

Gérer ses produits avec WooCommerce

Table des matières

I. Création et gestion des produits	3
II. Exercice : Quiz	7
III. Gestion de la boutique	8
IV. Exercice : Quiz	14
V. Essentiel	15
VI. Auto-évaluation	15
A. Exercice	15
B. Test	15
Solutions des exercices	16

I. Création et gestion des produits

Durée : 1 h

Environnement de travail : PC

Contexte

Il est important de pouvoir gérer sa boutique ainsi que ses produits par le biais d'une application. Cela permet de ne pas faire face à des imprévus (tel que des stocks trop bas). La gestion de sa boutique est possible grâce au plugin WooCommerce.

WooCommerce est un logiciel libre pour WordPress destiné à faciliter la création d'une cyberboutique. Il est adapté aux grandes et petites sociétés en ligne fonctionnant sous WordPress. Commercialisé le 27 septembre 2011, le plugiciel est vite rendu populaire par sa facilité à être installé et à être personnalisé.

WooCommerce et WooCommerce Multilingual se trouvent dans le registre des modules d'extension de WordPress.

WooCommerce a été conçu par Mike Jolley et Jay Koster de la société WooThemes. Au mois d'août 2014, 381 187 sites, à savoir 17,77 % du commerce en ligne, fonctionnaient grâce à WooCommerce, ce qui le place parmi les meilleures solutions de commerce électronique au monde avec un nombre de téléchargements supérieur à quatre millions.

Au mois de mai 2015, Woothemes, qui édite WooCommerce, a été repris par la société Automattic, qui exploite et distribue WordPress.

Nous allons donc voir comment gérer la boutique et les produits dans WooCommerce pour une gestion optimale.

Les différents types de produits

WooCommerce offre la possibilité de vendre différents types de produits physiques ou non.

- Les produits simples : ce sont les produits qui ne font pas l'objet d'options particulières. Ce sont les types de produits les plus courants. Par exemple, une table ou une chaise.
 - Les produits virtuels : ce sont souvent des produits de type service. Ils ne sont pas expédiés. Cela peut être par exemple le montage des produits par un professionnel.
 - Les produits téléchargeables : idéal pour les e-books, magazines en PDF, banques de médias. Une fois la commande passée par le client, un lien de téléchargement lui sera envoyé par e-mail.

Un produit peut être à la fois virtuel et téléchargeable.

- Les produits groupés : ce sont des produits simples groupés en un seul produit. Par exemple, une table et des chaises. Les produits « *table* » et « *chaise* » sont des produits simples, vendus indépendamment l'un de l'autre, mais peuvent être groupés en un seul produit. Le client pourra avoir la possibilité de choisir le nombre de chaque produit dans le groupe.
- Les produits externes/d'affiliations : ce sont les produits visibles sur la boutique, mais qui sont vendus sur une autre plateforme.
- Les produits variables : ce sont les produits dont certaines caractéristiques varient, par exemple, les vêtements dont les tailles et les couleurs peuvent être différentes.

Il existe d'autres types de produits pouvant être vendus avec WooCommerce, mais ils sont gérés par le biais d'extensions payantes. Ils ne sont donc pas abordés dans ce cours.

Définition Qu'est-ce qu'une taxonomie ?

La taxonomie est un moyen de classification permettant de regrouper les publications ou produits par thèmes. Dans WordPress, il existe 2 types de taxonomies par défaut : les catégories et les étiquettes.

Les catégories, étiquettes et attributs

Les catégories

Les produits sont regroupés en catégories, ce qui facilite l'accès au produit désiré par le client. Tous les produits de la boutique doivent être associés à au moins une catégorie. Par défaut, la catégorie « *Non classé* » sera attribuée au produit. Il peut y avoir plusieurs niveaux de sous-catégories pour créer une hiérarchie. C'est la notion de « *Parent* »/« *Enfant* ». Par exemple, dans la hiérarchie de catégories Habitat/Intérieur/Salon/Ameublement/Table, « *Habitat* » est la catégorie parente qui a comme enfant la sous-catégorie « *Intérieur* », elle-même parente de « *Salon* » et ainsi de suite.

Les catégories sont gérées à partir des onglets « **Produits** » → « **Catégories** ».

Image	Nom	Description	Slug	Total
	Chaine	—	chaine	0
	Non classé	—	non-classe	0
	Habitat	—	habitat	0
	Intérieur	—	interieur	0
	Salon	—	salon	0
	Ameublement	—	ameublement	3
	Chaise	—	chaise	1
	E-book	—	e-book	1
	Tapis	—	tapis	1
	Service	—	service	1

Pour ajouter une catégorie, il suffit de renseigner les champs puis cliquer sur « *Ajouter une catégorie* ». Les catégories peuvent aussi être ajoutées lors de la création d'un nouveau produit. En revanche, l'ajout d'informations supplémentaires à une catégorie, comme la description, le type d'affichage ou une image, doit se faire à partir de l'onglet catégories. Chaque catégorie doit avoir un nom unique.

La taxonomie pour les catégories de produits est « *product_cat* ».

Les étiquettes

Les étiquettes ou « *tags* » en anglais sont une autre forme de classification. Contrairement aux catégories, les étiquettes n'ont pas de hiérarchie. Il n'existe pas de sous-étiquettes ou d'étiquette enfant. Chaque étiquette doit avoir un nom unique. Il est estimé qu'une étiquette doit correspondre à au moins 5 articles pour exister.

La taxonomie pour les étiquettes est « *product_tag* ».

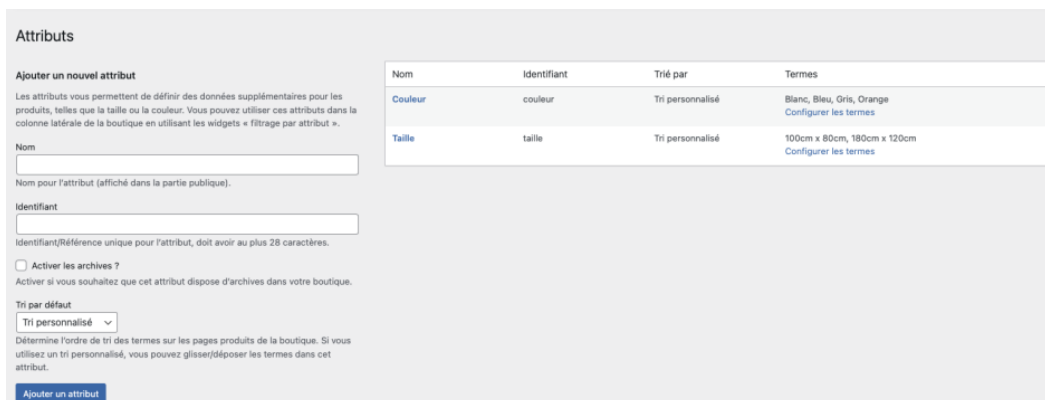
Les attributs

Les attributs sont un autre moyen de classer les produits. Ils permettent une plus grande visibilité, car ils peuvent être utilisés pour affiner une recherche. Ils sont particulièrement utiles pour les produits variables. Prenons par exemple un site d'ameublement qui vend, entre autres, des tapis. Pour un même tapis, plusieurs attributs pourront lui être assignés : la taille et la couleur. Chaque attribut aura une liste des variations disponibles.

L'attribut « *taille* » aura les variations suivantes : 100 cm x 80 cm ; 180 cm x 100 cm.

L'attribut « *couleur* » aura comme variations toutes les couleurs disponibles pour cet article.

Les prix et le stock peuvent être gérés directement dans la partie variation du produit. Par exemple, il peut y avoir 20 tapis blancs de taille 180 cm x 100 cm en stock, mais plus que 3 gris en taille 100 cm x 80 cm. Idem pour les prix, le tapis plus grand est plus cher que le petit.



Attributs

Ajouter un nouvel attribut

Les attributs vous permettent de définir des données supplémentaires pour les produits, telles que la taille ou la couleur. Vous pouvez utiliser ces attributs dans la colonne latérale de la boutique en utilisant les widgets « filtrage par attribut ».

Nom

Nom pour l'attribut (affiché dans la partie publique).

Identifiant

Identifiant/référence unique pour l'attribut, doit avoir au plus 28 caractères.

☐ Activer les archives ?
 Activer si vous souhaitez que cet attribut dispose d'archives dans votre boutique.

Tri par défaut

Détermine l'ordre de tri des termes sur les pages produits de la boutique. Si vous utilisez un tri personnalisé, vous pouvez glisser/déposer les termes dans cet attribut.

[Ajouter un attribut](#)

Nom	Identifiant	Trié par	Termes
Couleur	couleur	Tri personnalisé	Blanc, Bleu, Gris, Orange Configurer les termes
Taille	taille	Tri personnalisé	100cm x 80cm, 180cm x 120cm Configurer les termes

Complément Quelle est la différence entre catégorie et étiquette ?

Les 2 étant des taxonomies permettant d'organiser le contenu du site, il est difficile de faire la différence.

Une catégorie est une rubrique du site, souvent ajoutée au menu principal.

Une étiquette est un point commun entre plusieurs articles (ou produits) du site. Ils sont utiles pour affiner une recherche sur le site.

Imaginons un site de vente de voitures. Il y aurait comme catégories les différentes marques. Chaque article pourrait avoir une étiquette correspondant au type de motorisation (par exemple essence, diesel ou électrique). Lorsque le visiteur recherche sur le site une voiture électrique, en entrant le mot-clé « *électrique* » dans la barre de recherche, il trouvera toutes les voitures, toutes marques confondues qui sont électriques.

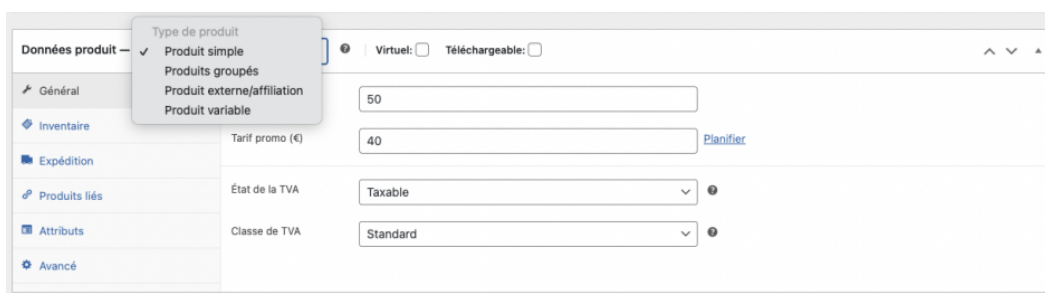
Création de produit

Pour créer un nouveau produit, rendons-nous dans l'onglet « **Produits** » → « **Ajouter** » du tableau de bord. La première chose à faire est bien évidemment de donner un nom au produit. Ensuite, on pourra créer le contenu correspondant au produit. Ce contenu sera généralement placé sous l'image du produit à côté ou sous l'onglet « *description* » en fonction du thème installé.

La partie « **Données produit** » permet d'ajouter les informations importantes qui concernent le produit.

Définir le type de produit :

- Simple
- Groupés
- Externe/affiliation
- Variable



Données produit

Type de produit
☒ Produit simple
☐ Produits groupés
☐ Produit externe/affiliation
☐ Produit variable

Virtuel: ☐ Téléchargeable: ☐

Tarif promo (€) [Planifier](#)

État de la TVA

Classe de TVA

Les champs du tableau contenant les données à renseigner changeront en fonction du choix du type de produit.

Complément Le cas d'un produit simple

Dans l'onglet « **Général** » vous devez renseigner le prix régulier, le prix promotionnel s'il y a lieu, qui pourra être planifié dans le temps et sur une durée définie. Les différentes TVA et les classes de TVA ont été préalablement définies dans les réglages de WooCommerce (« **WooCommerce** » → « **Réglages** » → « **TVA** » → « **Taux standards/Taux réduits** »).

Si un produit n'a pas de prix défini, le bouton « **Ajouter au panier** » ne s'affichera pas sur la page du produit.

Dans l'onglet « **Inventaire** », nous pouvons donner un identifiant unique UGS (Unité de Gestion de Stock). Cette option est intéressante pour les boutiques qui vendent un nombre important de produits physiques. Ensuite, vous avez la possibilité de gérer le stock au niveau du produit. Pour cela, il faut cocher « **Gérer le stock ?** ». Vous pouvez donc renseigner le nombre de produits disponibles, si les commandes peuvent se faire alors que le produit est en réapprovisionnement, et le seuil de stock faible. WooCommerce déduira la quantité disponible après chaque commande. Dans le cas de produits virtuels ou téléchargeables, il n'est pas nécessaire de renseigner ces champs. Vous n'avez alors pas besoin de cocher « **Gérer le Stock ?** » vous pouvez simplement renseigner si le produit est disponible ou non. Pour finir, dans cet onglet, vous pouvez limiter l'achat à 1 article par commande. C'est pratique dans le cas d'un produit vendu en promotion ou donné en cadeau lors de l'achat d'un autre produit.

L'onglet « **Expédition** » est très important à renseigner pour le calcul des frais de port. Il faudra indiquer le poids et les dimensions du produit puis donner sa classe d'expédition. Les classes d'expéditions ont été préalablement définies dans les réglages de WooCommerce (« **WooCommerce** » → « **Réglages** » → « **Expédition** » → « **Classes d'expédition** »).

L'onglet « **Produits liés** » est utile pour mettre en avant d'autres produits que celui qui est consulté par le visiteur. Les produits suggérés sont généralement placés sous le produit consulté sous la mention « *Vous aimerez peut-être aussi...* ». Les ventes croisées sont les produits qui seront mis en avant dans le panier avant le paiement final.

L'onglet « **Attributs** » donne la possibilité de donner des attributs supplémentaires au produit. Les attributs sont un moyen supplémentaire de classer les produits. Si le widget WooCommerce « *Filtrer par attribut* » est placé dans la colonne latérale, les visiteurs auront la possibilité d'affiner leur recherche de produit en fonction de l'attribut.

Enfin, l'onglet « **Avancé** » permet d'ajouter une note que le client recevra avec la confirmation de sa commande. L'ordre du menu définit l'ordre d'apparition du produit dans le menu et « **Activer les avis** » permet aux visiteurs de laisser un avis sur le produit.

Remarque

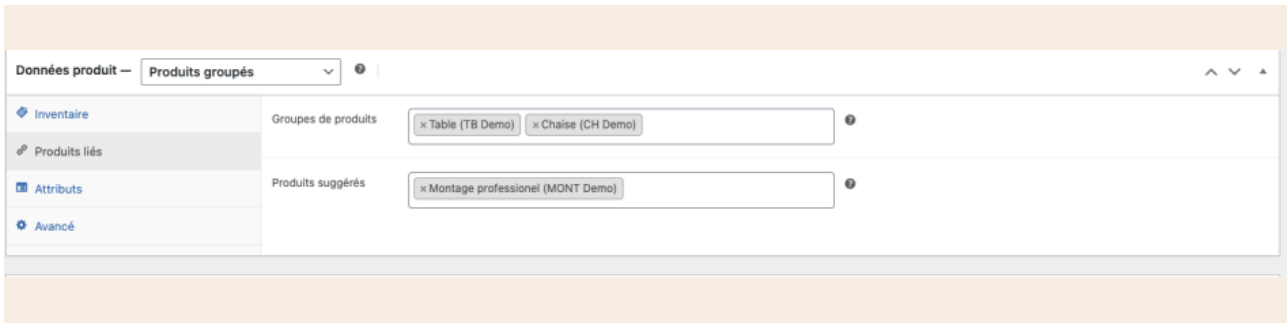
Les avis peuvent être activés dans « **WooCommerce** » « **Réglages** » → « **Produits** » → « **Général** » → « **Activer les avis** ». Si la case est décochée, l'option « **Activer les avis** » ne sera pas disponible dans l'onglet « **Avancé** » des produits.

La description courte du produit sera placée en haut sous le nom du produit à côté de l'image. Elle ne devrait pas être plus longue que 1 à 2 phrases.

Pour finir, sur la colonne de droite, nous pouvons placer l'image mise en avant du produit, une galerie d'images dont les miniatures seront placées en dessous de l'image principale, la ou les catégories du produit (au moins une obligatoire) et les étiquettes.

Complément Le cas des produits groupés

Les produits groupés sont un ensemble de produits simples regroupés en un seul produit. Idéal pour faire un panier cadeau. Ils se gèrent de la même manière qu'un produit simple à la différence qu'il faudra renseigner les produits qui sont dans le groupe dans le champ « **Groupe de produits** » de l'onglet « **Produits liés** ».



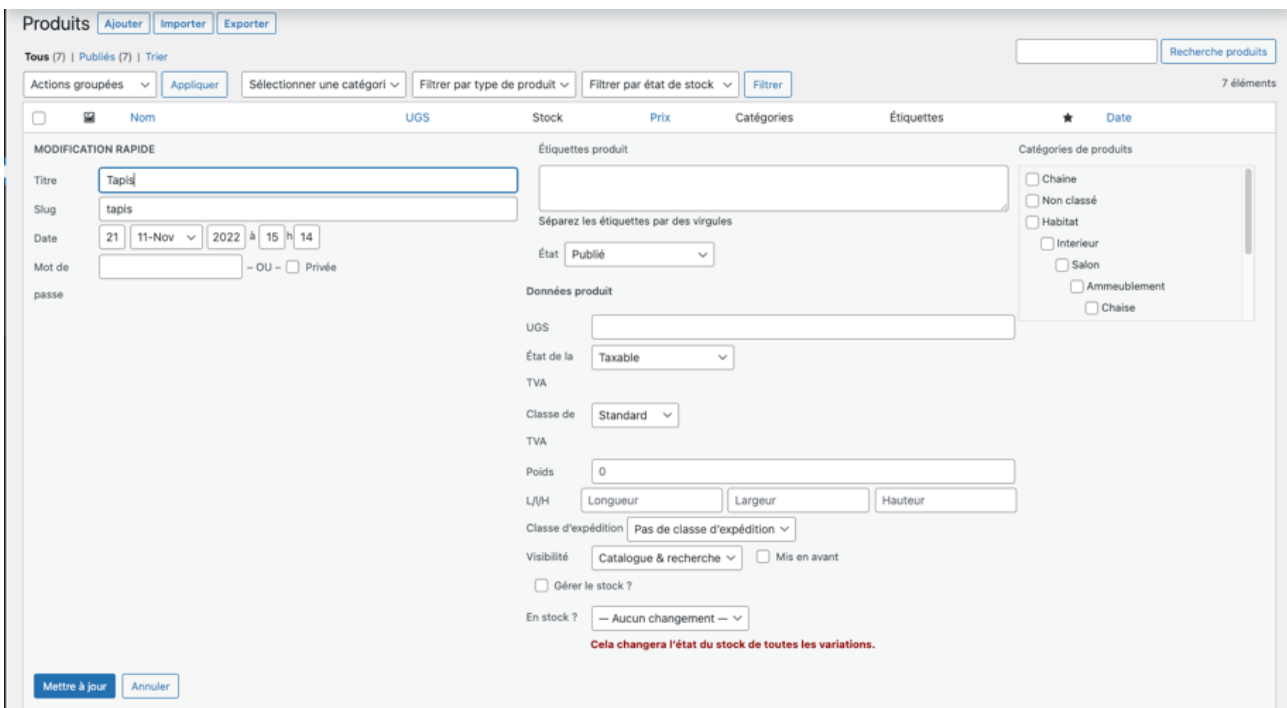
Remarque Le cas des produits externes/affiliations

Si vous décidez de mettre à disposition des produits d'une autre boutique avec laquelle vous êtes affilié, il faudra choisir ce type de produits. Le champ le plus important à renseigner sera celui de l'URL du produit correspondant au lien d'affiliation.

Gestion des produits

La liste des produits créés se trouve dans l'onglet « **Produits** » → « **Tous les produits** » du tableau de bord. Il est possible de modifier rapidement la plupart des informations relatives au produit comme le prix et les stocks disponibles entre autres. Il est possible de modifier rapidement plusieurs produits en même temps en les cochant puis en cliquant sur « **Actions Groupées** » → « **Modifier** » et « **Appliquer** ». Tous les changements seront appliqués à tous les produits choisis.

Lorsque l'on doit modifier une donnée d'un produit variable, par exemple le stock disponible, il est possible de le modifier uniquement dans la page du produit.



Exercice : Quiz

[solution n°1 p.17]

Question 1

Un produit téléchargeable n'est pas tenu d'appartenir à une catégorie.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

Question 2

Les étiquettes peuvent être hiérarchisées « *Parent* »/« *Enfant* ».

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

Question 3

Ajouter un ou plusieurs attributs à un produit le rend plus visible.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

Question 4

Les produits sans prix sont affichés dans la boutique.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

Question 5

Les avis peuvent être activés pour un produit même s'ils sont désactivés dans les réglages généraux de WooCommerce.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

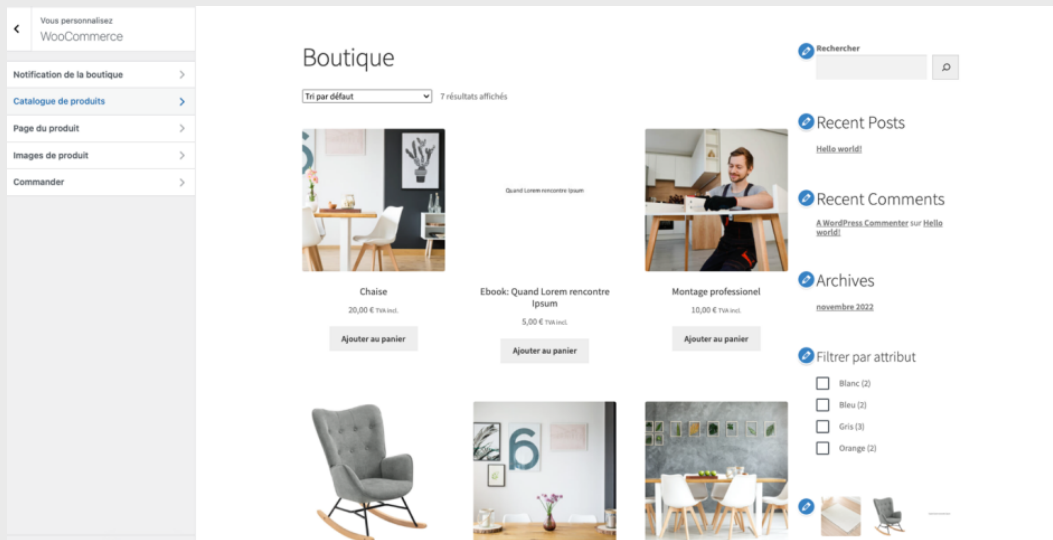
III. Gestion de la boutique

Rappel Personnaliser la boutique

En cliquant sur « **Apparence** » → « **Personnaliser** » du tableau de bord, nous sommes redirigés vers la page de personnalisation du site. En cliquant sur l'onglet « **WooCommerce** », nous pouvons personnaliser l'affichage de la boutique. Selon le thème choisi, il y aura plus ou moins d'options de personnalisation.

- **Notification de la boutique** : si cette option est cochée, le message saisi sera affiché sur l'ensemble du site. Elle peut être informative ou promotionnelle. Il suffit de décocher la case pour que la notification ne s'affiche pas.
- **Catalogue de produits** : offre les options d'affichage des produits dans la boutique et les pages d'archives comme les catégories et le tri par défaut des produits, ce qui permet de mettre en avant les produits les plus vendus, les mieux notés ou encore les plus chers. Ensuite viennent les options de mise en page.
- **Page du produit** : si cochée, la case « *Ajout au panier épinglé* » affichera une barre en haut de page informant sur le produit qui est consulté et le bouton « **Ajouter au panier** ». Cette barre n'est visible que lorsque le bouton « *Ajouter au panier* » est hors de la vue.
- Si la case « **Pagination du produit** » est cochée, cette option affichera les miniatures des produits précédents et suivants respectivement à gauche et à droite de la page du produit consulté.
- **Image du produit** : nous pouvons ici choisir le ratio des images miniatures des produits affichées dans la boutique et les pages d'archives. Par défaut le ratio est de 1:1, ce qui recadre les images dans un carré.

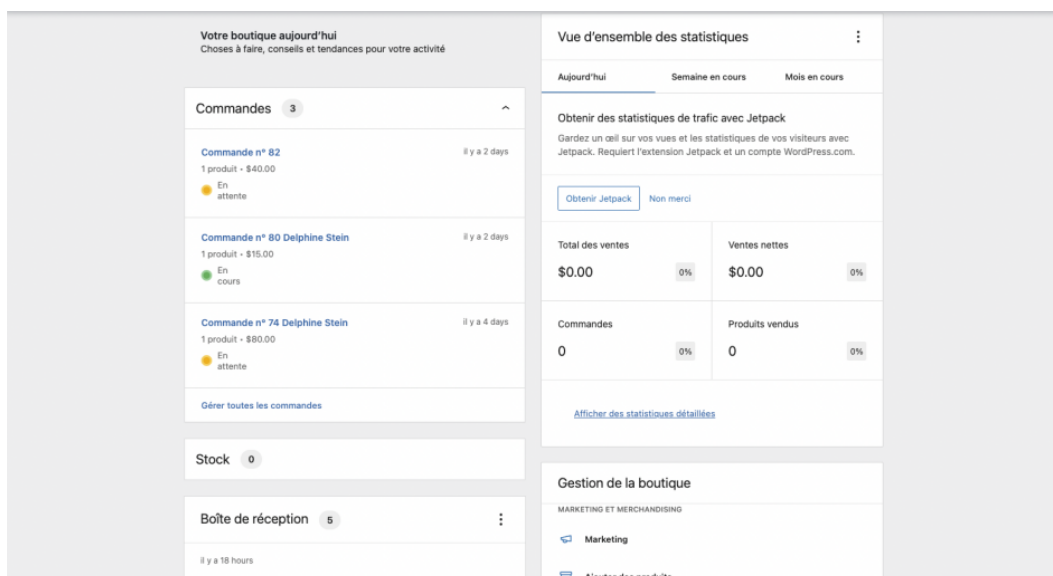
- **Commander** : cette dernière option nous permet de modifier certains champs de la page de validation de commande, de choisir la page de politique de confidentialité et la page CGV.



Gérer la boutique

« **WooCommerce** » → « **Accueil** » du tableau de bord donne accès à une vue d'ensemble de la boutique.

- **Commandes** : donne un récapitulatif des commandes en cours.
- **Stock** : informe des produits qui ont dépassé le seuil de stock faible.
- **Boîte de réception** : donne des informations relatives à WooCommerce et ses extensions, et des suggestions pour optimiser les tâches quotidiennes liées à la boutique.
- **Vue d'ensemble des statistiques** : donne en un coup d'œil les performances de la boutique en trois périodes prédéfinies (aujourd'hui, la semaine en cours et le mois en cours). Pour chaque période, les indicateurs de performances « *Total des ventes* », « *Ventes nettes* », « *Commandes* » et « *Produits vendus* » affichent leurs données respectives. Pour une vue plus précise, nous pouvons cliquer sur chaque indicateur ou sur « **Afficher des statistiques détaillées** ». Cela nous dirigera vers l'onglet « *Statistiques* » du tableau de bord.
- **Gestion de la boutique** : ce dernier panneau n'est ni plus ni moins qu'une liste de raccourcis vers les pages importantes de gestion de la boutique.



« **WooCommerce** » → « **Commandes** » du tableau de bord permet d'accéder à la page suivante :

Commande	Date	État	Total	Actions
#84 Delphine Stein	26 Nov 2022	Attente paiement	33,33 €	[Menu] [Vérifier]
#82 Jane Doe	26 Nov 2022	En attente	40,00 €	[Menu] [Vérifier]
#81 Delphine Stein	26 Nov 2022	Terminée	70,00 €	[Menu] [Vérifier]
#80 Delphine Stein	26 Nov 2022	En cours	15,00 €	[Menu] [Vérifier]
#79 Delphine Stein	26 Nov 2022	Remboursée	80,00 € 0,00 €	[Menu] [Vérifier]
#74 Delphine Stein	24 Nov 2022	En attente	80,00 €	[Menu] [Vérifier]

C'est ici que l'on gère les commandes. Dès qu'une commande est passée par un client, une commande est générée avec un ID unique. L'état de la commande indique la marche à suivre. Voici les différents états possibles :

- **Attente de paiement** : la commande est passée, mais pas payée. Le stock est cependant réduit. Cela se produit souvent au moment où la commande est en cours de paiement. Une fois l'action de paiement effectuée, la commande passe automatiquement à l'état « *En cours* ».
- **Échouée** : la commande est impayée. Le paiement n'est pas passé ou a été refusé.
- **En cours** : la commande est payée ou le client a choisi de payer à la livraison (si l'option a été choisie dans les modes de paiement possibles dans les réglages WooCommerce). Le stock est réduit. Une fois la commande livrée, il faudra changer manuellement l'état pour « *Terminée* ».
- **En Attente** : la commande est passée, mais pas payée. Ça peut être le cas pour les choix de paiement par chèque bancaire et virement. Le stock est réduit, mais un changement d'état manuel devra être fait lors de la réception du paiement.
- **Annulée** : le client ou l'administrateur a annulé la commande. Le stock est réajusté automatiquement.
- **Remboursée** : la commande a été remboursée par l'administrateur ou la passerelle de paiement.
- **Authentification requise** : certaines transactions demandent une authentification forte de client (SCA). Une action de la part du client est requise.

Chaque état possède un code couleur facilement identifiable :

- Annulée : gris
- Terminée : bleu
- Échouée : rouge
- En attente : orange
- Attente paiement : gris
- En cours : vert
- Remboursée : gris

L'onglet « **WooCommerce** » → « **Clients** » du tableau de bord donne les détails des clients qui ont acheté sur la boutique.

Bien que toujours existant, l'onglet « **WooCommerce** » → « **Rapports du tableau de bord** » a été déprécié au profit de la page « *Statistiques* ». Nous n'allons donc pas approfondir ici.

Gérer les codes promo

Les codes promotionnels (accessibles par « **Marketing** » → « **Codes Promo** ») sont une façon intéressante d'offrir des remises aux clients. Ils permettent de générer des ventes, d'offrir des récompenses aux clients les plus fidèles, ou de fidéliser les nouveaux clients. Ils permettent aussi de liquider un stock de produits invendus. Une fois créé, le code promotionnel peut être mis à la disposition du public en étant affiché sur une ou plusieurs pages du site, sur les réseaux sociaux, ou encore grâce à la liste de marketing à laquelle les clients ont préalablement souscrit.

Pour pouvoir utiliser cette option, la case « **Activer les codes promo** » doit être cochée dans les options générales de WooCommerce.

Méthode

Pour créer un code promo, cliquez sur « **Créer votre premier code promo** » ou « **Ajouter un code promo** » pour accéder à l'écran de création de code promo.

Sous « **Ajouter un nouveau code promo** », taper le nom du code ou laisser WooCommerce générer un code. Nous avons ensuite la possibilité de donner une description au code. Cette description n'est pas visible pour le public, elle sert de référence pour l'administrateur de la boutique.

Complément Général

Choisissez le type de remise que vous souhaitez offrir :

- Remise en pourcentage : s'applique aux produits concernés par la remise (pourcentage).
- Remise panier fixe : s'applique sur la totalité du panier (en €).
- Remise produit fixe : s'applique sur un ou plusieurs produits introduits dans le panier (en €).

Valeur de code promo : n'indiquez ici que le chiffre de la remise. Si vous avez choisi une remise en pourcentage et que vous voulez proposer 20 % de remise, saisissez 20. Si vous avez choisi une remise fixe de 10 € sur le panier ou un produit, saisissez 10.

Autoriser l'expédition gratuite : cette option nécessite un mode d'expédition gratuit actif dans la zone de livraison des réglages généraux de WooCommerce. C'est toutefois un excellent moyen d'encourager les visiteurs à acheter plus. Par exemple, vous pouvez offrir la livraison pour une commande de plus de X €.

Date d'expiration du code : vous pouvez définir la durée de validité du code promotionnel. Le code expirera à la date choisie à minuit. Si vous souhaitez que la promotion se termine juste après le jour de Noël, il faudra choisir comme date d'expiration le 26 décembre. Le code expirera le 25 décembre à 23 h 59 + 1 minute, soit le 26 décembre à minuit.

Complément Restriction d'usage

Dans cette partie, nous pouvons définir les paramètres d'usage du code promo. Nous pouvons saisir un montant minimum et/ou maximum autorisé à l'utilisation du code promo.

Si le code promo ne doit pas être appliqué avec d'autres codes promo, il suffit de cocher la case « **Utilisation individuelle uniquement** ».

Si le code ne doit pas être appliqué sur les produits déjà en promotion, il suffit de cocher la case « **Exclure les articles en promo** ».

Ensuite, vous pouvez définir quels seront les produits qui bénéficieront de cette remise. Si la remise concerne un ou deux produits, choisir les produits concernés dans « *Produits* ». Il est possible de choisir une ou plusieurs variations d'un produit variable. Si à l'inverse, la remise concerne la quasi-totalité des produits sauf un ou deux, à ce moment-là choisissez les produits à exclure dans « *Exclure les produits* ». Il est possible de choisir une ou plusieurs variations d'un produit variable.

Le même principe s'applique pour les catégories de produits.

Pour appliquer la remise sur l'ensemble de la boutique, il suffit de laisser ces champs vides.

Dans « *E-mails autorisés* », vous pouvez ici choisir les adresses e-mail autorisées à utiliser le code promo. Laissez cet emplacement vide si le code promo s'applique à tout le monde.

Complément Limites d'utilisation

Vous pouvez définir combien de fois le code peut être utilisé en fonction de 3 critères :

- **Limite d'utilisations par code** : le nombre total d'utilisations du code par les clients. Par exemple, si la limite est de 100, le code pourra être utilisé 100 fois avant d'expirer. Par contre, il peut être utilisé plusieurs fois par le même utilisateur si l'option « *Limite d'utilisation par utilisateur* » n'est pas définie. C'est parfait pour créer un sentiment d'urgence.
- **Limite d'utilisation par nombre d'articles** : il est possible de définir combien d'articles le code peut être utilisé avant d'expirer.
- **Limite d'utilisation par utilisateur** : le nombre de fois qu'un utilisateur peut appliquer le code promo avant qu'il n'expire.

Une fois le code promo créé, il ne faut pas oublier de le publier.

Un administrateur peut appliquer un code promo à une commande existante si celle-ci n'est pas encore payée. Il suffit alors de se rendre dans la commande, puis d'appliquer le code promo sous la liste d'article puis de recalculer le total de la commande et mettre à jour la commande.

Modifier le code promo [Ajouter un code promo](#)

[Générer un code promo](#)

Description (facultative)

Données du code promo

- Général**
 - Limite d'utilisation par code :
- Restriction d'usage**
 - Limite d'utilisation à X articles :
- Limites d'utilisation**
 - Limite d'utilisation par utilisateur :

Gérer les statistiques

WooCommerce Statistiques (onglet « **Statistiques** » du tableau de bord) est un outil de suivi et d'analyse des données de la boutique. Une vue d'ensemble personnalisable, des outils de filtrage et de segmentation et une fonction de téléchargement des données au format CSV permettent de surveiller les indicateurs clés de votre boutique.

Voici les termes utilisés par WooCommerce et leur description :

Terme	Description
Ventes brutes	Prix de vente du/des produit(s), multiplié par la quantité commandée Cela n'inclut pas les remboursements, les codes promo, les taxes de vente ou les frais d'expédition.
Total des ventes	Ventes brutes - Retours - Codes promo + Taxes de vente + Expédition
Ventes nettes	Ventes brutes - Retours - Codes promo (appelées « <i>Ventes</i> » dans les anciens rapports WooCommerce)
Commandes	Nombre de nouvelles commandes passées pendant une période sélectionnée
Valeur moyenne des commandes	Ventes nettes divisées par le nombre de commandes
Articles vendus	Nombre d'articles vendus
Remboursements	Argent retourné aux clients grâce à un un remboursement
Commandes avec réduction	Nombre de commandes avec un code promo appliqué
Montant net des remises	Somme totale des remises des codes promo
Total des taxes	Taxes de commande + taxes d'expédition

Terme	Description
Taxes de commande	Total des taxes appliquées aux articles d'une commande
Taxes d'expédition	Total des taxes appliquées à l'expédition d'une commande
Expédition	Frais d'expédition associés à une commande ou à un remboursement
Téléchargements	Nombre total de fichiers téléchargés

Source : WOOCOMMERCE¹

Exercice : Quiz

[solution n°2 p.17]

Question 1

La boîte de réception de la page d'accueil de WooCommerce reçoit les commandes passées par les clients.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

Question 2

Une commande en attente de paiement réduit le stock.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

Question 3

Il faut réajuster manuellement le stock si une commande est annulée.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

Question 4

Dans la partie « *Statistiques* », les ventes brutes représentent le total des ventes.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

Question 5

Un code promo peut n'être appliqué que sur une variation d'un produit variable.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

¹ <https://woocommerce.com/document/woocommerce-statistiques/>

V. Essentiel

WooCommerce est un plugin WordPress gratuit et open source. Cela veut dire que quiconque peut l'utiliser et le personnaliser à sa guise.

Cependant, il faudra investir dans des plugins additionnels pour ajouter des fonctionnalités à la boutique en ligne qui ne sont pas fournies par WooCommerce. WooCommerce est techniquement accessible à tous, à condition tout de même de prendre le temps de bien se familiariser avec les nombreux outils disponibles. Les fonctionnalités qu'offre WooCommerce permettent d'effectuer les opérations classiques dont tous les commerçants ont besoin, à savoir :

- Gérer le catalogue de produits
- Gérer les clients
- Gérer les commandes
- Gérer les statistiques de la boutique

Tout comme WordPress, WooCommerce se référence très bien auprès des moteurs de recherche. Pour un bon référencement naturel, il faudra créer un contenu pertinent.

WooCommerce est une solution solide qui perdurera. Effectivement, aujourd'hui, WooCommerce est numéro 1 des utilisations dans le monde et ne cesse de s'améliorer au fil du temps.

VI. Auto-évaluation

A. Exercice

Michel a une boutique en ligne de mangas japonais. Il a environ une centaine de livres différents dans sa base de données et une clientèle qui ne cesse de s'accroître. Pour agrandir encore sa notoriété, il décide de vendre des T-shirts avec le logo de sa compagnie inscrit dessus. Il a choisi de vendre des coupes de T-shirt différentes pour les hommes et les femmes, en 2 couleurs disponibles : noir et blanc, et 4 tailles différentes : S, M, L, et XL pour chaque sexe.

Question 1

[solution n°3 p.19]

Comment Michel peut-il gérer la création de ces produits ?

Question 2

[solution n°4 p.19]

Au bout de quelque temps, il se rend compte que certains mangas n'ont quasiment pas été vendus. Comment Michel peut-il écouler son stock ?

B. Test

Exercice 1 : Quiz

[solution n°5 p.19]

Question 1

Qu'est-ce qu'une taxonomie ?

- ☐ Une manière de référencer son site sur les moteurs de recherche
- ☐ Une manière de classer les produits par thème
- ☐ Une manière de gérer les statistiques du site

Question 2

Un article peut être limité à une vente par commande.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

Question 3

En quoi les codes promo sont-ils utiles ?

- ☐ Ils permettent de limiter le nombre de visiteurs sur le site
- ☐ Ils sont très utiles pour le référencement du site
- ☐ Ils permettent de fidéliser la clientèle

Question 4

Le code couleur de l'état d'une commande en cours est orange.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

Question 5

WooCommerce est un logiciel qui peut être utilisé avec tous les CMS.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux


Solutions des exercices

Exercice p. 7 Solution n°1**Question 1**

Un produit téléchargeable n'est pas tenu d'appartenir à une catégorie.

☐ Vrai

☒ Faux


 Tous les produits de la boutique doivent être associés à une catégorie. Par défaut, la catégorie « *Non classé* » sera attribuée au produit.

Question 2

Les étiquettes peuvent être hiérarchisées « *Parent* »/« *Enfant* ».

☐ Vrai

☒ Faux


 Les étiquettes sont uniques et ne peuvent pas être hiérarchisées comme les catégories.

Question 3

Ajouter un ou plusieurs attributs à un produit le rend plus visible.

☒ Vrai

☐ Faux


 Les attributs sont un moyen d'affiner la recherche d'un produit.

Question 4

Les produits sans prix sont affichés dans la boutique.

☒ Vrai

☐ Faux

 Les produits sans prix sont affichés dans la boutique, mais ne pourront pas être mis dans le panier.

Question 5

Les avis peuvent être activés pour un produit même s'ils sont désactivés dans les réglages généraux de WooCommerce.

☐ Vrai

☒ Faux

 Si les avis sont désactivés au niveau général, la case « *Avis* » ne sera pas disponible dans l'onglet « *Avancé* » du produit.


Exercice p. 14 Solution n°2

Question 1

La boîte de réception de la page d'accueil de WooCommerce reçoit les commandes passées par les clients.

☐ Vrai

☒ Faux


 Cette boîte ne reçoit que des informations relatives à WooCommerce, les extensions et des informations pertinentes sur la gestion de la boutique.

Question 2

Une commande en attente de paiement réduit le stock.

☒ Vrai

☐ Faux


 Le stock est bien réduit. Il sera réajusté en cas d'annulation de la commande.

Question 3

Il faut réajuster manuellement le stock si une commande est annulée.

☐ Vrai

☒ Faux


 Le stock sera automatiquement ajusté si une commande est annulée, que ce soit par l'administrateur ou le client.

Question 4

Dans la partie « *Statistiques* », les ventes brutes représentent le total des ventes.

☐ Vrai

☒ Faux


 Les ventes brutes ne considèrent pas les retours, les codes promo, les taxes et les frais de port.

Question 5

Un code promo peut n'être appliqué que sur une variation d'un produit variable.

☒ Vrai

☐ Faux

 Il est possible de choisir une ou plusieurs variations d'un produit variable.

p. 15 Solution n°3

Michel va créer 2 catégories : « *Femme* » et « *Homme* ». Il va ensuite créer 2 attributs : « *Taille* » et « *Couleur* ». Pour l'attribut « *Taille* », les variations seront S, M, L et XL et pour l'attribut « *Couleur* » les variations seront « *Noir* » et « *Blanc* ». Il va ensuite créer 1 produit variable T-shirt par catégorie, ce qui lui fera 2 produits T-shirts. Dans la partie « *Données produit* » de la page de création de produit, il ajoutera les attributs créés précédemment et choisira les valeurs à inclure. Il utilisera ces valeurs pour les variations. Dans l'onglet « *Variations* », il choisira de créer les variations pour tous les attributs. Il suffira de saisir les informations pour chaque variation créée.


p. 15 Solution n°4

Michel peut mettre ces articles en promotion et/ou créer un code promotionnel pour ces articles. Pour créer un code promo, Michel peut se rendre sur l'onglet « **Marketing** » puis sur « **Codes Promo** ». Ol pourra alors afficher le code sur plusieurs pages de son site ou bien une seule, par le biais des réseaux sociaux ou la liste marketing. Pour que celui-ci soit fonctionnel, il faut que la case « **Activer les codes promo** » soit sélectionnée (située dans les options générales).

Il peut aussi les mettre en avant dans la boutique en les liant à d'autres produits, soit en produits suggérés, soit en ventes croisées, ou même les deux.


Exercice p. 15 Solution n°5**Question 1**

Qu'est-ce qu'une taxonomie ?

- ☐ Une manière de référencer son site sur les moteurs de recherche
- ☒ Une manière de classifier les produits par thème
- ☐ Une manière de gérer les statistiques du site
-  La taxonomie est un moyen de classification permettant de regrouper les publications ou produits par thèmes.


Question 2

Un article peut être limité à une vente par commande.

- ☒ Vrai
- ☐ Faux
-  Dans l'onglet « *Inventaire* » de la page « *Produits* », vous pouvez limiter l'achat à 1 article par commande.

Question 3

En quoi les codes promo sont-ils utiles ?


- ☐ Ils permettent de limiter le nombre de visiteurs sur le site
- ☐ Ils sont très utiles pour le référencement du site
- ☒ Ils permettent de fidéliser la clientèle
-  Ils permettent de générer des ventes, d'offrir des récompenses aux clients les plus fidèles, ou de fidéliser les potentiels clients.

Question 4

Le code couleur de l'état d'une commande en cours est orange.

☐ Vrai

☒ Faux


 L'état d'une commande en cours est indiqué en vert.

Question 5

WooCommerce est un logiciel qui peut être utilisé avec tous les CMS.

☐ Vrai

☒ Faux

 WooCommerce est un plugin utilisable sur WordPress uniquement.