





# Guide utilisateur du pack Boutique Solo



# **SOMMAIRE**

1	Introduction	. 6
1.1	Présentation de ce document	6
1.2	En savoir plus / contacter notre équipe	6
1.3	Utiliser le Centre de Services	6
	1.3.1 Déposer une nouvelle demande	7
	1.3.2 Modifier un ticket existant	8
1.4	Se connecter à l'interface d'administration	9
1.5	Questions commerciales	9
1.6	Présentation de l'interface d'administration	10
	1.6.1 Zoom sur la navigation	10
	1.6.2 Signification des pictogrammes utilisés sur l'interface	
	1.6.3 Modification des textes avec l'éditeur HTML	
2	Paramètres	12
2.1	Propriétés	
	2.1.1 Informations	
	2.1.1.1 Paiement par carte bancaire	
	2.1.1.3 Paiement par Paypal	
	2.1.1.4 Vente privée	. 13
	L'activation de cette fonctionnalité vous permet de réserver vos meilleures offres à une popula	
	ciblée ou de vendre à un public restreint dans le cas de vente B2B par exemple  2.1.1.5 Identifiant Google Analytics	
	2.1.2 Page d'accueil	
	2.1.3 Référencement	
2.2	Personnalisation	
	2.2.1 Choisissez votre template, vos couleurs, votre bandeau, etc.	
	2.2.2 Choisissez votre template	
	2.2.2.1 Image de fond	
	2.2.3 Langages & Devises	
	2.2.4 Mon favicon	
	2.2.5 Sélectionnez vos modules	
	Intitulés modules	
2.4	Flux RSS	
	2.4.1 Flux catégories	25
	2.4.2 Flux Notre sélection	26



	2.4.3	Flux Nouveautés	26
	2.4.4	Flux Produits	26
2.5	Mode Va	icances	27
	2.5.1	Paramétrage	27
	2.5.2	Répercussions pour les internautes	27
		Désactivation automatique ou prolongation de la date de retour	
4 4 1		• • •	
1.1	vente re	servée aux majeurs	∠8
3	Catalog	ue produits	29
3.1	Rubriqu	e Catégories	29
	3.1.1	Ordonnancement	29
	3.1.2	Catégories	29
		3.1.2.1 Avant de créer une catégorie	
		3.1.2.2 Créer une catégorie	
		3.1.2.3 Liste des catégories	
3.2	-	e Produits	
		Marques	
	3.2.2	Produits	
		3.2.2.1 Création d'un produit	
	2 2 2	Variations	
	3.2.3	3.2.3.1 Créer les types de variations	
		3.2.3.2 Créer une variation sur un produit	
	3.2.4	Exports	43
4	Module	s – Pages	44
4.1	Rubriqu	e Modules	44
	4.1.1	Bonnes affaires	44
		4.1.1.1 Création d'une bonne affaire	
		4.1.1.2 Lister les bonnes affaires	
	4.1.2	Codes promo	
		4.1.2.1 Création d'un code promotion	
	413	Avis des internautes	
		Actualités	
	4.1.4	4.1.4.1 Créer une nouvelle actualité	
		4.1.4.2 Lister les actualités	
	4.1.5	Contenu libre	50
	4.1.6	Nous trouver	52
	4.1.7	Suivez nous sur	54
		Partagez cette page	
42	Rubrian	e Pages	55
	•	Modification des textes avec l'éditeur HTML	
		Actualités	
		Conditions générales de vente	



	•	
	4.2.4 Page contenu libre	57
	4.2.5 Les bonnes affaires	58
	4.2.6 Qui sommes-nous ?	59
4.3	Rubrique Documents	60
5	Commandes - stocks	
5.1	Rubriques Commandes	62
	5.1.1 Commandes	
	5.1.1.1 Etat des commandes	
	5.1.1.2 Commentaires – infos clients	
	5.1.1.4 Facture client	
	5.1.1.5 Export commandes	
	5.1.2 Paramètres	
5.2	? Rubrique Stocks	65
	5.2.1 Stocks	65
	5.2.2 Import /export des stocks	66
	5.2.3 Rapport	67
_	Defining the street	60
6	Préparation - Livraison	68
6.1	Rubrique Coûts de préparation	68
	6.1.1 Préparation de commande	68
6.2	Rubrique Gestion des livraisons	68
	6.2.1 Tarifs de la Poste	68
	6.2.2 Zones de livraison	69
	6.2.2.1 Gestion par poids	
	6.2.2.2 Gestion par forfait	
	6.2.3 Franco de port	
	6.2.4 ColiPoste	70
7	Statistiques	72
7.1	Statistiques	
	7.1.1 Trafic	
	7.1.2 Commandes	
	7.1.3 Contacts	
7 2	? Fichier client	_
1 .2	7.2.1 Voir	
	7.2.2 Exporter	11
8	E-mailing	78
0.4	Campagne	78
8.1	· Vallipayiic	



	8.1.1 Crée	er une campagne	78
	8.1.2 Etap	e 1 – Propriétés	78
	8.1.3 Etap	e 2 – Edition	79
	8.1.4 Etap	e 3 - Version Texte	81
	8.1.5 Etap	e 4 – Routage	81
	8.1.6 Liste	des campagnes	82
8.2 De	estinataires	<u> </u>	82
	8.2.1 Cont	tact	82
	8.2.2 Grou	лре	83
		.1 La liste des groupes	
		.2 L'ajout d'un groupe	
	-	ort / export	
8.3 St	atistiques		85
9 R	éférencem	ent	86
9 1 CI	namns réféi	rencement	86
<b>.</b>	=	clé pour l'url	
		uence	
	•	ité	
10 G	nagle Shar	pping	QQ
10.1			
	10.1.1	Soumettez vos articles sur Google Shopping	
	10.1.2	Code EAN	
	10.1.3	Référence fabricant	
	10.1.4	Google catégorie	90
10.2	Variations	S	91
10.3	Catégorie	es	91
11 Aı	nnexe : l'é	diteur html	92



# 1 Introduction

#### 1.1 Présentation de ce document

Ce document est destiné aux commerçants utilisant le Pack Boutique Solo avec ou sans la vente en ligne.

A l'aide de l'interface d'administration de la Boutique Solo, vous pourrez gérer l'intégralité des contenus de votre boutique : les produits, les catégories, les modules, les zones rédactionnelles. Vous pourrez également assurer le traitement des commandes et des demandes de contacts reçues.

NB : Selon le pack pour lequel vous avez opté, certains des modules présentés ne seront pas accessibles (cela concerne le plus souvent les packs Start à 20€ HT/mois).

Si vous souhaitez disposer des différents modules qui pourraient vous intéresser, n'hésitez pas à nous contacter via e-mail, ticket ou téléphone.

# 1.2 En savoir plus / contacter notre équipe

Si vous n'avez pas trouvé la réponse à votre question dans ce guide utilisateur, vous pouvez essayer :

#### • Aide en ligne :

Repérez en priorité les bulles d'aide contextuelle sur votre interface d'administration. Elles sont représentées comme ceci : 🕡

#### • Site Support:

consultez le site dédié au Support de la Boutique Solo à l'adresse suivante : <a href="http://wbsupport.eolas-interactive.com">http://wbsupport.eolas-interactive.com</a>. Votre identifiant : client ; votre mot de passe : clientwb.

#### Ticket:

https://my.eolas.fr : à utiliser en priorité si vous souhaitez nous contacter. Une seule règle : soyez le plus précis et exhaustif dans votre demande afin que nous puissions vous répondre dans les meilleurs délais et le plus efficacement possible.

#### • Téléphone :

à préférer pour les questions urgentes ! Le numéro : 04 76 44 50 50. Demandez le support "Serviciels – Boutique Solo".

#### 1.3 Utiliser le Centre de Services

Le Centre de Services a pour objectif de structurer les différents échanges entre vous et l'équipe Support Eolas, notamment en termes de :

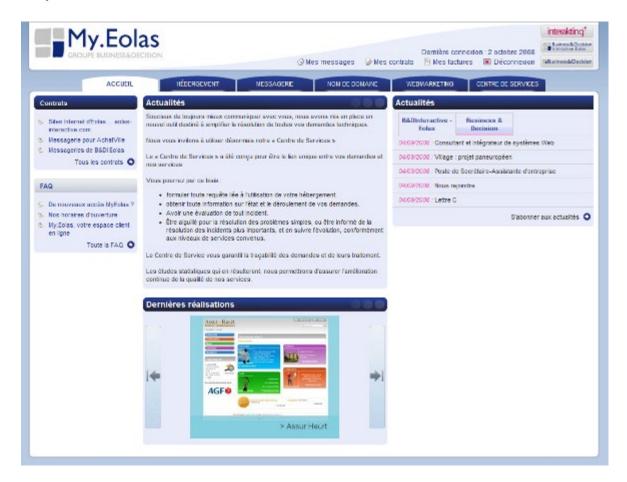
- centralisation des demandes,
- suivi des délais et des assignations,
- traçabilité des échanges.

Pour y accéder : <a href="https://my.eolas.fr">https://my.eolas.fr</a>.

Pour votre première connexion, utilisez la fonction "mot de passe perdu" pour définir votre mot de passe. Votre identifiant est votre adresse e-mail.

Une fois identifié, vous accédez à la page ci-dessous.





Cliquez sur l'onglet « Centre de Services » :



#### 1.3.1 Déposer une nouvelle demande



La notion de ticket correspond à une demande. Le ticket est déposé par le client, puis suivant le type de demande, le ticket est assigné pour traitement à différentes équipes d'Eolas.

Un ticket peut également être déposé par notre équipe, pour votre information ou quand nous sollicitons une intervention de votre part.



#### Nouveau ticket

Description	900
Objet *	
Centre de services *	•
Domaine *	Confidentiel - Cönfidentiel é   ▼
Nature *	Anomalie
Notification	En copie Non en copie
	< >> Confidential - Confidential
Commentaire *	A · B I   ≡ ≡ ≡ ≔ ;
Fichier n°1	Parcourir_ [+]
Lien n°1	[+] Envoyer

La première partie du formulaire de dépôt de ticket contient les champs suivants :

- Objet : c'est le titre de votre demande, essayez d'être concis et explicite. Si c'est urgent, indiquez-le dans l'objet
- Centre de services : choisir Serviciels : Web Business / Web Public / Solo / UC
- Domaine : choisir l'élément qui vous est présenté (s'il y a plusieurs éléments, vous choisirez celui sur lequel porte votre demande)
- Nature : choisissez le type de demande parmi les choix proposés (Anomalie, Assistance, Facturation, Nom de domaine).

Ensuite, cliquez sur Envoyer, en bas à droite, pour valider votre ticket.



Nous serons avertis de votre ticket et vous répondrons dans les meilleurs délais.

#### 1.3.2 Modifier un ticket existant

Si vous souhaitez modifier un ticket, pour ajouter une information par exemple, vous pouvez cliquer sur le nom du ticket concerné, après avoir cliqué sur "Tous les tickets" :



**Tickets** 

✓ Priorité ∧



Sur ce ticket, vous pourrez alors cliquer, en haut ou en bas de l'écran, sur le bouton "Prendre le ticket" :

#### Ticket CDS071114021



Cela vous permettra de rajouter un commentaire.

Il n'est donc pas nécessaire de créer un nouveau ticket pour compléter votre demande. Vous validerez le ticket pour que votre commentaire soit bien pris en compte.

Le ticket nous sera de nouveau "assigné" et nous vous répondrons dans les meilleurs délais.

#### 1.4 Se connecter à l'interface d'administration

L'interface d'administration de votre boutique est accessible à partir d'une adresse de ce type : <a href="http://boutiquesolo.com/administration">http://boutiquesolo.com/administration</a>

Votre identifiant et votre mot de passe vous seront transmis par ticket lors de l'ouverture de votre boutique.

#### 1.5 Questions commerciales

Pour découvrir l'étendue de notre offre pour votre Boutique Solo (et nos autres solutions web et digital marketing), nous vous invitons à consulter notre site <a href="http://web-business.eolas.fr">http://web-business.eolas.fr</a>.



Vous pouvez également nous solliciter par ticket ou par téléphone.



# 1.6 Présentation de l'interface d'administration



Cliquez pour visualiser votre boutique en ligne, telle que la verront les internautes

(2)

Consultez les actualités de la Boutique Solo : nouvelles fonctionnalités, tutoriaux, etc.

(3)

Accédez rapidement au catalogue produits, aux paramètres, aux commandes, etc.

(4)

Suivez en un clin d'œil l'état de vos commandes et contacts

(5)

Renforcez la sécurité de votre boutique, avec la fonctionnalité permettant de mettre votre boutique hors ligne en cas de nécessité (Cela aura pour effet de rendre l'accès à votre boutique inaccessible pour vos internautes. Notez que cette fonctionnalité est à utiliser avec parcimonie pour ne pas pénaliser le référencement de votre boutique.)

#### 1.6.1 Zoom sur la navigation



Paramètres: pour modifier les informations générales du site et personnalisez l'affichage (modules et couleurs)

Catalogue produits: pour créer et modifier vos produits, marques, catégories, variations...

<u>Modules – pages</u> : pour modifier les zones rédactionnelles hors pages produits et catégories et créer des bonnes affaires et actualités.

Commandes - stocks : pour gérer les commandes et l'état des stocks

<u>Préparation – livraison</u>: pour gérer les zones de livraison et franco de port.

Statistiques: pour visualiser les statistiques de fréquentation et d'utilisation de la boutique.

E-mailing: pour gérer les campagnes d'e-mailing.

#### 1.6.2 Signification des pictogrammes utilisés sur l'interface

Libellé / icône Explications

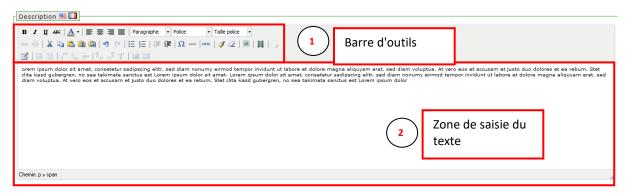


jupe	Tous les textes soulignés en vert sont cliquables
<b>-</b>	Indique que vous pouvez modifier le contenu de la zone
	Permet de lister les produits, les catégories, les marques
<b>3</b>	Permet de télécharger un fichier MS Excel
₩ 1	Permet de trier les résultats dans un tableau
=	Permet d'ajouter un élément (produit, promotion)
<b>(1)</b>	Indique qu'une aide est disponible (cliquez dessus pour avoir l'aide)

#### 1.6.3 Modification des textes avec l'éditeur HTML

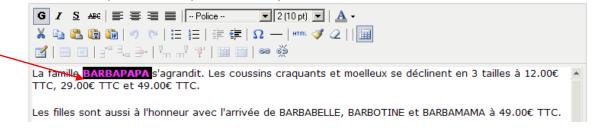
Certaines zones de votre boutique peuvent être modifiées grâce à un outil simple : l'éditeur HTML. L'éditeur HTML est un outil vous permettant de mettre en forme vos textes, par exemple pour mettre en caractères gras ou changer la couleur du texte.

L'utilisation de l'éditeur HTML est très simple. Son utilisation est similaire à un éditeur de texte traditionnel (ex : Word).



Une fois que vous avez saisi votre texte dans l'éditeur HTML, vous pouvez le mettre en forme à l'aide de la barre d'outils.

Pensez à sélectionner précisément la partie du texte que vous souhaitez modifier.



Retrouvez en annexe la signification des icônes de l'éditeur html.



Vous pouvez mettre en forme vos textes comme vous le souhaitez. Néanmoins, nous vous recommandons de rester "sobre" dans les couleurs et la taille de la police! Et vérifiez systématiquement le rendu de vos textes sur votre boutique en ligne.



# **Paramètres**

#### 2.1 **Propriétés**

A l'ouverture de la boutique, nous remplissons pour vous un certain nombre d'informations, comme :

- le nom de domaine (temporaire au départ),
- le nom de la société et le nom du dirigeant,
- la TVA applicable,
- la vente en ligne,
- les différents modes de paiement,



#### 2.1.1 **Informations**

# **Propriétés**

Informations	
Boutique créée le	11/04/2008
Dernière mise à jour	16/03/2012
Nom de domaine *	.boutiquesolo.com
Nom de la société *	
Nom du dirigeant *	
Afficher TVA *	Oui ○ Non
	TVA intracommunautaire *
Catégorie Kelkoo *	SPORT ▼
Siret *	
E-mail de gestion *	
Identifiant Google Analytics	UA-

L'e-mail de gestion est l'adresse e-mail sur laquelle vous recevrez les confirmations de commandes, les rapports de stocks... Vous pouvez spécifier une adresse différente pour recevoir les demandes de contacts dans le menu "Nous trouver".

Concernant les modes de paiement, vous pouvez choisir parmi les solutions suivantes :

- CB (carte bancaire),
- Virement,
- chèque,
- au magasin,
- Paypal.

Vous nous informerez de votre choix en termes de modes de paiement par ticket.

#### 2.1.1.1 Paiement par carte bancaire

Pour le paiement par carte bancaire, les transactions passent par un module de paiement sécurisé bancaire. Il vous suffit de souscrire un contrat de vente à distance auprès d'une banque et de leur donner nos coordonnées en tant que contact technique. Nous nous chargerons de l'intégration technique du module. Quand le module sera intégré et en production, vous pourrez tester le paiement, en réalisant vous-même une commande.

# 2.1.1.2 Paiement par virement

Afin de pouvoir proposer le mode de paiement par virement à vos internautes, nous vous invitons à nous communiquer vos informations bancaires par ticket, en joignant votre RIB scanné.





#### 2.1.1.3 Paiement par Paypal

Nous vous invitons à créer votre compte sur Paypal directement (<a href="https://www.paypal-france.fr/marchands/solutions-paiement/paypal-integral.php">https://www.paypal-france.fr/marchands/solutions-paiement/paypal-integral.php</a>). Il vous suffira ensuite pour mettre Paypal en place sur votre boutique de nous communiquer par ticket l'adresse e-mail de votre compte Paypal. Quand cela sera fait, vous pourrez tester le paiement, en réalisant vous-même une commande.

#### 2.1.1.4 Vente privée

L'activation de cette fonctionnalité vous permet de réserver vos meilleures offres à une population ciblée ou de vendre à un public restreint dans le cas de vente B2B par exemple.

Quand l'internaute arrivera sur la page d'accueil de votre site, il devra se connecter avec ses identifiants de membre pour pouvoir accéder aux catégories et pages produits. Seules les pages Contact, Qui sommes-nous, Page de contenu libre et Crédits sont accessibles à tous les internautes.

Les deux modes d'inscription qui vous sont proposés sont :

- générique: tous les utilisateurs autorisés se connectent avec les mêmes identifiant et mot de passe.
- nominatif: chaque utilisateur s'inscrit pour pouvoir accéder au site.

Nous vous invitons à nous contacter par ticket si cela vous intéresse.

#### 2.1.1.5 Identifiant Google Analytics

Vous pouvez créer votre propre compte Google Analytics et insérer votre ID de site (du type "UA-XXXXXXXX") directement dans les propriétés de votre boutique.

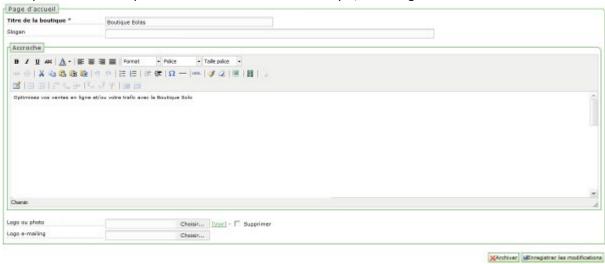
Service complémentaire: Si vous souhaitez que nous créions et configurons le compte Google Analytics pour vous et bénéficier du suivi de vos transactions e-commerce sur Google Analytics, nous vous invitons à souscrire au Pack Solo Premium. Nous paramétrerons également un rapport automatique que vous recevrez tous les mois par e-mail.





#### 2.1.2 Page d'accueil

Vous pouvez dans cette partie modifier le titre de votre boutique, votre slogan et votre accroche.



Ces éléments s'afficheront ici (encadrés en bleu - des variantes seront appliquées en fonction du template graphique que vous avez choisi pour personnaliser votre boutique) :

# Titre de la boutique :



# Slogan:



#### Accroche:



En savoir plus sur Grand Ouest Eclairage



#### Logo ou photo:



#### Bannière:



#### 2.1.3 Référencement

Ce bloc a pour fonction de favoriser le référencement de votre site dans les moteurs de recherche comme Google, Yahoo, Bing (anciennement Live Search)...



Consultez la section détaillée sur le référencement au paragraphe « Référencement ».

#### 2.2 Personnalisation

C'est ici que vous personnaliserez le "look" de votre boutique et les modules qui la composeront.



# 2.2.1 Choisissez votre template, vos couleurs, votre bandeau, etc.

Vous disposez de 4 templates graphiques que vous pouvez utiliser gratuitement et librement (6 pour les boutiques créées avant avril 2012).

Pour chacun de ces templates, nous vous proposons des palettes de couleurs harmonieuses, que vous pouvez sélectionner en cliquant sur celle de votre choix. Néanmoins, vous pouvez changer chacune des 3 couleurs qui composent le look du site.

Vous pourrez également ajouter votre propre bandeau ou personnaliser un des bandeaux de notre bibliothèque gratuite.



Vous pouvez également personnaliser l'image de fond de votre boutique.

Pour visualiser le rendu, cliquez sur "Enregistrer les modifications", puis cliquez sur le lien en haut de page "Visualiser". Les modifications sont faites en temps réel.



Si vous modifiez les couleurs, vérifiez toujours le rendu en ligne.

Par contre, ne changez pas trop régulièrement la palette de couleurs quand votre site sera en ligne, les internautes pourraient en être perturbés et ne pas reconnaître votre site.

#### 2.2.2 Choisissez votre template





#### 2.2.2.1 Collection standard

Il existe aujourd'hui 4 templates ou modèles graphiques disponibles gratuitement (6 pour les boutiques créées avant avril 2012). Cliquez sur la vignette du template pour le sélectionner et enregistrez pour voir les modifications en ligne.

C'est principalement la disposition des modules qui varie entre les maquettes.

Un changement de template permet d'améliorer l'apparence globale de votre boutique, mais aussi l'image que vous donnez à vos internautes !

#### 2.2.2.1 Image de fond

Vous avez la possibilité d'aller encore plus loin dans la personnalisation des graphismes avec l'ajout d'un fond de votre choix pour habiller votre site et le rendre encore plus graphique !

L'ajout d'un fond peut-être permanent ou ponctuel. Il permet notamment :

- de renforcer l'impact visuel de votre site en reprenant les couleurs qui vous différencient.
- de dynamiser votre boutique en fonction de vos évènements ponctuels ou saisonniers, comme les soldes ou les périodes de fête.

Vous pouvez ajouter toutes les images ou fonds de votre choix. La seule contrainte à respecter est d'importer votre image dans les dimensions suivantes : 1x3000px pour une couleur unie et 2000x3000px pour une photo ou une image.

Nous attirons votre attention sur le format et le poids de votre image : afin de ne pas ralentir l'affichage de votre site, nous vous recommandons d'insérer une image optimisée pour le web (76 dpi) et ne pesant pas plus de 500ko, au format jpg (format le plus compressé).

> Si l'image que vous souhaitez insérer n'est pas dans les bonnes dimensions ou si son poids est trop élevé, vous pouvez utiliser un logiciel de retouche photo gratuit comme Paint.net pour la mettre dans les bonnes dimensions.



#### 2.2.2.2 Taille de police

La taille de la police de votre site vous semble trop grosse ou trop petite?

Sur les 4 templates, vous avez la possibilité de modifier la taille d'affichage de la police de votre site Web.

Dans la zone "Taille de police" de l'onglet Personnalisation, il vous suffit de cocher la taille des polices que vous souhaitez : Petite, Normale ou Grande.





#### 2.2.3 Langages & Devises

Dès la création de votre Boutique Solo vous avez le choix entre une version française et une version anglaise, et, par extension, vous avez la possibilité de sélectionner la devise qui sera utilisée pour l'affichage de vos tarifs.



Si vous faites ensuite le choix d'une langue supplémentaire, l'interface d'administration sera commune à la première version linguistique de votre site Internet. La traduction des produits, des catégories et de tous les autres contenus devra être assurée par vos soins.

#### 2.2.2.2 Collection design



Ces deux modèles sont plus recherchés graphiquement parlant, avec des arrondis et des effets d'ombres et de dégradés.

Nous adaptons ces deux maquettes avec vos couleurs, votre logo et votre bandeau haut.

# 2.2.2.3 Collection personnalisée



Pour un look complètement personnalisé de votre boutique, nous réalisons également votre charte graphique sur mesure.

Quelques exemples: <a href="http://web-business.eolas.fr/21-realisations.htm">http://web-business.eolas.fr/21-realisations.htm</a>

Après un « briefing » détaillé avec notre graphiste pour connaître précisément vos attentes en matière d'univers, ambiance et style graphique, nous vous ferons une proposition de maquette, sur laquelle nous échangerons et modifierons les éléments que vous souhaitez.

Ensuite, nous intégrerons cette nouvelle charte graphique sur votre site, sans que vous n'ayez à faire de changement sur vos fiches produits ou pages de contenu.

#### 2.2.4 Mon favicon

Un favicon est une icône symbolisant votre site web. Les navigateurs web utilisent les favicons dans la barre d'adresse, la barre de titre, les favoris, les onglets et autres raccourcis.

Attention: Votre image doit être au format 16x16 pixels et avoir comme extension ".ico".



#### Un exemple:

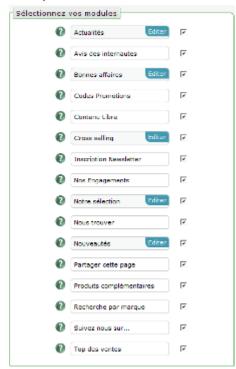


Vous pouvez créer facilement votre propre Favicon à l'aide d'outils en ligne tels que :

- www.favicon.cc
- www.htmlkit.com/favicon

#### 2.2.5 Sélectionnez vos modules

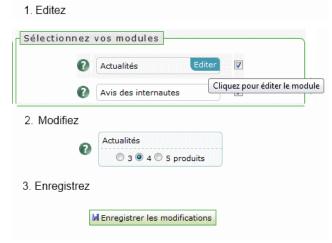




Cochez les modules que vous souhaitez afficher sur la boutique et enregistrez les modifications.

Vous avez la possibilité de définir le nombre d'items affichés pour les modules : Actualités, Bonnes affaires, Cross selling, Notre sélection et Nous trouver.

Pour ce faire, rendez-vous sur l'onglet Paramètres > menu Personnalisation, bloc Sélectionnez vos modules :



# Les différents modules sont décrits ci-après :

#### **Actualités**



Le module « Actualités » vous permet de proposer aux internautes des actualités liées à votre activité (évènements, nouvelles gamme de produits, etc.).

Les internautes peuvent s'abonner à vos actualités grâce au système de <u>flux</u> <u>RSS</u> mis en place.

Pour créer vos actualités : Modules – Pages > Modules > Actualités > Nouveau

# Avis des internautes



Le module « Avis des internautes » vous permet de recueillir les avis de vos internautes et clients.

Ce module donne aux internautes l'occasion de noter et de commenter les prestations de votre boutique en ligne, mais aussi des produits et services que vous proposez. C'est également l'occasion d'avoir une mini enquête de satisfaction.



Pour paramétrer le module des avis des internautes, rendez-vous dans Modules – Pages > Avis des internautes > Gestion des avis clients

#### **Bonnes affaires**



Le module « Bonnes affaires » vous permet de mettre en avant sur la page d'accueil de votre site toutes vos bonnes affaires : réductions, promotions, cadeaux, etc.

Les internautes peuvent s'abonner à vos bonnes affaires grâce au système de flux RSS mis en place.

Pour créer une bonne affaire, rendez-vous dans Modules - Pages > Modules > Bonnes affaires > Nouveau

#### **Codes Promotions**

Vous avez la possibilité de créer un code qui pourra être utilisé par l'internaute lors de sa commande et qui lui offrira XX % (ou YY euro) de réduction sur celle-ci.

Pour créer vos codes promotionnels : Modules – Pages > Codes promotions > Nouveau

#### **Contenu Libre**



Comme son nom l'indique, vous pouvez utiliser ce module pour y ajouter des images, du texte, etc.

Vous avez désormais la possibilité d'ajouter autant de modules de contenu libre que vous le souhaitez.

- 2 types de contenu peuvent être ajoutés :
- avec du contenu rédactionnel, pour publier tout type d'information pour vos internautes
- avec du code html pour l'affichage de modules externes de votre choix (par exemple un module de chat, une like box Facebook, un flux Tweeter, etc.).

Pour ce faire, rendez-vous dans l'onglet "Modules - Pages", menu Modules > Contenu libre.

# **Cross Selling**





Pour un produit donné, le module « Cross selling » vous permet de proposer 4 autres produits aux internautes.

Ces 4 produits s'affichent de façon automatique sous la forme « Les internautes qui ont acheté ce produit ont aussi acheté ... ».

Le module « Cross selling » est présent sur chaque fiche produit.

#### Inscription à la newsletter



Ce module vous permet de proposer aux internautes de votre site la possibilité de s'inscrire à votre newsletter.

Les internautes sont invités à saisir leur adresse e-mail dans le champ prévu à cet effet.

Le module s'affichera dans la colonne de gauche ou de droite, selon votre template.

NB: Le libellé du module est modifiable dans le menu Paramètres > Intitulé des modules.

#### **Nos Engagements**



Le module « Nos engagements » est présent sur toutes les pages de votre site et vous permet de mettre en avant vos divers engagements : modes de paiement acceptés, sécurité des transactions, etc.

En cliquant sur l'un des liens du module, l'internaute accède à la page « Conditions générales de vente ».

#### **Notre sélection**



Le module « Notre sélection » vous permet de mettre en avant les produits de votre choix sur les pages de votre site. Le choix des produits à inclure dans la sélection se fait directement dans la zone **Catalogue produits > Produits > Produits**.

Si vous choisissez plus de 6 produits à inclure dans le module, ces derniers s'afficheront de manière aléatoire.



#### **Nous trouver**



Ce module présent sur toutes les pages de votre site affiche vos coordonnées et le plan d'accès interactif Google Maps.

#### **Nouveautés**



Le module « Nouveautés » affiche sur la page d'accueil de votre site les 4 produits que vous avez sélectionnés au niveau de votre catalogue produits. Si vous en avez sélectionné plus de 4, ils s'afficheront de manière aléatoire.

Les internautes peuvent s'inscrire pour recevoir vos nouveautés produits grâce au système de flux RSS mis en place.

#### Partager cette page



Le module « Partager cette page » offre aux internautes la possibilité d'envoyer via e-mail, page Facebook ou leur compte Twitter, l'url de la page sur laquelle ils se trouvent. Ils peuvent également indiquer à leur réseau qu'ils apprécient votre page, avec le bouton Google + 1.

# **Produits complémentaires**



Le module "Produits complémentaires" vous permet d'associer des produits accessoires à un produit.

Par exemple, si je vends des chaussures, je peux associer à mon produit "Chaussures Mephisto - modèle XY" du cirage, des lacets ou tout autre produit complémentaire.

Vous définissez les produits complémentaires associés sur une page produit.

Le module "Produits complémentaires" s'affichera alors sur la page produit concernée pour les internautes.

#### Recherche par marque



Le module « Recherche par marque » permet à l'internaute de rechercher tous les produits d'une marque donnée. Les marques se déclarent dans la zone **Catalogue produits** > **Produits** > **Marques**.



#### Suivez nous sur ...



Le module « Suivez-nous sur ... » vous permet d'insérer un lien vers votre page Facebook et/ou votre page Twitter.

Le paramétrage de ce module se fait dans la zone Modules - Pages > Modules > Suivez-nous sur ...

# Top des ventes



Le module « Top des ventes » affiche de manière automatique les 5 produits les plus vendus sur votre boutique.

# 2.3 Intitulés modules



Ce tableau vous permet de modifier les intitulés des modules présents sur votre boutique.

Ex. : Nom d'origine = Top des ventes ; Nouveau nom = Meilleurs ventes

Le nombre de caractères est limité à 20 pour des questions d'affichage sur votre boutique.

Pour faire la modification des intitulés de modules, rendez-vous dans la rubrique Paramètres > Intitulés modules.



#### 2.4 Flux RSS

Flux RSS	
Le module "Flux RSS" vous pi 4 types de flux sont à votre d - Flux "Catégories" - Flux "Notre sélection" - Flux "Nouveautés" - Flux "Produits"	ermet d'exporter certains de vos produits sur votre vitrine AchatVille. lisposition : de ces flux est expliqué dans les infos bulles. Merci de vous y référer.
Flux catégories 🕠	
Flux 'Notre sélection'	http://eolas.boutiquesolo.com/rssNotreSelection_Achatville.php
	[Copier] + AchatVille
Flux 'Nouveautés'	http://eolas.boutiquesolo.com/rssNouveautes_Achatville.php
	[Copier] + AchatVille
Flux produits 🕠	http://eolas.boutiquesolo.com/rssProduits_Achatville.php
	[Copier] + AchatVille

Le module "Flux RSS" vous permet d'exporter certains de vos produits sur votre vitrine AchatVille ou sur un autre site ; 4 types de flux sont à votre disposition :

- Flux "Catégories"
- Flux "Notre sélection"
- Flux "Nouveautés"
- Flux "Produits"

#### Exemple d'affichage sur AchatVille :



L'avantage est de ne pas avoir à gérer une fiche produit similaire sur votre vitrine AchatVille. Le produit sera affiché et l'internaute qui cliquera sur la vignette ou le nom du produit sera automatiquement redirigé vers la fiche produit concernée sur votre Boutique Solo.



Les liens depuis des sites populaires selon les moteurs de recherche sont très importants. C'est ce qu'on appelle le netlinking.

#### 2.4.1 Flux catégories

Cette fonctionnalité vous permet d'exporter les catégories ainsi que les produits qu'elles contiennent vers votre vitrine AchatVille. Ce sont les 15 derniers produits ajoutés à la catégorie qui seront affichés dans votre vitrine AchatVille.

Quand un internaute clique sur l'un de vos produits, il est redirigé vers votre Boutique Solo. Vous pouvez sélectionner plusieurs catégories à exporter.



Pour sélectionner une catégorie à exporter sur AchatVille, vous devez :

- cocher la case "Exporter les produits de cette catégorie sur AchatVille" dans le bloc
   "Propriétés" --> "Flux RSS" de la fiche catégorie,
- enregistrer les modifications.

Une fois les modifications enregistrées, le lien du flux apparaît en dessous.

C'est ce lien que vous devrez communiquer à l'équipe Support, dans un ticket. Quand il aura été intégré, il s'affichera sur votre vitrine AchatVille.

#### 2.4.2 Flux Notre sélection

Cette fonctionnalité vous permet d'exporter les produits que vous avez ajoutés dans le module "Notre sélection" vers votre vitrine AchatVille. Ce sont les 15 derniers produits ajoutés à votre sélection qui seront affichés dans votre vitrine AchatVille.

Quand un internaute clique sur l'un de vos produits, il est redirigé vers votre Boutique Solo.

Allez ensuite dans la page « Flux RSS » de l'onglet paramètres et copiez l'url du flux Notre séléction qui s'affiche et qui est de la forme :

http://www.votrenomdedomaine.com/rssNotreSelection\_Achatville.php

Et communiquez-le à l'équipe Support, dans un ticket. Quand il aura été intégré, il s'affichera sur votre vitrine AchatVille.

#### 2.4.3 Flux Nouveautés

Cette fonctionnalité vous permet d'exporter les produits que vous avez ajoutés dans le module "Nouveautés" vers votre vitrine AchatVille.

Ce sont les 4 derniers produits ajoutés à votre Boutique Solo qui seront affichés dans votre vitrine AchatVille. Quand un internaute clique sur l'un de vos produits, il est redirigé vers votre Boutique Solo.

Allez ensuite dans la page « Flux RSS » de l'onglet paramètres et copiez l'url du flux Nouveautés qui s'affiche et qui est de la forme :

http://www.votrenomdedomaine.com/rssNouveautes Achatville.php

Et communiquez-le à l'équipe Support, dans un ticket. Quand il aura été intégré, il s'affichera sur votre vitrine AchatVille.

#### 2.4.4 Flux Produits

Cette fonctionnalité vous permet d'exporter les 50 produits de votre choix vers votre vitrine AchatVille. Vous pouvez sélectionner plusieurs produits à exporter.

Ce sont les 50 derniers produits ajoutés à votre flux produits qui seront affichés dans votre vitrine AchatVille. Quand un internaute clique sur l'un de vos produits, il est redirigé vers votre boutique solo.

Pour sélectionner un produit à exporter sur AchatVille, vous devez :

- cocher la case "Exporter ce produit sur AchatVille" dans les propriétés de la fiche produit,
- enregistrer les modifications.

Allez ensuite dans la page « Flux RSS » de l'onglet paramètres et copiez l'url du flux Produits qui s'affiche et qui est de la forme :



#### http://www.votrenomdedomaine.com/rssProduits Achatville.php

Et communiquez-le à l'équipe Support, dans un ticket. Quand il aura été intégré, il s'affichera sur votre vitrine AchatVille.

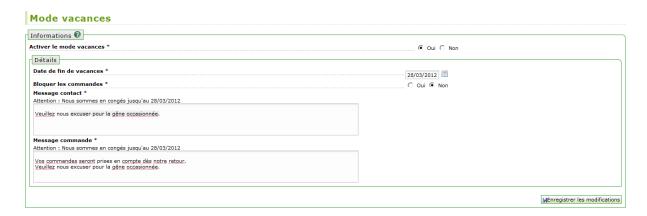
#### 2.5 Mode Vacances

#### 2.5.1 Paramétrage

Vous avez la possibilité de passer votre boutique en mode vacances avec le choix suivant :

- 1. Soit la vente en ligne sera bloquée
- 2. Soit la vente restera activée mais l'internaute aura un message spécifique rédigé par vos soins.





#### 2.5.2 Répercussions pour les internautes

Si les commandes sont bloquées, le panier et le bouton « valider le panier » ne seront pas affichés. Si les commandes ne sont pas bloquées, l'internaute ne pourra valider le panier que s'il a coché une case à cocher sous le panier, indiquant :

« Je suis informé que le site [NOM BOUTIQUE] est fermé pour congés jusqu'au [DATE DE FIN DE VACANCES]. Ma commande ne pourra être traitée avant cette date. »

Les délais de livraisons (récapitulatif de commande) tiendront compte de votre date de retour de congés.

#### 2.5.3 Désactivation automatique ou prolongation de la date de retour

Vous serez prévenu par e-mail de la désactivation automatique du mode vacances (1 jour avant réactivation). Cependant si vous souhaitez prolonger vos congés, il vous suffira de vous connecter à l'interface d'administration de votre boutique afin de modifier votre date de retour.



# 1.1 Vente réservée aux majeurs

Si votre site vend des produits uniquement réservés aux personnes majeures, vous avez la possibilité de personnaliser un message qui s'affichera au moment de la commande.

Par exemple : la vente de nos produits est réservée aux personnes majeures. Merci de cocher la case pour confirmer que vous êtes majeur.

Par défaut, cette fonctionnalité est désactivée.





# 3 Catalogue produits

# 3.1 Rubrique Catégories

#### 3.1.1 Ordonnancement

Vous pouvez ici gérer l'ordre d'affichage des catégories (tous niveaux confondus). Cliquez sur les flèches vertes ou utilisez le "drag and drop" (ou "glisser – déposer") pour faire monter ou descendre une catégorie.



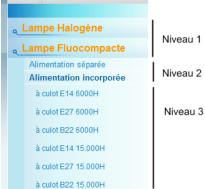
# Ordonnancement des catégories



# 3.1.2 Catégories

Vous disposez au maximum de 3 niveaux de catégorie.

# Exemple:



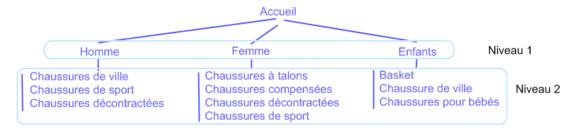


Au sein de chaque niveau de catégorie, vous pouvez créer un nombre illimité de catégories et/ou de-produits. La seule limite réside dans la lisibilité du menu!

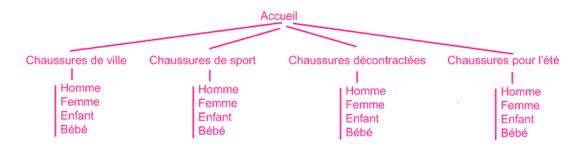
#### 3.1.2.1 Avant de créer une catégorie

Avant de créer vos catégories, nous vous recommandons de réfléchir sur papier à l'arborescence que vous proposerez sur le site.

Exemple : je vends des chaussures. Vaut-il mieux classer comme ceci :



#### Ou comme cela:



C'est votre expérience en magasin et ce que vous constaterez sur les sites concurrents qui vous aideront à construire au mieux votre arborescence.



Insérez les mots clés pour votre activité dans les libellés de catégorie (au moins les libellés longs).

Ex. : au lieu de "Homme" -> Chaussures pour Homme". Attention néanmoins à ne pas être trop redondant : les textes doivent rester agréables à lire pour les internautes.

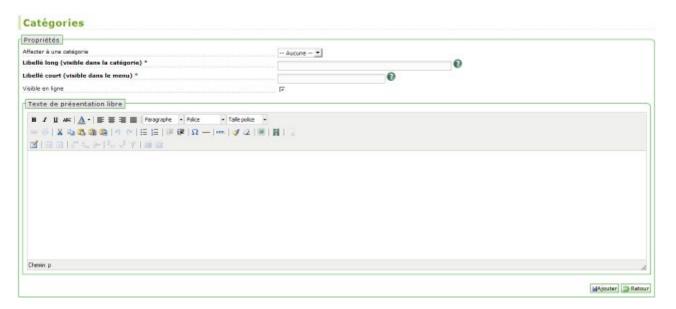


# 3.1.2.2 Créer une catégorie

Pour créer une catégorie, cliquez sur l'icône encadrée (avec un petit « plus » vert):



# Voici ce qui s'affiche :

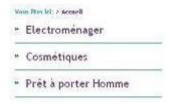


#### Propriétés

**Affecter à une catégorie :** Indiquez ici la catégorie Google. Si ce champ n'est pas rempli, tous les produits affectés à cette catégorie pourront ne pas être visibles dans Google Shopping.

**Libellé long** : correspond au titre de la catégorie qui sera affiché dans la catégorie.

**Libellé court** : correspond au titre de la catégorie qui sera affiché dans la navigation.







Affecter à une catégorie : sélectionnez une catégorie à laquelle vous souhaitez rattacher la catégorie concernée, si c'est une catégorie de niveaux 2 ou 3 (reconnaissable avec les chevrons : « > » ).

#### Texte de présentation libre

Vous présenterez ici la catégorie concernée. Vous pouvez tout à fait faire des liens pour inviter la consultation des catégories de niveau inférieur ou de pages produits particulières.

#### Exemple:

# Lampe Fluocompacte

Les lampes fluocompactes, appelées également lampes à économie d'énergie ou lampes basse consommation, ont pour particularité d'offrir un meilleur coefficient de performance et une durée de vie plus importante qu'une lampe à incandescence classique.

Ainsi une lampe fluocompacte de 11 W produira le même éclairage qu'une lampe à incandescence de 40 à 60 W et durera

six à quinze fois plus longtemps qu'une ampoule classique. De forme sphérique, globe, allongée, spirale ou flamme, avec une <u>alimentation incorporée</u> ou <u>sáparée</u>, vous trouverez forcément votre lampe fluocompacte sur Lampe-eclairage.com!



Ce champ ne doit pas être laissé vide si vous souhaitez optimiser votre site pour le référencement. Ecrivez un texte dans lequel figureront les expressions clés liées à la catégorie et faites des liens vers vos pages internes!

#### Les produits



C'est un raccourci pour créer un nouveau produit dans cette catégorie et pour ordonnancer les produits de la catégorie.

# 3.1.2.3 Liste des catégories

Pour afficher la liste des catégories existantes, cliquez sur l'icône encadrée :





# **Catégories**

6 résultats sur 6 - Page 1/1

Catégories de niveau 1			Visible
La boutique			Oui
La boutique	Les fonctionnalités		Oui
La boutique	Les fonctionnalités	Vente en ligne	Oui
Vêtement			Oui
Vêtement	Enfant		Oui
Vêtement	Enfant	Pantalon	Oui

Cliquez sur le nom d'une catégorie pour la modifier.

Vous retrouverez les mêmes champs que pour la création d'une catégorie.

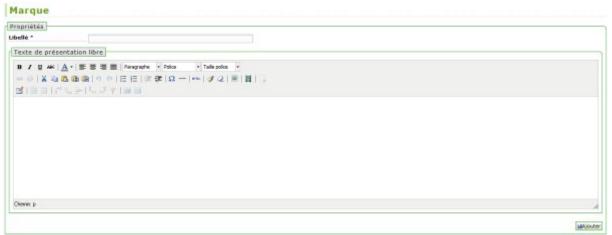
# 3.2 Rubrique Produits

#### 3.2.1 Marques

Vous pouvez associer vos produits à une marque. L'avantage est que les internautes peuvent faire une recherche sur une marque en particulier dans le menu déroulant (avec le module "recherche par marque", voir au « Sélectionnez vos modules > Recherche par marque »).



Pour créer une nouvelle marque, cliquez sur l'icône de création.



# Texte de présentation libre

Il est important pour la référencement de compléter la partie du texte de présentation de la marque. Vous pourrez y insérer des images, des liens, des exemple de produits, l'historique de la marque ...

#### Liste des marques



Pour afficher la liste des marques créées, cliquez sur l'icône "liste".



Exemple du module "recherche par marque" :



Seules les marques qui sont rattachées à un produit visible seront présentes dans cette liste déroulante.



Chaque marque a une page dédiée, avec une url du type : <a href="https://www.votrenomdedomaine.com/nomdelamarque\_mxxxx.html">www.votrenomdedomaine.com/nomdelamarque\_mxxxx.html</a>. Faites des liens vers ces pages dans vos descriptions de produits ou catégories.

Vous pouvez éventuellement employer le module de marques à une autre fin. Par exemple, pour proposer une entrée par mode d'utilisation, par couleur, par prix etc.

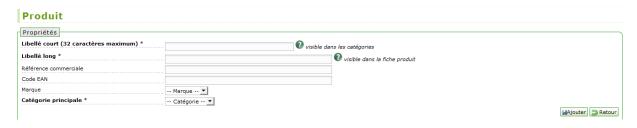
Exemple : si je vends des luminaires, je peux avoir une navigation du type : lampe à poser, lampadaire, applique, plafonnier, suspension... Et une recherche par mode d'utilisation-du type : pour le salon, pour la cuisine, pour la salle de bains...

#### 3.2.2 Produits

#### 3.2.2.1 Création d'un produit

Cliquez sur l'icône de création = pour créer un nouveau produit.

#### 3.2.2.1.1 Propriétés



Libellé court : Aperçu du nom du produit dans le menu



Libellé long: Aperçu du nom du produit dans la fiche produit

**Référence commerciale** : Ce champ n'apparaîtra pas sur la page produit en ligne.

**Code EAN :** Ce champ n'apparaîtra pas sur la page produit en ligne. Ce code doit faire 13 chiffres et sera utilisé notamment par Google Shopping pour la comparaison de prix.

Marque : Choisissez une des marques définies à l'avance.

Catégorie principale : Choisissez une des catégories définies à l'avance.

Astuce : ouvrez un deuxième onglet de l'interface d'administration sur votre navigateur. Cela vous permettra de ne pas sortir de votre page produit si vous devez créer une nouvelle marque ou une nouvelle catégorie.

#### Catégories secondaires



Cette fonctionnalité vous permet de classer un produit dans plusieurs catégories ou sous catégories. Votre produit s'affichera donc dans d'autres catégories. Néanmoins, dans le fil d'Ariane, il sera rattaché à la catégorie principale.

Dans le cas où vous auriez affecté un produit à une catégorie principale A et à une catégorie secondaire B, si vous créez une bonne affaire sur la catégorie A et une autre sur la catégorie B, les deux remises sont calculées et c'est la remise la plus avantageuse pour l'internaute qui s'appliquera (donc pas le cumul des deux).

A noter également que l'affichage d'une vignette produit dans une catégorie de niveau 2 ou 3 est limité à la catégorie principale.

Par exemple : votre produit appartient à la catégorie A en tant que catégorie principale et à la catégorie B > Sous catégorie de niveau 2 > sous catégorie de niveau 3 en tant que catégorie secondaire. Quand vous visualiserez la page de la catégorie B > sous catégorie de niveau 2, la vignette ne s'affichera pas. Mais elle s'affichera bien quand vous serez sur la page de la catégorie B > sous catégorie de niveau 3.



**Quantité nette du produit :** En remplissant ces champs vous activez l'affichage du prix en fonction du volume ou du poids. Ce dernier est calculé automatiquement.

NB: L'emplacement des informations peut varier en fonction de votre charte graphique.



Délai de disponibilité : Indiquez en texte le délai de réapprovisionnement. Exemple : de 1 à 2 semaines.

**Stock en magasin**: Si le produit n'est pas disponible, ce champ sera grisé. S'il est disponible, indiquez le nombre d'exemplaires que vous pouvez vendre. Quand le stock sera à 0, ce produit ne pourra plus être acheté par les internautes. Consultez la <u>section Rapports de stocks</u>, pour être averti de l'état des stocks à partir d'un certain seuil.

Produit visible ?	⊚	Oui	О	No	n
Produit vendable en ligne ?	$\circ$	Oui	•	No	n
Archiver ?	O	Oui	•	No	n 🕜
Afficher le produit dans le module "Notre sélection" ?	0	Oui	•	No	n
Afficher le produit dans le module "Nouveauté" ?	$\circ$	Oui	•	No	n
Poids					Kg
Frais de préparation de commande liée au produit					€
Frais de livraison spécifique au produit					€ TTC (Ex. la souscription à une assurance pour un produit cher.
Délai de livraison minimum J+ *					jours.
Délai de livraison maximum J+ *					jours.
Garantie					
Condition			•		

Produit visible: vous pouvez cocher "non" et ainsi préparer des fiches produits à l'avance.

Afficher le produit dans le module "Notre sélection" : vous permet de sélectionner les produits pour les mettre en avant sur le site, notamment sur la page d'accueil.

**Afficher le produit dans le module "Nouveauté"** : vous permet de sélectionner les produits pour les mettre en avant sur le site, notamment sur la page d'accueil

**Poids** : indispensable à renseigner si vous gérez le coût de livraison au poids. Si ce champ est vide, le coût de livraison ne pourra pas être calculé ni facturé au client.

**Délai de livraison minimum / maximum** : obligatoire (cf. loi Châtel). Délai prévu pour la réception de la commande par le client.

Nouvel affichage de vos délais de livraison : Si le délai de livraison que vous avez saisi sur vos fiches produits est compris entre 1 et 1 jour la mention "Livraison en 24 h!" apparaît alors sur votre site.

Même fonctionnement pour les livraisons en 48 heures (livré en 1 à 2 jours) et en 72 heures (livré en 1 à 3 jours).

Exemple:

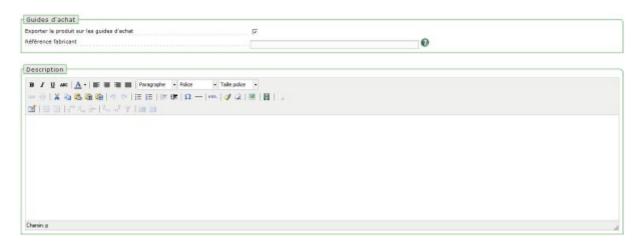




Garantie : 1 an Etat : Neuf Livraison sous 7 à 10 jours

Au delà d'un délai de livraison supérieur à 3 jours, la mention reste la même, à savoir par exemple : Livraison 7 à 10 jours.

Condition: neuf ou occasion.



**Guides d'achat :** Pour faire apparaître vos produits sur Google shopping, il est désormais impératif d'avoir le code EAN ou la référence fabricant renseigné pour chaque produit que vous souhaitez voir apparaître sur Google shopping, en plus du nom de la marque.

Pour cela, le champ "référence fabricant" a été ajouté au niveau de vos pages produits.

**Exporter le produit sur les guides d'achat** : cochez la case si vous souhaitez intégrer ce produit au fichier d'export pour les guides d'achat (Google Shopping, Kelkoo, LeGuide.com...). Consultez la <u>section Extractions</u> pour en savoir plus.

Exporter ce produit sur AchatVille : cochez la case si vous souhaitez intégrer ce produit au flux Produits.

Référence fabricant : est un code permettant au fabricant d'identifier de façon unique un produit. Plus précisément, la combinaison de la marque et de la référence fabricant identifie clairement un produit. Cette référence fabricant est utile pour l'export de vos produits pour Google Shopping. Il est vivement recommandé de ne pas inventer ni utiliser de valeurs approximatives pour ce champ, car il doit avoir une valeur bien définie, fournie par le fabricant. Toute autre valeur sera considérée comme non valide par Google Shopping.



**Description** : très important pour vendre votre produit. Décrivez au mieux votre produit, en listant toutes les caractéristiques, comme vous le feriez en magasin.



Dans la description, insérez plusieurs fois le nom du produit et les mots clés qui vous semblent pertinents pour les internautes et que ceux-ci sont susceptibles de saisir sur un moteur de recherche.

Attention aux fautes d'orthographe et au copier-coller de textes de vos fournisseurs. Adaptez-les toujours à minima.



**Commentaires internes :** Vous disposez désormais d'un champ de commentaires internes sur chaque page Produit, en dessous de la description du produit. Les commentaires internes ne seront bien sûr pas visibles sur le site.

**Vidéo** : copiez-collez ici le code HTML de la vidéo hébergée sur un site de partage de vidéo (comme YouTube ou DailyMotion).

Si vous ne souhaitez pas héberger votre vidéo sur ce genre de site, <u>contactez-nous</u>: nous vous ferons une offre d'hébergement (payant).



#### 3.2.2.1.2 Photos



Vous pouvez faire afficher 10 images pour chaque produit. Complétez les champs pour la 1ère page et ensuite cliquez sur "ajouter d'autres vues de votre produit" pour les 9 autres images.

Le libellé de l'image correspond à sa description. Si elle est identique au nom du produit, cliquez directement sur "copier le libelle court du produit".

En cliquant sur la photo vous pouvez déplacer cette dernière afin de la remonter, ou la redescendre.



Un produit sans photo ne pourra pas s'afficher sur votre site!



#### 3.2.2.1.3 <u>Produits complémentaires</u>





Le module "Produits complémentaires" vous permet d'associer des produits accessoires à un produit. Par exemple, si vous vendez des chaussures, vous pouvez associer à votre produit "Chaussures Mephisto - modèle XY" du cirage, des lacets ou tout autre produit complémentaire.

Le module "Produits complémentaires" s'affichera alors sur la page produit concernée pour les internautes.

N'oubliez pas d'activer le module pour qu'il apparaisse sur les pages produits ! Comment activer le module ?

### 3.2.2.1.4 <u>Dupliquer un produit</u>

En bas de page produit, il vous est possible de dupliquer un produit.

Nous vous recommandons d'utiliser cette fonction uniquement pour des produits qui sont quasiment identiques, à cause des url, qui ne décriront peut être pas correctement le nom du produit.

Exemple : j'ai créé un produit "jean Diesel". L'url est du type jean\_diesel\_p1234.html. Je duplique ce produit et modifie le nom du produit : "manteau Diesel". L'url de ce produit sera alors jean\_diesel\_p1235.html. Vous ne pourrez modifier cette url seulement avec le module de référencement (payant).

#### 3.2.2.2 Liste des produits

Cliquez sur l'icône liste pour lister et filtrer les produits.



### Produit



4 résultats sur 4 - Page 1/1 ■ Nom **♣** Catégorie **♠** ♣ Sélection ♠ 
 Vendable en ligne
 ♣ Archivé ★ Mon produit 1 Ma catégorie 1 Oui Oui Oui Non Mon produit 2 Ma catégorie 2 Oui Oui Oui Non Ma catégorie 1 Oui Oui Mon produit 4 Ma catégorie 4 Non Non Oui Non

Vous pouvez ici faire une recherche parmi vos produits, sur une partie du nom, une référence commerciale, la catégorie principale. Vous pourrez lister les produits liés au module "notre sélection ", ceux qui sont vendables en ligne ou archivés.

Avec les icônes de tri, vous pourrez ensuite trier ceux qui sont visibles ou non visibles.

Cliquez ensuite sur le nom du produit, en vert, pour modifier le produit.

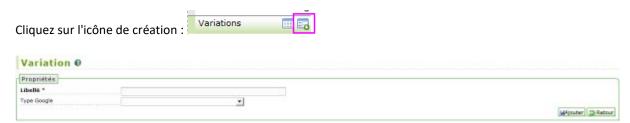
#### 3.2.3 Variations

Une fois votre produit créé, vous pourrez lui ajouter des variations.

Exemple d'utilisation des variations : je vends des pulls. Pour le même modèle, je vais avoir plusieurs tailles (36, 38, 40, 42... ou S, M, L...) et je peux aussi avoir plusieurs coloris (vert, bleu, rouge...).

Pour chaque produit, vous pouvez ainsi définir plusieurs variations, avec la possibilité de mettre un prix différent, un poids différent, un stock différent.

#### 3.2.3.1 Créer les types de variations



Libellé : Saisissez le libellé de votre type de variation. Par exemple : taille, couleur, longueur...



Une fois créée, vous y associerez des valeurs, en cliquant sur "Gérer les valeurs". Par exemple : pour les longueurs de skis : 1,50 m, 1,80 m, 2 m, etc.



# Longueur skis



La variation est prête à être utilisée.

**Type de variation (Google Shopping) : (**Ici, « Type Google ») indiquez ici le type de variation. Si ce champ n'est pas rempli, vos variations de produits ne seront pas visibles dans Google Shopping.

#### 3.2.3.2 Créer une variation sur un produit

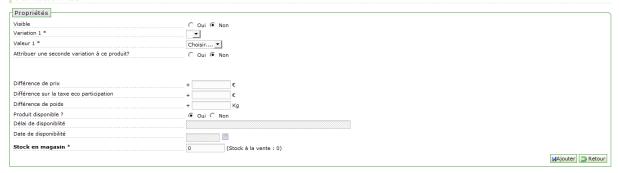
Vous pourrez ensuite associer à chaque produit deux types de variations différents (pour un pull par exemple : 1er type de variation : couleur et 2ème type de variation : taille).

Pour chaque variation, vous définirez les valeurs de chaque type de variation : rouge et S avec éventuellement un prix et une quantité ; bleu et S avec éventuellement un prix et une quantité, etc.



Sur la page produit, cliquez sur "ajouter une variation" (en dessous du bloc prix).

#### Variation de



Choisissez la variation 1 : la taille dans notre exemple et affectez lui une valeur : 36.

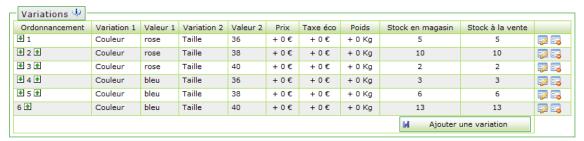
Vous pouvez rajouter un type de variation. Dans notre exemple la couleur bleue.

Ensuite, vous pouvez indiquer une différence de prix, d'éco taxe ou de poids par rapport au produit de base (une couleur inédite pour une console vidéo pourra être plus chère que la couleur classique par exemple). Enfin, indiquez le nombre d'exemplaires en stock de ce produit avec ces variations (dans le cas où vous avez 5 pulls de ce modèle en rouge et seulement 3 en bleu).

Cas pratique : un pull se décline en 2 couleurs, avec 3 tailles différentes à chaque fois.

Ce qui donne, sur l'interface d'administration :





L'ordre des variations a son importance au niveau de l'affichage des variations sur votre boutique, dans la liste déroulante.

Si une des variations a pour stock une quantité nulle, elle ne sera plus dans la liste déroulante.





#### 3.2.4 Exports

Afin d'augmenter la visibilité de vos produits sur le web, nous vous offrons la possibilité d'exporter votre catalogue produits pour les principaux guides d'achat et comparateurs.

En un clic, vous pourrez télécharger votre fichier produits aux formats Kelkoo et LeGuide.com.





Il vous suffira ensuite de vous inscrire en tant que marchand sur ces sites pour mettre en ligne votre catalogue produits.

Kelkoo et LeGuide.com offrent tous les deux des offres d'essai gratuites.

Il vous sera également possible de contractualiser avec ces sites pour bénéficier d'une visibilité supplémentaire (payante).

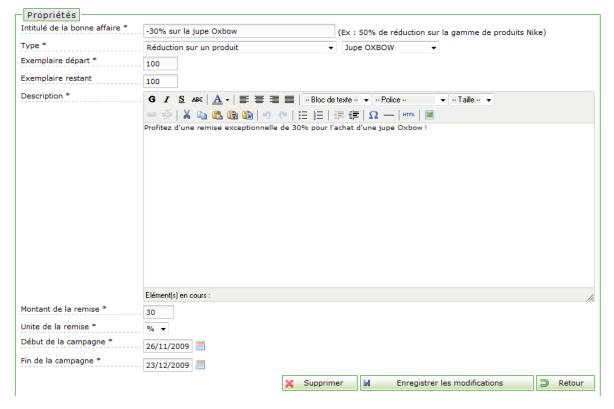
A noter : nous pourrons si vous le souhaitez vous accompagner dans cette démarche dans le cadre d'un contrat webmarketing. Si cela vous intéresse, merci de <u>nous contacter via le Centre de Services</u>.



# 4 Modules – Pages

# 4.1 Rubrique Modules

#### Modules - Pages Modules 4.1.1 **Bonnes affaires** Bonnes affaires **=** ■ 👼 Codes promotions Actualités **...** 4.1.1.1 Création d'une bonne affaire Avis des internautes Contenu Libre **=** Cliquez sur l'icône de création 🗐. Nous trouver **-** Suivez-nous sur... **Bonnes affaires**



**Intitulé**: donnez un titre accrocheur pour inciter les internautes à prendre connaissance de la bonne affaire et à en profiter.

**Type** : réduction sur tous les produits d'une catégorie, réduction sur un produit ou cadeau offert pour une commande.

Exemplaire départ : mettez un chiffre élevé si vous souhaitez que tous les visiteurs puissent en profiter.



Exemplaire restant : se met à jour automatiquement, en fonction de l'utilisation de la bonne affaire.

**Description**: comme l'intitulé, la description doit inciter l'internaute à profiter de votre bonne affaire. Vous pouvez y insérer des liens vers des pages produits si vous le souhaitez.

Unité de la remise : % ou €.

**Début - Fin de la campagne** : la bonne affaire s'affichera seulement pendant cette période.

Si un produit est concerné par plusieurs bonnes affaires, c'est la remise la plus importante qui sera appliquée.

Aperçu de la bonne affaire sur la page d'accueil de votre boutique :



Quand l'internaute clique dessus :

## -30% sur la jupe Oxbow

Du 26/11/2009 au 23/12/2009

Profitez d'une remise exceptionnelle de 30% pour l'achat d'une jupe Oxbow!

Et quand l'internaute clique sur le titre de la bonne affaire, il est dirigé vers la page produit concernée :



NB : Pour apporter plus de transparence à vos internautes et être conforme avec le Code de la Consommation\*, les dates de début et fin de campagne sont visibles sur votre site par les internautes sur les « bonnes affaires » et « codes promotionnels ». Les internautes pourront ainsi voir la période et la durée de vos actions de promotions.

Notre conseil : l'affichage de la durée de vos offres commerciales permet d'améliorer leur impact sur les internautes si vous choisissez des périodes courtes et en fonction de la saisonnalité de vos produits.

\*L'article L. 121-18 du code de la consommation indique que la durée de validité d'une offre promotionnelle doit être apparente pour les consommateurs.

### 4.1.1.2 Lister les bonnes affaires

# **Bonnes affaires**

2 résultats sur 2 - Page 1/1				
■ Intitule de la bonne affaire  ●	Début campagne       Début campagne	♣ Fin campagne ♠		
-30% sur la jupe Oxbow	26/11/2009	23/12/2009	100	100
Un gateau offert	20/01/2002	15/09/2009	1000	1000

Vous pourrez ainsi visualiser les bonnes affaires en cours, le nombre d'exemplaires restants et modifier les bonnes affaires, en cliquant sur son titre, en vert.



#### 4.1.2 Codes promo

Le fonctionnement est relativement similaire à ce qui existe sur les vitrines AchatVille: vous avez la possibilité de créer un code qui sera utilisé par l'internaute lors de sa commande et qui lui offrira XX % (ou YY euro) de réduction sur celle-ci.

La différence par rapport à AchatVille est qu'il est en plus possible de créer un code promo de type « Livraison gratuite ».



#### 4.1.2.1 Création d'un code promotion

#### Code promotion Propriétés Intitulé du code \* Promotion printemps -10% Code \* PR1TEMPS Début de la validité \* 17/03/2010 Fin de la validité \* 31/03/2010 Nombre d'exemplaires \* restant : 30 Type \* Réduction Montant de la réduction \* Unite de la réduction \* % 🔽 Montant TTC minimum de la commande pour utilisation (0 pour pas de minimum)

Cliquez sur l'icône de création <sup>100</sup> puis personnalisez votre code promo :

- Intitulé du code : donnez un titre accrocheur pour inciter les internautes à utiliser ce code promo.
- Code: choisissez un code du type « PROMO-10 » ou « PR1TEMPS » par exemple.
- Début Fin de la validité : le code promo sera valable seulement pendant cette période.
- Nombre d'exemplaires : indiquez combien de fois ce code pourra être utilisé.
- **Type** : réduction sur le montant d'une commande ou Livraison gratuite de cette commande.
- Montant et unité de la réduction : pour les codes du type « Réduction » indiquer de combien vous réduisez le montant, en % ou en €.
- Montant TTC minimum de la commande pour utilisation : précisez s'il faut un seuil pour pouvoir bénéficier de ce code.

NB: Pour apporter plus de transparence à vos internautes et être conforme avec le Code de la Consommation\*, les dates de début et fin de campagne sont visibles sur votre site par les internautes sur les « bonnes affaires » et « codes promotionnels ». Les internautes pourront ainsi voir la période et la durée de vos actions de promotions.

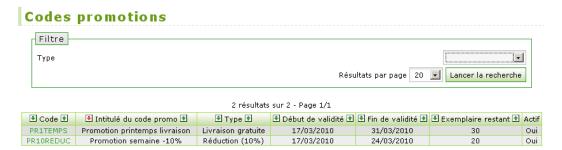
Notre conseil : l'affichage de la durée de vos offres commerciales permet d'améliorer leur impact sur les internautes si vous choisissez des périodes courtes et en fonction de la saisonnalité de vos produits.

\*L'article L. 121-18 du code de la consommation indique que la durée de validité d'une offre promotionnelle doit être apparente pour les consommateurs.

#### 4.1.2.2 Liste des codes promotions



L'icône vous permet de lister vos codes promo ; vous pourrez ensuite les modifier en cliquant sur le nom correspondant dans la colonne « Code » :



Attention : La réduction est calculée sur le panier hors frais de port et gestion ; les codes ne sont pas cumulables ; le total ne peut pas être négatif. L'internaute saisira son code promo lors du tunnel de commande, après avoir ajouté un produit au panier :

#### Votre panier contient 1 article(s) Vous bénéficiez de la livraison gratuite \* pour la zone de livraison France Métropolitaine - Colissimo suivi Vider mon panier X Réduction Prix total TTC articles Quantité Prix unitaire TTC Réduction produit catégorie 58.80 € <u>Sling</u> - 1 + 58.80 € Sous total 58,80 € Frais de préparation Total hors frais de livraison 58,80 € Ok Votre code promotion:

#### 4.1.3 Avis des internautes

Tous les internautes et clients seront invités à laisser leur avis sur votre site.



Ce module donne aux internautes l'occasion de noter et de commenter les prestations de votre boutique en ligne, mais aussi des produits et services que vous proposez. C'est également l'occasion d'avoir une mini enquête de satisfaction. Seuls les messages que vous validerez (via l'onglet 'Modules-Pages', menu 'Avis des internautes') seront publiés sur le site.

Vous serez alerté par e-mail du dépôt d'un avis. Vous aurez alors 30 jours pour le valider ou le supprimer. La suppression d'un avis déjà publié est également possible.

Vous êtes libre d'activer ou de ne pas activer la fonction (dans l'onglet "Paramètres" d'abord, puis personnalisez le module au niveau de l'onglet "Modules - pages" > Modules > Avis des internautes). Il s'agit d'un avis global concernant votre boutique (et non un avis spécifique par produit).



Vos clients recevront automatiquement un e-mail 7 jours après leur achat, les incitant à déposer un avis Vous recevrez un e-mail automatiquement à chaque avis à valider (si l'avis n'est pas validé par vos soins, il n'est pas publié sur le site)

Pour activer le module :

Sélection	nnez	vos modules		
		Actualités	Editer	
	0	Avis des internautes		
'	•	Bonnes affaires	Editer	

#### Exemples d'e-mails envoyés :

> MAIL INTERNAUTE POUR INCITER A DEPOSER UN AVIS

Bonjour,

Suite à votre commande n°14787 du 17/03/2010, nous espérons que vous avez bien reçu votre colis, et qu'il convient à votre attente.

Afin de nous faire part de votre appréciation de cette commande et partager votre expérience avec les autres internautes, nous vous invitons à publier votre avis sur notre site.

Lien pour déposer un avis

Merci de votre confiance et à bientôt.

L'équipe de [NOM BOUTIQUE]

> MAIL COMMERCANT POUR ALLER VALIDER UN AVIS

Bonjour,

Un internaute vient de déposer un avis au sujet de votre boutique.

Afin de le consulter et de le valider, cliquez sur le lien ci-dessous, ou alors rendez-vous sur l'interface d'administration de votre boutique Solo, onglet "Modules-Pages", menu "Avis des internautes". Consulter cette page

Cet avis restera stocké pendant une durée de 30 jours. Il sera automatiquement supprimé au-delà des 30 jours si vous n'en avez pas pris connaissance.

N'oubliez pas : l'avis des internautes est très important et permet de mettre en avant la qualité de votre boutique.

Merci de votre confiance et à bientôt.

L'Equipe Eolas – Web Business Business & Decision EOLAS

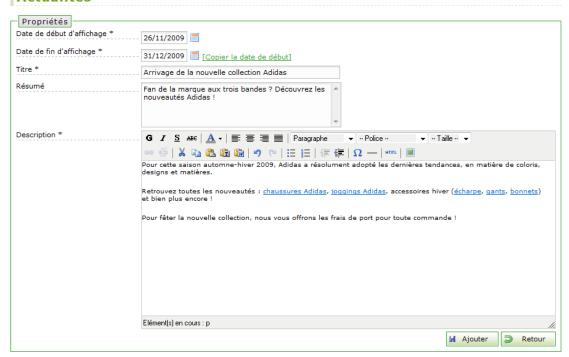


#### 4.1.4 Actualités

### 4.1.4.1 Créer une nouvelle actualité

Cliquez sur l'icône de création = .

# Actualités



Aperçu sur votre boutique :



#### Actualités



En cliquant sur le titre de l'actualité :

# Arrivage de la nouvelle collection Adidas

Pour cette saison automne-hiver 2009, Adidas a résolument adopté les dernières tendances, en matière de coloris, designs et matières.

Retrouvez toutes les nouveautés : <a href="mailto:chaussures Adidas">chaussures Adidas</a>, <a href="joggings Adidas">joggings Adidas</a>, <a href="accessoires hiver">accessoires hiver</a> (<a href="mailto:echarpe">echarpe</a>, <a href="gants">gants</a>, <a href="mailto:bonnets">bonnets</a>) et bien plus encore!

Pour fêter la nouvelle collection, nous vous offrons les frais de port pour toute commande!

Les dates de début / fin ne concernent que l'affichage de l'actualité. Si vous parlez d'un évènement, n'oubliez pas de mettre sa date dans le titre ou la description.

#### 4.1.4.2 Lister les actualités

Cliquez sur l'icône liste .

# Actualité

2 résultats si	ur 2 - Page 1/1		
● Titre ◆	◆ Date ◆	Date de fin	Visible ?
Arrivage de la nouvelle collection Adidas	26/11/2009	31/12/2009	Oui
Le magasin est ouvert	11/08/2000	15/09/2009	Non

Vous pourrez visualiser ainsi rapidement les actualités déjà créées et leur état de publication (visible ou non).

### 4.1.5 Contenu libre

Ce module permet d'insérer sur votre page d'accueil et dans les pages intérieures une zone dont vous définissez vous-même l'intégralité du contenu.

Vous pouvez y insérer du texte et des images.

Aperçu sur votre site:



• Positionnement « colonne » :

- Positionnement « central large », qui s'affichera en dessous du module « nouveautés » par exemple :
- Positionnement « central petit », qui s'affichera aux mêmes emplacements que les modules « notre sélection », « top des ventes » et « actualités » :







Vous pouvez donc utiliser ce module pour mettre en avant un produit, un partenaire, votre blog...
Vous pouvez ajouter un lien sur du texte ou une image, par exemple vers la page de contenu libre (Onglet Modules - Pages > Menu Pages : Page Contenu Libre).



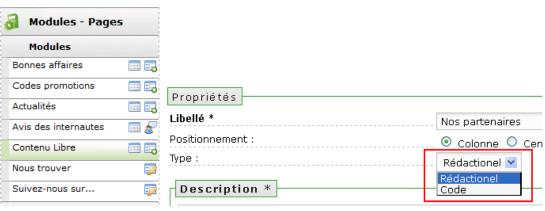
Pensez à adapter le format de vos images au type de positionnement que vous choisissez.

**Type :** Vous avez la possibilité d'ajouter autant de modules de contenu libre que vous le souhaitez. 2 types de contenu peuvent être ajoutés :

- avec du contenu rédactionnel, pour publier tout type d'information pour vos internautes
- avec du code html pour l'affichage de modules externes de votre choix (par exemple un module de chat, une like box Facebook, un flux Tweeter, etc.).

Pour ce faire, rendez-vous dans l'onglet "Modules - Pages", menu Modules > Contenu libre.

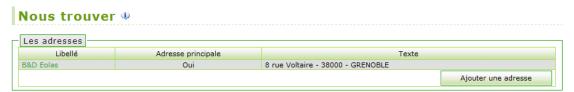




#### 4.1.6 Nous trouver

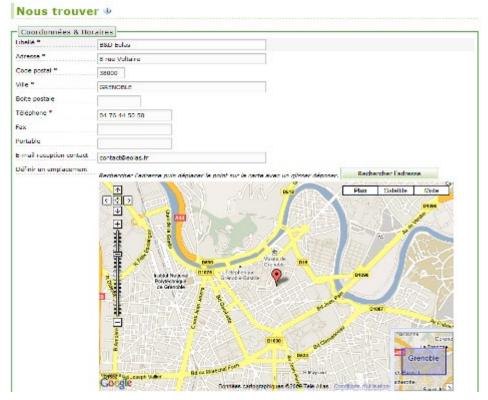
Ce module présent sur toutes les pages de votre site affiche vos coordonnées et fait un lien vers le plan d'accès interactif qui permet de se rendre dans votre magasin.





Il vous faut tout d'abord définir l'adresse de votre entreprise, en cliquant sur "ajouter une adresse".





Sur cette page, remplissez tous les champs et cliquez sur "Rechercher l'adresse". Puis cliquez sur « Rechercher l'adresse » afin de définir l'emplacement de votre entreprise. Si le pointeur n'est pas positionné au bon endroit, cliquez dessus et déplacez le vers le bon endroit, tout en maintenant le clic. Cliquez ensuite sur "Ajouter". Votre adresse est désormais créée.

Vous pouvez ajouter d'autres adresses si vous avez plusieurs points de vente ou adresses que vous souhaitez afficher sur le plan.

Aperçu du module "Nous trouver" sur votre site :





### Quand l'internaute clique sur la carte :



#### 4.1.7 Suivez nous sur ...

Le module 'Suivez-nous sur ...' vous permet d'insérer un lien vers votre page Facebook et/ou votre page Twitter.





Le paramétrage de ce module se fait dans la zone Modules - Pages > Modules > Suivez-nous sur ...

Afin d'activer ce module, rendez-vous dans la rubrique Paramètres > Personnalisation > Sélectionnez vos modules.



Sur l'interface d'administration :



Sur votre site:

# Suivez-nous sur



#### 4.1.8 Partagez cette page

Le module « Partager cette page » offre aux internautes la possibilité d'envoyer via e-mail, via leur page Facebook ou via leur compte Twitter, l'url de la page sur laquelle ils se trouvent. Ils peuvent également indiquer à leur réseau qu'ils apprécient votre page, avec le bouton Google + 1.

Aucun paramétrage n'est nécessaire pour activer ce module.

Les internautes verront sur toutes les pages de votre site les icônes associées à ces actions :



Afin d'activer ce module, rendez-vous dans la rubrique Paramètres > Personnalisation > Sélectionnez vos modules.



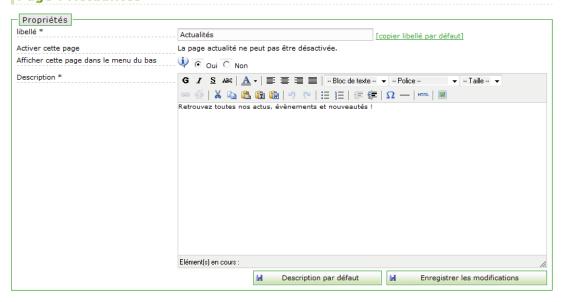
#### 4.2 **Rubrique Pages**





Vous pouvez ici personnaliser la page d'actualités, qui regroupe toutes vos actualités.

# Page : Actualités



Vous pouvez choisir d'afficher ou non la page dans le menu du bas (le pied de page) :



#### Aperçu sur le site :

# **Actualités**

Retrouvez toutes nos actus, évènements et nouveautés!

#### Arrivage de la nouvelle collection Adidas

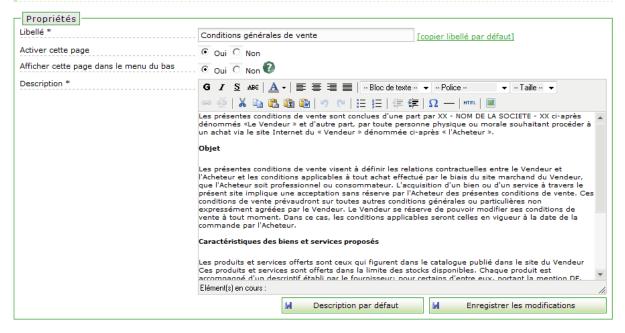
Pour cette saison automne-hiver 2009, Adidas a résolument adopté les dernières tendances, en matière de coloris, designet matières.

### 4.2.3 Conditions générales de vente

Lorsque vous faites de la vente en ligne sur votre site internet, vous êtes ici invités à modifier vos conditions générales de vente.



# Page : Conditions générales de vente



Nous vous fournissons un texte par défaut, mais nous vous recommandons vivement de le personnaliser. Les conditions générales de vente vous engagent auprès de vos clients : il ne faut donc pas les négliger !

Vous pouvez également utiliser cette page pour préciser vos frais de livraison. Les internautes apprécient de pouvoir consulter les frais de livraison avant de commander.

#### 4.2.4 Page contenu libre

Cette page permet d'ajouter du contenu dans une page que vous personnaliserez entièrement.



Elle sera accessible en pied de page si vous sélectionnez oui pour "Afficher cette page dans le menu du bas".



Sinon, vous pourrez faire un lien vers cette page depuis un autre emplacement sur votre site ou sur un site extérieur. L'astuce pour trouver l'url de cette page : affichez-la dans le menu du bas, copiez l'url, puis désactivez-la.

Aperçu de la page sur votre boutique :

# Chèque-cadeau MODE D'EMPLOI...

Escapade en Ville c'est la bonne idée de la rentrée! Ce site internet propose la vente en ligne de chèques-cadeaux sélectionnant les bonnes adresses de commerçants du centre-ville et les magasins spécialisés à Grenoble. Vous achetez en ligne un ou plusieurs chèques-cadeaux à valoir dans le magasin de votre choix. C'est simple, pratique et personnalisé... Idéal pour tous vos cadeaux à vos proches, amis, ou collègues de travail.

Mode d'emploi du chèque-cadeau sur escapade-en-ville.com :

Les chèques-cadeaux sont envoyés par la Poste en courrier MAX prioritaire et suivi, à votre adresse si vous souhaitez les remettre en main propre, ou directement à la personne destinataire du cadeau.

Ils sont élégants, présentés dans une **pochette**. Si vous laissez un mot, celui-ci est imprimé sur une **carte jointe**. Un **magnet** en alu brossé vient compléter le cadeau... pratique pour placer le chèque sur la porte du frigo et ne pas l'oublier!

Ils sont valables 1 an à compter de la date d'achat en ligne.



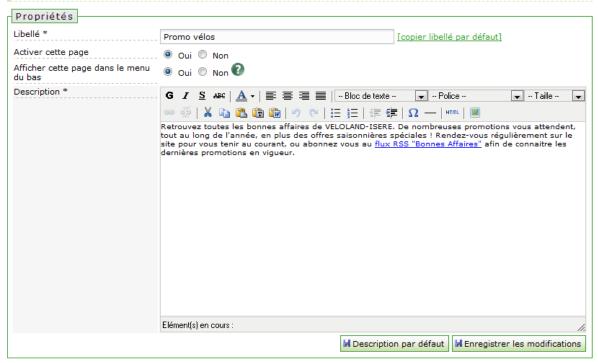
Vous pouvez vous en servir pour optimiser votre site pour le référencement. Vous pouvez également présenter vos partenaires et faire un lien vers leur site, dans le cadre d'un échange de liens par exemple.

#### 4.2.5 Les bonnes affaires

Cette page permet de personnaliser le texte qui introduit la liste des bonnes affaires créées.



# Page: Les bonnes affaires



#### Aperçu de la page sur votre boutique :

Vous êtes ici: > Accueil >> Promo vélos

#### Promo vélos

Retrouvez toutes les bonnes affaires de VELOLAND-ISERE. De nombreuses promotions vous attendent, tout au long de l'année, en plus des offres saisonnières spéciales! Rendez-vous régulièrement sur le site pour vous tenir au courant, ou abonnez vous au flux RSS "Bonnes Affaires" afin de connaître les dernières promotions en vigueur.



### PROMOTION SUR LE LAPIERRE SPICY 916 gamme 09

Du 07/07/2009 au 07/07/2010

#### PROMOTION EXCEPTIONNELLE

Le SPICY 916 de chez LAPIERRE est à seulement 3099 € Dépéchez vous, les stocks sont limités!



# Déstockage gamme FOCUS 2009

Du 08/11/2009 au 08/11/2010

#### 4.2.6 Qui sommes-nous?

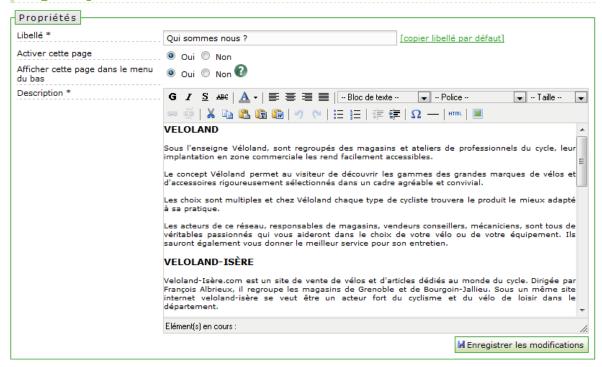
Cette page permet de présenter votre boutique, votre concept, votre philosophie... Cette page est essentielle pour inspirer confiance aux internautes et les inciter à passer commande sur votre site. Vous pouvez mentionner ici les informations obligatoires, comme votre immatriculation RCS, votre dénomination sociale, votre numéro de TVA intracommunautaire, etc.





Dans votre présentation, vous pouvez insérer des liens vers les catégories produits que vous souhaitez mettre en avant. Choisissez bien le nom du lien : préférez "chaussures pour homme" à "cliquez ici"!

# Page: Qui sommes nous?



#### Aperçu de la page sur votre boutique :

Vous êtes ici: > Accueil >> Qui sommes nous ?

#### Qui sommes nous?

#### VELOLAND

Sous l'enseigne Véloland, sont regroupés des magasins et ateliers de professionnels du cycle, leur implantation en zone commerciale les rend facilement accessibles.

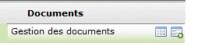
Le concept Véloland permet au visiteur de découvrir les gammes des grandes marques de vélos et d'accessoires rigoureusement sélectionnés dans un cadre agréable et convivial.

Les choix sont multiples et chez Véloland chaque type de cycliste trouvera le produit le mieux adapté à sa pratique.

Les acteurs de ce réseau, responsables de magasins, vendeurs conseillers, mécaniciens, sont tous de véritables passionnés qui vous aideront dans le choix de votre vélo ou de votre équipement. Ils sauront également vous donner le meilleur service pour son entretien.

### 4.3 Rubrique Documents

Cette fonctionnalité vous permet d'insérer des fichiers sur les pages de votre boutique Solo..





NB: Vous disposez de 8Mo d'hébergement pour un fichier

NB 2 : Vous pouvez télécharger des documents, images ... avec les extensions suivantes : .png, .jpg, .doc, .pdf, .xls. (A savoir que le mieux pour un document est de l'enregistrer au format .pdf, pour que l'internaute qui n'a pas les logiciels Word ou Excel, par exemple, puisse facilement ouvrir l'élément que vous souhaitez lui communiquer.)

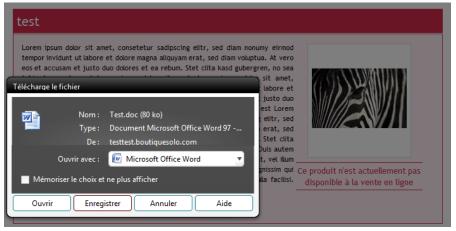


Une fois le fichier ajouté dans cette zone, vous pouvez faire un lien vers le fichier à partir de l'éditeur HTML en cliquant sur le pictogramme "Insérer un document".



#### Visualisation sur votre site:







# 5 Commandes - stocks



# 5.1 Rubriques Commandes

#### 5.1.1 Commandes

Cette rubrique vous permet d'accéder aux commandes clients.

Chaque commande reçue sera listée sur cette page et un e-mail vous est automatiquement envoyé pour vous informer. Le client reçoit également une confirmation de commande par e-mail.

Avec le filtre de recherche, vous pourrez chercher et afficher les commandes selon leur état, mode de paiement, libellé de produits commandés, nom du client, numéro de la commande, référence de suivi du colis et date de la commande.

# **Commandes**



Nb de commandes	Total HT des commandes	Total TTC des commandes
2	86,96 €	204,00 €

2 résultats sur 2 - Page 1/1 Numéro ★ Date ★ **∄** Etat **1** 29/10/2009 En attente de règlement | Chèque 43,48 € 8861 58,52 € 102,00€ Message du client qu 7818 21/09/2009 Terminée Carte bancaire (CB) 43,48 € 102,00€ 58.52 € Message du client qu

Par défaut, toutes les commandes s'affichent.

Cliquez sur le numéro de la commande pour voir son détail :

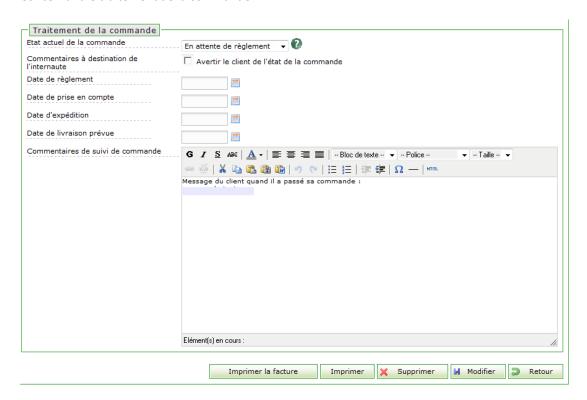


# Commande



Remarque : dans le cas où l'internaute bénéficie d'un code promo (voir au « Codes promo »), une ligne est rajoutée dans la zone pour indiquer la nature de ce code (réduction du montant ou gratuité des frais de port).

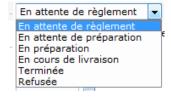
Concernant le traitement de la commande :



### 5.1.1.1 Etat des commandes

Vous pouvez ici traiter la commande, en modifiant l'état de la commande.

Les états possibles :





- En attente de règlement : Cet état s'active de manière automatique lorsqu'une commande est passée par chèque (ou règlement en magasin) et que le règlement n'a pas encore été effectué.
- En attente de préparation : Cet état s'active de manière automatique lorsqu'une commande est passée par CB et que le règlement a été effectué.
- En préparation : Vous avez reçu le règlement et vous êtes en train de préparer la commande. Vous passez donc votre commande à l'état "En préparation" (manuellement).
- En cours de livraison : La commande est partie et est en train d'être livrée. Vous passez donc votre commande à l'état "En cours de livraison" (manuellement).
- **Terminée**: La commande a été livrée. Elle est donc terminée. Vous passez donc votre commande à l'état "Terminée" (manuellement)
- **Refusée**: Votre commande a été refusée à la livraison et votre client vous l'a retournée ou vous ne souhaitez pas honorer cette commande pour des raisons qui vous sont propres. Vous choisissez donc l'état "Refusée".

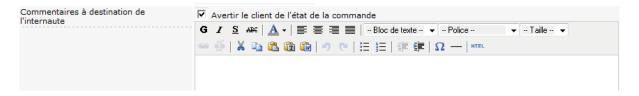
#### Date

Quand vous changez l'état de la commande, l'application vous propose de mettre à jour automatiquement les dates concernées.

Exemple, si vous passez la commande en état "en préparation", il vous est proposé d'indiquer la date du jour dans la date de prise en compte.

#### 5.1.1.2 Commentaires – infos clients

Quand vous modifiez l'état de la commande, vous pouvez cocher la case "avertir le client de l'état de la commande". S'affiche alors une zone texte qui vous permet d'insérer un message à l'attention du client.



Quand vous enregistrerez les modifications, un e-mail avec votre commentaire et un rappel des informations remplies (état, date d'expédition, etc.) sera automatiquement envoyé à l'adresse e-mail du client.



Testez vous-même en passant une commande fictive, afin de mieux appréhender le fonctionnement.

#### 5.1.1.3 Zone de commentaires

Si l'internaute a laissé un commentaire au moment de sa commande, vous le verrez ici. Vous pouvez également vous même annoter la commande si nécessaire.

#### 5.1.1.4 Facture client

Il est d'usage de joindre la facture de l'achat au colis envoyé au client. Vous pouvez le faire en cliquant sur le bouton "Imprimer la facture", disponible au bas de chaque commande.

Le bouton "Imprimer" sert quant à lui à imprimer la commande et est plutôt destiné à vos traitements internes.



Veillez à renseigner votre numéro de TVA Intracommunautaire, pour que cette information apparaisse sur vos factures clients.

Vous pouvez désormais afficher le logo de votre boutique sur vos factures PDF. Pour cela, rendez-vous dans les paramétrages de vos commandes : dans la zone « logo et factures », importez le logo de votre socitété, au format Jpeg de préférence (Si le format est différent du Jpeg, il sera automatiquement converti sous ce format). Une fois l'import effectué, votre logo apparaîtra en haut à gauche de vos factures.

NB: cette fonctionnalité est disponible uniquement si vous avez souscrit à l'abonnement Solo Pro (50€) ou Solo Premium (70€ par mois) et si la vente en ligne est activée sur votre boutique. Vous êtes intéressés par ces fonctionnalités mais n'y avez pas accès avec votre abonnement actuel? Contactez notre service support pour faire évoluer votre abonnement!

#### 5.1.1.5 Export commandes

Vous pouvez exporter l'ensemble de vos commandes sur Excel.

Pour ce faire, cliquez sur :



#### 5.1.2 Paramètres

**Champ personnalisés :** Vous pouvez désormais ajouter jusqu'à 5 champs personnalisables dans le tunnel de commande de votre boutique pour obtenir davantage d'information sur vos clients, comme leur date de naissance, nom de société, référence client interne, etc.

Pour cela, rendez-vous sur l'onglet "Commandes - Stocks", menu "Paramètres". Il vous suffit ensuite d'ajouter un nouveau champ personnalisé, avec l'information que vous souhaitez obtenir dans la zone « Libellé ». Si vous activez ce champ, il sera visible par les internautes qui effectuent une commande sur votre site. Ces champs peuvent également figurer sur la facture si vous le souhaitez.



Logo factures: Vous pouvez désormais afficher le logo de votre boutique sur vos factures PDF. Pour cela, rendez-vous dans les paramétrages de vos commandes: dans la zone « logo et factures », importez le logo de votre société, au format Jpeg de préférence (Si le format est différent du Jpeg, il sera automatiquement converti sous ce format). Une fois l'import effectué, votre logo apparaîtra en haut à gauche de vos factures.

NB: cette fonctionnalité est disponible uniquement si vous avez souscrit à l'abonnement Solo Pro (50€) ou Solo Premium (70€ par mois) et si la vente en ligne est activée sur votre boutique. Vous êtes intéressés par ces fonctionnalités mais n'y avez pas accès avec votre abonnement actuel? Contactez notre service support pour faire évoluer votre abonnement!

#### 5.2 Rubrique Stocks

#### **5.2.1** Stocks

Cette page permet d'accéder de manière raccourcie à la gestion des stocks et de filtrer les produits sur le fait qu'ils soient en stock ou non.





# Stock en ligne



7 résultats sur 7 - Page 1/1

Cliquez sur le nom du produit pour gérer les stocks

■ Produit  ■	■ Nbr Variations •		Marque	■ Stock en magasin  ■	Stock à la vente
chèque cadeaux 70€	-	La boutique	Diesel	15	15
Jupe Diesel	-	Vêtement > Enfant > Pantalon	Diesel	15	15
Jupe Diesel	-	Vêtement > Enfant > Pantalon	Diesel	15	15
Jupe OXBOW	3	La boutique	Diesel	45	45
Jupe OXBOW 2	3	Vêtement	Diesel	45	45
Pantalon Diesel	-	Vêtement > Enfant > Pantalon	Diesel	15	0
Une boutique	6	La boutique	Calvin Klein	39	89

Le "stock en magasin" correspond à la valeur renseignée dans votre interface d'administration.

Cette valeur est décrémentée automatiquement lorsque une commande passe des états "En attente de règlement" ou "En attente de préparation" ou "En préparation" à "En cours de livraison" ou "Terminée" et correspond alors au "Stock à la vente" (voir ci-après).

**Le "Stock à la vente"** correspond au "Stock en magasin" décrémenté de toutes les commandes dont les états sont "En attente de règlement" ou "En attente de préparation" ou "En préparation", et de tous les paniers en cours.

Rappel : un panier est vidé s'il n'a pas été validé ou consulté depuis une heure.

Le "Stock à la vente" est plus précis que le "Stock en magasin", mais il est fort probable que les deux nombres soient au final identique.

#### Exemple:

Je suis un commerçant qui vend des stylos.

- Dans mon interface d'administration je renseigne le "Stock en magasin" de stylos : 3.
- Quand un internaute ajoute un stylo dans son panier sur mon site, le "Stock en magasin" n'est pas décrémenté, il reste donc à 3.
- Par contre, le "Stock à la vente" passe à 2.
- Mon "Stock en magasin" ne passera à 2 que lorsque que la commande sera passée à l'état "En cours de livraison" ou "Terminée".

Quand vous cliquez sur le nom du produit en vert, vous arriverez sur la fiche produit correspondante et pourrez ajuster les stocks.

#### 5.2.2 Import /export des stocks

Une nouvelle fonctionnalité est désormais disponible sur le back office de votre boutique Solo pour simplifier la gestion des variations produit. Plus besoin de vous rendre sur chaque fiche produit pour modifier les variations, stocks et prix de vos produits, il suffit de suivre ces 3 étapes pour modifier toutes vos données en une seule fois :

1 - Cliquez sur l'icône Excel à droite, puis téléchargez le fichier d'export csv (qui s'ouvre avec Excel) en cliquant sur le bouton "Télécharger"



# 2 - Modifiez les champs suivants pour les produits que vous souhaitez mettre à jour :

- Stock en magasin
- Stock à la vente
- Prix

NB: Seules les colonnes variations, stock magasin, stock à la vente et prix TTC peuvent être modifiées.



3 - Enregistrez vos modifications et réimportez le fichier en cliquant sur le bouton "Importer"

## 5.2.3 Rapport

Vous pouvez ici planifier un rapport automatique d'état des stocks qui vous sera envoyé par e-mail.

# Rapport automatique des stocks en ligne par mail





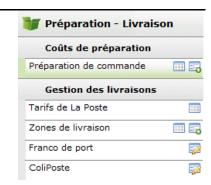
# 6 Préparation - Livraison

### 6.1 Rubrique Coûts de préparation

#### 6.1.1 Préparation de commande

Vous pouvez spécifier des frais de préparation de commande, qui s'ajouteront au panier du client.

Il suffit de définir pour chaque fourchette de commande (prix HT), le coût de préparation de la commande. Par exemple : de 0 à 100€, c'est 10€, et de 100€ à  $10\,000€$  c'est 5€.



# Coûts de préparation

	1 résultat sur 1 - Page 1/1	
♣ Prix minimum (inclus) ★	♣ Prix maximum (exclus) ♠	Coût
0,00 €	100,00 €	10,00€

Il faut les utiliser à bon escient, pour ne pas décourager les internautes avec un coût de préparation de commande, en plus des frais de port!

## 6.2 Rubrique Gestion des livraisons

Lorsqu'un produit est vendu en ligne, l'internaute peut se faire livrer à domicile ou venir retirer son achat dans votre magasin (<u>paramétrer les modes de livraison acceptés</u>).

Dans le cas d'une livraison à domicile, il est obligatoire de définir des coûts de livraison dépendants de la zone de livraison du client.

Dans un premier temps, nous vous conseillons de n'accepter que les commandes à **destination de la France**. Une fois que vous aurez l'habitude de traiter des commandes en ligne, vous pourrez étendre la vente à d'autres pays.

#### 6.2.1 Tarifs de la Poste

Nous vous indiquons ici les zones de livraison prévues par la Poste et leurs coûts de livraison associés. Ces tarifs vous sont présentés à titre indicatif et vous **restez libre de choisir le transporteur que vous souhaitez** et appliquer les frais de livraison de votre choix. Nous essayons de mettre à jour dans la mesure du possible ces tarifs. Nous vous invitons néanmoins à vérifier auprès de la Poste ces informations.



### Zones de la Poste

Coûts de livi	raison par La Poste	
₹ Zones €	Pays ou continent	Coûts de livraison
Zone 1	France	Voir les coûts
Zone 2	Union Européenne, Suisse et Norvège	Voir les coûts
Zone 3	Pays de l'Europe de l'Est (hors Union Européenne), Maghreb	Voir les coûts
Zone 4	Pays d'Afrique (hors Maghreb), Canada, Etats-Unis, Proche et Moyen Orient	Voir les coûts
Zone 5	Autres destinations	Voir les coûts

#### 6.2.2 Zones de livraison

Créez une zone de livraison en cliquant sur l'icône d'ajout.

#### Zone de livraison Propriétés Intitulé \* Agglomération de Grenoble Livraison gratuite pour cette zone quelque soit le montant de la commande C Oui © Non Franco de port (livraison gratuite) à partir de 0.000 € de commande Mettre 0 pour ne pas offrir la livraison Modifier Supprimer Retour Coûts de livraison → Dupliquer Poids maximum (Kg) Coût de livraison (€) Poids minimum (Kg) Actions 0 5

Après avoir précisé l'intitulé de la zone, vous pouvez ensuite spécifier si la livraison est offerte pour cette zone, quelque soit le montant de la commande (= franco de port).

Si ce n'est pas le cas, vous pouvez indiquer un montant au-delà duquel la livraison sera gratuite.

S'il n'y a pas de franco de port à partir de 0€, complétez la grille des coûts de livraison, ou sélectionnez une zone de la Poste.

### 6.2.2.1 Gestion par poids

Gérer les coûts de livraison en fonction du poids de la commande implique d'avoir indiqué un poids sur chaque produit. L'application calcule le coût de la livraison en additionnant le poids de tous les articles du panier.

Pensez à indiquer des tranches de poids qui se suivent et cohérentes, comme ici :

Poids minimum (Kg)	Poids maximum (Kg)	Coût de livraison (€)
0,000	0,500	5,50
0,501	1,000	6,70
1,001	2,000	7,65
2,001	3,000	8,60
3,001	5,000	10,50
5,001	7,000	12,40
7,001	10,000	15,25
10,001	15,000	17,25
15,001	30,000	23,25



#### 6.2.2.2 Gestion par forfait

La gestion des coûts de livraison par forfait a le mérite d'être plus simple pour vous et pour le client, mais peut ne pas être adaptée au type de produits que vous allez expédier.

Pour utiliser cette méthode, indiquez un poids minimum de 0 et un poids maximum élevé (inatteignable) et précisez le montant associé.

### 6.2.3 Franco de port

Le franco de port est très apprécié par les internautes!

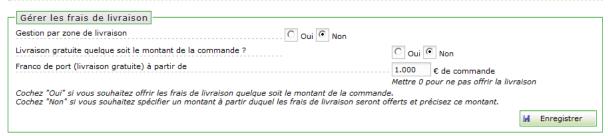
Si vous le pratiquez, n'oubliez pas de le préciser sur votre site!

Dans le cas où vous offrez le port au-delà d'un certain montant de commande, une phrase s'affiche lors de l'ajout au panier, du type "Plus que X€ et la livraison est offerte".

L'objectif est d'inciter le client à rajouter un article pour avoir les frais de port gratuits et ainsi d'augmenter relativement facilement le montant du panier moyen.

Par défaut, nous proposons la gestion des franco de port par zone de livraison. Mais vous pouvez choisir d'avoir plusieurs zones de livraison et d'appliquer le même franco de port, même si vous livrez à l'étranger.

# Franco de port



#### 6.2.4 ColiPoste

Cette interface vous permet de gérer vos expéditions avec ColiPoste, via le logiciel Expeditor Inet. Vous devez préalablement avoir installé et configuré le logiciel Expeditor Inet sur votre poste informatique.

**Etape 1 :** Dans votre interface Boutique Solo, dans l'onglet « Préparation – Livraison » menu « ColiPoste », vous exportez les commandes sur une période choisie (les commandes exportées sont celles dont le statut et "en cours de livraison"). Vous devez donc avoir préalablement mis à jour le statut des commandes.

Gestion des expéditions avec ColiPoste

Cette interface vous permet de gérer vos expéditions avec ColiPoste, via le logiciel Expeditor Inet.

Export

Date de début \*

21/11/2012

Date de fin \*

MExporter



**Etape 2 :** Vous importez ce fichier dans le logiciel Expeditor Inet ColiPoste. Celui-ci génère vos étiquettes de transport avec les numéros colissimo.

**Etape 3 :** Une fois les étiquettes générées et vos colis postés, vous exportez depuis Expeditor Inet ColiPoste les commandes avec le numéro de colis depuis le logiciel de la Poste Expeditor Inet. C'est un fichier en format .csv contenant 2 colonnes : la référence commande et le numéro colissimo.



**Etape 4 :** Dans votre interface Boutique Solo «Préparation – Livraison» et dans le menu «ColiPoste», vous importez le fichier Coliposte.



A l'issue de cet import, les commandes sont mises à jour avec les informations suivantes :

- numéro de suivi colissimo
- date d'expédition (c'est la date du jour de l'import qui est prise en compte)

Votre commande passe en statut terminée.

Un email automatique part à destination du client.

Dans le champ « Mail automatique aux internautes », vous avez la possibilité de personnaliser l'email automatique qui sera envoyé à vos clients.

Nous vous conseillons par exemple d'y ajouter vos coordonnées et un message de remerciement.



# 7 Statistiques

# 7.1 Statistiques

Les statistiques qui sont fournies ici sont des statistiques applicatives.



Elles ne peuvent pas être directement comparées aux statistiques Google Analytics ou XiTi. Ce qui est important ici est surtout de suivre l'évolution du trafic.

#### 7.1.1 Trafic

# Statistiques Trafic de votre vitrine Résumé Votre vitrine comptabilise depuis sa mise en ligne : • 85 661 visites • 130 901 pages produit vues Evolution du nombre de visites et de pages produits vues sur les 12 derniers mois Nb Visites Nb Pages Produits Vues 30000 35000 24000 28000 18000 21000 12000 14000 6000 7000



	Source	Nombre de visites	Nombre de pages produits vues
0	Source non identifiee	22099	17568
G	Google	4180	1762
7	Autres	2941	13437
,Ĉ	Pages jaunes	86	0
AOL	Aol	57	12
V	Voila	47	7
<b>Y?</b>	Yahoo	30	4
5	Free	1	1
	Total	29441	32791

Vous pouvez consulter ci-après :

quels sont les mots les plus saisis dans le moteur de recherche interne de votre boutique,



- quels sont les 10 produits les plus consultés et
- quels sont les 10 produits les moins consultés.

Mote recherchés   8   8   8   8   8   8   8   8   8		és dans la barre de recherche	
Masqué pour des raisons de confidentialité	Mots reche	chės	Nombre de recherches
Masqué pour des raisons de confidentialité			
Masqué pour des raisons de confidentialité			
Nasqué pour des raisons de confidentialité   5   5   5   5   5   5   5   5   5			
raisons de confidentialité	Masqué pour des		
Masqué pour des raisons de   Produits   Produits   Nombre de pages vues			
10 des produits les plus consultés			
10 des produits les plus consultés	confidentialite		
Nombre de pages vues   799   546   416   411			
Nombre de pages vues   799   546   416   411			
Nombre de pages vues   799   546   416   411			4
Nombre de pages vues   799   546   416   411			
T99	0 des produits les plus	consultés	
Masqué pour des raisons de confidentialité		Produits	Nombre de pages vues
Masqué pour des raisons de confidentialité  Masqué pour des raisons de des produits les moins consultés  Produits  Nombre de pages vue  0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0			799
Masqué pour des raisons de confidentialité			546
Masqué pour des raisons de confidentialité			416
Section   Sect			411
raisons de confidentialité 316 316 311 272 262  10 des produits les moins consultés  Produits  Nombre de pages vue  0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	Masqué nour des		411
Sili			347
10 des produits les moins consultés			316
Produits   Nombre de pages vue  O  O  O  O  O  Masqué pour des raisons de	confidentialite		311
Produits   Nombre de pages vue   0			272
Nombre de pages vue			262
Masqué pour des raisons de 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	10 des produits les moin		Nombro de pages vues
Masqué pour des raisons de 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0		Troudits	
Masqué pour des raisons de 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0			
Masqué pour des raisons de 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0			
Masqué pour des 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0			
Masqué pour des raisons de 0			
Masqué pour des raisons de 0			
raisons de 0	Masqué pour des		
Confidentialite			0

Si vous souhaitez aller plus loin dans l'analyse des statistiques de votre site et ainsi mieux comprendre ce qui intéresse les internautes et ce que vous pouvez améliorer, <u>contactez-nous pour découvrir le Pack Outils Webmarketing</u>.

#### 7.1.2 Commandes

Consultez ici des statistiques liées aux commandes réalisées sur votre boutique en ligne : nombre de commandes, nombre moyen d'articles par commande, chiffre d'affaires HT, montant du panier moyen...



# Commandes effectuées sur votre vitrine

#### Résumé

Votre vitrine comptabilise depuis sa mise en ligne :

- 220 commande(s) terminée(s)
- 281015 € HT de chiffre d'affaires



## Statistiques mensuelles

Précédent | septembre 2009 | octobre 2009 | novembre 2009 | décembre 2009

Votre vitrine comptabilise pour le mois de novembre 2009 :

- 41 commande(s) terminée(s)
- 57 produit(s) commandé(s)
- 34345 € HT de chiffre d'affaires



Top 10 des produits les p	lus commandés	
	Produits	Nombre de commandes
-		7
		7
		4
Manage for a supplier		4
Masqué pour des raisons de		3
raisons de		•

raisons de confidentialité

# Flop 10 des produits les moins commandés

	Produits	Nombre de commandes
		0
		0
		0
Masqué pour des		0
raisons de		0
confidentialité		0
		0
		0
		0
		0

#### Top 10 des produits avec le meilleur ratio commande/consultation

Produits	Ratio	Nombre de commandes	Nombre de consultations
	25.0000%	1	4
	24.1379%	7	29
	22.2222%	2	9
Masqué pour des	18.1818%	2	11
raisons de	14.2857%	1	7
	10.0000%	1	10
confidentialité	10.0000%	1	10
	9.0909%	1	11
	8.6957%	2	23
	8.3333%	1	12

# Flop 10 des produits avec le moins bon ratio commande/consultation

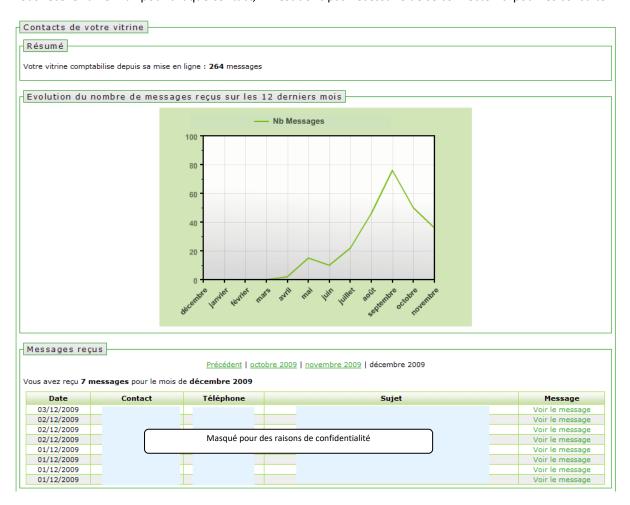
П	Produits	Ratio	Nombre de commandes	Nombre de consultations
П	LAPIERRE - SPICY 916	0.1832%	1	546
П	LAPIERRE PRO RACE 900 09	0.3906%	1	256



#### 7.1.3 Contacts

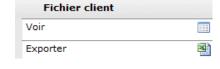
Consultez ici l'ensemble des statistiques relatives aux contacts d'internautes reçus via la boutique.

Vous recevez un e-mail pour chaque contact, il n'est donc pas nécessaire de se connecter ici pour les consulter.



#### 7.2 Fichier client

#### 7.2.1 Voir



Votre fichier client répertorie les adresses e-mail, les noms, le nombre de messages, l'inscription à la newsletter, le nombre de commandes, le CA HT total et la dernière commande de votre client ou de votre prospect.

Cette base de fichier client peut être utilisée pour une campagne d'e-mailing.



#### Fichier Client



# 7.2.2 Exporter

Exporter votre fichier (au formation .csv) toutes les informations de vos clients et/ou prospect afin de pouvoir importer ce dernier dans la partie e-mailing (E-mailing > Destinataires > Import / Export), par exemple.





# 8 E-mailing

# 8.1 Campagne

Cette partie vous permet de gérer vos campagnes d'e-mailing. Une campagne correspond à l'envoi d'un e-mailing à un ensemble de destinataires.

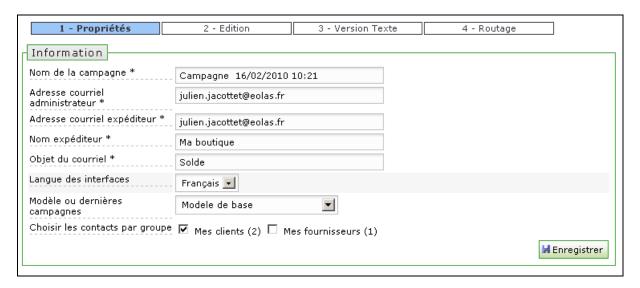
#### 8.1.1 Créer une campagne

Pour créer une nouvelle campagne, cliquez sur l'icône de création : 🗐 .

La création d'une campagne se décompose en quatre étapes :

# 8.1.2 Etape 1 – Propriétés

Cette étape permet de configurer votre campagne.

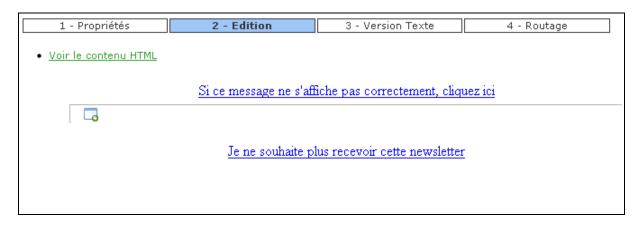


Nom de la campagne	Le nom de votre campagne (usage interne uniquement)
Adresse courriel administrateur	L'adresse mail où seront envoyées les informations techniques de votre campagne (erreurs d'envoi,)
Adresse courriel expéditeur	Adresse mail de l'expéditeur (Visible par les destinataires)
Nom expéditeur	Le nom de l'expéditeur du mail (visible par les destinataires)
Objet du courriel	Le sujet ou objet du mail
Langue des interfaces	La langue de vos destinataires
Modèle ou dernières campagnes	Votre modèle de newsletter
Choisir les contacts par groupe	Les groupes à qui ce mail est destiné. Attention, seuls les groupes disposant au minimum d'un contact sont présents. Voir ci-dessous la gestion des contacts



#### 8.1.3 Etape 2 – Edition

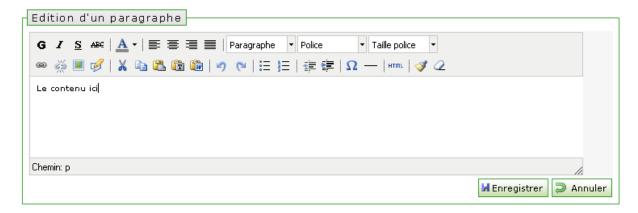
Cette étape permet de créer votre e-mailing



Par défaut, votre e-mailing est composé de deux liens :

- En haut : le lien pour voir le message dans le navigateur (utile si le destinataire bloque les images).
- En bas : le lien pour se désinscrire de la newsletter.

Un clic sur l'icône « ajouter » 🛂 permet de créer un paragraphe rédactionnel :

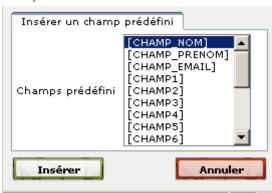


La description des icônes de l'éditeur est disponible en Annexe : l'éditeur html. Vous pouvez aussi ajouter des éléments personnalisés par destinataire (son nom, prénom, adresse, ...) avec le

bouton 🥰

Ce bouton ouvre la fenêtre suivante :





Lors de l'envoi de la campagne, ces champs seront personnalisés pour chaque destinataire. Voir la gestion des contacts ci-après pour plus de détails).

#### Exemple de paragraphe complet :



Je ne souhaite plus recevoir cette newsletter



L'icône vous permet de supprimer un paragraphe existant.

Pour valider votre email cliquer sur le bouton 3 - Version Texte (en haut).

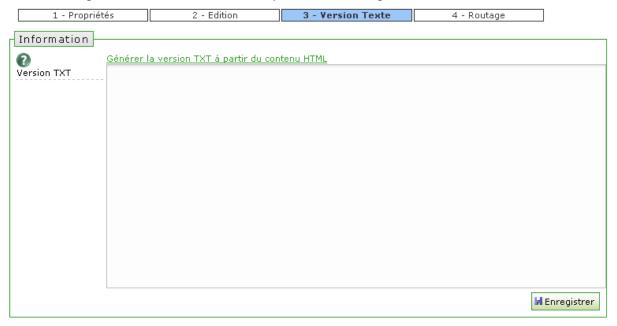
#### 8.1.4 Etape 3 - Version Texte

Vous venez de créer votre e-mailing avec un format « HTML ». Ce format permet de réaliser des e-mailing graphiques (mise en forme complexe, images, ...)

La version texte permet à votre e-mailing :

- de ne pas être considéré comme un spam.
- de pouvoir être affiché par n'importe quel outil de messagerie (même ceux qui ne lisent pas le html).

Il est donc obligatoire de créer une version texte pour votre e-mailing.



Cliquez sur le lien « Générer la version TXT à partir du contenu HTML ».

La version texte sera générée automatiquement depuis votre version HTML. Nous vous conseillons de la relire et de réaliser des ajustements si besoin.

Une fois votre e-mailing terminé, cliquez sur



#### 8.1.5 Etape 4 – Routage

Le routage est la dernière partie de la création de votre e-mailing. Il permet de planifier son envoi.





Vous pouvez choisir une date et une heure pour le routage (envoi) de votre e-mailing ou demander au système un envoi au plus vite.

Attention, les créneaux de routage sont réservés par les utilisateurs, il est donc possible que le créneau désiré ne soit plus disponible.

#### 8.1.6 Liste des campagnes

La liste des campagnes vous permet de revoir l'ensemble des e-mailing que vous avez créés.

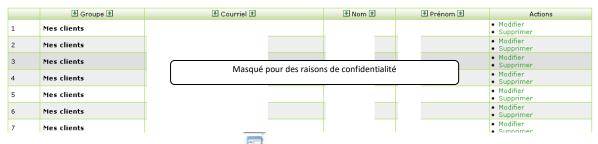
2 résultats sur 2 - Page 1/1 ♣ Libelle ♠ 🛂 Etat 🚹 ◆ Date de routage 
◆ Actions Voir le contenu HTML Campagne 16/02/2010 09:53 1 16/02/2010 à 10:00 Routée Supprimer Voir le contenu HTML 2 Campagne 16/02/2010 11:25 16/02/2010 à 13:00 En attente de routage Annuler le routage Supprimer

Si la campagne n'a pas encore été routée (envoyée), il est possible d'annuler l'envoi prévu.

## 8.2 Destinataires

#### 8.2.1 Contact

La gestion des contacts vous permet d'ajouter et de supprimer des contacts pour vos e-mailing.

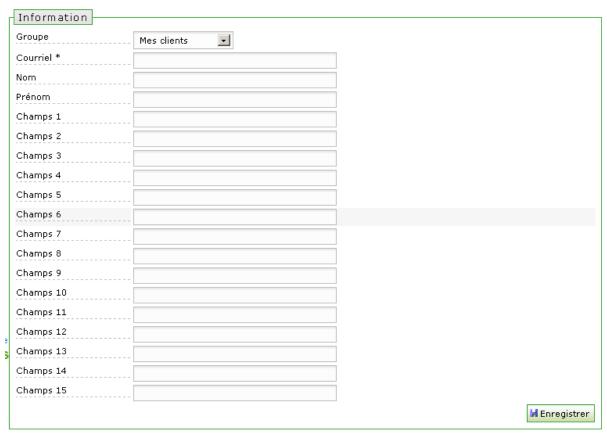


Vous pouvez ajouter un contact avec l'icône 🔤 « ajouter » présente dans le menu de gauche :



La fiche contact se présente comme ci-dessous :





Groupe	Le Groupe d'appartenance du contact
Courriel	L'adresse mail pour l'envoi des e-mailing
Nom	Le nom du contact
Prénom	Le prénom du contact
Champs X	15 champs libres pour ajouter vos informations (adresse, ville, civilité,)

Astuce : Lors de la création d'une campagne, ces champs sont utilisables pour personnaliser votre e-mailing. (Voir la gestion des campagnes)

# **8.2.2** Groupe

La gestion des groupes vous permet d'ajouter et de modifier un groupe.

# 8.2.2.1 La liste des groupes

2 résultats sur 2 - Page 1/1

	♣ Libelle ♠	➡ Nombre de contact ♠	Actions
1	Mes fournisseurs	1	Modifier
2	Mes clients	3	Modifier

# 8.2.2.2 L'ajout d'un groupe





Le libellé ne sera pas visible par les destinataires des e-mailing. Il vous permet de vous retrouver dans vos contacts.

#### 8.2.3 Import / export



#### Exporter:

Pour exporter vos contacts:

- Sélectionner un groupe
- Cliquez sur le lien « Exporter les contacts existants du groupe »

#### Importer:

#### Pour importer

- Cliquez sur « Exporter un modèle de fichier d'import »
- Ouvrez le modèle avec Excel et ajouter vos contacts (un contact par ligne)
- Enregistrer le fichier au format CSV (séparateur point-virgule)
- Dans Solo:
  - o Sélectionner le groupe correspondant aux contacts présents dans votre fichier
  - Cliquez sur « parcourir » et allez rechercher votre fichier CSV
  - Si vous souhaitez supprimer les anciens contacts du groupe, sélectionnez OUI pour « Ecraser les données »

Cliquez sur « Importer ». Vos contacts sont maintenant importés.



# 8.3 Statistiques

Les statistiques vous permettent d'analyser les résultats de vos campagnes d'e-mailing.

Les valeurs sont pré-calculées. La dernière mise à jour date du 16.02.2010 à 11:00 Campagne Date de routage Destinataires Réussites Ouvertures Clics 10.02.2010 à 11:00 911 77% 699 23% 158 44% 69 28.01.2010 à 19:00 864 84% 726 26% 45 Masqué pour des raisons de 15.01.2010 à 19:00 829 91% 752 181 17% 30 confidentialité 210 05.01.2010 à 13:00 798 89% 714 29% 36% 76 23% 25% 24.12.2009 à 18:00 766 91% 699 164 16% 27 20.12.2009 à 11:00 726 92% 668 169 33% 56 15.12.2009 à 20:00 749 92% 688 24% 165 16% 26

Campagne	Date de routage	Destinataires	Réussites	Ouvertures	Clics
Le nom de votre campagne	La date d'envoi de l'e-mailing	Le nombre de destinataires prévus	Le nombre de mails réellement envoyés. (Lorsque l'adresse mail existe)	Le nombre de mails ouverts par les destinataires	Le nombre de clics sur des liens présents dans votre e- mailing.



# 9 Référencement

## 9.1 Champs référencement

Cette rubrique permet d'optimiser le référencement de votre site, pour une page produit, une page de contenus rédactionnels ou une catégorie. Il est présent par défaut dans la partie <u>Propriétés</u>.

Si vous avez opté pour le **Pack Solo Premium**, il est également présent pour toutes les pages produit, pages de contenus rédactionnels et catégories.



#### 9.1.1 Title

Indiquez ici le titre de votre boutique et ce qui la caractérise par des mots clés spécifiques à votre activité. Ex. pour le site HEC Executive Education :

"HEC Executive Education : formation continue à HEC Paris pour cadres dirigeants – HEC Executive Education" Le title de votre boutique s'affichera en haut de votre navigateur.



Ainsi que dans les pages de résultats des moteurs de recherche où il pourra être cliqué par les internautes :

## HEC Executive Education : formation continue à HEC Paris pour ...

1ère business school européenne, HEC Paris offre de nombreuses formations continues pour cadres dirigeants en marketing, management, conduite du changement, ... www.exed.hec.fr/ - En cache - Pages similaires

Il est donc nécessaire d'indiquer un titre attractif pour les inciter à cliquer sur le lien et donc visiter votre site. Exemple :

- A ne pas faire: "chaussures enfants, chaussures femmes, chaussures hommes".
- Recommandé: "Multier Chausseur: grande collection de chaussures femme, homme et enfants."

# 9.1.2 Meta Description



Décrivez ici le contenu de votre site en quelques phrases avec des mots clés spécifiques à votre activité. Ex. pour le site Fnac.com :

"Achat et vente en neuf et occasion, de produits high tech (ordinateur, TV, lecteur MP3, jeux vidéo, appareil photo...) et culturels (livres, CD, DVD...).".

Si le contenu de la description est cohérent avec la recherche de l'internaute, le moteur de recherche affichera votre meta description :

Fnac: DVD, informatique, jeux vidéo, logiciel, CD, GPS, livres ...

Achat et vente en neuf et occasion, de produits high tech (ordinateur, TV, lecteur MP3, jeux vidéo, appareil photo...) et culturels (livres, CD, DVD...).

www.fnac.com/ - En cache - Pages similaires

Comme la meta description de votre site sera reprise dans les résultats du moteur de recherche, elle doit donc attirer l'internaute. Cette description doit être composée de phrases construites en "bon français" et non exclusivement de mots clés mis les uns à la suite des autres.

#### 9.1.3 Mots clés

Indiquez ici 5 mots clés (ou expressions de plusieurs mots clés) caractéristiques de l'activité de votre site et susceptibles d'être tapés par les internautes dans les moteurs de recherche. Rentrez un mot clé (ou une expression) par ligne.

Les mots clés n'ont quasiment plus d'importance aux yeux de Google. Il n'est donc pas utile de passer du temps à les remplir ou à les modifier. Il est beaucoup plus important de vous attacher à citer ces mots clés sur votre site et sur chacune des pages produits, catégories, etc. !

#### 9.1.1 Mot clé pour l'url

Les mots clés insérés dans les urls contribuent au positionnement de vos pages dans les résultats de recherche.

Par exemple, une page de catégorie décrivant un rayon « chaussures de sport pour homme » sera mieux positionnée si elle se nomme :

http://www.votre-domaine.com/chaussures\_sport\_homme\_\_c123.html plutôt qui si elle se nomme :

http://www.votre-domaine.com/rayon\_homme\_c123.html

Vous pouvez utiliser les principaux mots clés du title pour nommer l'url de vos pages.

#### 9.1.2 Fréquence

La fréquence indique la fréquence de mise à jour d'une page, par rapport à vos autres pages. Généralement, on met une fréquence 'always' pour la page d'accueil, 'daily' pour les pages d'actualités et les pages que vous mettez souvent à jour, 'weekly' pour les autres pages.

Cela permettra aux moteurs de recherche de consulter en priorité les pages que vous mettez le plus à jour. Il serait donc totalement contre-productif de mettre toutes les pages au même niveau de fréquence de mise à jour!

# 9.1.3 Priorité

Tout comme la fréquence, la priorité permet d'indiquer aux moteurs de recherche la priorité d'importance d'une page, par rapport à vos autres pages. La page d'accueil aura une priorité égale à 1, les pages les plus importantes entre 0.9 et 0.6 par exemple, et les autres 0.5.

Les moteurs de recherche vont tenir compte de toutes ces informations pour indexer et positionner vos pages sur leurs pages de résultats.



Sur votre Boutique Solo, le champ "titre de la boutique" (donc généralement le nom de votre enseigne ou site web) sera automatiquement repris à la fin du titre.



Dans les pages produits, catégories, de contenu libre..., il n'est donc pas nécessaire de rajouter le nom de votre boutique.

# **10 Google Shopping**

#### 10.1 Produits

#### 10.1.1 Soumettez vos articles sur Google Shopping

Google Shopping aide les internautes à trouver les produits qu'ils souhaitent acheter en ligne. En tant que vendeur, vous pouvez soumettre vos produits pour une inclusion dans Google Shopping afin que vos clients potentiels puissent trouver votre site plus rapidement et facilement. Cela est totalement gratuit.

# Catalogue Nombre des produits : 0 / 1000 Catégories Ordonnancement Catégories Produits Marques Produits Variations Exports

#### Augmentez le trafic et les ventes sur votre site :

Lorsque les internautes effectuent des recherches en rapport avec vos produits,

Google Shopping les affiche dans les résultats, vous aidant ainsi à développer le trafic et les ventes sur votre site. Vos produits apparaissent sur Google Shopping, et il est possible qu'ils s'affichent aussi sur Google.fr, en fonction de leur pertinence.

#### Soumettez gratuitement vos produits :

L'inclusion de vos produits est entièrement gratuite. Vous n'avez aucun frais à payer pour l'importation de vos articles ou le trafic supplémentaire généré.

#### Touchez des clients potentiels qualifiés :

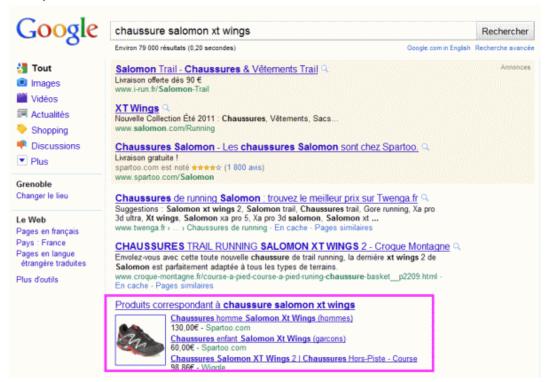
Vous touchez des clients potentiels dès le moment où ils recherchent des articles à acheter sur Google.

#### Comment soumettre mes produits à Google Shopping?

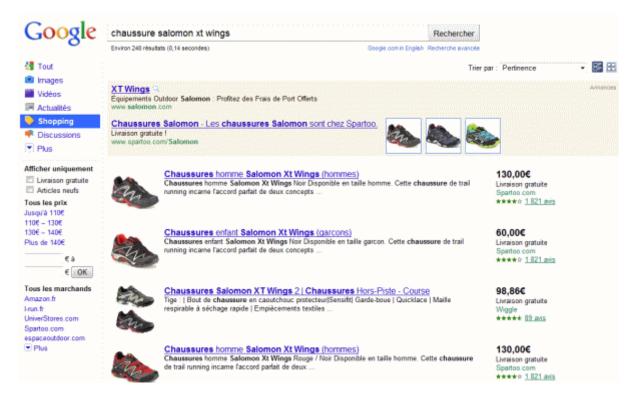
Dans le but de vous faciliter cette opération, nous vous proposons un guide à télécharger dans lequel vous trouverez les étapes à respecter pour soumettre votre flux de données à Google Shopping dans les meilleures conditions, sur l'interface dédiée, Google Merchand Center.

Exemple d'affichage des produits dans Google, intégrés aux autres résultats de recherche :





#### Et sur Google Shopping:

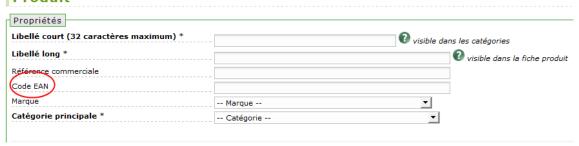


#### 10.1.2 Code EAN

Indiquez ici le code EAN du produit. Ce code doit faire 13 chiffres et sera utilisé notamment par Google Shopping pour la comparaison de prix.



## **Produit**



#### 10.1.3 Référence fabricant

Le flux Google Shopping, mis à jour récemment, intègre dès à présent les variations des produits et affiche le prix réduit en cas de Bonnes affaires sur le produit.

#### Comment faire apparaître mes produits sur Google shopping?

Pour faire apparaître vos produits sur Google shopping, il est désormais impératif d'avoir le code EAN ou la référence fabricant renseigné pour chaque produit que vous souhaitez voir apparaître sur Google shopping, en plus du nom de la marque.

Pour cela, le champ "référence fabricant" a été ajouté au niveau de vos pages produits.

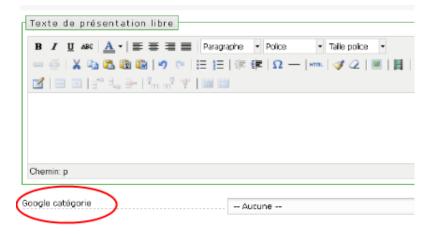


#### Qu'est-ce que la référence fabricant ?

La référence fabricant est un code permettant au fabricant d'identifier de façon unique un produit. Plus précisément, la combinaison de la marque et de la référence fabricant identifie clairement un produit. Cette référence fabricant est utile pour l'export de vos produits pour Google Shopping. Il est vivement recommandé de ne pas inventer ni utiliser de valeurs approximatives pour ce champ, car il doit avoir une valeur bien définie, fournie par le fabricant. Toute autre valeur sera considérée comme non valide par Google Shopping.

#### 10.1.4 Google catégorie

Pour que les internautes trouvent encore plus facilement vos produits sur Google Shopping, un nouveau champ a été mis en place sur les pages catégories de votre interface d'administration : le champ "Google Catégorie".



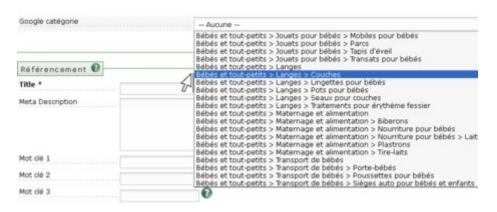


Sur Google shopping, les internautes peuvent filtrer les produits qu'ils souhaitent par catégorie spécifique, par exemple la catégorie "couche".



Pour que vos produits puissent apparaître dans les catégories de Google, vous devez choisir une catégorie dans la liste correspondante à celle de vos produits sur votre back office, pour toutes les catégories de produit que vous avez.

Dans le cadre de notre exemple, il faudra donc choisir la catégorie "Bébés et tout-petit>Langes>Couches"



#### 10.2 Variations

Indiquez ici le type de variation. Si ce champ n'est pas rempli, vos variations de produits ne seront pas visibles dans Google Shopping.





# 10.3 Catégories

Nombre des produits : 220 / 10000

Catégories

Ordonnancement

Catégories

Produits

Marques

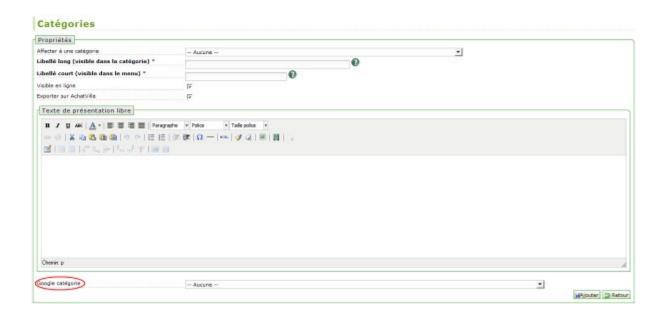
Produits

Variations

🔰 Catalogue



Indiquez ici la catégorie Google. Si ce champ n'est pas rempli, tous les produits affectés à cette catégorie pourront ne pas être visibles dans Google Shopping.

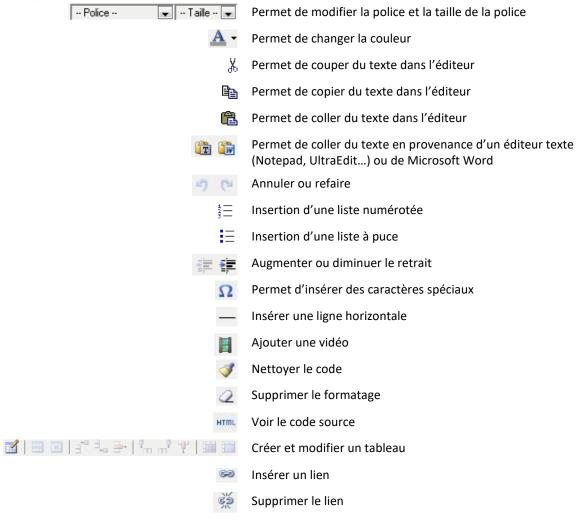


# 11 Annexe : l'éditeur html

L'éditeur html vous permet de mettre en forme vos textes que vous aurez sélectionnés auparavant.







# A propos des sauts de ligne et sauts de paragraphe

Lorsque vous souhaitez revenir à la ligne sans sauter de paragraphe, il faut utiliser deux touches du clavier en même temps : la touche « Shift (majuscule) » et la touche « Entrée ».

Saut de ligne : touches Shift + Entrée Saut de paragraphe : touche « Entrée »