Par exemple, par défaut "Poids du nom du produit" est à 6, "Poids des tags" est à 4, et "Poids de la description courte" ainsi que "Poids de la description longue" sont à 1. Cela signifie qu'un produit avec "ipod" dans son nom apparaîtra plus haut dans les résultats de recherche qu'un autre produit n'ayant "ipod" que dans ses tags. De son côté, un produit n'ayant "ipod" que dans l'une de ses descriptions aura le classement le plus bas des résultats.

De nombreux facteurs peuvent ainsi se voir assigner un poids : description courte, catégorie, tags, attributs, etc. Vous vous rendrez compte que les résultats peuvent être inversés simplement en changeant le poids de certains champs. L'affinement de ces réglages sera surtout visible sur les catalogues ayant de nombreuses références.

Vos changements sont pris en compte dès qu'ils sont enregistrés.



Mots-clés

Gérer les mots-clés (tags)

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

Par exemple, supposons qu'un client veuille trouver une tablette dans votre boutique. Afin qu'il y ait un produit correspondant à sa recherche, il faut qu'il y ait un mot-clé pour associer "tablette" à "iPad".



Les mots-clés de produit n'ont pas de rapport avec les mots-clés des pages : ils n'ont pas d'impact direct sur le référencement.

Pour travailler votre référencement par produit, ouvrez l'onglet "Référencement" de la page de création de chaque produit.

Vous avez deux moyens de mettre en place cette fonctionnalité.

Première solution : lors de la création du produit

Vous pouvez directement associer plusieurs mots-clés à votre produit dans le champ "Mots-clés" de l'onglet "Options", tandis que vous créez un produit.

Deuxième solution : créer et gérer les mots-clés

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

Pour un créer un nouveau, cliquez sur "Ajouter un mot-clé", la page dédiée apparaîtra.

The screenshot shows a form titled 'MOT-CLÉ'. It has fields for 'Nom' (Name) and 'Langue' (Language) set to 'Français (French)'. Below these are two columns under 'Produits' (Products). The left column lists products: 'Chemisier', 'Robe d'été imprimée', 'Robe d'été imprimée', and 'Robe en mousseline imprimée'. There are 'Ajouter' (Add) and 'Retirer' (Remove) buttons between the columns. At the bottom are 'Annuler' (Cancel) and 'Enregistrer' (Save) buttons.

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

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

Après avoir enregistrez la page, le mot-clé nommé sera appliqué à tous les produits énumérés dans la liste à droite.



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

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

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

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



Configurer les paramètres avancés

Parcourir les paramètres avancés c'est un peu comme regarder sous le capot d'une voiture - c'est là où tout ce qui est technique se passe pour que votre boutique fonctionne parfaitement. Vous y retrouverez vos informations de configuration, le paramétrage de vos envois d'emails, les sauvegardes de votre base de données, entre autres. Ce ne sont pas des pages visitées très souvent, mais leur importance est néanmoins capitale, notamment pour votre webmaster.

Informations de configuration

Cette page sert de rappel pratique de votre configuration PrestaShop : numéro de version, informations sur le serveur, version de PHP et de MySQL... Ce sont des éléments essentiels à communiquer aux développeurs de PrestaShop en cas de problème, ou tout simplement à votre webmaster ou votre hébergeur.

<p>i INFORMATIONS DE CONFIGURATION</p> <p>Ces informations sont importantes lors de l'envoi de rapports de bugs sur la Forge, ou l'explication d'un problèmes sur notre forum.</p>	<p>i INFORMATIONS</p> <p>Version de PrestaShop : 1.7.0.3 URL de la boutique : http://localhost/~aEven/prestashop_1.7.0.3/ Thème actif : classic</p>
<p>i INFORMATIONS SUR VOTRE SERVEUR</p> <p>Informations du serveur : Darwin Darwin Kernel Version 14.5.0: Wed Jul 29 02:26:53 PDT 2015; rootxnu-2782.40.9-1/RELEASE_X86_64 x86_64 Version du logiciel serveur : Apache/2.4.16 (Unix) PHP/5.6.27 Version de PHP : 5.6.27 Limite de mémoire : 128M Temps maximal d'exécution : 30 Taille max. pour envoi de fichiers : 2M</p>	<p>i INFORMATIONS SUR LA CONFIGURATION MAIL</p> <p>Méthode d'envoi d'e-mails : Vous utilisez la fonction mail() de PHP</p>
<p>i INFORMATIONS SUR LA BASE DE DONNÉES</p> <p>Version de MySQL : 5.7.16 Serveur MySQL : 127.0.0.1 Nom MySQL : ps1703ok Utilisateur MySQL : root Préfixe des tables : ps_ Moteur MySQL : InnoDB Connecteur MySQL : DbPDO</p>	<p>i VOS INFORMATIONS</p> <p>Votre navigateur : Mozilla/5.0 (Macintosh; Intel Mac OS X 10_10_5) AppleWebKit/537.36 (KHTML, like Gecko) Chrome/55.0.2883.95 Safari/537.36</p>
	<p>i VÉRIFIEZ VOTRE CONFIGURATION</p> <p>Paramètres requis : ok Paramètres optionnels : ok</p>

Il y a une dernière section, nommée "Liste des fichiers modifiés". Juste après avoir installé PrestaShop, la seule chose que cette section affiche est "Aucune modification n'a été détectée sur vos fichiers".

Mais après avoir installé quelques modules et thèmes, fait des modifications avancées à certaines classes d'override ou même effacé des fichiers, cette liste affichera les différences entre votre installation actuelle de PrestaShop et ce à quoi elle ressemblait au moment de son installation. Cela vous aide à voir les modifications qui ont été faites à votre installation... et donc à savoir quoi prendre en compte si vous souhaitez mettre à jour votre boutique manuellement, ou lors du déplacement de vos fichiers vers un autre serveur.



Même sur une installation récente, cette section peut indiquer ".gitattributes", ".gitignore", "CONTRIBUTING.md", "CONTRIBUTORS.md" ou "README.md" comme fichiers manquants. Ce sont des fichiers propres à Git, et PrestaShop ne s'en sert pas, donc vous n'avez pas à vous en soucier.



Paramètres de performances

Cette page combine de nombreux outils et conseils qui peuvent vous aider à améliorer les performances de votre boutique côté serveur, pas côté commercial – bien qu'un serveur qui fonctionne bien permet d'avoir plus de clients à la fois, et donc de faire plus de ventes.

Smarty

Smarty est le nom du langage de template utilisé par les thèmes de PrestaShop. Vous pouvez en apprendre plus sur ce langage à l'adresse <http://www.smarty.net/>.

The screenshot shows the 'SMARTY' configuration page. It includes settings for template compilation (radio buttons for 'Never recompile', 'Recompile if modified', or 'Compile on each call'), a 'Cache' section with 'Cache' (blue button) and 'NON' options, a 'Synchronisation multi-serveurs' section with 'OUI' (blue button) and 'NON' (red button), a 'Type de mise en cache' section with 'Système de fichier' (selected) and 'MySQL' options, and a 'Vider le cache' section with 'Never clear' (selected) and 'Clear on modification' options. At the bottom right is a blue 'Enregistrer' (Save) button.

Deux options sont disponibles :

- **Compilation des templates.** Afin d'obtenir de meilleures performances, PrestaShop conserve vos pages HTML dans un système de cache.
 - **Ne jamais recompiler les fichiers de templates.** Le comportement normal : les pages HTML sont compilées et mises en cache, puis affichées telles quelles, même si le thème a été modifié entretemps.
 - **Recompiler les fichiers de templates s'ils ont été mis à jour.** PrestaShop est en mesure de savoir si un thème a été modifié.
 - **Forcer la compilation à chaque appel.** À n'activer que si vous êtes en train de créer un thème, et que vous avez besoin de voir vos modifications à chaque recharge.
- **Cache.** Cette option vous permet de gérer tous les caches de fichiers, et pas seulement ceux liés aux thèmes. À ne désactiver que si vous êtes en train de corriger un thème ou un module PrestaShop. Autrement, vous ne devriez sans doute pas y toucher.
Le bouton "Vider le cache" en haut à droite de l'écran permet de supprimer le contenu du cache en un clic au lieu de devoir le faire en passant par un logiciel FTP.
- **Synchronisation multi-serveurs.** Lorsque vous utilisez plusieurs serveurs, cette option vous aide à synchroniser leurs caches.
- **Type de mise en cache.** Par défaut, Smarty utilise un système de cache qui se base sur des fichiers. Vous pouvez choisir d'utiliser plutôt MySQL comme resource de stockage du cache Smarty.
- **Vide le cache.** En fonction de la fréquence à laquelle votre boutique évolue, vous pouvez vouloir ne jamais vider le cache, ou au contraire le vider dès que votre boutique est modifiée (nouveau produit ou nouveau design).

Mode debug

Lorsque vous êtes en mode debug, vous pouvez choisir l'impact qu'on certaines fonctionnalités sur PrestaShop, afin de mieux repérer là d'où vient une erreur :



- Désactiver les modules non développés par PrestaShop.** Les modules créés par PrestaShop sont longuement testés et ne devraient pas poser de problème. Si vous activez cette option, vous pourrez si l'erreur provient du propre code de PrestaShop (coeur ou module), ou d'un module tiers.
- Désactiver toutes les surcharges.** De nombreuses fonctionnalités de PrestaShop peuvent être surchargées. Si vous activez cette option, tout le code de surcharge sera désactivé, et vous pourrez voir si le problème vient du code de PrestaShop, ou d'une surcharge tierce.
- Mode debug. En activant cette option, les messages d'erreurs techniques s'afficheront dans votre interface de gestion de la boutique. Ceci est utile lorsque vous faites appel à quelqu'un de technique pour vous aider, sans pour autant lui donner les accès à votre boutique. Cette personne aura besoin de comprendre ce qu'il se passe sur votre boutique, et ces messages la guideront.

Fonctionnalités désactivables

Certaines fonctionnalités de PrestaShop peuvent être désactivées si vous ne les utilisez pas, car elles peuvent ralentir votre boutique.

 Si votre catalogue contient des produits qui font déjà usage de ces fonctionnalités, alors vous ne pourrez pas les désactiver. Vous devrez supprimer quelques informations produits afin de les désactiver.

Vous pouvez désactiver les fonctionnalités suivantes :

- Déclinaison de produit.** Les déclinaisons de produits vous permettent de créer toute une ligne de produits à partir d'un seul produit : variation de taille, de couleur, de capacité, etc.
- Caractéristiques.** Les caractéristiques vous permettent de donner des détails sur le produit : poids, matériaux, pays d'origine, etc.

Concaténation, Compression et mise en Cache (CCC)

CCC est un ensemble d'outils pour vous aider à minimiser la charge du serveur Web et le temps de chargement du thème.



Le nom est explicite : ces outils combinent les fichiers textuels de même type en un seul fichier plus gros, ce qui réduit le nombre de fichiers à télécharger ; il compresse ensuite le fichier à l'aide de l'algorithme Zip, ce qui donne des téléchargements plus rapides ; enfin, il met en cache les fichiers compressés, afin d'éviter au serveur de devoir relancer ce processus de concaténation et de compression à chaque fois qu'un fichier est demandé, ce qui alourdit la tâche du processus du serveur.

The screenshot shows the CCC configuration interface. It includes a notice about reducing page load times, three toggle switches for "Smart cache" (Style sheets, JavaScript code, and Apache optimization), and a save button.

- **"Smart cache" pour les feuilles de style.** Les fichiers CSS sont des fichiers textuels, et peuvent être combinés et compressés en toute sécurité.
- **"Smart cache" pour le code JavaScript.** Les fichiers JavaScript sont également des fichiers textuels, mais leur combinaison peut parfois être problématique. Assurez-vous de tout tester avant de laisser ce réglage activé.
- **Optimisation Apache.** Ce réglage changera la configuration de votre serveur Web afin de le rendre plus efficace dans le cadre des options CCC.

Serveurs de média

Cette option vous permet de renvoyer une partie de votre trafic spécifique (fichiers image et vidéo, par exemple) vers d'autres serveurs en votre possession, par le biais d'autres domaines ou sous-domaines – le plus souvent hébergé au sein d'un CDN (Content Delivery Network). Par défaut, PrestaShop peut utiliser un serveur de média supplémentaire.

The screenshot shows the Media Servers configuration interface. It includes a notice about using static content without cookies, a field for entering a media server domain, and a save button.

Il ne suffit pas d'ajouter votre nom de domaine dans le champ pour soudainement faire des gains de performance. Pour autant, la mise en place d'un serveur média est une chose simple, et les gains sont réels et quasi-immédiats. Voici comment s'y prendre :

1. Ouvrez un compte chez un hébergeur spécialisé dans les contenus distribués. Les sociétés les plus connues dans ce domaine sont Akamai (<http://www.akamai.com/>), Amazon (avec ses services AWS, dont CloudFront : <http://aws.amazon.com/fr/>) ou encore CloudFlare (<http://www.cloudflare.com/plans>). Vous pouvez également vous renseigner auprès de votre hébergeur, qui dispose peut-être d'une offre CDN.
2. Copiez vos fichiers média vers le serveur de cet hébergeur. Cela signifie que le serveur distant doit contenir une copie exacte des dossiers suivants de votre installation de PrestaShop : **/img**, **/themes** et **/modules**. Notez que vous devrez faire en sorte que ces dossiers soient toujours synchronisés : même si vous ajoutez de nouveaux produits ou des modifications de votre thème, le serveur CDN doit avoir les dernières versions de tous les fichiers.



3. Une fois le serveur CDN en place, ajoutez son adresse (fournie par votre hébergeur CDN) dans le premier champ "Serveur de média n°1". Si cet hébergeur vous propose d'autres serveurs, ajoutez-les.

Dans le cas où vous souhaitez que vos fichiers soient visuellement toujours chargés depuis votre nom de domaine plutôt que depuis un domaine inconnu, suivez le processus suivant :

1. Créez un sous-domaine au domaine de votre boutique, par exemple <http://cdn1.maboutique.com> (la méthode de création dépend de votre hébergeur, renseignez-vous auprès de lui).
2. À la racine de chaque sous-domaine, ajoutez un fichier **.htaccess** qui contiendra simplement la ligne suivante :

```
Redirect Permanent / http://adresse-cdn.com
```

L'adresse <http://adresse-cdn.com> est à remplacer par celle de votre serveur CDN. Vous créez ainsi un renvoi automatiquement de votre sous-domaine vers votre serveur CDN

3. Une fois le sous-domaine en place, ajoutez-le dans le premier champ "Serveur de média n°1". Si cet hébergeur vous propose d'autres serveurs, créez autant de sous-domaines à votre domaine principal.



Même si vous n'avez pas de serveur CDN, vous pouvez utiliser la fonctionnalité des serveurs de média pour que le navigateur de vos clients télécharge plus de fichiers en même temps, accélérant ainsi le chargement de la page :

1. Configurez votre serveur pour qu'il dispose de sous-domaines virtuels, tel que images1.example.com, images2.example.com, et images3.example.com, tous pointant vers la dossier principal de PrestaShop.
2. Dans votre page Performance, configurez chaque champ "Serveur de médias" avec ces sous-domaines virtuels.

Une fois ceci en place, PrestaShop chargera vos images depuis n'importe quel de ces sous-domaines. Dans les faits, les images seront toujours chargées depuis le même dossier (le dossier principal), mais le navigateur ouvrira des connexions supplémentaires vers votre serveur web, accélérant ainsi le chargement de la page.

Cache

Le cache de votre serveur stocke des versions statiques de vos pages dynamiques, afin d'envoyer celles-ci à vos clients, et donc de réduire la charge serveur et le temps de compilation.



Dans la plupart des cas, vous devriez d'abord vérifier auprès de votre hébergeur s'il accepte ce réglage, car il nécessite une certaine configuration serveur.

Cette section vous permet d'activer le cache, et de choisir la méthode de cache :



- **Memcached.** Un système distribué de cache. Très efficace, surtout si vous utilisez plusieurs serveurs, mais vous devrez d'abord vous assurer que votre serveur/hébergeur peut l'utiliser. Le plus souvent, si votre configuration PHP comprend l'extension PECL Memcached, tout est bon (vous pouvez télécharger cette extension ici : <http://pecl.php.net/package/memcache>). Vous pouvez ajouter des serveurs en cliquant sur le lien "Ajouter un serveur".
- **APC.** Une alternative gratuite et ouverte à PHP Cache, robuste mais ne fonctionnant qu'avec un serveur – ce qui est souvent le cas lorsque vous lancez votre boutique en ligne. Ici encore, vérifiez la disponibilité de l'extension PECL APC sur votre serveur : <http://pecl.php.net/package/APC>.
- **Xcache.** Xcache est un nouveau système de cache, spécifique au serveur Lighttpd – de fait, il ne fonctionnera pas avec le serveur Apache, l'un des plus populaires. Pour en apprendre plus, lisez <http://xcache.lighttpd.net/>.



Préférences de l'administration

La page de gestion de l'administration contient des options et réglages concernant la manière dont PrestaShop lui-même fonctionne. Elle contient quatre sections.

Général

Cette section comprend quatre réglages :

The screenshot shows the 'PARAMÈTRES GÉNÉRAUX' (General Parameters) section. It contains four configuration items:

- Vérifier automatiquement les mises à jour de modules.** A switch button set to 'OUI' (Yes). Below it is a note: 'Vous pouvez demander à PrestaShop de régulièrement vérifier s'il existe de nouvelles versions de vos modules sur le site Addons.'
- Vérifier l'adresse IP du cookie.** A switch button set to 'OUI' (Yes).
- Durée de vie du cookie front-office.** A text input field containing '480' with a unit indicator 'heures' (hours).
- Durée de vie du cookie back-office.** A text input field containing '480' with a unit indicator 'heures' (hours).

At the bottom right is a blue 'Enregistrer' (Save) button with a disk icon.

- Vérifier automatiquement les mises à jour de modules.** Vous pouvez demander à PrestaShop de régulièrement vérifier s'il existe de nouvelles versions de vos modules sur le site Addons. Si c'est le cas, la page "Modules" affichera un bouton "Mettre à jour !".
- Vérifier l'adresse IP du cookie.** Il s'agit d'une mesure de sécurité supplémentaire : vous pouvez dire à PrestaShop de vérifier que l'utilisateur vient bien de l'IP stockée dans le cookie de son navigateur.
- Durée de vie du cookie front-office.** Par défaut, un cookie de PrestaShop dure 480 heures (20 jours). Vous pouvez réduire sa longévité si vous estimez que la sécurité de votre boutique en dépend.
- Durée de vie du cookie back-office.** Par défaut, un cookie de PrestaShop dure 480 heures (20 jours). Vous pouvez réduire sa longévité si vous estimez que la sécurité de votre boutique en dépend.

Quota de téléchargement

Cette section vous aide à définir la taille autorisée de fichiers mis en ligne par votre propre équipe – pas la limite imposée à vos clients.

The screenshot shows the 'QUOTA DE TÉLÉCHARGEMENT' (Upload Quota) section. It contains three configuration items:

- Poids maximum des fichiers joints.** A text input field containing '8' with a unit indicator 'mégooctets' (mebibytes).
- Taille maximale d'un produit téléchargeable.** A text input field containing '2' with a unit indicator 'mégooctets' (mebibytes).
- Taille maximum des images des produits.** A text input field containing '2' with a unit indicator 'mégooctets' (mebibytes).

At the bottom right is a blue 'Enregistrer' (Save) button with a disk icon.

Trois options sont présentes, la première étant très générale et les deux suivantes plus spécifiques :

- Poids maximum des fichiers joints.** La valeur par défaut est prise directement des réglages de votre serveur, mais vous pouvez la baisser si besoin est.
- Taille maximale d'un produit téléchargeable.** Si vous vendez des produits dématérialisés (services, réservations, fichiers téléchargeables), ce réglage vous permet de limiter la taille des fichiers que votre équipe peut mettre en ligne – et donc, la taille du produit final. Prévoyez bien votre usage, afin de ne pas bloquer un membre de votre équipe qui doit mettre en ligne un fichier plus lourd que prévu.



- **Taille maximum des images des produits.** De la même manière, vous pouvez limiter la taille des images que vous ou votre équipe pouvez mettre en ligne sur votre boutique. Cela peut servir de rappel pratique à votre équipe, les poussant à réduire le poids d'une image, étant donné qu'il est rarement utile d'utiliser des images de plus de 600x600 pixels (ce qui correspond environ à 200 ko une fois correctement compressé). Allez sur la page de préférences "Images" du menu "Apparence" pour voir les différentes tailles configurées dans votre installation de PrestaShop. Autre avantage : vous utilisez ainsi moins de bande passante, et moins de temps processeur (étant donné que PrestaShop redimensionne les images et crée des miniatures, entre autres formats).

Notifications

Les notifications sont situées tout en haut de n'importe quelle page de l'administration, juste à côté du nom de la boutique. Elles affichent le nombre de nouveaux éléments depuis la dernière fois que vous les avez cliquées.

En cliquant sur l'icône cloche qui correspond aux notifications, vous aurez plus de détails sur les événements qu'elles mettent en avant.

The screenshot shows the 'NOTIFICATIONS' section of the PrestaShop back-office. It includes a help box explaining what notifications are, three toggle switches for enabling notifications for new orders, new clients, and new messages, and an 'Enregistrer' button at the bottom right.

Vous pouvez choisir de ne pas en recevoir pour certains types de contenus :

- **Affiche les notifications pour les nouvelles commandes.** Affiche le nombre de commandes récentes, leurs montants et le nom des clients. De là, vous pouvez soit ouvrir la page individuelle de chaque commande, ou ouvrir la page "Commandes" pour obtenir la liste complète.
- **Affiche les notifications pour les nouveaux clients.** Affiche les noms des utilisateurs inscrits depuis votre dernière vérification. De là, vous pouvez soit ouvrir la page individuelle de chaque client, ou ouvrir la page "Clients" pour obtenir la liste complète.
- **Affiche les notifications pour les nouveaux messages.** Affiche les e-mails des personnes qui vous ont envoyé un message à l'aide du formulaire de contact de votre boutique. De là, vous pouvez soit ouvrir un message individuel, ou ouvrir la page "Service client" pour la liste complète.

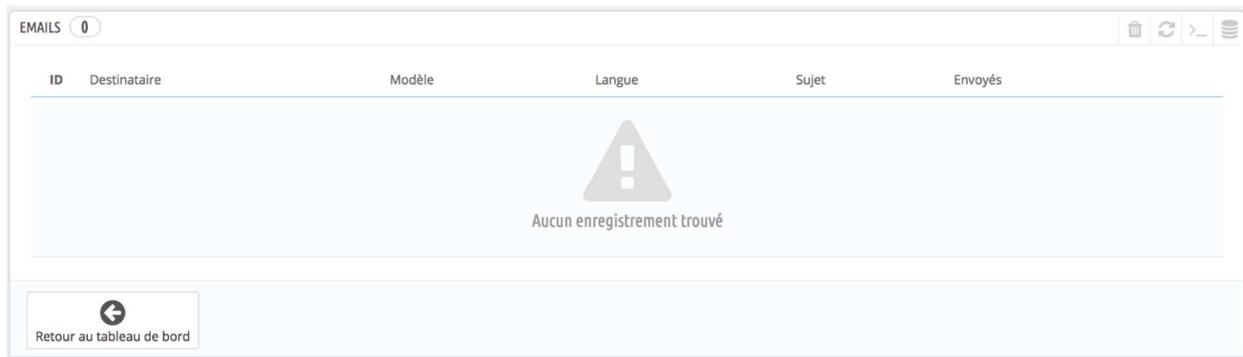


Paramètres des e-mails

Votre boutique envoie de nombreux message tout du long des étapes de création de compte et de passage de commande. Sur cette page, vous pourrez configurer la manière dont les messages sont envoyés.

Liste des e-mails

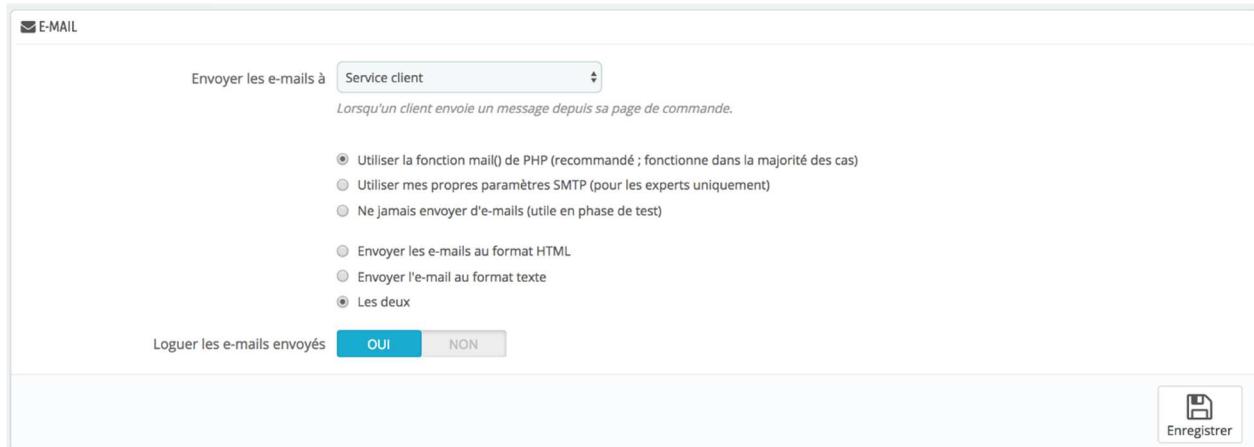
Une première section liste tous les e-mails qui ont été envoyés depuis votre boutique PrestaShop, avec le destinataire, le modèle utilisé, la langue de l'e-mail, son objet et l'heure de l'envoi. Cela vous permet de garder trace des communications envoyées à vos clients.



Adresse e-mail

C'est ici que vous décidez de la manière de vos e-mails sont envoyés.

Le formulaire a trois jeux d'options :



- **Envoyer l'e-mail à.** C'est un réglage front-end. À la fin du processus d'achat, un client peut laisser un message à destination de votre équipe. Vous pouvez choisir à qui ce message sera envoyé en utilisant la liste déroulante. Pour ajouter une adresse, rendez-vous dans "Paramètres de la boutique > Contact".
- Configuration technique : la manière dont les e-mails sont techniquement envoyés. Choisissez l'une des trois options. Voir ci-après pour plus d'information.
- Configuration visuelle : la manière dont les e-mails sont visuellement envoyés. Choisissez l'une des trois options. Voir ci-après pour plus d'information.
- **Loguer les e-mails envoyés.** Désactivez cette option si vous ne souhaitez plus garder trace des emails envoyés par votre boutique (via la liste d'emails de la première section).



Configuration technique

La suite de cette section vous permet de configurer PrestaShop pour envoyer des e-mails aux clients. Cependant, nous vous conseillons fortement de vérifier auprès de votre hébergeur les réglages à utiliser.

Les options sont les suivantes :

- **Ne jamais envoyer d'e-mails.** Gardez ce réglage lorsque vous faites des tests. Une fois votre boutique rendue publique, vous ne devriez jamais utiliser ce réglage.
- **Utiliser la fonction mail() de PHP.** Cette option est recommandée par défaut. Si elle ne marchait pas, utilisez l'option SMTP ci-dessous.
- **Utiliser mes propres paramètres SMTP.** Dans ce cas, une nouvelle section apparaît, avec de nouveaux champs. Les informations de ces champs devraient vous être fournies par votre hébergeur : nom du domaine de mail, serveur SMTP, etc. Faites en sorte de retranscrire exactement ce que votre hébergeur vous envoie.



Les informations de configuration SMTP doivent être fournies par l'une de ces entités :

- Votre administrateur système,
- Votre hébergeur Web,
- Votre fournisseur d'accès Internet,
- Votre fournisseur d'e-mails.

The screenshot shows a configuration interface for an e-mail account. The fields include:

- Nom de domaine des e-mails: [empty input]
- Serveur SMTP: smtp.
- Utilisateur SMTP: [empty input]
- Mot de passe SMTP: [empty input]
- Chiffrement: Aucun
- Port: 25

At the bottom right is a blue "Enregistrer" (Save) button.

Votre hébergeur peut vous indiquer si le nom d'utilisateur est obligatoire, ainsi que le mot de passe et le type de cryptage à utiliser.

Par exemple, dans le cas de GMail (le service de mail proposé par Google), saisissez les informations suivantes :

- Serveur SMTP : smtp.gmail.com
- Utilisateur : nom.utilisateur@gmail.com (exemple)
- Mot de passe : RT22UE87 (exemple)
- Cryptage : SSL
- Port : 465

Configuration visuelle

Il y a deux formats disponibles pour les e-mails : HTML, qui est très joli mais peut ne marcher partout ; et texte, qui est n'est pas folichon mais fonctionne partout.

Vous pouvez choisir l'un des deux, ou les deux. Nous vous recommandons de choisir les deux.



Essai de votre configuration mail

Une fois que vous avez configuré vos envois d'e-mails avec l'une ou l'autre des méthodes proposées, saisissez vos adresses e-mail dans le champ intitulé "Envoyer un mail test à", puis cliquez sur le bouton "Envoyer un mail test".

Vérifiez maintenant la boîte de réception de l'adresse fournie, afin de vérifier que vous avez bien reçu le mail de test. Si vous ne l'avez pas reçu, veuillez modifier votre configuration en conséquence.

The screenshot shows a form titled "TESTEZ VOTRE CONFIGURATION E-MAIL". It has a text input field labeled "Envoyer un e-mail test à" containing the email address "pub@prestashop.com". Below the input field is a button with a mail icon and the text "Envoyer un e-mail test".



Importer des données

Paramètres d'import CSV

Les fonctions d'import vous permettent de rapidement remplir votre catalogue de produits quand vous disposez d'une grande quantité d'entrées à intégrer, ou d'importer les données que vous avez exportées et converties depuis un autre outil e-commerce.

Dans les versions précédentes de PrestaShop, l'import se faisait sous forme de fichiers CSV. Depuis la version 1.7, d'autres formats de fichiers sont utilisables : .xls, .xlsx, .xlst, .ods, and .ots.



CSV est l'acronyme de "Comma-separated values" ("valeurs séparées par des virgules").

C'est un format de texte brut très populaire pour tout ce qui concerne l'import, l'export ou simplement le stockage de données dans un format non propriétaire. Quasiment tous les outils de manipulation

de données reconnaissent le format CSV, sous ses différentes formes. Vous pouvez en apprendre plus sur le format CSV sur Wikipedia : http://fr.wikipedia.org/wiki/Comma-separated_values.



IMPORTER



Vous pouvez lire plus d'informations sur l'import sur : <http://doc.prestashop.com/display/PS16/CSV+Import+Parameters>
Plus d'informations sur le format CSV sur : http://en.wikipedia.org/wiki/Comma-separated_values

Que voulez-vous importer ? Catégories



- Notez que l'import de catégories ne gère pas les catégories ayant le même nom.
- Notez que plusieurs produits peuvent avoir la même référence.

Choisissez le fichier à importer

Mettre en ligne

OU

0 Sélectionner un fichier dans l'historique

Formats autorisés : .csv, .xls, .xlsx, .xlst, .ods, .ots.

Seuls les fichiers encodés en UTF-8 ou en ISO-8859-1 sont autorisés.

Vous pouvez aussi envoyer votre fichier via FTP dans le dossier
"/Users/aEven/Sites/prestashop_1.7.0.3/admin-dev/import/";

Langue du fichier

Français (French)

Séparateur de champs

;

p. ex. 1; Blouse; 129.90; 5

Séparateur de champs à valeurs multiples

,

p. ex. Blouse; red.jpg, blue.jpg, green.jpg; 129.90

Supprimer les catégories avant l'import

OUI

NON

Ignorer la régénération des miniatures

OUI

NON

Forcer les identifiants

OUI

NON

Envoyer une notification par e-mail

OUI

NON



Étape suivante

Le processus d'import CSV demande de la préparation, et commence avec un formulaire fait des premiers réglages :

- **Que voulez-vous importer ?** PrestaShop vous permet d'importer différents types de données. Choisissez parmi la liste ce que vous souhaitez importer. En fonction du type d'entité que vous sélectionnez, l'information "Champs disponibles" à droite se met à jour, afin que vous sachiez quels champs peuvent être importés pour une entité donnée.
Vous pouvez donc importer:
 - Catégories ;
 - Produits ;
 - Déclinaisons (qui étaient appelées "versions" dans les versions précédentes de PrestaShop) ;



- Clients ;
- Adresses ;
- Marques ;
- Fournisseurs ;
- Alias ;
- Commandes aux fournisseurs (si la gestion des stocks avancées est activée) ;
- Détails de commandes aux fournisseurs (si la gestion des stocks avancées est activée).
- Coordonnées magasins
- **Choisissez le fichier à importer.** Vous pouvez importer plus d'un fichier à la fois, mais assurez qu'ils contiennent tous le même type de données. Le fichier peut être chargé directement depuis votre ordinateur, ou vous pouvez choisir parmi l'un des fichiers de votre historique, déjà disponible via votre FTP.



Vous trouvez des fichiers d'exemples dans la section "Téléchargez des fichiers .csv d'exemple" à droite. Ils peuvent vous aider à comparer vos fichiers avec ceux recommandés par PrestaShop, et donc à vérifier que les fichiers que vous importez sont bien prêts à être importés par PrestaShop. Dans les faits, ces fichiers se trouvent dans le dossier `/docs/csv_import` de votre installation de PrestaShop.

- **Langue du fichier.** Les données ne peuvent être importées que pour un fichier à la fois. Si vos données existent dans plus d'une langue, vous devriez les découper en autant de fichiers.
- **Séparateur de champs.** Tous les fichiers CSV n'utilisent pas la virgule comme séparateur de données : certains utilisent des tabulations, d'autres des points-virgules, etc. Vous pouvez indiquer ce qu'utilisent vos fichiers dans ce champ.
- **Séparateur de champs à valeurs multiples.** Quand un attribut peut contenir plus d'une valeur, ces valeurs doivent être séparées par un séparateur spécifique. Après avoir vérifié la manière dont sont conçus vos fichiers, indiquez le bon séparateur dans ce champ.
- **Supprimer toutes les ___ avant l'import ?** Cette option effacera toutes les entrées actuelles du type de données que vous importez. Cela vous aide à partir de zéro.
- **Forcer tous les identifiants lors de l'importation ?** Uniquement pour l'import produit. Vous pouvez choisir de laisser PrestaShop déterminer l'identifiant d'un produit, ou utiliser sa référence comme identifiant. Dans ce cas, vérifiez bien que le fichier contient effectivement des références pour tous les produits importés.
- **Utiliser la référence du produit comme clé ?** Uniquement pour l'import de produits. Vous pouvez choisir de laisser PrestaShop déterminer la clé du produit, ou d'utiliser la référence du produit comme ID. Dans ce cas, assurez que le fichier contient bien une référence pour tous les produits importés.
- **Pas de régénération des miniatures.** Import de catégories et de produits uniquement. Vous pouvez choisir de laisser PrestaShop régénérer les miniatures qui sont liées depuis votre fichier CSV (dans les champs "Image URL" ou "Image URLs").
- **Forcer les identifiants.** Vous pouvez soit utiliser les identifiants importés, ou laisser l'importateur faire l'auto-incrémantation.
- **Envoyer une notification par e-mail.** Cette option vous permet de recevoir un e-mail pour être prévenu de la fin de l'import. Cela est utile lorsque vous importez des fichiers volumineux, pour ne pas avoir à attendre devant votre écran.

Lorsque vous changez d'entité à importer, la section à droite, intitulée "Champs disponibles", affiche les champs attendus. Bien que l'outil d'import soit conçu pour vous aider à faire correspondre les champs de vos fichiers à ceux de PrestaShop, vous devriez vous efforcer de rendre vos données aussi simples à importer que possible, notamment en suivant le format de nommage et l'ordre des champs présentés. Sans cela, l'importation sera laborieuse, mais pas impossible. Certains de ces champs ont une petite icône d'information affichant une fenêtre pop-up au survol de la souris. Ils se rapportent pour la plupart au mode multiboutique de PrestaShop, ou à la gestion des stocks avancées. Lisez-les bien tous avant de construire ou modifier vos fichiers de données.



CHAMPS DISPONIBLES

* Champs requis

Data format

Les données importées doivent l'être sous la forme d'un fichier texte, utilisant un format de données de type CSV (*Comma-Separated Values*), pour "valeurs séparées par des virgules", et l'extension de fichier liée .csv. Nous vous recommandons d'avoir recours au point-virgule ";" comme séparateur de champ. Si vos données textuelles (descriptions de produit et autres) contiennent des signes point-virgule, vous devriez soit les enlever, soit utiliser un autre caractère pour la séparation des champs.

Vous pouvez créer un tel fichier avec n'importe quel éditeur de texte (nous vous recommandons Notepad++ : <http://notepad-plus-plus.org/>), mais il est préférable d'utiliser un tableur, puis d'enregistrer votre travail au format CSV. En comparaison avec un éditeur de texte, un tableur vous permet de travailler plus rapidement et de manière visuelle. Vous pouvez utiliser le logiciel payant Microsoft Excel (<http://office.microsoft.com/fr-fr/excel/>) ou le logiciel gratuit OpenOffice.org Calc (<http://www.openoffice.org/fr/>).

Voici un exemple de fichier prêt à l'import, ici pour une liste de produits :

```
"Enabled";"Name";"Categories";"Price";"Tax rule ID";"Buying price";"On
sale";"Reference";"Weight";"Quantity";"Short desc.";;"Long desc";"Images URL"
1;"Test";"1,2,3";130;1;75;0;"PROD-TEST";"0.500";10;"'Tis a short desc.";"This is a
long description.";"http://www.myprestashop/images/product1.gif"
0;"Test 02";"1,5";110;1;65;0;"PROD-TEST2";"0.500";10;"'Tis also a short
desc.";"This is a long description
too.";"http://www.myprestashop/images/product2.gif"
1;"Test 03";"4,5";150;1;85;0;"PROD-TEST3";"0.500";10;"'Tis a short desc.
again";"This is also a long
description.";"http://www.myprestashop/images/product3.gif"
```

Notez bien qu'il s'agit ici d'un fichier d'exemple conçu pour cette démonstration ; il n'a volontairement pas été optimisé pour l'import PrestaShop. Si vous avez besoin de fichiers d'exemples sur lesquels baser vos propres fichiers d'import, vous pouvez en télécharger depuis la fenêtre qui s'affiche en cliquant sur le bouton "Télécharger des fichiers d'exemple".

La première colonne doit être un nom descriptif pour la colonne de données (vous pourrez ne pas la prendre en compte lors du processus d'import). Il doit y avoir le même nombre de colonnes dans chaque ligne.

Notez bien que :



- La colonne de prix utilise la devise par défaut de votre boutique ;
- Les catégories sont indiquées à l'aide de leur identifiant existant (il vous faut donc les importer en premier), et séparées par des virgules ;
- L'adresse Web des images doit être un lien absolu. En d'autres termes, vous devez utiliser l'adresse que le navigateur doit appeler pour afficher l'image ; par exemple, <http://www.monprestashop/images/produitXXX.gif> ;
- Préférez l'encodage de données UTF-8. Sinon, utilisez ISO-8859-1.
- Les dates utilisent le format ISO 8601, sans l'indicateur de fuseau horaire (le fuseau horaire étant celui de votre boutique) : **2013-06-21 15:07:27**.

Mise en ligne du fichier

Une fois que toutes vos données sont au format CSV, vous pouvez les envoyer dans la base de données de votre boutique à l'aide du formulaire de cette page.

Vous avez deux manières d'ajouter des fichiers à importer :

- À l'aide de votre navigateur : cliquez sur le bouton "Mettre en ligne", trouvez votre fichier puis validez. Répétez ce processus autant de fois que nécessaire pour lister tous vos fichiers d'import.
- À l'aide de votre client FTP : mettez le fichier en ligne dans le dossier **/admin-dev/import** de votre installation de PrestaShop. Rechargez la page d'import : le bouton "Sélectionnez un fichier dans l'historique" devrait maintenant afficher un nombre. Cliquez le bouton pour afficher la liste de fichiers disponibles (y compris ceux qui vous avez déjà mis en ligne à l'aide de votre navigateur), puis cliquez sur le bouton "Utiliser" pour le fichier que vous souhaitez importer

Une fois tous vos fichiers listés dans la section "Votre fichier CSV", vous pouvez continuer à remplir le formulaire :

1. **Sélectionnez le type de données que contient votre fichier**, à l'aide du menu déroulant "Que voulez-vous importer ?". Une fois que vous avez choisi le type de données, une liste des champs disponibles apparaît à droite, ce qui peut vous aider à affiner votre fichier CSV – au moins en ce qui concerne l'ordre des colonnes, ce qui va vous être utile très bientôt.
2. **Sélectionnez la langue des données importées**. Si la langue cible n'est pas disponible, vous devez en premier lieu l'installer, via la page "Traductions" du menu "International".
3. **Sélectionnez les séparateurs de champs**. Nous vous suggérons de laisser les valeurs par défaut ("Séparateur de champs" avec un point-virgule, "Séparateur de champs à valeurs multiples" avec une virgule). Bien entendu, si votre fichier CSV est conçu différemment, vous devriez changer ses valeurs en conséquence.
4. Si vous voulez enlever tous vos produits avant de lancer l'importation, cochez la case appropriée.
5. Une fois tous vos choix faits, cliquez sur "Étape suivante".



Tous les fichiers d'import sont envoyés directement dans le sous-dossier **/import** de votre dossier d'administration. Si le menu déroulant contient trop d'entrées, vous pouvez effacer les imports les plus anciens directement à l'aide de votre client FTP.

En cliquant sur le bouton "Étape suivante", la page se recharge avec l'outil de correspondance des données. Cette interface vous aide à faire correspondre les colonnes de données de votre fichier avec celles dont PrestaShop a besoin.



CORRESPONDANCE DES DONNÉES

Veuillez faire correspondre chaque colonne de votre fichier source avec l'une des colonnes cibles.

Sauvegarder votre configuration d'import

Lignes à passer Indiquez combien de lignes parmi les premières lignes du fichier doivent être ignorées lors de l'import des données. Par exemple, indiquez 1 si la première ligne de votre fichier contient les en-têtes.

ID	Actif (0/1)	Nom	Catégories (x,y,z...)	Prix TTC	ID règle de taxes
1	1	iPod Nano	iPods	100	1
2	1	iPod shuffle	iPods	60	1
3	1	MacBook Air	Laptops	1500	1
4	1	MacBook	Laptops	1150	1
5	1	iPod touch	iPods	240	1
6	1	Belkin Leather Folio for iPod nano - Black / Chocolate	Accessories	25	1
7	1	Shure SE210 Sound-Isolating Earphones for iPod and iPhone	Accessories	125	2

Par exemple, avec le fichier d'exemple pour des produits :

- Première colonne.** Nous l'avons marquée comme "Enabled", PrestaShop utilise l'en-tête "ID". Cliquez sur le menu déroulant de l'en-tête, et sélectionnez "Actif (0/1)".
- Deuxième colonne.** Marquée "Name", mais l'en-tête utilise "Actif (0/1)". Changeons cela pour "Nom".
- Troisième colonne.** Et ainsi de suite...

L'écran ne peut contenir plus de c colonnes de données, aussi il vous faut cliquer sur les boutons ">" et "<" pour vous déplacer dans les colonnes, et toutes les faire correspondre aux bons en-têtes.

Dans notre exemple, nous avons utilisé la première ligne pour servir de noms de colonne. Étant donné que nous ne voulons importer cette ligne, saisissez "1" dans le champ "Sauter X lignes".

Une fois que toutes vos colonnes auront trouvé correspondance, cliquez sur le bouton "Importer les données" (en haut à droite de l'écran), et PrestaShop lancera le processus d'import. PrestaShop affichera une pop-up avec l'avancement en détail de l'import.

Quand le processus est terminé, la pop-up doit afficher "100% validé" et "100% importé". Après avoir fermé la pop-up, vous êtes renvoyé à l'écran principal. Si une erreur est survenue lors de l'import, la pop-up vous notifiera des problèmes rencontrés. Vous devrez alors relire vos fichiers et faire en sorte de tout corriger.

Configuration des correspondances

Le processus de configuration peut être une tâche laborieuse si vous ne pouvez pas choisir l'ordre des colonnes de votre fichier en concordance avec celui utilisé par l'outil d'import de PrestaShop. C'est pourquoi PrestaShop comprend un petit outil permettant d'enregistrer l'ordre de correspondance que vous avez mis en place avec tous les sélecteurs déroulants des en-têtes de colonnes.



Charger une configuration d'import

Sauvegarder votre configuration d'import

Nombre de lignes à ignorer

Ce nombre indique combien de lignes parmi les premières lignes du fichier doivent être ignorées lors de l'import des données. Par exemple, indiquez 1 si la première ligne de votre fichier contient les en-têtes.

L'outil est un simple champ en haut de l'outil de correspondance. Vous avez trois fonctions de base (une seule si vous n'avez pas encore enregistré de configuration de correspondances) :

- **Enregistrer.** Saisissez un nom descriptif dans le champ, et cliquez sur "Sauvegarder". L'interface se met à jour pour afficher les configurations enregistrées dans sa liste déroulante.
- **Charger.** Choisissez une configuration de correspondances dans le menu déroulant, et cliquez sur "Charger".
- **Supprimer***. Choisissez une configuration de correspondances dans le menu déroulant, et cliquez sur "Supprimer".



Équipe

Que vous montiez votre boutique en solo, ou que vous ayez une affaire bien établie avec des employés, vous aurez sûrement besoin à un moment de partager la gestion de votre boutique avec d'autres personnes. Pour préparer vos commandes, pour avoir de l'accompagnement technique, pour travailler avec des traducteurs, etc.

Lorsque vous donnez accès à votre boutique à une personne, vous devez lui créer un compte (ne partager jamais vos propres codes !), et configurer ses droits avec soin. C'est ce que le menu "Équipe" vous aide à faire.

Employés

Configuration des comptes des employés

La page d'administration "Employés" liste tous les comptes utilisateurs ayant accès au back-office de votre boutique. Par défaut, vous ne trouverez que le compte qui a été créé durant l'installation de la boutique, qui est automatiquement considéré comme SuperAdmin. Le SuperAdmin a accès à toutes les fonctionnalités de PrestaShop, sans restriction.

EMPLOYÉS 1					
ID	Prénom	Nom	Adresse e-mail	Profil	Activé
1	Alex	Dupuis	alex@example.com	SuperAdmin	✓

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

Ajouter un nouvel employé

Le bouton "Ajouter un employée" vous amène au formulaire de création d'employé.



The screenshot shows the 'EMPLOYÉS' section of the PrestaShop back-office. It's a form for creating a new employee account. Key fields include:

- Prénom** and **Nom** (First Name and Last Name) with red asterisks indicating required fields.
- An **Avatar** field showing a penguin icon, with a note below stating: "Votre avatar dans PrestaShop 1.6.x est votre photo de profil sur [PrestaShop.com](#). Pour changer votre avatar, connectez-vous sur PrestaShop.com avec l'e-mail et suivez les instructions."
- Adresse e-mail** and **Mot de passe** (Email Address and Password) with red asterisks.
- Recevoir la newsletter PrestaShop** (Receive PrestaShop newsletter) with **OUI** (Yes) and **NON** (No) buttons.
- Page par défaut** (Default page) set to **Tableau de Bord**.
- Langue** (Language) set to **Français (French)**.
- Activé** (Active) with **OUI** (Yes) and **NON** (No) buttons.
- Profil de permission** (Permission profile) with a dropdown menu showing **Choisissez** (Choose).

At the bottom are **Annuler** (Cancel) and **Enregistrer** (Save) buttons.

Il dispose d'une douzaine de réglages :

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

(i) L'image de profil, qui vous représente sur le back-office est liée au compte de l'utilisateur du forum PrestaShop. De fait, si vous souhaitez personnaliser cette image, vous devez d'abord créer un compte pour l'utilisateur sur le forum : <http://www.prestashop.com/forums/>



Options des employés

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

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

The screenshot shows a configuration page titled 'OPTIONS DES EMPLOYÉS'. It contains two settings: 'Délai minimum avant de pouvoir régénérer le mot de passe' (set to 360 minutes) and 'Mémorisation de la dernière langue utilisée dans les formulaires' (set to 'Non'). A 'Enregistrer' button is at the bottom right.

Profils des employés

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

The screenshot shows a list of four profiles: SuperAdmin, Logisticien, Traducteur, and Commercial. Each profile has an 'Edit' button next to it. The top right of the interface includes standard administration buttons like 'Ajouter', 'Supprimer', and 'Enregistrer'.

Par défaut, quatre profils sont prêts à être utilisés :

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

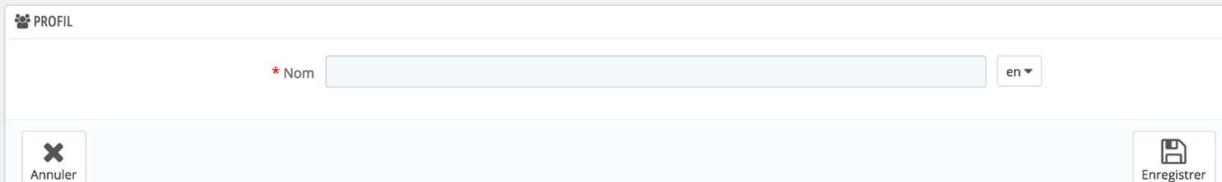
Vous pouvez voir le détail des droits d'accès de chaque profil en parcourant la page "Permissions".



 Le profil SuperAdmin ne peut pas être supprimé, juste renommé.
Il doit y avoir au moins une personne de l'équipe qui a le profil SuperAdmin.

Ajouter un nouveau profil

Vous pouvez ajouter autant de profils que nécessaires.



Ajouter un profil est assez simple : cliquez sur le bouton "Ajouter un profil", donnez-lui un nom unique, et enregistrez.

La partie la plus complexe vient au moment de configurer les droits d'accès du nouveau profil. Tout se passe dans la page "Permissions" (voir ci-dessous).

Permissions des employés

Les permissions sont un aspect central des profils de PrestaShop. Elles permettent de voir précisément ce qu'un compte d'employé peut ou ne peut pas faire sur votre boutique.

La page d'administration "Autorisations" est faite d'onglets :

- Sur la gauche de l'écran, autant d'onglets que de profils disponibles.
- Sur le reste de l'écran, PrestaShop affiche les permissions du profil cliqué. Cet onglet contient deux tableaux, côté à côté.

Quand vous cliquez sur n'importe quel profil (autre que SuperAdmin), les deux tableaux apparaissent pour vous donner accès à leurs critères :

- À gauche, les permissions liées aux menus : vous pouvez décider ce que le profil peut faire sur un menu/page. Dans les faits, vous pouvez empêcher un profil de modifier le contenu d'une page, ou même lui cacher complètement un menu.
- À droite, les permissions liées aux modules : bien que vous puissiez autoriser certains profils à voir les modules disponibles, vous pourriez préférer que seuls les employés de confiance aient accès à la configuration de certains modules.



SuperAdmin	MENU					MODULES		
	Afficher	Ajouter	Modifier	Supprimer	Toutes	Afficher	Configurer	Désinstaller
» Tableau de Bord	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
» Vendre	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
» Commandes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
» Commandes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
» Factures	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
» Avoirs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
» Bons de livraison	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
» Paniers	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
» Catalogue	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
» Produits	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
» Catégories	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
» Suivi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
» Attributs & Caractéristiques	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
» Attributs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
» Caractéristiques	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
» Marques & Fournisseurs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
» Marques	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
» Fournisseurs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
» Documents joints	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
» Promotions	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
» Règles paniers catalogue	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
» Clients	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
» Clients	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
» Adresses	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				

Pour chacun de ces critères des menus, vous avez 5 options :

- **Voir.** Autorise l'employé à consulter des informations.
- **Ajouter.** Autorise l'employé à ajouter de nouvelles informations
- **Modifier.** Autorise l'employé à modifier des informations.
- **Supprimer.** Autorise l'employé à supprimer des informations.
- **Tout.** Autorise les 4 critères ci-dessus.

De leurs côtés, les critères des modules ont 3 options :

- **Voir.** Autorise l'employé à consulter la configuration d'un module.
- **Configurer.** Autorise l'employé à configurer un module.
- **Désinstaller.** Autorise l'employé à désinstaller un module.



Les permissions du SuperAdmin ne peuvent pas être changées : le profil dispose simplement de tous les droits pour tous les critères.

Régler les permissions d'un nouveau profil

Pour cet exemple, nous allons créer un nouveau profil, "Préparateur de commandes". Commencez par créer le profil dans la page "Profils", en remplissant le champ "Nom". Dès que le profil est enregistré, il apparaît dans la liste des profils.

Il vous faut ensuite assigner des permissions à ce nouveau profil. Rendez-vous sur la page "Permissions", et cliquez sur l'onglet du nouveau profil : la liste de critères apparaît. Par défaut, un nouveau profil n'a accès à aucune page du back-office.

Il y a deux manières de remplir les critères, en fonction des limites ou libertés que vous voulez donner au profil :



- Cliquez sur les cases des permissions une à une jusqu'à ce que tous les droits soient en place.
- Cochez toutes les cases d'un coup, puis enlevez les droits un à un jusqu'à ce qu'il ne reste que les droits nécessaires.

Il y a deux manières de cocher plusieurs cases d'un coup :

- Par colonne : en haut de chaque colonne, une case à cocher permet de cocher toutes les cases de la colonne d'un coup. Découper la case signifie décocher les cases cochées dans la colonne.
- Par rangée : si vous cliquez sur la case "Tout" d'une rangée, toutes les cases de cette ligne sont cochées. Découper la case signifie décocher les cases cochées dans la rangée.

Vous pouvez ensuite cocher les rangées sélectionnées plutôt que de passer du temps à les cocher une à une.

Pour éviter les erreurs lors de la configuration des permissions, PrestaShop enregistre automatiquement les réglages à chaque modification. Cela signifie que vous n'avez pas à cliquer sur un bouton "Enregistrer". Une fois que vous avez assigné ses droits à un profil, vous pouvez revenir à la page d'administration "Employés" et assigner ce profil aux employés qui en sont la cible.



Base de données

Le menu "Base de données" regroupe le gestionnaire SQL qui permet d'accéder à votre base de données, et la fonctionnalité de sauvegarde : tout ce dont vous avez besoin pour gérer votre base de données.

Gestionnaire SQL

Le SQL Manager est une fonctionnalité complexe, destinée aux personnes techniques et qui savent comment parcourir une base de données avec le langage SQL. Cette complexité amène cependant un outil extrêmement puissant et pouvant être très utile à ceux qui peuvent le maîtriser.

GESTIONNAIRE SQL		
ID	Nom	Requête
1	Produits actifs en français	SELECT p.id_product, pl.name, pl.link_rewrite, pl.description FROM ps_product p LEFT JOIN ps_product_lang pl ON (p.id_product = pl.id_product) WHERE p.active = 1 AND pl.id_lang = 1

Cet outil vous permet de lancer des requêtes SQL directement sur la base de données de PrestaShop, et les enregistrer pour les réutiliser quand vous le souhaitez. En effet, il donne accès au contenu de sa base de données de plusieurs manières, mais vous pourriez avoir besoin de plus de détail, ou plus simplement d'un rendu plus brut que ce que donne l'interface de PrestaShop. Grâce au SQL Manager, vous pouvez lancer des requêtes complexes qui utilisent les données de la manière dont VOUS le souhaitez.

Par exemple, à l'aide de cet outil et de votre connaissance de SQL, vous pouvez créer une requête réutilisable vous donnant une liste à jour des clients qui ont souscrit à votre newsletter, ou obtenir une liste de produits en format HTML ou CSV.



Pour des raisons de sécurité, certaines requêtes ne sont pas autorisées : UPDATE, DELETE, CREATE TABLE, DROP... Pour résumer, vous ne pouvez que lire les données (requête SELECT).

Par ailleurs, les clés sécurisées et mots de passe sont cachés (*****).

Créer une nouvelle requête

Comme d'habitude, le bouton "Ajouter une requête SQL" vous mène au formulaire de création. Il dispose de deux champs :

- **Nom.** Utilisez un nom aussi long et descriptif que nécessaire.
- **Requête.** La requête SQL elle-même. Vous pouvez utiliser des JOIN ou d'autres sélections complexes.



REQUÊTE

* Nom

* Requête

```
SELECT p.id_product, pl.name, pl.link_rewrite, pl.description
FROM ps_product
LEFT JOIN ps_product_lang pl ON (p.id_product = pl.id_product)
WHERE p.active = 1
AND pl.id_lang = 1
```

Annuler **Enregistrer**

Par ailleurs, la section "Liste des tables MySQL" vous aide à explorer la base de données, et vous facilite la construction de requêtes. Elle vous donne un sélecteur pratique et cliquable pour toutes les tables de la base de données disponibles. Sélectionnez une table pour que PrestaShop affiche ses attributs et types, puis cliquez sur "Ajouter un attribut" pour envoyer ce nom dans le champ "Requête".

The screenshot shows two panels. On the left, the "LISTES DES TABLES MYSQL" panel lists various database tables, with "ps_product" selected and highlighted in blue. On the right, the "LISTE DES ATTRIBUTS DES TABLES" panel displays attributes for the selected "ps_product" table, showing columns like id_product, id_supplier, etc., with their data types and "Ajouter un attribut" buttons.

Attribut	Type	Action
id_product	int(10) unsigned	Ajouter un attribut
id_supplier	int(10) unsigned	Ajouter un attribut
id_manufacturer	int(10) unsigned	Ajouter un attribut
id_category_default	int(10) unsigned	Ajouter un attribut
id_shop_default	int(10) unsigned	Ajouter un attribut
id_tax_rules_group	int(11) unsigned	Ajouter un attribut
on_sale	tinyint(1) unsigned	Ajouter un attribut
online_only	tinyint(1) unsigned	Ajouter un attribut
ean13	varchar(13)	Ajouter un attribut

En enregistrant ce formulaire, vous revenez à la page principale, avec la liste des requêtes.

Lancer une requête

Chaque requête enregistrée dans le tableau dispose de quatre icônes à la fin de sa ligne :

- Export.** Lance la requête, et vous donne le résultat sous forme de fichier CSV.
- Voir.** Lance la requête, et l'affiche sous forme de tableau HTML, directement dans l'interface de PrestaShop.

Modifier. Vous pouvez modifier une requête aussi souvent que nécessaire, afin de l'affiner et d'obtenir de meilleurs résultats.

Supprimer. Une fois qu'une requête ne vous est plus utile (ou simplement si elle ne marche pas), vous pouvez l'effacer en cliquant sur cette icône et en confirmant votre choix.



RÉSULTAT DE LA REQUÊTE

	<code>id_product</code>	<code>name</code>	<code>link_rewrite</code>	<code>description</code>
1	T-shirts à manches courtes délavés	T-shirts-a-manches-courtes-delavés		Fashion a créé collections bien conçus depuis 2010. La marque propose des modèles féminins à livrer des ensembles branchés et robes tendance qui a depuis évolué en une collection de prêt-à-porter complète dans laquelle chaque élément est une partie essentielle de la garde-robe d'une femme. Le résultat? Cool, facile, look chic avec une élégance jeune et style incomparable. Toutes ces belles pièces sont élaborées en Italie et fabriquées avec la plus grande attention. Maintenant Fashion étend sa gamme aux accessoires avec notamment les chaussures, chapeaux, ceintures et plus!
2	Blouse	blouse		Fashion a créé collections bien conçus depuis 2010. La marque propose des modèles féminins à livrer des ensembles branchés et robes tendance qui a depuis évolué en une collection de prêt-à-porter complète dans laquelle chaque élément est une partie essentielle de la garde-robe d'une femme. Le résultat? Cool, facile, look chic avec une élégance jeune et style incomparable. Toutes ces belles pièces sont élaborées en Italie et fabriquées avec la plus grande attention. Maintenant Fashion étend sa gamme aux accessoires avec notamment les chaussures, chapeaux, ceintures et plus!
3	Robe imprimée	Robe-imprimee		Fashion a créé collections bien conçus depuis 2010. La marque propose des modèles féminins à livrer des ensembles branchés et robes tendance qui a depuis évolué en une collection de prêt-à-porter complète dans laquelle chaque élément est une partie essentielle de la garde-robe d'une femme. Le résultat? Cool, facile, look chic avec une élégance jeune et style incomparable. Toutes ces belles pièces sont élaborées en Italie et fabriquées avec la plus grande attention. Maintenant Fashion étend sa gamme aux accessoires avec notamment les chaussures, chapeaux, ceintures et plus!
4	Robe imprimée	robe-imprimee		Fashion a créé collections bien conçus depuis 2010. La marque propose des modèles féminins à livrer des ensembles branchés et robes tendance qui a depuis évolué en une collection de prêt-à-porter complète dans laquelle chaque élément est une partie essentielle de la garde-robe d'une femme. Le résultat? Cool, facile, look chic avec une élégance jeune et style incomparable. Toutes ces belles pièces sont élaborées en Italie et fabriquées avec la plus grande attention. Maintenant Fashion étend sa gamme aux accessoires avec notamment les chaussures, chapeaux, ceintures et plus!

Paramètres

Il n'y a qu'un seul réglage à l'heure actuelle :

- **Sélectionner votre encodage de fichier par défaut.** Vous pouvez configurer l'encodage des caractères du fichier CSV. L'encodage par défaut, UTF-8, est recommandé, mais vous pouvez utiliser ISO-8859-1 si besoin est.

 RÉGLAGES

Sélectionnez votre encodage de fichier par défaut

Quelques exemples de requêtes.

Les possibilités sont infinies, mais voici quelques exemples pour vous aider à créer vos propres requêtes.

Lister les adresses e-mail de tous les clients.

```
SELECT email FROM ps_customer
```

Lister les adresses e-mail de tous les clients qui sont inscrits à votre newsletter

```
SELECT email  
FROM ps_customer  
WHERE newsletter = 1
```



Lister tous les produits activés et ayant une description en français

```
SELECT p.id_product, pl.name, pl.link_rewrite, pl.description
FROM ps_product p
LEFT JOIN ps_product_lang pl ON (p.id_product = pl.id_product)
WHERE p.active = 1
AND pl.id_lang = 4
```

Lister toutes les commandes, en donnant le transporteur, la devise, le paiement, le prix total et la date

```
SELECT o.`id_order` AS `id`,
       CONCAT(LEFT(c.`firstname`, 1), ' ', c.`lastname`) AS `Customer`,
       ca.`name` AS `Carrier`,
       cu.`name` AS `Currency`,
       o.`payment`, CONCAT(o.`total_paid_real`, ' ', cu.`sign`) AS `Total`,
       o.`date_add` AS `Date`
  FROM `ps_orders` o
LEFT JOIN `ps_customer` c ON (o.`id_customer` = c.`id_customer`)
LEFT JOIN `ps_carrier` ca ON (o.id_carrier = ca.id_carrier)
LEFT JOIN `ps_currency` cu ON (o.`id_currency` = cu.`id_currency`)
```



Sauvegarde BDD

La sauvegarde de BDD (base de données) consiste à enregistrer le contenu de votre base de données au sein de fichiers que vous mettez en lieu sûr. L'objectif consiste à être en mesure de revenir en arrière au cas où la base de données ne fonctionnerait plus.



Il vous faut régulièrement effectuer des sauvegardes du contenu de votre boutique, de sorte que si un problème survenait, vous pourriez retomber sur vos pieds rapidement et efficacement. La base de données contient la plupart des informations de votre boutique, qui sont essentielles au bon fonctionnement de PrestaShop – y compris les produits, catégories et autres données que vous avez ajoutées depuis l'installation, à l'exception de vos images (qui elles sont stockées sur votre serveur, avec les fichiers de votre thème).

Plus vous faites de sauvegardes régulièrement, plus vous êtes en sécurité. Au minimum, faites en une au moins une fois par semaine.

Pour créer une sauvegarde de votre base de données, vous disposez de plusieurs solutions. Vous pouvez utiliser des outils tels que phpMyAdmin (à réserver aux utilisateurs chevronnés) ou l'outil intégré à PrestaShop, disponible dans la "Sauvegarde BDD" du menu "Paramètres avancés".

La page s'ouvre avec deux textes proéminents. Vous devriez les lire tous les deux du début à la fin afin de vous faire une meilleure idée de ce que fait cette page.

- La section "Avertissement" vous donne une série de rappels concernant les sauvegardes, que vous devriez lire à chaque fois que vous en faites une. Cette section se termine par un bouton "J'ai lu l'avertissement - Créer une sauvegarde", sur lequel vous devez cliquer pour créer une sauvegarde. Une fois celle-ci créée, elle apparaît dans la liste sous l'avertissement.
- La section "Comment restaurer" vous donne des conseils sur la manière de remettre vos données dans PrestaShop en cas de défaillance. Mémorisez-les bien, ou au moins conservez cette information en lieu sûr au cas où la base de données devenait inaccessible, rendant impossible la connexion à l'administration de PrestaShop – et donc à la page de gestion des sauvegardes. Au cas où, vous les trouverez également ci-dessous.



Comment restaurer une sauvegarde en 10 étapes simples

1. Mettez sur "Non" l'option "Activer la boutique" dans la page "Maintenance" du menu "Préférences".
2. Téléchargez le fichier de sauvegarde depuis la liste ci-dessous ou sur votre serveur FTP (dans le dossier "admin/backups").
3. Vérifiez l'intégrité de votre sauvegarde : présence d'erreurs, fichier incomplet... vérifiez toutes vos données.
4. Demandez à votre hébergeur un accès à l'outil "phpMyAdmin".
5. Connectez-vous à "phpMyAdmin" et sélectionnez votre base de données actuelle.
6. Si vous n'avez pas activé l'option "Supprimer les tables existantes durant l'import", vous devez supprimer toutes les tables présentes dans votre base de données actuelle.
7. En haut de l'écran, cliquez sur l'onglet "Importer".
8. Cliquez sur le bouton "Parcourir..." et sélectionnez le fichier de sauvegarde depuis votre disque dur.



9. Vérifiez la taille maximale autorisée (ex. : Max 16 Mo)

Si le poids de votre fichier de sauvegarde est trop important, contactez votre hébergeur.

10. Cliquez sur le bouton "Exécuter" et patientez durant l'import de votre fichier. Cela peut prendre plusieurs minutes.

Le tableau en-dessous liste toutes les sauvegardes déjà effectuées, en indiquant leur date de création, leur âge, leur nom de fichier et leur taille.

Deux actions se trouvent à droite de chaque ligne :

- **Détails.** Vous permet de télécharger la sauvegarde.
- **Supprimer.** Vous permet d'effacer la sauvegarde. Attention, c'est une action définitive.

SAUVEGARDE BDD > AJOUTER 1			
Date	Âge	Nom du fichier	Taille de l'image
29/12/2016 15:09:06	< 1 Heure	1483020546-2229d2b3.sql.bz2	71.91 Kb

Après chaque sauvegarde, vous devriez télécharger le fichier généré en cliquant sur l'icône "Plus d'infos", ou simplement en utilisant le lien du texte de notification en haut. Mettez votre fichier de sauvegarde dans un lieu sûr, car vous pourriez en avoir besoin à n'importe quel moment. De plus, vous pouvez trouver ces fichiers directement sur votre serveur, dans le dossier **/admin/backup/**.

Votre base de données est enregistrée au format SQL dans un fichier **.sql**, puis compressé à l'aide de l'algorithme BZip2 (une variante du format populaire Zip). Pour en apprendre plus, lisez <http://en.wikipedia.org/wiki/Bzip2> dans un fichier **.bz2**. Cela vous donne une archive avec l'extension **.sql.bz2**.

Options de sauvegarde

En bas de l'écran, deux options sont disponibles :

- **Ignorer les tables de statistiques.** PrestaShop enregistre les statistiques de votre site dans une poignée de tables de la base de données, et ces tables peuvent prendre beaucoup d'espace très rapidement. Il peut évidemment être utile de garder vos statistiques en lieu sûr, mais cela donne des fichiers souvent très lourds à télécharger, alors que vous n'êtes sans doute intéressé que par une sauvegarde de vos produits, catégories, clients, commandes, etc.
Par défaut, PrestaShop sauvegarde toutes les tables, mais si vous manquez d'espace disque sur votre serveur web, passez cette option sur "Oui".
- **Supprimer les tables existantes durant l'import.** Quand vous importez un fichier de sauvegarde, le système peut soit réécrire par-dessus les tables existantes, ou effacer d'abord les tables en place afin de les remplacer par celles de la sauvegarde. Le premier cas peut donner des doublons, ce qui explique pourquoi cette option est activée par défaut.





Paramètres de log

Des problèmes surviendront tôt ou tard. La plupart du temps, vous n'en avez pas conscience car le système les gère pour vous. Mais vous pourriez vouloir les connaître, afin de corriger les plus courants, et assurer à votre boutique une meilleure stabilité.

ID	Employé	Gravité (1-4)	Message	Type de l'objet	ID de l'objet	Code d'erreur	Date
1	A. Test	1	Back Office connection from ::1		0	0x 0	22/12/2016 10:30:33
2	A. Test	1	Employee modification	Employee	1	0x 0	22/12/2016 10:50:21
3	A. Test	1	Product catalog filters stored.		0	0x 0	27/12/2016 11:23:46
4	A. Test	1	Back Office connection from ::1		0	0x 0	27/12/2016 16:10:34
5	A. Test	1	Création : CartRule	CartRule	2	0x 0	28/12/2016 10:03:24
6	A. Test	1	modification CartRule	CartRule	2	0x 0	28/12/2016 10:07:01
7	A. Test	1	Suppression : CartRule	CartRule	1	0x 0	28/12/2016 10:07:38
8	A. Test	1	Création : Customer	Customer	2	0x 0	28/12/2016 10:23:16
9	A. Test	1	Création : OrderMessage	OrderMessage	2	0x 0	28/12/2016 14:13:58
10	A. Test	1	modification Meta	Meta	5	0x 0	29/12/2016 12:03:28
11	A. Test	1	modification Meta	Meta	5	0x 0	29/12/2016 12:03:57
12	A. Test	1	Création : Referrer	Referrer	1	0x 0	29/12/2016 14:11:27

La page "Log" vous permet de voir l'ensemble des actions réalisées sur votre boutique, et remonte les erreurs PHP qui surviennent. Elles sont consignées dans le tableau central du sous-onclet, et sont présentées sous 4 niveaux d'importance

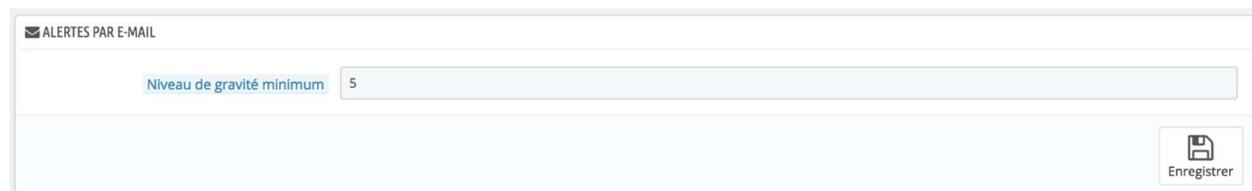
- **1 : À but informatif.** Indiquent que le script a rencontré quelque chose qui peut être une erreur, mais peut aussi être un événement normal dans la vie du script.
- **2 : Avertissement.** Indiquent un problème qui doit être intercepté par le script durant l'exécution du script.
- **3 : Erreur.**
- **4 : Problème majeur (erreur critique).** Indiquent des erreurs qui ne peuvent pas être ignorées, comme des problèmes d'allocation de mémoire, par exemple.



Ces explications proviennent du manuel de PHP. Pour en apprendre plus, lisez <http://www.php.net/manual/fr/errorfunc.constants.php>.

Alerte par e-mail

Ces niveaux servent également de valeur pour la fonctionnalité d'alerte par e-mail. PrestaShop ajoute une dernière valeur, 5, qui indique que l'administrateur ne souhaite recevoir aucune notification en cas de problème, qu'il soit majeur ou mineur.



Le système de gestion d'erreur vous permet également d'être notifié par e-mail des dernières erreurs. Les notifications sont envoyées sur l'adresse e-mail du propriétaire de la boutique, et vous pouvez configurer le niveau d'importance à partir duquel vous recevrez ces e-mails :

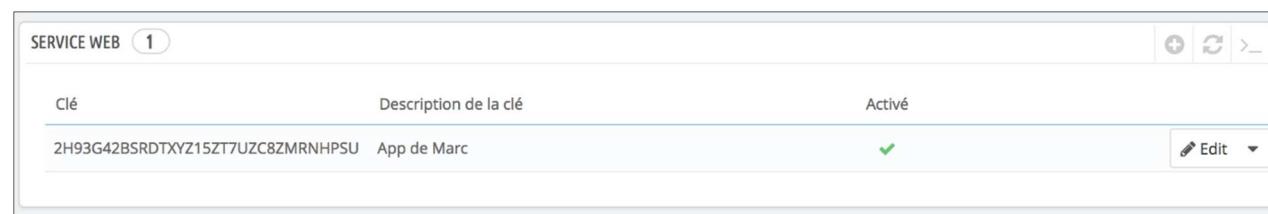
- "1" si vous voulez tout savoir, même la plus petite indication.
- "3" si vous ne voulez être tenu au courant que des erreurs (simples ou majeures).
- "4" pour ne garder que les erreurs majeures.
- "5", le réglage par défaut, n'envoie aucune notification.

Paramètres du service web

Sur cette page, vous pouvez activer le service Web de la boutique, afin que des outils tiers puissent avoir accès à vos données. Cela ouvre la porte à la création d'outils intéressants qui aideront vos clients ou vous-même à utiliser votre boutique plus efficacement (par exemple, sous forme d'application mobile).

 Un service Web est une méthode de communication entre deux entités logicielles, au travers d'un réseau. Elle repose sur un jeu de méthodes, formats et droits d'accès connus, afin de pouvoir utiliser le contenu du service web à partir de n'importe quel outil autorisé, et étendre le contenu original. Pour en apprendre plus, lisez la page Wikipedia http://fr.wikipedia.org/wiki/Service_Web.

La page s'ouvre avec une liste des clés actuellement en place, s'il y en a. Une clé de service Web offre un accès unique à votre base, que vous donnez à un développeur afin qu'il lie son outil à votre boutique. N'en créez pas des centaines, car vous pourriez ne pas souhaiter que tout le monde puisse accéder à vos données.



Clé	Description de la clé	Activé	
2H93G42BSRDTXYZ15ZT7UZC8ZMRNHPSU	App de Marc	✓	 Edit



Toutes les applications ne peuvent pas accéder au service Web de PrestaShop : vous décidez qui le peut, et ce que chacune est autorisée à faire. Chaque application dispose d'une clé de connexion unique, avec des droits d'accès spécifiques.

Ajouter une nouvelle clé

Le bouton "Ajouter une clé de service web" vous emmène au formulaire de création :

- **Clé.** Une clé unique. Vous pouvez soit en créer une vous-même, soit en générer une, par exemple à l'aide du bouton "Générer !" ou en utilisant un générateur en ligne. Les clés générées sont la plupart du temps plus sûres, car plus difficiles à deviner.
- **Description de la clé.** Un rappel du destinataire de la clé, et des droits qu'elle donne.
- **Statut.** Vous pouvez désactiver une clé aussitôt que nécessaire. Cela vous permet de ne donner qu'un accès temporaire à vos données pour certaines clés.
- **Permissions.** Vous n'avez pas à partager TOUTES vos données avec chaque clé. Vous pouvez choisir parmi une grande quantité de permissions, soit par section, soit par type d'accès. Certaines applications n'auront ainsi que le droit de lire une poignée d'éléments, tandis que d'autres (par exemple, celle que vous souhaitez utiliser pour gérer votre boutique à distance) devront avoir le droit de modifier et effacer à peu près toutes les données. Par conséquent, nous vous recommandons de faire un choix éclairé.

Ressource	Toutes	Voir (GET)	Modifier (PUT)	Ajouter (POST)	Supprimer (DELETE)	Aperçu (HEAD)
addresses	<input type="checkbox"/>					
carriers	<input type="checkbox"/>					
cart_rules	<input type="checkbox"/>					
carts	<input type="checkbox"/>					
categories	<input type="checkbox"/>					
combinations	<input type="checkbox"/>					
configurations	<input type="checkbox"/>					
contacts	<input type="checkbox"/>					
content_management_system	<input type="checkbox"/>					
countries	<input type="checkbox"/>					
currencies	<input type="checkbox"/>					
customer_messages	<input type="checkbox"/>					
customer_threads	<input type="checkbox"/>					
customers	<input type="checkbox"/>					

Configuration

Pour des raisons de sécurité, assurez-vous que le serveur de votre boutique accepte les connexions !

La configuration est assez simple :

- **Activer le service web.** Si vous voulez que personne n'accède à votre boutique par le biais d'outils et applications tiers, désactivez simplement cette fonctionnalité.



- **Activez le mode CGI de PHP.** Le mode CGI est un réglage particulier du serveur Apache, avec lequel vous indiquez qu'il doit utiliser PHP en mode de script CGI plutôt qu'en tant que module Apache. Bien que le mode CGI ait la réputation d'être plus sécurisé, des failles de sécurité y ont été découvertes en mai 2012. Demandez conseil à votre hébergeur.

 PARAMÈTRES

Activer le service web	<input type="button" value="OUI"/>	<input type="button" value="NON"/>
<i>Avant d'activer le service web, vous devez être certain :</i> 1. la réécriture d'URL est activée sur le serveur. 2. les 5 méthodes GET, POST, PUT, DELETE et HEAD sont acceptées par ce serveur.		
Activer le mode CGI de PHP	<input type="button" value="OUI"/>	<input type="button" value="NON"/>
<i>Si vous choisissez "Oui", assurez-vous que PHP n'est pas configuré en tant que module Apache sur votre serveur.</i>		

 Enregistrer



Développeurs : la documentation sur le service Web de PrestaShop se trouve ici :
<http://doc.prestashop.com/display/PS16/Using+the+PrestaShop+Web+Service> (en anglais).

Multiboutique

Cette page apparaît uniquement si vous avez activé l'option multiboutique.

La transformation de votre installation PrestaShop à boutique unique en une installation multiboutique se fait très rapidement :

1. Dans le menu "Paramètres de la boutique", ouvrez la page "Général".
2. Trouvez l'option "Activer le multiboutique" et passez-la à "Oui".
3. Enregistrez votre changement.

Le menu "Paramètres avancés" aura maintenant une nouvelle page "Multiboutique", qui est expliquée en détail dans le chapitre "Gérer plusieurs boutiques" de ce guide.



Gérer plusieurs boutiques

Le "mode multiboutique" est la possibilité de gérer plusieurs boutiques à partir du même back-office.

Grâce à cette fonctionnalité, vous pouvez gérer des boutiques qui partagent de nombreux éléments communs. Pour gagner en efficacité, vous pouvez créer des groupes de boutiques.

Comment savoir si vous avez besoin du mode multiboutique

Il arrive qu'une boutique pour laquelle on pense utiliser le multiboutique ne le nécessite pas. C'est le cas notamment lorsque l'on souhaite faire seulement un site multilingue, multidevises ou avec un template graphique différent par catégorie.

Voici donc les deux questions à se poser pour savoir si un site nécessite le multiboutique ou non :

1. Souhaitez-vous pouvoir afficher des prix différents pour un même produit ? (hors prix particuliers pour groupe de client / client)
Si oui, c'est forcément du multiboutique.
2. Est-ce que l'historique des commandes et les factures d'un client sur une boutique sont invisibles pour lui depuis l'autre boutique (et même si le client peut s'identifier sur les deux boutiques) ?
Si oui, c'est forcément du multiboutique et les visiteurs qui mettront des articles au panier sur chaque boutique auront un panier différent sur chaque boutique.

Si les deux réponses sont négatives, ce n'est pas du multiboutique.

Activer le multiboutique

La transformation de votre installation PrestaShop à boutique unique en une installation multiboutique se fait très rapidement :

1. Connectez-vous à l'administration de votre boutique,
2. Dans le menu "Paramètres de la boutique", ouvrez la page "Générales",
3. Trouvez l'option "Activer le multiboutique" et passez-la à "Oui".
4. Enregistrez votre changement.



Afficher les meilleures ventes **OUI** **NON**
Affiche la page des meilleures ventes sur votre front-office même si le module correspondant est désactivé.

Activer le multiboutique **OUI** **NON**
Le multiboutique vous permet de gérer plusieurs boutiques avec une seule administration. Si cette fonctionnalité est activée, la page "Multiboutique" apparaît dans le menu "Paramètres avancés".

Activité principale de la boutique **Maison et jardin**

Voilà tout : la mode multiboutique est maintenant en place, à commencer par l'addition de la page "Multiboutique" dans le menu "Paramètres avancés". C'est de cette page que vous allez gérer les différentes boutiques créées avec votre installation de PrestaShop.



Interface de la page multiboutique

L'interface multiboutique

Gérer vos boutiques

La page "Multiboutique" comprend trois sections principales :

- **Arbre multiboutique.** Vous donne un aperçu global de vos groupes de boutiques, et de leurs boutiques, et même des adresses web rattachées à une boutique. Par défaut, il n'y a qu'une seule boutique, dans le groupe par défaut : votre boutique principale.
- **Groupe de boutique.** Liste les groupes de boutiques disponibles. Vous pouvez les modifier en cliquant sur l'icône "Modifier" à droite.
- **Options multiboutiques.** Liste les options disponibles pour les boutiques existantes.
 - **Boutique par défaut.** La boutique par défaut est celle qui vous sert de point central pour toutes les autres, partage ses détails avec d'autres boutiques (produits, transporteurs, etc.), et est celle qui apparaît quand vous vous connectez à l'administration.

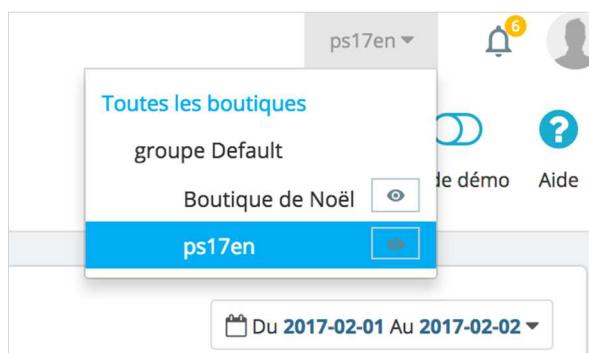
The screenshot shows the PrestaShop Multiboutique configuration screen. On the left, there's a sidebar titled 'ARBRE MULTIBOUTIQUES' showing a tree structure with a 'Default' group expanded, containing 'Boutique de Noël' and two local host entries. On the right, the main area has a header 'MULTIBOUTIQUE 1'. It contains a table with one row: ID '1' and Groupe de boutiques 'Default'. Below this is a section titled 'OPTIONS MULTIBOUTIQUES' with a dropdown menu set to 'Boutique par défaut'. At the bottom right is a 'Enregistrer' button.

Un seul back office pour plusieurs boutiques Front-Office

Une fois que la fonctionnalité multiboutique est activée dans votre installation de PrestaShop 1.7, de nombreux aspects de PrestaShop sont personnalisables pour chaque boutique.

Pour vous permettre de savoir à quelle boutique vos modifications vont être appliquées, PrestaShop ajoute un sélecteur en haut de chaque écran, grâce auquel vous pourrez choisir le champ d'application de vos modifications :

- application à toutes les boutiques de votre installation de PrestaShop.
- application aux boutiques du groupe sélectionné seulement.
- application à la boutique sélectionnée seulement.



Le sélecteur de boutique vous aide à savoir dans quelle boutique vous êtes en train de travailler.

Cela étant, une fois que le mode multiboutique a été activé, nombre des options du logiciel ne peuvent plus être modifiées que dans un contexte global (toutes les boutiques), notamment les pages internationales et paramètres. Ces pages présentent donc les options comme étant désactivées pour tout autre contexte. Cependant, vous pouvez choisir de modifier ces réglages dans un contexte plus local (par groupe de boutiques ou même par boutique) si nécessaire.

En effet, les pages de réglages apparaîtront comme d'habitude dans le contexte "Toutes les boutiques", tandis que tout autre contexte (groupe de boutiques ou boutique seule) affichent des options en plus :

- une option "Oui/Non" en haut de chaque section des pages de réglages.
- une case à cocher pour chaque option.

The screenshot shows the 'PAGINATION' configuration page. At the top, there is a 'Multiboutique' section with two buttons: 'OUI' (selected) and 'NON'. Below this, a note reads: 'Tout sélectionner / Tout désélectionner. Vous modifiez cette page pour une boutique ou un groupe de boutiques en particulier. Cliquez sur "Oui" pour sélectionner tous les champs, sur "Non" pour n'en sélectionner aucun. Si vous sélectionnez un champ, modifiez sa valeur, et sauvegardez, le comportement multiboutique ne s'appliquera pas à cette boutique (ou ce groupe), pour ce paramètre-ci.' There are also dropdowns for 'Produits par page' (set to 12), 'Tri par défaut' (set to 'Position dans la catégorie'), and 'Ordre par défaut' (set to 'croissant'). In the bottom right corner, there is a 'Enregistrer' (Save) button.

Ils ont tous la même utilité : vous permettre d'activer les options qui seraient autrement désactivées dans le contexte de boutique en cours. Vous pouvez choisir les options que vous voulez activer, ou activer toutes les options de la section en passant l'option globale à "Oui". Une fois activés, il vous revient de changer la valeur de chaque option : cliquer sur une case ou passer à "Oui" ne changent pas les réglages, ils ne font que vous autoriser à les changer dans ce contexte.



Malgré tout, certaines options ne peuvent pas être modifiées dans un contexte local : ils affichent alors "Vous ne pouvez pas changer la valeur de ce champ de configuration dans le contexte de la boutique actuelle."

Dans le tableau suivant, vous trouverez si un élément peut être personnalisé par boutique, par groupe de boutiques ou pour toutes les boutiques en même temps.

Élément	Par boutique	par groupe de boutique	Toutes les boutiques
Employés	X	X	X
Groupes de clients	X	X	X
Produits	X	X	X
— Prix	X	X	X
— Déclinaisons et prix	X	X	X
— Langues	X	X	X
— Images multiples (sauf l'image principale)	X	X	X



— Quantités disponibles à la vente, à condition que :

- L'option de partage des quantités disponibles à la vente ait été cochée pour le groupe, X X
- Le groupe ne partage pas ses quantités avec une boutique en dehors du groupe.

— Toutes les autres informations (description, tags, URL simplifiées, etc.)	X	X	X
Valeurs et Attributs, Caractéristiques	X	X	X
Réductions : règles de promotions panier	X		
Réductions : règles de promotions catalogue	X		
Règles de taxes	X	X	X
Catégories (sauf l'image principale)	X	X	X
Transporteurs	X	X	X
Entrepôts	X	X	X
Stock avancé	X		
Fournisseurs	X	X	X
Marques	X	X	X
Pages CMS	X	X	X
Contacts	X	X	X
Pays			
Le statut d'un pays (activé ou désactivé) est commun à toutes les boutiques auxquelles il est associé.	X		X
Devises	X	X	X
Langues	X	X	X
Modules	X	X	X
— Points d'accroche et exceptions	X	X	X
— Activation / Désactivation	X	X	X
— Configuration (par exemple nom d'utilisateur et mot de passe pour PayPal)	X		
Modules de paiement	X	X	X
— Restrictions par pays	X		
— Restrictions par devise	X		
— Restrictions par groupe d'utilisateur	X		
URLs personnalisées	X		
Scènes	X	X	X
Comptes service web	X	X	X
Carrousel d'image (slider) pour votre page d'accueil	X		

Notes

Catégories : un produit apparaît en front office dans une catégorie donnée d'une boutique si et seulement si il a été associé à cette catégorie dans le contexte de la boutique. En d'autres termes : si les boutiques A et B ont en commun la catégorie C, on peut associer un produit P dans le contexte de la boutique A à la catégorie C, et ce produit P ne sera pas visible dans la boutique B à la catégorie C.

Transporteurs : vous pouvez gérer les associations de transporteurs par boutique, par groupe, ou sur l'ensemble des boutiques, mais pas personnaliser un transporteur par boutique. Il faut dupliquer le transporteur si vous souhaitez utiliser un même transporteur avec des tranches de prix différentes sur deux boutiques.

Entrepôts : bien que la gestion avancée du stock ne puisse être utilisée qu'avec une boutique à la



fois, les entrepôts peuvent être gérés par groupe de boutiques, et vous pouvez simplement gérer les entrepôts pour manipuler le stock de manière avancé.

Pour chaque boutique, vous pouvez définir des prix spécifiques pour les produits, partager tout ou partie du catalogue, changer les images des produits, etc.

Vous pouvez choisir de partager les comptes clients pour permettre à vos clients de s'identifier sur l'ensemble de vos boutiques avec les mêmes identifiants, et même de se connecter à toutes vos boutiques de manière transparente.

Avec la gestion avancée des stocks, vous pouvez gérer plus finement les associations entre les entrepôts et les boutiques.



Créer un groupe de boutiques

Le fait d'avoir un groupe de boutiques vous permet de partager certaines caractéristiques entre les boutiques de ce groupe : catalogue, employés, transporteurs, modules, etc. Cela vous permet de gérer un ensemble de boutiques aussi facilement que si vous gériez une boutique seule, tout en pouvant régler plus finement les détails de chaque boutique à la main.

Ainsi, il ne vous faudra qu'une action pour appliquer de nouveaux paramètres à toutes les boutiques d'un groupe. En mode multiboutique, un menu déroulant est disponible en haut de la plupart des pages de l'administration, et vous permet de filtrer vos modifications par boutique ou groupe de boutiques.



Techniquement, lorsque vous sélectionnez un groupe de boutiques dans le menu déroulant, les entités affichées présentent **l'union** des entités rattachées aux boutiques dans ce groupe.

Plus généralement, les paramètres sont appliqués à toutes les entités appartenant à l'entité choisie avec le menu déroulant multiboutique. Tout ceci est expliqué en détail dans ce chapitre.

En cliquant sur le bouton "Ajouter un nouveau groupe de boutiques" ouvre un formulaire avec peu d'options mais beaucoup de texte : assurez-vous de lire chaque description du début à la fin, car elles vous aideront à prendre les bonnes décisions pour ces options. Étant donné que certaines sont irréversibles (vous ne pouvez pas les désactiver après les avoir activées), il vous faut absolument comprendre ce qu'elles activent.

GROUPE DE BOUTIQUES

? Attention : il n'est pas recommandé d'activer les options "partage des clients" et "partage des commandes", car une fois activées et que des clients ou commandes sont passées, il ne sera plus possible de les désactiver. Si vous souhaitez tout de même utiliser ces options, demandez-vous au préalable si scinder votre catalogue produit en plusieurs catégories avec des thèmes différents ne serait pas plus judicieux.

* Nom du groupe

* Partager les clients OUI NON
*Une fois que cette option est activée, les boutiques de ce groupe auront les mêmes clients. Si un client s'inscrit sur n'importe quelle de ces boutiques, son compte sera automatiquement disponible sur toutes les autres boutiques de ce groupe.
Attention : vous ne pourrez pas désactiver cette option une fois que des clients se seront inscrits.*

* Partager les quantités disponibles à la vente OUI NON
Partager les quantités disponible à la vente entre les boutiques de ce groupe. Si vous changez cette option, les quantités des boutiques du groupe seront remises à 0.

* Partager les commandes OUI NON
*Une fois que cette option est activée (ce qui n'est possible que si les clients et quantités disponibles sont partagés entre les boutiques), le panier de chaque client sera partagé entre toutes les boutiques de ce groupe. Ainsi, un achat commencé sur une boutique pourra être terminé sur une autre boutique de ce même groupe.
Attention : vous ne pourrez pas désactiver cette option une fois que vous aurez accepté des commandes.*

* État OUI NON
Activer ou désactiver ce groupe de boutiques ?

Annuler Enregistrer

Les réglages disponibles sont :

- **Nom du groupe.** Le nom reste privé, et les clients ne le verront pas. Cependant, faites en sorte d'utiliser un nom explicite : plus vous aurez de groupe de boutiques, plus aurez besoin de les discerner rapidement. Vous pouvez changer le nom à tout moment.



- **Partager les clients.** *Une fois activée, vous ne pouvez pas désactiver cette option.* Très utile quand vous souhaitez autoriser vos clients à utiliser les mêmes identifiants sur toutes les boutiques de ce groupe de boutiques.
- **Partager les quantités disponibles à la vente.** Vous pouvez avoir différentes quantités disponibles pour un même produit en fonction de la boutique. Avec cette option, toutes les boutiques de ce groupe partageront la même quantité disponible de produit. Cela vous facilitera grandement la gestion de ces quantités.
- **Partager les commandes.** *Une fois activée, vous ne pouvez pas désactiver cette option.* Cette option ne peut être activée que si les options "Partager les clients" et "Partager les quantités disponibles à la vente" sont toutes les deux activées. Avec cette option, les clients qui sont connectés à n'importe quelle boutique de ce groupe pourront accéder à leur historique de commande pour toutes les boutiques du groupe.
- **État.** Choisissez d'activer ce groupe maintenant ou plus tard. Vous pouvez activer/désactiver un groupe à n'importe quel moment.



Deux groupes de boutiques ne peuvent pas partager les clients, paniers et commandes.

Les groupes de boutiques existants peuvent être modifiés de la liste des groupes de boutiques sur la page d'accueil "multiboutique" : pour ouvrir le formulaire de modification, cliquez simplement sur l'icône "modifier" à droite de la ligne de la boutique. Comme indiqué, vous ne pouvez pas modifier les options "Partager les clients" et "Partager les quantités disponibles à la vente".



Créer une boutique

L'outil de création de boutique, situé sur la page "Multiboutique", vous permet de définir simplement et précisément à la fois l'apparence front-office de votre boutique (en l'occurrence, son thème) et les éléments que vous voulez y importer depuis votre boutique principale.

BOUTIQUE

* Nom de la boutique

Ce champ ne se réfère pas au nom de la boutique visible sur le front-office. Suivez [ce lien](#) pour modifier le nom de la boutique utilisé sur le front-office.

Groupe de boutiques Default

Attention : vous ne pourrez plus changer le groupe de cette boutique, si cette boutique appartient à un groupe avec une des options "partage de clients" ou "partage des quantités" ou "partage des commandes" activée.

Catégorie racine Accueil

Voici la catégorie racine de la boutique que vous avez créée. Pour mettre en place une nouvelle catégorie racine, [veuillez cliquer ici](#).

Catégories associées

Réduire tout Tout cocher Tout décocher chercher...

Accueil (1 sélectionnés)

Femmes

Tops

T-shirts

Tops

Chemisiers

Robes

Robes décontractées

Robes de soirée

Robes d'été

Thème classic

 Annuler  Enregistrer

En cliquant sur le bouton "Ajouter une nouvelle boutique", un formulaire s'ouvre avec deux sections. La première a 5 options :

- **Nom de la boutique.** Le nom est public : les clients le verront en de nombreux endroits, tels que le titre du site ou les références e-mail. Faites en sorte qu'il corresponde bien à la boutique en question.
- **Groupe de boutiques.** Une boutique ne peut appartenir qu'à un seul groupe de boutique. De même, elle **doit** appartenir à un groupe : elle ne peut pas exister en dehors d'un groupe de boutiques – même si elle est seule dans ce groupe.
Note : vous ne pourrez pas déplacer une boutique dans un autre groupe si vous le créez dans un groupe de boutiques ayant l'une de ses trois options activées ("Partager les clients", "Partager les quantités disponible à la vente" ou "Partager les commandes").



- **Catégorie parente.** Bien que votre boutique principale à la racine de son catalogue comme catégorie racine, les autres boutiques peuvent utiliser soit la même racine, soit une autre catégorie du catalogue en tant que racine – dans les faits, en utilisant un sous-ensemble du catalogue principal comme son propre catalogue.
- **Catégories associées.** En plus de pouvoir limiter le catalogue d'une boutique à un sous-ensemble du catalogue principal (voir l'option "Catégorie parente" ci-dessus), vous pouvez choisir de ne rendre disponible pour cette boutique que certaines sous-catégories de la catégorie principale.
- **Thème.** Vous pouvez utiliser n'importe lequel des thèmes disponibles comme thème de cette boutique. Dans les faits, cela vous permet d'avoir le même catalogue disponible dans deux boutiques complètement différentes, avec thèmes, adresses et prix différents.

La seconde section, "Importer les informations associées (produits, etc.) depuis une autre boutique", vous permet de préciser les données de la boutique principale que vous voulez utiliser au sein de cette boutique.

 IMPORTER LES INFORMATIONS ASSOCIÉES (PRODUITS, ETC.) DEPUIS UNE AUTRE BOUTIQUE

OUI

Choisissez la boutique d'origine : ps17en

Choisissez les données à importer :

Caractéristiques
 Comptes du service web
 Coordonnées
 Devises
 Déclinaisons des produits
 Employés
 Entrepôts
 Fournisseurs
 Groupe d'attributs
 Groupes de clients
 Image slider
 Images
 Information métâ
 Langues
 Magasins
 Marques
 Menu principal
 Modules
 Pages vues
 Pays
 Points d'accroches des modules
 Produits
 Quantités disponibles à la vente
 Règles de taxes
 Règles panier
 Référents/affiliés
 Tarifs promotionnels
 Transporteurs
 Zones

 Annuler
 Enregistrer



Elle dispose de deux options :

- **Importer les données.** Si cette option est désactivée, votre boutique ne partagera aucune donnée avec d'autres boutiques, et la section se fermera d'elle-même. Bien qu'il puisse s'avérer utile de gérer deux boutiques totalement différentes avec une seule installation de PrestaShop, cela signifie également que vous devrez configurer les deux boutiques de A à Z, là où le partage de données vous permet de ne pas recréer des transporteurs, des devises ou des configurations de modules, par exemple. Réfléchissez bien à votre choix, car vous ne pourrez pas revenir en arrière.
- **Choisissez la boutique (source).** Si vous souhaitez effectivement importer des données, vous devez indiquer la boutique de laquelle ces données doivent provenir. Si vous avez déjà défini une sous-boutique de la boutique principale, cela peut vous aider à faire une "copie" de cette sous-boutique, au lieu de devoir configurer à nouveau les diverses options d'import.
- **Choisissez les données.** C'est ici que vous choisissez les types de données que vous souhaitez importer de la boutique source. Vous devriez au minimum importer tous les modules, même si cela signifie en désactiver certains, car l'intégralité du front-office est affichée à l'aide de modules, ainsi que certaines sections majeures du front-office.



Lorsque vous créez un produit dans une nouvelle boutique, et que le produit existe déjà dans une autre boutique, PrestaShop essaiera de suggérer un produit existant, afin de ne pas devoir tout recréer.

Au moment d'enregistrer la boutique, PrestaShop vous préviendra qu'elle n'a pas déjà d'URL. Cliquez sur l'avertissement rouge pour en ajouter un (voir chapitre suivant).



Mettre en place l'adresse d'une boutique

Chaque boutique peut avoir sa propre adresse – ou même plusieurs adresses – totalement indépendantes de la boutique principale (celle qui vous avez installée en premier). Vous devez définir au moins une adresse pour chaque boutique.

Deux boutiques ne peuvent pas partager la même adresse. Si vous essayez de donner à une boutique une adresse déjà utilisée par une autre boutique, PrestaShop affichera une erreur. D'un autre côté, vous pouvez avoir autant de boutiques que vous le souhaitez sur un même domaine :

- dans des sous-dossiers :
<http://www.example.com/hommes/>,
<http://www.example.com/femmes/>,
<http://www.example.com/enfants/>,
<http://www.example.com/animaux/>, etc.

✓ Dans le cas de boutiques dans des sous-dossiers, faites en sorte de créer deux URL pour chaque boutique : l'une avec le "www.", l'autre sans !

Par exemple : <http://www.example.com/hommes/> et <http://example.com/hommes/>

Sans quoi, les clients qui tenteront d'accéder à une boutique seconde dans le "www." dans l'URL seront redirigés vers votre boutique principale.

- dans des sous-domaines :
<http://hommes.example.com/>, <http://femmes.example.com/>, <http://enfants.example.com/>,
<http://animaux.example.com/>, etc.

⚠ Ne créez pas de sous-dossier ou de sous-domaine vous-mêmes, que ce soit sur votre serveur ou votre ordinateur : PrestaShop s'occupera de créer le chemin d'accès pour vous sur le serveur. Quand le client accèdera à ce chemin, PrestaShop reconnaîtra la boutique de destination et enverra les fichiers et données de cette boutique automatiquement.

Bien entendu, une boutique peut aussi avoir son propre nom de domaine.

Utiliser un nom de domaine

Dans le cas où vous utiliser un nom de domaine différent pour votre boutique supplémentaire plutôt qu'un sous-domaine ou un sous-dossier, vous devez configurer votre domaine pour qu'il pointe vers le dossier dans lequel PrestaShop se trouve. PrestaShop s'occupera ensuite de la réécriture de l'adresse web.

Autrement, vous pouvez créer un alias pour votre nom de domaine, qui renvoie vers l'adresse absolue de votre installation de PrestaShop. La manière dont vous pouvez le faire dépend du panneau de contrôle et des options que vous sont proposées par votre hébergeur web : "Alias" pour Plesk, "Forward" pour CPanel, "Aliasdomain" pour ISPConfig, etc.

Pour ajouter une adresse à une boutique, sélectionnez la boutique dans le sélecteur "Arbre multiboutique", puis cliquez sur le bouton "Ajouter une nouvelle URL. PrestaShop chargera l'écran avec deux sections et huit options :



- **Options de l'URL.**
 - **Boutique.** Un rappel de la boutique à laquelle vous ajoutez une adresse. Vous pourriez également vouloir utiliser une autre boutique.
 - **URL principale.** En activant cette option, vous indiquez que vous voulez que toutes les autres adresses de cette boutique redirigent vers cette nouvelle adresse.
 - **État.** Vous pouvez désactiver et réactiver une adresse à n'importe quel moment.
- **URL de la boutique.**
 - **Domaine.** L'adresse elle-même. Elle n'a pas à se limiter au nom de domaine : vous pouvez indiquer un sous-domaine si vous en avez besoin.
Exemple : **www.example.com** ou **enfants.example.com**.
 - **Domaine SSL.** Si votre domaine SSL est différent du domaine principal, faites en sorte de bien l'indiquer dans ce champ.
Exemple : **www.example.com** ou **enfants.example.com**.
 - **URI physique.** Vous pouvez ici configurer le chemin physique de votre installation de PrestaShop sur votre serveur. Si votre boutique se trouve à la racine du domaine ou du sous-domaine, laissez ce champ vide.
Exemple : **/** ou **/enfants/**.
 - **URI virtuelle.** Vous pouvez rendre la boutique disponible à vos clients de manière transparente à l'aide de cette option : sans devoir créer de sous-dossier, vous pouvez faire en sorte que la boutique soit affichée, grâce à la réécriture d'URL. Bien entendu, la réécriture d'URL doit être activée (c'est à dire les URL simplifiées, sur la page "Traffic & SEO" du menu "Paramètres de la boutique").
Exemple : **/chaussures/**.
Notez que cela ne fonctionne qu'avec les boutiques en sous-dossier, pas celles en sous-domaine.
 - **Votre URL finale sera.** Vous donne une idée de l'impact de vos réglages d'adresse.



OPTIONS DE L'URL

Boutique Boutique principale

Est-ce l'adresse principale de cette boutique ?

OUI

NON

Si vous déclarez cette URL comme étant l'URL principale, tous les liens rattachés à cette boutique seront redirigés vers cette adresse web (vous ne pouvez déclarer qu'une seule URL principale par boutique).

Comme la boutique choisi n'a pas d'URL principale, l'URL que vous êtes en train de créer doit être mise en tant qu'URL principale.

Activé

OUI

NON



Annuler



Enregistrer

URL DE VOTRE BOUTIQUE

Domaine

Domaine SSL

URL physique

Dossier physique de votre boutique sur le serveur. Laissez ce champ vide si votre boutique est installée à la racine. Par exemple, si votre boutique est accessible via l'adresse www.mon-prestashop.com/ma-boutique/, vous devez saisir ma-boutique/ dans ce champ.

URL virtuelle

Vous pouvez utiliser cette option si vous souhaitez créer un boutique avec une URI qui n'existe pas réellement sur votre serveur. Par exemple, si vous souhaitez que votre boutique soit accessible via l'adresse www.example.com/ma-boutique/chaussures/, vous devez saisir chaussures/ dans ce champ (en considérant que ma-boutique/ est votre URI physique).

La réécriture d'URL doit être activée sur votre serveur pour utiliser cette fonctionnalité.

URL finale



Annuler



Enregistrer



Généralités et cas particuliers

Gestion du catalogue en multiboutique

En mode multiboutique, certaines des pages d'administration de PrestaShop présentent un menu déroulant bien visible, intitulé "Configuration multiboutique pour". Ce menu vous donne le contexte de ce que vous êtes en train de faire : il vous permet de déterminer le groupe ou la boutique pour lesquelles les modifications du catalogue seront effectuées.

Par exemple, lors de la création d'un produit, la sélection de ce menu déterminera si ce produit est disponible pour toutes les boutiques, les boutiques d'un groupe, ou une seule boutique.

Lors de la modification d'un produit, PrestaShop affiche des notifications qui vous aident à comprendre l'étendu de vos modifications. Par exemple, lors de la modification d'un produit dans un contexte "Boutique A", la notification indiquera "Attention, si vous modifiez la valeur des champs qui ont une icône orange, la valeur sera changé dans toutes les boutiques pour ce produit", avec l'icône orange placée en face des champs touchés, tels que "Type", "Référence", les mesures de l'emballage, etc.

De la même manière, si vous modifiez un produit dans le contexte "Toutes les boutiques" ou un contexte de groupe de boutiques, certains champs seront désactivés afin que vous ne puissiez pas les modifier du fait de leur impact global. Si vous avez réellement besoin de modifier son contenu, chaque champ dispose d'une case que vous pouvez cocher pour modifier toutes les boutiques appartenant à ce contexte.



Si vous modifiez un champ désactivé, le produit sera créé dans toutes les boutiques du contexte qui n'ont pas déjà ce produit dans leur catalogue. Faites donc attention au contexte en cours lors de votre action.

Échange de données entre boutique

Dupliquer les données entre les boutiques

Les données dupliquées dans PrestaShop sont mises en place durant la configuration de n'importe quelle boutique individuelle, en important tout ou partie du contenu d'une boutique existante dans la nouvelle. Le contenu qui peut être importé est varié : produits, catégories, employés, modules, règles panier, fournisseurs, etc. L'import des données se fait une fois pour toute : une fois que la boutique a été créée, vous ne pouvez pas réimporter des données en provenance d'une autre boutique – du moins pas simplement.

Partager des données entre boutiques et groupes de boutique

Les boutiques peuvent partager des données. Les données partagées sont fondamentalement gérées au niveau du groupe de boutiques : l'un des aspects important à comprendre du mode multiboutique de PrestaShop est que toutes les boutiques au sein d'un même groupe de boutiques peuvent partager leurs données – ou plus précisément, trois types de contenu : les clients, les quantités disponibles, et les commandes. Une fois qu'un groupe de boutique est mis en place, le partage des données entre ses boutiques est terminé : même si vous pouvez changer la configuration pour la quantité de produits, vous ne pouvez plus changer les réglages des clients et des commandes à partir du moment où l'une des boutiques de ce groupe accepte au moins un client ou une commande.



Partager les produits et les catégories

Lorsque vous créez une nouvelle boutique au sein d'un groupe, vous pouvez faire en sorte que toutes ou une partie des catégories dans la nouvelle boutique soient des copies exactes des catégories d'une autre boutique de votre installation de PrestaShop.

Lors de la création d'une catégorie, soit pour une boutique précise ou pour toutes les boutiques de votre installation de PrestaShop, PrestaShop enregistre la catégorie pour toutes les boutiques – elle est simplement cachée des boutiques pour lesquelles elle n'a pas été configurée.

En associant les nouvelles boutiques à une catégorie donnée, chaque modification dans cette catégorie aura une répercussion sur toutes les boutiques auxquelles elle a été associée, même si les boutiques viennent de différents groupes de boutiques. Vous pouvez donc changer le contenu de la catégorie une fois pour toutes les boutiques, y compris pour ses produits.

Partager les clients et les groupes de clients

Comme indiqué ci-dessus, les boutiques au sein d'un même groupe de boutiques peuvent partager leurs clients : vous devez simplement régler la bonne option lors de la création du groupe de boutiques.

Les groupes sont moins détaillés : si vous changez l'un des groupes de clients par défaut dans une boutique, la modification sera appliquée à toutes les autres boutiques, quels que soient leurs groupes de boutiques.

Si vous souhaitez avoir un groupe de clients différent pour chaque boutique, vous devez créer un nouveau groupe et utiliser le sélecteur "Configuration multiboutique pour" pour associer le groupe à la boutique actuelle ou au groupe de boutiques actuel.

Utiliser un thème différent pour chaque boutique ou groupe de boutiques

Une fois que le thème a été installé sur votre PrestaShop, vous pouvez utiliser la page "Thème & Logo" du menu "Apparence" pour modifier le thème de la boutique actuelle, ou du groupe de boutiques actuel, en fonction de la manière dont le sélecteur "Configuration multiboutique pour" est réglé.

Utiliser des réglages spécifiques pour chaque boutique ou groupe de boutiques

Le sélecteur "Configuration multiboutique pour" est l'option sur laquelle se rendre lorsque vous voulez que vos modifications s'appliquent à une boutique ou ensemble de boutiques en particulier. C'est même le premier endroit à regarder lorsque l'écran d'administration se charge, car PrestaShop modifiera les options disponibles en fonction du contexte dans lequel vous vous trouvez : boutique, groupe de boutiques ou toutes les boutiques.

Ainsi, il est possible de :

- Utiliser un format d'image différent pour chaque boutique/groupe de boutiques
- Activer/configurer un module par boutique
- Positionner/afficher des blocs front-office par boutique
- ...et bien plus encore !

Gérer les pages statiques en mode multiboutique

Lorsque vous affichez la liste de pages de contenu dans le contexte "Toutes les boutiques", toutes les pages sont affichées. De la même manière, lorsque vous vous trouvez dans un contexte de groupe de boutiques, les pages de toutes les boutiques de ce groupe sont affichées.



Si une page est créée dans un contexte de groupe de boutiques, toutes les boutiques de ce groupe afficheront cette page, et pourtant celle-ci sera unique : la modifier pour une boutique fera qu'elle sera modifiée pour toutes les boutiques de ce groupe.

Sur la page de création, une section apparaît avec une liste, indiquant lesquelles seront touchées.

Gérer les promotions en mode multiboutique

Lors de la création de promotions panier ou catalogue dans un contexte multiboutique, une condition supplémentaire apparaît et permet de choisir les boutiques sur lesquelles apparaît la promotion.

Multiboutique et webservice

L'accès au webservice est lui aussi entièrement paramétrable au niveau de la boutique ou du groupe de boutiques. Lors de la création d'une clé pour le webservice vous pouvez choisir de l'associer soit à toutes les boutiques, soit à des groupes de boutiques, soit à des boutiques individuelles.

