



Site communautaire WooCommerce



Hébergement Web WordPress-
WooCommerce

Présente :

LE GUIDE WOOCOMMERCE

Edition 2020-2021



Woo **COMMERCE**

Table des matières

CHAPITRE 1 : A LA DECOUVERTE DU LOGICIEL E-COMMERCE WOOCOMMERCE.....	8
Qu'est-ce que WordPress ?	9
L'Histoire de WordPress – Rétrospective	10
Qu'est ce que le plugin WooCommerce ?	16
L'histoire de WooCommerce :	18
WooCommerce en France :	18
Où trouver des experts WooCommerce ?	21
Pourquoi choisir WooCommerce ?	22
Les atouts de WooCommerce :	22
Comment bien se lancer avec WooCommerce ?	24
Bien comprendre WooCommerce pour bien réussir sa boutique en ligne	25
WooCommerce.....	25
WooCommerce un logiciel à la portée de tous pour créer sa boutique en ligne ?	27
Un logiciel techniquement accessible :	28
Comment se lancer seul dans WooCommerce ?	28
WooCommerce des designs / thèmes qui n'ont de limite que votre imagination	30
WooCommerce, un logiciel avec d'énormes possibilités :	37
WooCommerce excellent pour votre référencement :	39
WooCommerce un logiciel qui à l'avenir devant lui.....	40
Pour conclure : L'alchimie WooCommerce :	41
CHAPITRE 2 INSTALLER ET METTRE A JOUR WOOCOMMERCE	43
Installer sa boutique en ligne WooCommerce à partir de zéro	44
A) Commandez un domaine + hébergement web chez un prestataire.....	44
B) installer WordPress.....	44
Téléchargez et installez sur votre ordinateur un logiciel client FTP	44
Téléchargez WordPress	45
Uploader WordPress sur votre espace FTP.....	45
Lancer l'installation automatisé de WordPress	46
C) installer l'extension WooCommerce	50
Connectez vous à l'admin de votre site	50
Instalez l'extension WooCommerce	51
Plus activez le plugin.....	52
Mettre à jour WooCommerce.....	61
CHAPITRE 3 OPTIONS ET PARAMETRAGE DE WOOCOMMERCE	93
les items de menu WooCommerce	94

Section WooCommerce.....	94
Section commande.....	94
Section rapport.....	95
Section Coupons.....	95
Paramètres.....	97
Statut du Système.....	97
Section Produits	98
Configurer WooCommerce	99
Paramètres Généraux	99
Emplacement de la Base	99
Lieu(x) de Vente.....	99
Adresse du Client par Défaut.....	100
Notice de boutique.....	100
Options de Devise	100
Produits	102
Général.....	102
Affichage	104
Options d'Inventaire	106
Produits Téléchargeables	108
TVA : Les Taxe	109
Commande.....	110
Checkout Pages.....	110
Checkout Endpoints.....	110
Livraison	112
Comptes	113
Emails	113
Email Templates	114
API.....	116
Les permaliens ou liens permanents.....	117
Les widgets dans WooCommerce.....	119
Quelques widgets que nous aimerions mettre en avant.	120
Produits dans WooCommerce	120
Widget Produits dans WooCommerce	120
Paramètres de devise.....	122
Devises multiples.....	122
Taux de Change des Devises et Frais Supplémentaires	122
Options des Taxes (TVA...)	124
Options des Taxes	124

<i>Les options :</i>	125
<i>Paramétrez les Taux d'Imposition</i>	128
<i>Importer et exporter des taux</i>	129
<i>Supprimer des Taux de Taxe</i>	130
<i>Visualiser les Rapports de Taxes</i>	132
<i>Roles et possibilité des utilisateurs</i>	134
CHAPITRE 4 GERER SON CATALOGUE PRODUIT AVEC WOOCOMMERCE	135
<i>Ajouter un produits dans son catalogue</i>	136
<i>Ajouter un produit</i>	136
<i>Taxonomies</i>	136
<i>Types de produits</i>	137
<i>Ajouter un produit simple</i>	138
<i>Données de produits</i>	138
<i>Extrait</i>	143
<i>Taxonomies</i>	144
<i>Images de produits</i>	144
<i>Configurer la visibilité du catalogue et le statut phare</i>	145
<i>Ajouter un produit groupé</i>	146
<i>Créer un Produit Enfant dans un groupe</i>	147
<i>Ajouter un produit virtuel</i>	147
<i>Ajouter un produit téléchargeable</i>	148
<i>Ajouter un produit externe</i>	149
<i>Ajouter un produit variable</i>	149
<i>Marquer un Produit en tant que Phare</i>	150
<i>Commandes en Rupture de Stock</i>	151
<i>Ajouter des images et galerie aux fiches produits</i>	152
<i>L'image phare</i>	152
<i>Ajouter des galeries d'image</i>	152
<i>Réordonnez et enlever des images des galeries de produits</i>	153
<i>Paramètres de dimension d'image</i>	153
<i>Gérer les catégorie de produit, les tag et les attributs</i>	155
<i>Catégories de Produits</i>	155
<i>Tags de produits / étiquettes</i>	156
<i>Attributs de produits</i>	156
<i>Scénario d'utilisation</i>	157
<i>Ajouter des attributs à votre boutique</i>	157
<i>Trier les Attributs</i>	158
<i>Les produits variables (Avec déclinaison)</i>	159

Ajouter des attributs pour des variations	159
Ajouter des variations	160
Ajouter Manuellement une Variation	161
Paramétrer les valeurs par défaut	162
Données de Variation	163
Edition en masse.....	164
Lier des variations possibles	164
Frontend.....	164
Les produits virtuels, téléchargeables	166
Paramètres des produits virtuels, téléchargeables	166
Paramétrer des produits téléchargeables	167
Produits Simples Téléchargeables	167
Variations téléchargeables.....	169
Combiner des produits téléchargeables et virtuels.....	169
Le processus de commande des produits téléchargeables	170
Gérer des commandes avec des articles téléchargeables	170
Les shortcodes WooCommerce	172
WooCommerce > 2.1.x Shortcodes:	172
WooCommerce < 2.1.x Shortcodes:	172
Panier.....	172
Caisse.....	173
Formulaire de Suivi de commande	173
Mon Compte.....	173
Produits récents.....	174
Produits Phares.....	174
Produit.....	174
Produits	175
Ajouter au Panier.....	175
Ajouter à l'URL du Panier	176
Page de Produit	176
Catégorie de Produit.....	176
Catégories de Produits.....	177
Produits les Plus Vendus.....	178
Attribut de Produit.....	178
Produits Apparentés	179
Shortcodes Ratés.....	180
Trier les Produits par Champs Méta Personnalisés	180
organiser le contenu et les images des produits.....	182

Contenu.....	182
Images.....	182
<i>Quelle taille est la bonne taille ?</i>	182
<i>Vignettes de produits</i>	183
<i>Tailles des Vignettes de Produits</i>	184
Produits Liés et vente croisées.....	185
Ventes incitatives/Montées en gamme	185
Ventes croisées.....	185
Produits apparentés.....	186
CHAPITRE 5 VENDRE AVEC WOOCOMMERCE.....	187
<i>Gestion des coupons de réduction / Code promo dans WooCommerce</i>	188
Ajouter un coupon.....	188
Type de remise :.....	189
Restriction d'Utilisation.....	189
Limites d'Utilisation	190
Les Modes de paiement.....	191
Mode de paiement Paypal.....	191
Configuration.....	191
Options de Livraison.....	192
Options Avancées	192
Informations d'authentification API.....	193
FAQ de PayPal.....	195
Mode de paiement Chèque	198
Mode de paiement virement bancaire	199
Mode de paiement : Paiement à la livraison	200
Mode de paiement : Carte Bleu avec Simplify	202
FAQ.....	203
Les passerelles de paiement externe	205
Types de passerelles de paiement	205
Créer une passerelle de paiement basique	205
Notes sur les Passerelles Directes	209
Travailler avec des Rappels de Passerelles de Paiement (tels que PayPal IPN).....	209
Les Hooks dans les passerelles.....	210
Gérer les commandes.....	211
Visualiser des commandes.....	211
Editer/visualiser des commandes uniques.....	212
Données de la Commande	213
Articles de la Commande.....	213

Totaux de la Commande	214
Ajouter une commande manuellement.....	215
Notes de la Commande/Client	215
Gérer les remboursement avec WooCommerce	215
Remboursements automatiques.....	216
Remboursements manuels.....	217
Les Emails et les commandes.....	219
Je reçois des commandes, mais aucun e-mail n'est envoyé !.....	219
Vérifiez les commandes en attente	219
Vérifiez vos Paramètres d'E-mail.....	219
Vos e-mails sont cassés	219
Comment fonctionnent les e-mails ?.....	219
Comment les e-mails fonctionnent-ils avec WordPress ?.....	220
Cela veut-il dire que WordPress envoie mon e-mail ? Est-ce que WooCommerce envoie l'e-mail ?	220
Si l'e-mail est passé à mon serveur web pour être envoyé, que vient faire le fournisseur SMTP dédié ?	220
Qu'est-ce qu'un fournisseur SMTP dédié ? Est-ce comme mon compte Gmail ?.....	220
Alors puis-je utiliser Gmail en tant que fournisseur SMTP ?.....	220
Fournisseurs SMTP Dédiés Conseillés.....	221
Pourquoi avez-vous omis Amazon SES?	221
Puis-je envoyer des fichiers téléchargeables achetés en tant que pièces jointes dans les e-mails de Commande Terminée et de Facturation ?.....	222
SenderScore par ReturnPath	222
CHAPITRE 6 : REFERENCEMENT NATUREL : CE QU'IL FAUT VRAIMENT FAIRE POUR ETRE EN PREMIERE PAGE !.....	223
Faire un site oui, mais pensez au référencement naturel.....	224
1) Bien comprendre ce que veut google.....	226
2) L'audit de référencement naturel :.....	228
3) Ecrire un contenu pour les visiteurs, pas les moteurs de recherche	229
4) Produire le meilleur contenu sur Internet : Soyez le n°1 du sujet que vous traitez !	231
5) Rédigez de long articles avec un véritable travail de fond sur son contenu	232
6. Utilisez judicieusement les mots et expressions clés ciblés	234
7. Choisissez un titre qui a du punch axé sur la curiosité des lecteurs et qui va provoquer des clics	235
8) Rédiger une intro d'enfer qui encourage les lecteurs à lire la suite.....	236
9) Développez un article captivant qui va encourager vos lecteurs à continuer la lecture jusqu'au bout	237
10) Passer beaucoup de temps sur la sensibilisation	238
11) Comprendre le concept de RankBrain	239
Bref concluons sur le référencement naturel	240
Annexe : Liens utiles et téléchargement	241

*CHAPITRE 1 : A LA DECOUVERTE DU LOGICIEL E-
COMMERCE WOOCOMMERCE*

Edito : WooCommerce, c'est une solution open sources de création de Boutique en ligne basé sur le CMS WordPress, aussi avant de vous parler de WooCommerce je vous propose un voyage dans le temps afin de découvrir l'histoire du CMS WordPress.



Qu'est-ce que WordPress ?

WordPress un logiciel qui permet de facilement créer un site web.

Créé en 2003 par [Matt Mullenweg](#) & Mike Little le logiciel fut lancé humblement dans le monde du web... depuis WordPress a fait du chemin et c'est est tout simplement **le logiciel de gestion de contenu web le plus utilisé au monde...**

On associe souvent à tort WordPress au mot "blog"... Oui mais en réalité WordPress est une plateforme de travail ultra riche et très puissante qui permet de quasiment tout faire (dont des blogs).

L'Histoire de WordPress – Rétrospective



WordPress : ce logiciel de gestion de site web venu de nulle part ... et à la conquête de 50% du web mondial !

Alors que WordPress se rapproche de la moitié de sa deuxième décennie d'existence, il est intéressant de voir 2015 comme une année marquant un point d'inflexion important de la célèbre plate-forme web.

Sa position en tant que **système de gestion de contenu le plus populaire du monde** a mis du temps à s'établir mais aujourd'hui à l'échelle mondiale WordPress a une emprise sur près d'un quart des sites web. (24% des sites web tourne sous WordPress)

Avec l'intégration de « REST API » (une grosse avancé technique) qui arrive dans WordPress, Matt Mullenweg cible ouvertement 50% de part du marché du web mondial...

Dans cet article, je vous propose de vous pencher sur les évènements majeurs qui ont conduit WordPress à devenir le système de gestion de contenu web préférés du monde.

Faisons donc un petit voyage dans le temps.

2003-2004 : Une nouvelle plateforme et née.



La domination de WordPress sur le marché est énorme aujourd'hui mais la plupart de ses utilisateurs et même les développeurs sont totalement ignorants de ses racines : WordPress à l'origine c'est un fork d'une petite Platte forme de blogging. « B2 cafelog »

- [B2 Cafelog](#) a été, à l'origine, développé par Michael Valdrighi en 2001, mais en 2003 son développement a apparemment été abandonné.
- Un [article](#) de [Matt Mullenweg](#) déplorant le manque de progrès sur l'outil conduit Mike Little

à proposer une association pour faire avancer les choses, et le résultat final était un prototype de B2 appelé WordPress, lequel fut lancé dans ce monde sans méfiance en Mai 2003.

La version officielle 1.0 suivit relativement peu après en Janvier 2004, avec beaucoup de fonctions que les utilisateurs de WordPress acquises et essentielle pour les utilisateurs : Une installation facile, une utilisation guidée, un moteur de recherche convivial, des permaliens et des catégories.

Mai 2004 a vu la sortie de la version 1.2 (Mingus) et l'arrivée des plugins, avec le "fameux" Hello Dolly, une démo ajoutée par Matt Mullenweg en personne.



Un autre élément familier de l'environnement WordPress se fit aussi un nom cette année-là avec le lancement du forum de solutions **bbPress**, qui fait fonctionner les forums de soutien de WordPress.com et WordPress.org de nos jours.

La plateforme naissante reçut une victoire anticipée durant l'année 2004. Les quelques changements et les récompenses reçu cette année-là ont donné à WordPress une puissante stimulation, d'autant que les bloggeurs recherchaient une alternative, un cms open source.

Quand on regarde ces 18 derniers mois, il est juste de dire que WordPress est sortie de nulle part et a fait l'effet d'une bombe !

2005-2007 : WordPress à Pas de géant

2005 fut une année clé pour WordPress à bien des égards. Une des plus grandes étendues de ces progrès fut la création de la **société Automattic**, en tant que filiale commerciale distincte, en Août 2005, ainsi que le lancement officiel de WordPress.com.

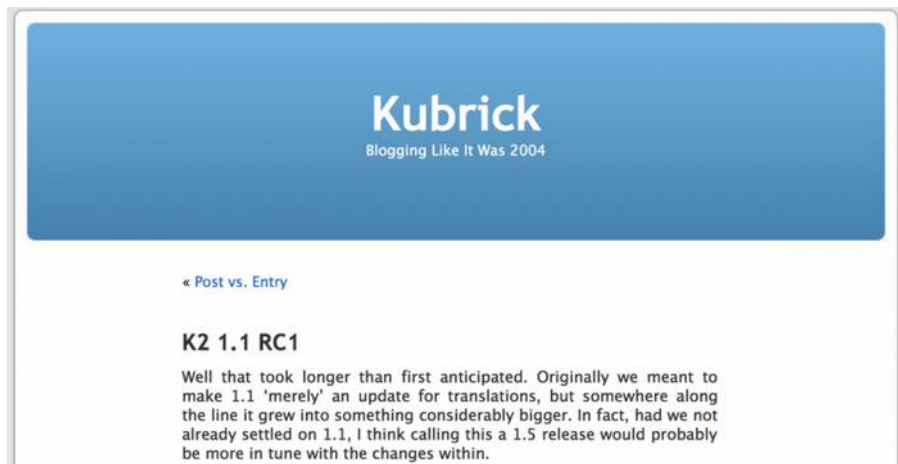
Matt Mullenweg eut très tôt fait de repérer que la GPL license était capable de supporter à la fois un projet actif d'open source et un dispositif commercial qui augmentait sa puissance.

Un fond initial de 1.5 millions de dollars permit à Automattic d'avoir très tôt un solide financement afin de se développer et se faire connaître.

WordPress 1.5 (Stayhorn) était une version particulièrement remarquable, puisqu'elle apportait des thèmes fonctionnels et une page de configuration au tableau.

La séparation du design des fonctionnalité qui accompagne celui ci sont mis en avant dans le thème par défaut Kubrick. C'était un facteur clé dans le développement pour les développeurs et les designers, à l'échelle mondiale, cela ouvrit une porte pour le futur.

Kubrick fut le premier thème par défaut de WordPress.



La version 2.0 (Duke), début Décembre 2005, maintint l'élan avec l'addition de caches permanents, le rôle utilisateur et un remaniement considérable pour l'interface d'administration.

<https://ddlx.org/wp->

content/uploads/sites/9/2015/09/hello-dolly-plugin.png

2005 voit aussi le lancement du programme anti-spam **Askimet** – ultérieurement redirigé dans son propre service distinct- et le travail initial sur le multisite prédécesseur **WordPressMU** par Automattic entraîne l'embauche Donncha O'Caomh.

Contrastant avec l'année florissante d'activités que fût 2005, les deux années suivantes étaient largement celles d'une consolidation et d'un perfectionnement exigeant à la fois sur le plan commercial et sur l'open source du logiciel.

La Direction « Plugin » de WordPress s'établit également comme le dépôt officiel pour les plugins durant cette période.

En termes de diffusion, 2006 fut aussi remarquable avec le premier rassemblement WordCamp à San Francisco. le début d'une série d'évènements qui continuent de galvaniser la communauté mondiale aujourd'hui.

Du côté de Automattic, 2006 voit la nomination de Toni Schneider en tant que Directeur Général et la compagnie fait l'acquisition de Gravatar.

Alors que 2007 approche de sa fin, il n'y plus aucun doute que WordPress a émergé comme une entité virtuelle considérable... la firme peut-elle encore aller plus loin ?

2008–2009: WordPress poursuit son développement

En 2008 et 2009, quelques refonte de l'admin de WordPress, en commençant par le redesign [Happy Cog](#)-led dans [WordPress 2.5 \(Breckler\)](#). Le remaniement initial de l'administration se fit avec les différentes révisions, amenant à une recherche sous la forme d'un rapport avec un test de maniabilité sous le nom de code CrazyHorse.

La fonctionnalité restait particulièrement présente dans cette période avec des associations telle celle du Shortcode API, de nombreuses révisions, des installations intégrées, et de petites notes ajoutées pour les débutants.



La sortie de la version 3.0 vit l'arrivée d'ajouts significatifs, comme l'installation automatique du thème dans la [version 2.8 \(Baker\)](#) et une édition d'images dans la [version 2.9 \(Carmen\)](#). Cette période vit aussi l'augmentation constante du répertoire des Plugin et le lancement officiel du répertoire des Thèmes -un grand pas en avant en termes de qualité standard et du design de base du logiciel.

La société Automattic était aussi occupé en ce temps là, ayant effectué une [levée de fond d'environ 29,5 millions de dollars](#) auprès d'un gros groupe d'investisseur incluant le New York Times et Polaris. Une petite part de ce capital fut rapidement dépensé dans l'acquisition de [BuddyPress, le plugin « réseau social » de wordpress.](#)

A la fin de l'année 2009, WordPress s'est fermement établi comme favori dans l'esprit des développeurs, bien que le marché global fut toujours relativement bas. Cela allait bientôt changer.

2010-2012: « popularisation » A l'assaut du grand Public

De 2010 à 2012, un nombre d'événements marquants tel qu'un nouveau logiciel, une occasion et une idée ont chamboulés WordPress.

La [Fondation WordPress](#) a été officiellement mise en place en tant qu'organisation de bienfaisance par Matt Mullenweg en 2010, avec l'intention d'assurer le futur de la solution sur du long terme en temps que projet indépendant de logiciel open source.

Le but principal de la fondation est d'assurer un libre accès, permanent, aux projets, logiciels que l'on supporte. Les gens et le business peuvent aller et venir, il est donc important d'assurer que la base de ces projets survivra à travers le courant des contributeurs de base; c'est pour cela que nous devons créer un logiciel stable sur la toile pour les générations à venir.

En tant que partie du procédé, la fondation acquiert officiellement ses droits au logo et à la marque WordPress.

Pour des raisons évidentes, les liens entre la société Automattic et WordPress restent extrêmement flous en ce temps là comme aujourd'hui, mais l'influence de la **WordPress Foundation** et les droits qu'elle a obtenus ont formés une division entre les deux à un moment clé pour le logiciel.

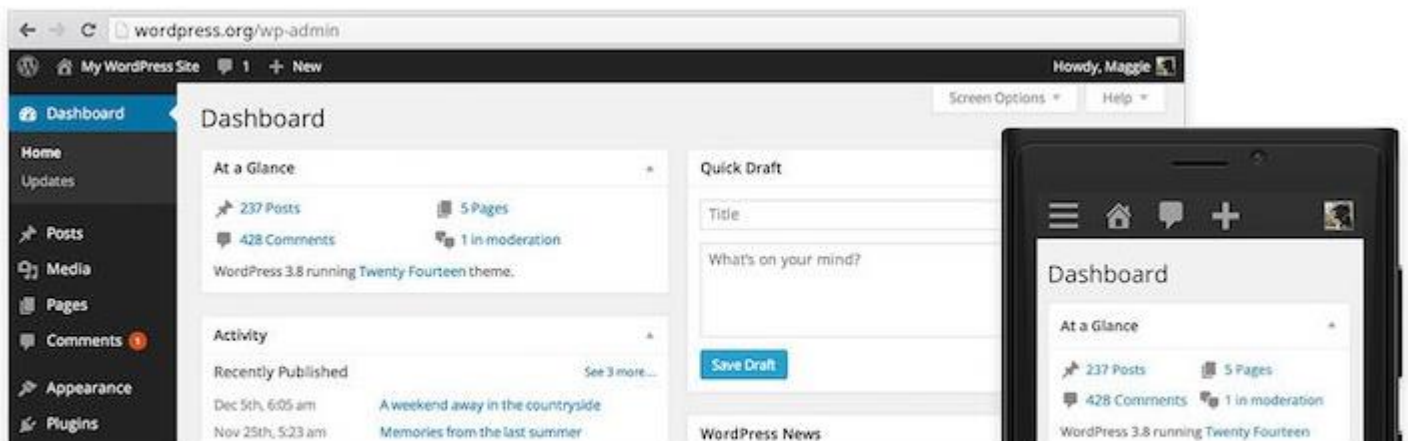
2010 voit aussi l'arrivée d'une version spéciale de [WordPress 3.0 \(Thelonius\)](#).

L'inclusion des « custom post types » (format de page personnalisé) représentent un autre grand pas sur la route de WordPress qui devient un véritable outil de gestion de contenu multi-tâches, et l'intégration du WordPress MU dans le cœur de la configuration permettant la gestion en multi-site apporte un tout nouveau niveau dans la puissance et la maniabilité du bébé.

2012-2014: WordPress une plate-forme à la croissance exponentielle

Les deux années suivantes ont vues WordPress consolider sa position en tant que plate-forme de gestion de contenu : numéro 1 mondiale.

De multiples fonctions additionnelles ont émergées durant cette période, incluant un nouveau gestionnaire de média ainsi qu'un support audio et vidéo.



The WordPress 3.8 admin.

Les efforts pour améliorer l'expérience de l'utilisateur avec des progrès continus sur le thème personnalisable, l'introduction du mode Distraction Free Writing (Ecriture Libre de Diversion) et une interface du système réactive (responsive) pour l'administrateur dans [WordPress 3.8 \(Parker\)](#).

[WordPress 3.9 \(Smith\)](#) a vu quelques améliorations majeures notamment avec la mise à jour automatique et l'introduction à la compatibilité avec l'application Facebook HipHop Virtual Machine- une pièce qui met WordPress à la pointe du développement PHP.

Du côté d'Automattic, de grandes avancées ont été faites aussi, grâce à la promotion de Matt Mullenweg en tant que Directeur Générale en 2014 ce qui a permis à la compagnie de gagner 160 millions de dollars, augmentant alors son estimation à [1.16 billions de dollars](#).

[Automattic acquit aussi Longreads](#) en 2014, une action qui, peut-être, signale un intérêt à long terme par la compagnie...

Cette période a vu aussi WordPress consolider avec sa position en tant que système de gestion de contenu le plus populaire au monde, laissant ses concurrents mordre la poussière alors que WordPress monte en flèche avec plus de 23% du marché ...

2015: Il y a du mouvement dans votre CMS Préféré

Comme dix ans plus tôt, L'année 2015 a tout d'une année clé pour WordPress.

La plateforme est sur le point d'intégrer « REST API » à son code, un acte qui offre une ouverture sur un monde de programmation plus vaste, rendant wordpress comme un « framework » à part entière. (Une plate forme de travail globale...)

Dans une interview avec Adam Silver sur la chaîne [KitchensinkWP podcast](#), Mullenweg présente l'étendue de ses ambitions et dévoile que les grandes chaînes commerciales sont maintenant sa nouvelle cible.

Le prochain but est la majorité des sites internet.

On veut arriver à 50%+ et il y a un long chemin à parcourir d'ici là.

Comme les pourcentages augmentent, il est de plus en plus dur d'évoluer sur le marché et nous devons agrandir ce marché en faisant des choses que nous n'avons jamais fait auparavant- je pense sérieusement au procédé d'intégration, je pense à une intégration dans les réseaux sociaux, avec lesquels WordPress travail sur un dispositif, qui sera une plateforme informatique prédominante dans le future. Cela va être très important.

Cette année l'entreprise Automattic a également fait l'acquisition de WooCommerce, ce qui donne a wordpress un poid supplémentaire et ce qui annonce clairement une intentions de s'imposer également comme un géant du E-commerce à l'échelle mondiale.

Conclusion

Au total, ces douze dernières années ont montrées l'échelonnement florissant de WordPress.

De ses humbles débuts comme une solution pour les blogs que de jeunes développeurs ont créés à des fins personnelles, le logiciel est devenu la solution de gestion de contenu web la plus populaire de la planète...

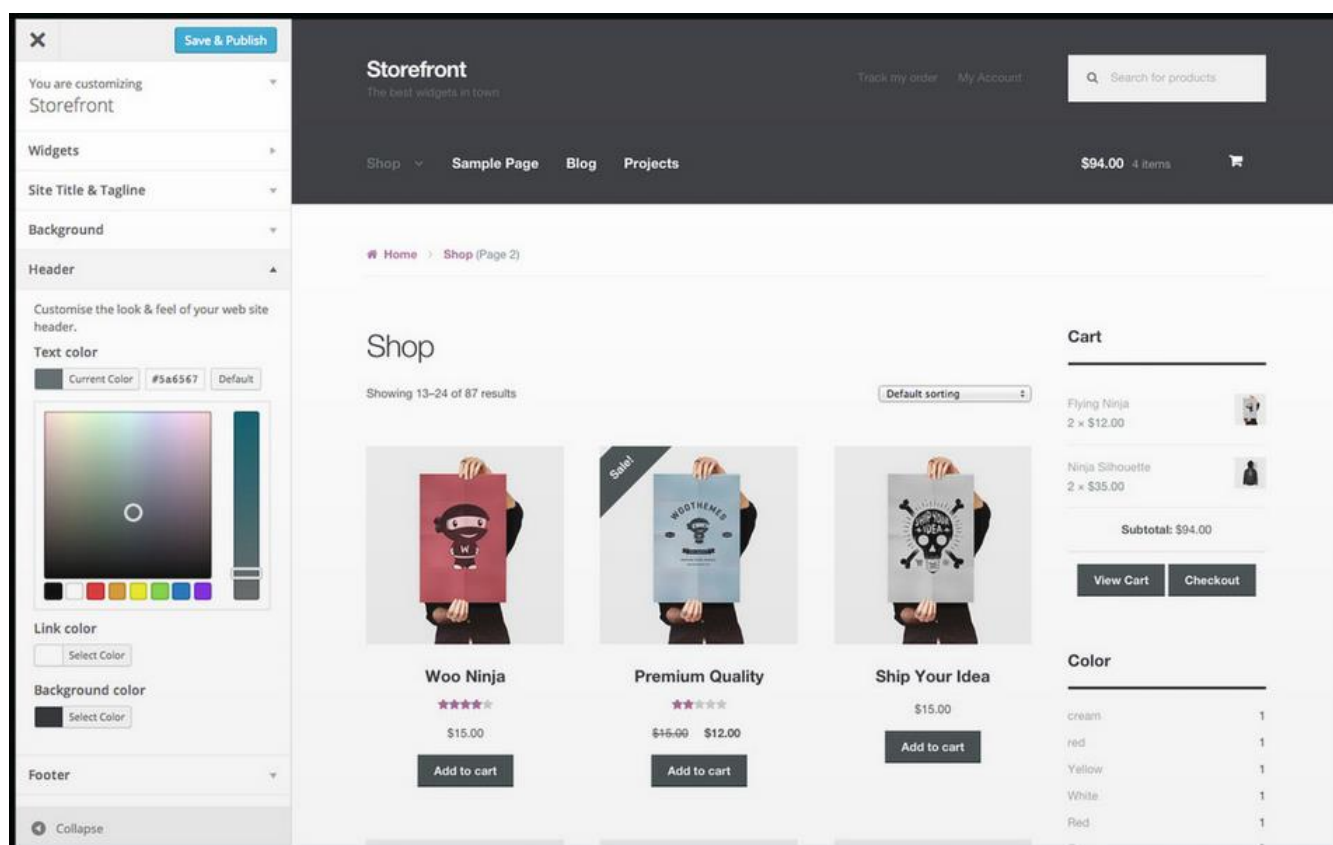
De son côté, Automattic a émergé comme une compagnie d'une maigre richesse à plus d'un billion de dollars...

Avec une route ouverte devant eux et ses meilleures années encore à venir, le future brille pour WordPress sur tout les fronts.

Qu'est ce que le plugin WooCommerce ?



Le plugin WooCommerce est un addon WordPress qui s'installe en quelques clics et qui transforme votre site WordPress en une puissante boutique en ligne complètement personnalisable.



Une fois installé WooCommerce vous permet de :

Gérer votre catalogue produit **pouvant contenir plusieurs milliers de produits** ([Voir démo ici](#))

Vendre des produits physiques comme des produits virtuels directement téléchargeables après achat)

Gérer vos commandes / Gérer vos clients / Gérer vos factures

...etc

Le logiciel WooCommerce est évolutif et peut être modulé / amélioré avec des centaines de fonctionnalités additionnelles disponibles sur le web.

Les principales sources de plugins et thèmes WooCommerce sont ici :

WooCommerce : <https://woocommerce.com/>

ThèmeForest : <http://themeforest.net/category/wordpress/ecommerce/woocommerce>

Il existe cependant de nombreux sites indépendants qui développent de très bon plugins et thèmes, du coup faire des recherches sur le net ou vous faire conseiller par un spécialiste est souvent très utile pour trouver ce que l'on cherche. ([Utilisez le forum](#))

L'histoire de WooCommerce :

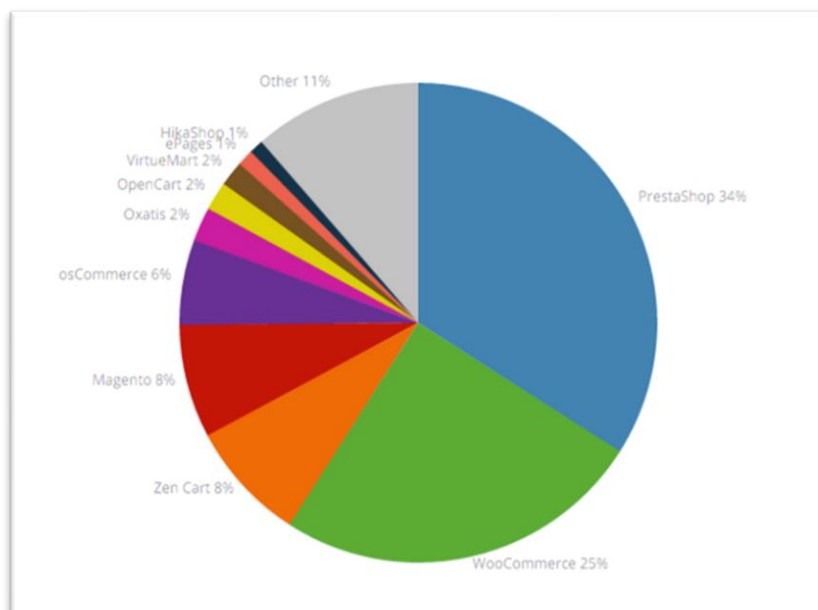
WooCommerce : C'est tout simplement un plugin WordPress open source qui a été développé par Mike Jolley et Jay Koster de la société WooThemes. Le logiciel sorti en 2011 a connu une ascension fulgurante à travers le monde et continue de se grandir...

En mai 2015 la société Automatic (WordPress) rachète WooThemes et affiche une intention claire : conquérir 50 % du web E-commerce dans le monde... Entre 2011 et 2016 il a pour ainsi dire conquis plus de 30% des site E-commerce et plus de 6.7 millions de téléchargements... Au regard de son évolution positive, il est probable que d'ici 2020 WooCommerce atteigne son objectif et représente plus de la moitié des sites E-commerce dans le monde.

WooCommerce en France :

En France, WooCommerce a eu plus de mal à s'implanter que dans le reste du monde. En effet avant que WooCommerce voit le jour, la solution française concurrente "Prestashop" c'était imposée comme solution N°1 des Français et à la sortie de WooCommerce, peu de prestataires Français se sont intéressés de près a cette solution qui a souffert d'idées reçues sur son potentiel. Cependant depuis 2014 environs, WooCommerce gagne petit à petit le cœur des Français au détriment de Prestashop qui semble petit à petit perdre de sa notoriété. De plus en plus de E-commerçants utilisent WooCommerce qui commence à s'imposer comme solution (N°1 ?) en France.

Une étude récente montre que WooCommerce occupe en mars 2016 près de 25% des sites E-commerce en France contre 34% pour Prestashop (Chiffre de builtWith)



Un représentant WooCommerce Français : Rémi Corson



Rémi Corson est le développeur “cocorico FR” de la “team WooThemes”, il travaille essentiellement au support de la solution mais son rôle et son activité ne s’arrête pas là : **Debug, développement, conférence, communication etc ...** On peut dire qu’il est

l’ambassadeur officiel de WooCommerce en France.

Avant de travailler chez WooThemes, Remi Corson travaillait sur une autre solution E-commerce WordPress : [Pippin’s Plugins](#)

Je vous partage les liens que j’ai pu trouver sur Rémi Corson :

Son site perso : <http://www.remicorson.com/>

Les slides de Rémi au WPMX 2015 : <http://fr.slideshare.net/corsonr/dveloppez-votre-business-en-dveloppant-le-business-de-vos-clients>

Des vidéos de Rémi Corson : https://www.youtube.com/results?search_query=remi+corson

La communauté WooCommerce en France

Il y a de plus en plus d’utilisateurs WooCommerce en France et la communauté des utilisateurs et professionnels qui travaillent sur la solution se grandit et se forme petit à petit. A l’heure actuelle, la communauté WooCommerce est assez dispersée et les professionnels Expert WooCommerce ne sont pas encore très nombreux, cela s’explique notamment par le fait qu’en France, la plus part des experts (agence / Webmaster Freelance) se sont habitués à utiliser Prestashop et n’ont pas encore pris la peine de bien explorer WooCommerce. Mais comme on dit, “le vent tourne” et on sent bien que depuis quelque temps les mentalités changent et WooCommerce commence à s’imposer en France comme la solution privilégiée de plus en plus de prestataires et utilisateurs.

Le site WooFrance.fr a d’ailleurs pour but de rassembler la communauté des utilisateurs, les pros et les E-commerce et offre plusieurs outils pour échanger et communiquer. Je vous invite d’ailleurs à [créer votre compte sur le site et rejoindre la communauté de suite ici](#).

L’avenir de WooCommerce en France :

En France d’ici 2022 WooCommerce va très certainement devenir la solution n°1 et un grand nombre de développeurs / Webmasters / Agences ... Français vont s’y mettre, la solution va très certainement faire un bond en avant et la communauté Francophone aussi. Il va y avoir beaucoup de nouveauté et beaucoup de choses très intéressantes qui vont se faire à tous les niveaux.

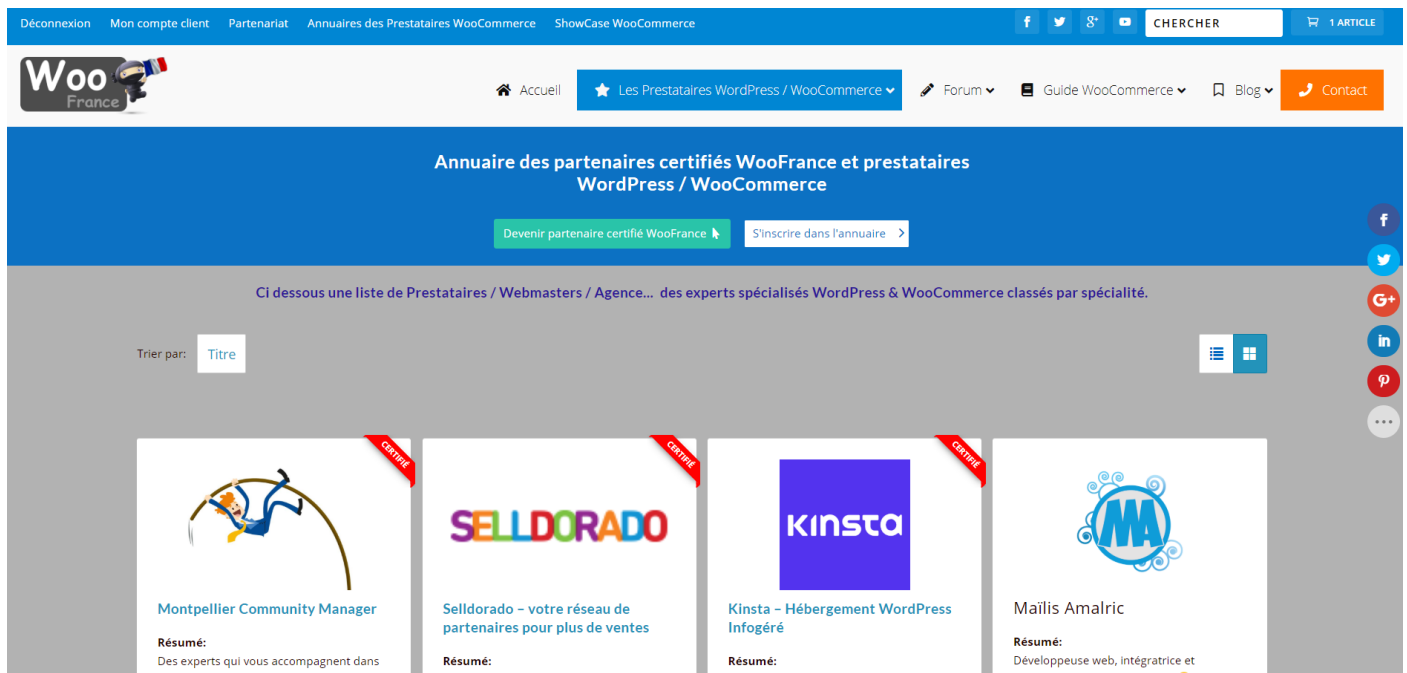
Mon sentiment est qu'on est à l'aube de quelque chose de nouveau qui va faire un boom énorme.

Où trouver des experts WooCommerce ?

Si vous faites un peu le tour du Web à la recherche d'info sur WooCommerce vous tomberez souvent sur les mêmes sites.

En attendant je vous invite à vous rendre sur cette page web :

L'annuaire des prestataires WooCommerce : <https://woofrance.fr/annuaire-prestataire-woocommerce/>



The screenshot shows the website 'WooFrance' with a navigation bar at the top containing links for 'Déconnexion', 'Mon compte client', 'Partenariat', 'Annuaire des Prestataires WooCommerce', and 'ShowCase WooCommerce'. There are also social media icons and a search bar labeled 'CHERCHER'. Below the navigation bar is a header with the 'Woo France' logo and a menu with 'Accueil', 'Les Prestataires WordPress / WooCommerce', 'Forum', 'Guide WooCommerce', 'Blog', and 'Contact'. The main content area is titled 'Annuaire des partenaires certifiés WooFrance et prestataires WordPress / WooCommerce' and includes buttons for 'Devenir partenaire certifié WooFrance' and 'S'inscrire dans l'annuaire'. A sub-header reads 'Ci dessous une liste de Prestataires / Webmasters / Agence... des experts spécialisés WordPress & WooCommerce classés par spécialité.' Below this is a filter section 'Trier par: Titre' and a grid of four partner cards, each with a 'CERTIFIÉ' badge. The cards are for 'Montpellier Community Manager', 'Selldorado - votre réseau de partenaires pour plus de ventes', 'Kinsta - Hébergement WordPress Infogéré', and 'Mailis Amalric'. Each card includes a logo, a title, and a 'Résumé:' section.

et si vous ne trouvez pas, votre bonheur n'hésitez pas à nous contacter au 04 67 17 13 74

Pourquoi choisir WooCommerce ?

Les atouts de WooCommerce :

- *WooCommerce est gratuit.* (Prévoyez toutefois un minimum de budget pour votre thèmes et addons)
- Basé sur WordPress le CMS le plus répandu dans le monde, ce va veur dire que :
 - Votre site ne sera pas qu'une boutique en ligne, il sera également un site de présentation hautement personnalisable tant dans le look que dans ses fonctionnalités
 - plus de 20.000 extensions / fonctionnalités disponibles pour améliorer votre site web
 - WooCommerce lui même est le système E-commerce le plus répandu dans le monde et en forte progression en France.
 - Plusieurs milliers d'extensions dédiés WooCommerce
 - Plusieurs milliers de thèmes, dont beaucoup sont totalement customisables (Le design d'un WooCommerce n'a de limite que votre imagination...)
 - Une forte communauté internationale : Des utilisateurs et des contributeurs qui se compte par milliers améliorent sans cesse la solution
 - Une société solide (Automatic) et une fondation qui garantie la pérennité du logiciel.
 - Une mentalité **open source préservé.**

L'avis de Fred :



Ayant longtemps fait usage d'une autre solution je me suis mis à Woo car je vois en WooCommerce l'avenir du Ecommerce indépendant pour les PME et PMI... C'est un logiciel qui me permet de partir sur une base commerce seine, riche, qui évolue dans le bon sens et qui demeure simple à prendre en main (**Je pense toutefois qu'il faut être accompagné par un webmaster spécialisé pour bien se lancer dans l'aventure WooCommerce**).

Souvent quand on se lance dans la créa de son site E-commerce on ne pense qu'à l'aspect vente en ligne de notre site, on en oublie bien souvent qu'on veur également faire de notre site web une carte de visite de notre activité et pour celà on aura besoin d'ajouter un blog / page web / forum / Newsletter...etc WordPress + WooCommerce permet tout celà, ce qui lui confère un confort d'utilisation souple et quasiment sans limite...

Puis ce que j'aime avec Woo, c'est le fait de savoir que dans 15 ans, mon site sur WooCommerce sera fort probablement encore là et techniquement au top. Celà peu de solution peuvent l'affirmer avec autant de certitude que WooCommerce... En choisissant WooCommerce je mise sur l'avenir de mon activité E-commerce.

Une dernière chose : Avec WooCommerce, on prend (je prend) du plaisir à travailler sur mes sites, celà me parait important que les utilisateurs / Webmasters ... developpeurs...) d'une solution s'éclatent à travailler dessus.

Comment bien se lancer avec WooCommerce ?

A noter que la maîtrise de WooCommerce vous demandera préalablement la maîtrise de WordPress, donc si vous débutez dans l'univers WordPress, donnez vous préalablement le temps d'apprendre WordPress.

Un bon hébergement

+

WordPress + WooCommerce

Sur le forum j'ai publié un tuto d'installation technique en partant de Zéro : [Installez WooCommerce à partir de zéro](#)

1 thème adapté

(Le thème de base de WordPress est de mon point de vue insuffisant pour réaliser une belle boutique en ligne)

Les options souhaitées

En option mais recommandé si vous débutez :

Un Webmaster / prestataire spécialisé WooCommerce pour vous accompagner

Le rôle du webmaster sera :

- de vous installer WordPress
- de sécuriser WordPress
- d'installer et paramétrer un thème adapté à vos besoins
- d'installer WooCommerce
- de vous aider à la configurer
- de vous former
- et assurer la maintenance et le suivi de votre site

C'est selon moi la bonne recette pour bien se lancer avec WooCommerce

Si toutefois vous êtes déjà familier de WordPress, une simple installation du plugin WooCommerce et quelques heures de prise en mains devraient vous permettre de rapidement vous lancer.

Bien comprendre WooCommerce pour bien réussir sa boutique en ligne

Je vous propose d'explorer et apprendre à mieux connaître le plugin WooCommerce qui permet à tout un chacun de créer sa boutique en ligne, très facilement à partir d'un site WordPress.

- A travers nos différentes analyses nous allons tacher de comprendre pourquoi c'est la solution web E-commerce n°1 dans le monde et très certainement demain en France et Nous allons aussi explorer plusieurs points essentiels qui nous permettrons de définir la meilleure méthode (l'alchimie) pour se lancer avec WooCommerce.

WooCommerce

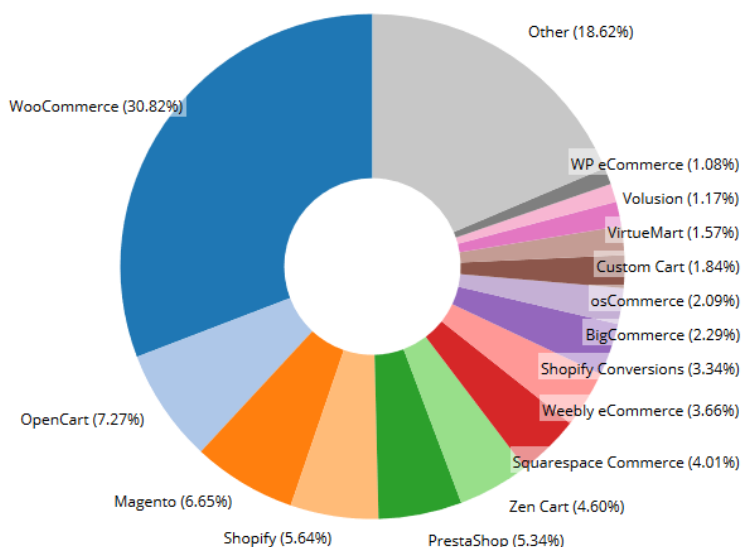
En 10 ans le E-commerce en France (et dans le monde) a fait un bon extraordinaire et révolutionné nos comportements de consommateur.



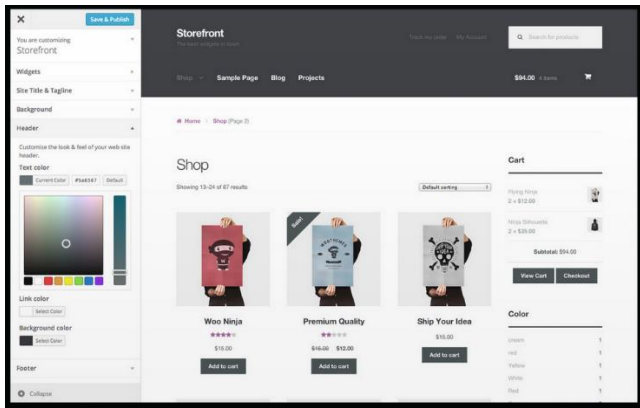
WooCommerce

Aujourd'hui grand nombre de commerçants se doivent d'avoir leur boutique E-commerce et les outils pour la créer ne manquent pas. Parmi les plus connus :

Magento, OpenCart, WP eCommerce, VirtueMart, Zen Car, Prestashop, Shopify, Thélia... etc... et bien entendu : [WooCommerce](#) qui aujourd'hui voit sa croissance exploser et occupe une place de leader avec plus de 30% des boutiques en ligne dans le monde.



Les chiffres de <http://builtwith.com/ecommerce/>



WooCommerce occupe donc une part importante dans le paysage du E-commerce et ce n'est pas pour rien,

WooCommerce un logiciel à la portée de tous pour créer sa boutique en ligne ?

Oui mais... Non ...

Un logiciel E-commerce économique : OUI

WooCommerce est gratuit et opensource, on peut donc créer gratuitement sa boutique en ligne WooCommerce, cependant il faut généralement prévoir un minimum de budget :

- pour investir dans un bon hébergement
- pour investir dans des plugins / addon et ajouter des fonctionnalités à votre boutique en ligne
- pour investir dans un thème afin de personnaliser l'apparence de votre site
- pour investir éventuellement dans de la formation
- pour investir éventuellement dans des prestations diverses et variés (Contrat CB avec votre banque / prestataire référencement naturel / prestataire technique pour la maintenance/ Mailling ...etc)

Cela étant sur WooCommerce les tarifs des thèmes et plugins sont tout à fait abordable, on trouve de très bons thèmes pour 50€ et d'excellent plugin pour 20€ ... donc WooCommerce est financièrement une solution vraiment à la portée de toute les bourses.

NB : j'en profite pour vous donner un conseil : pour votre création de votre boutique en ligne avec WooCommerce le mieux est de se faire accompagner par un prestataire expérimenté qui procèdera aux installations et à la maintenance technique et qui vous formera, vous conseillera et vous guidera. Bref, appelez moi lol, vous y gagnerez un temps précieux et dites vous bien que même si votre création vous reviens plus cher en passant par un pro, vous y gagnez en temps, en qualité et en performance : Voyez le prestataire comme un investissement avec retour sur investissement.

Un logiciel techniquement accessible :

OUI mais NON

Alors sur ce point je suis partagé car il est vrai que si l'on installe basiquement WordPress + WooCommerce on peut considérer que le logiciel est extrêmement simple à installer et son interface d'administration relativement à la portée de tous, encore que, tout dépend du niveau d'utilisation qu'a l'utilisateur qui se retrouve face à l'interface d'administration de WordPress / WooCommerce.

Disons, simplement que c'est comme toutes les premières fois : il faut prendre le temps d'apprendre à se servir de nos outils avant de prendre son pied et faire de belles choses avec, et c'est pour ça que je recommande de vous former avec un partenaire expérimenté avant de vous lancer en solo... (ça vous rappelle des choses ?)

Comment se lancer seul dans WooCommerce ?

- **Se former à WordPress est la première des chose à faire**, vous trouverez de nombreuses [vidéos et tutoriels de formation WordPress](#) sur le net, cependant cela ne remplacera jamais le conseil et l'expérience dispensé par un être humain.
- **Se former à WooCommerce est la 2eme chose a faire**, l'activation du plugin WooCommerce ajoute des nouvelles option a WordPress, cela rend votre site web un peu plus sophistiqué : il faut prendre le temps de tout bien explorer avant de se lancer.

En effet : Les plugins / thèmes additionnels rendent WooCommerce sophistiqué : C'est cool certes mais... c'est sophistiqué...

Un site WooCommerce est également généralement accompagné d'un thème relativement élaboré qui ajoute tout un panel d'administration à WordPress : cela rend l'utilisation du site plus sophistiqué... il faut prendre le temps de ... et là généralement on y passe plusieurs heures voire plusieurs jours.

Un site WordPress / WooCommerce s'agrémente généralement de plugins additionnels, de fonctionnalités spécifiques.... cela ajoute des "boutons" au panel d'administration qui est de plus en plus sophistiqué... je ne vous fait pas un dessin, il faut prendre le temps de...

En conclusion, un site WordPress / WooCommerce peut devenir très évolué donc très sophistiqué ce qui est un avantage mais cela rend également le site plus complexe et pas toujours évident a appréhender. En fait, pour résumer je dirais que **"WordPress / WooCommerce c'est simple quant on sait ou il faut cliquer"**. De fait pour

une personne n'ayant pas suffisamment d'expérience, il peut être préférable de se faire accompagner.

Mon expérience personnelle en tant que prestataire expert WooCommerce :

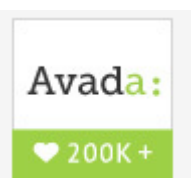
Les clients qui ont choisi d'être accompagné dans leur projet s'en sortent beaucoup mieux c'est flagrant. Ceux qui m'ont commandé juste une prestation technique finissent souvent par revenir sur leur choix et me demande un accompagnement. Pourquoi ? Parce que les installations WP + Woo + Thèmes + Plugin ... donne au final une interface d'administration ultra riche et le client non habitué ne sait plus ou donner de la tête.

WooCommerce des designs / thèmes qui n'ont de limite que votre imagination

J'ai légèrement abordé le sujet un peu plus haut, on peut équiper notre site WordPress / WooCommerce d'un thème plus ou moins modulable, plus ou moins sophistiqué et on peut imaginer son site web un peu comme on le veut.

Je vous invite à [visiter le showcase WooCommerce](#) ici afin de voir quelques exemples de création.

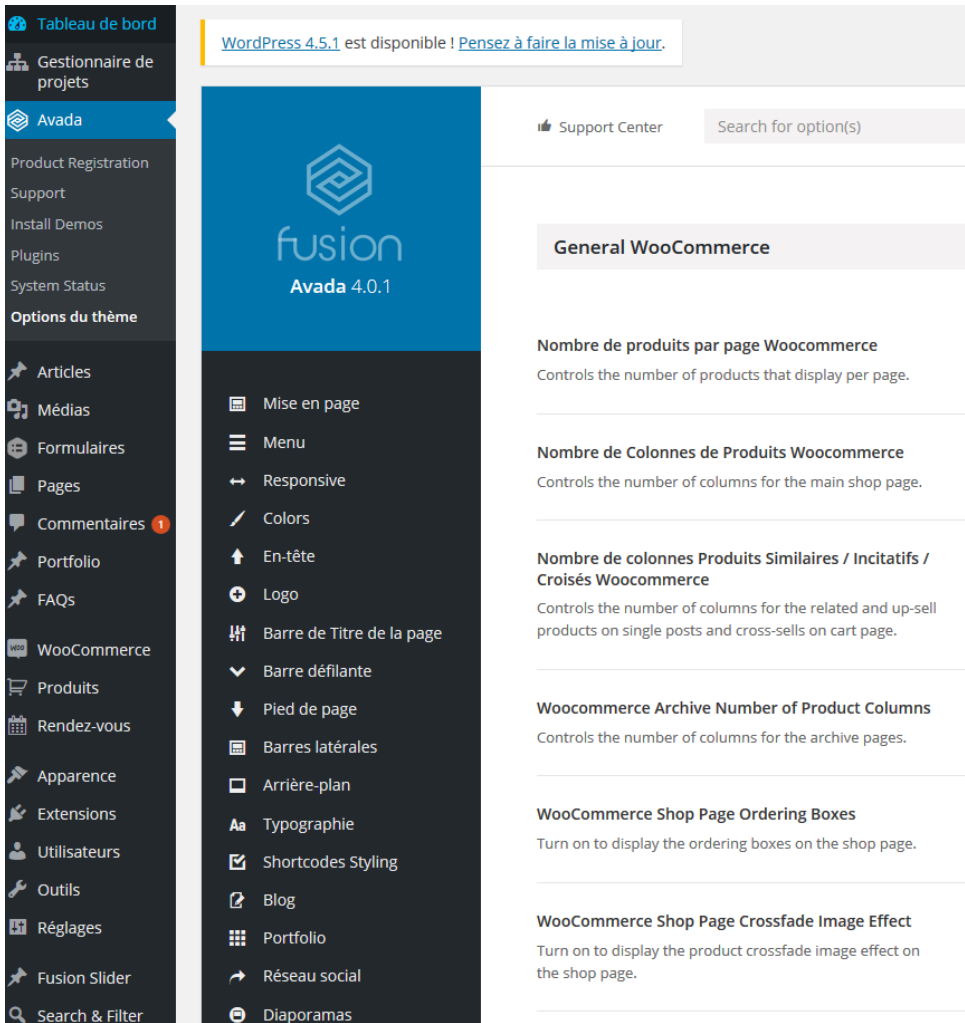
Il y a cependant une contrepartie à ces designs hautement customisables : Ces thèmes ajoutent généralement à l'administration de votre boutique WordPress WooCommerce un panel d'administration relativement conséquent, et cela vous demandera très certainement plusieurs heures pour ne pas dire journées pour maîtriser toutes les subtilités de ces thèmes :



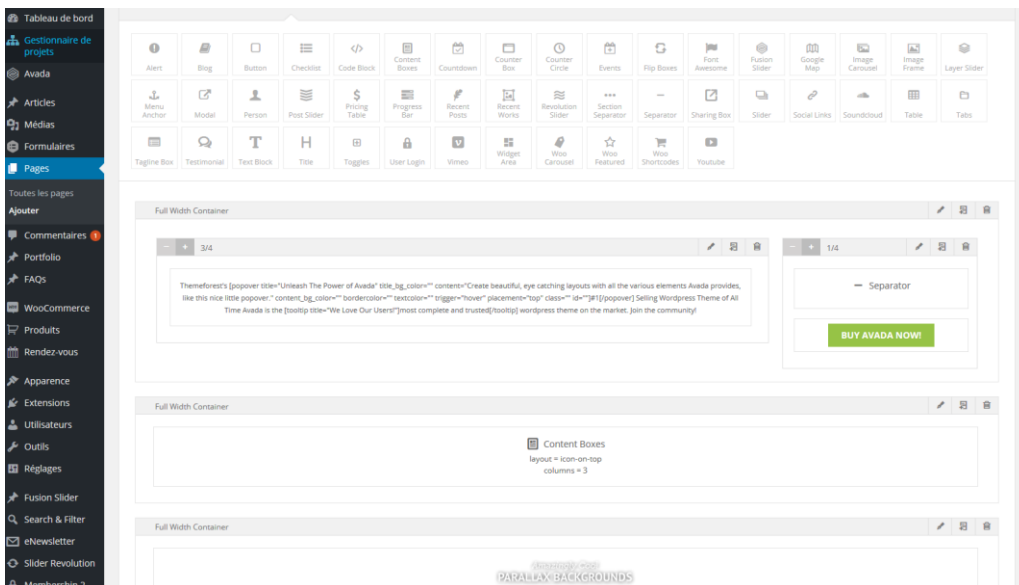
[Avada](#) est par exemple un des thèmes WordPress / WooCommerce très rependu et ultra souple / hyper modulable, il vous permet de réaliser quasiment tous les designs... mais comme je le disais, Avada c'est à lui seul un logiciel complet avec plusieurs centaines de paramètres et options ce qui rend les choses difficiles pour

l'utilisateur néophyte qui se lance tout seul avec :





Panel d'admin Avada



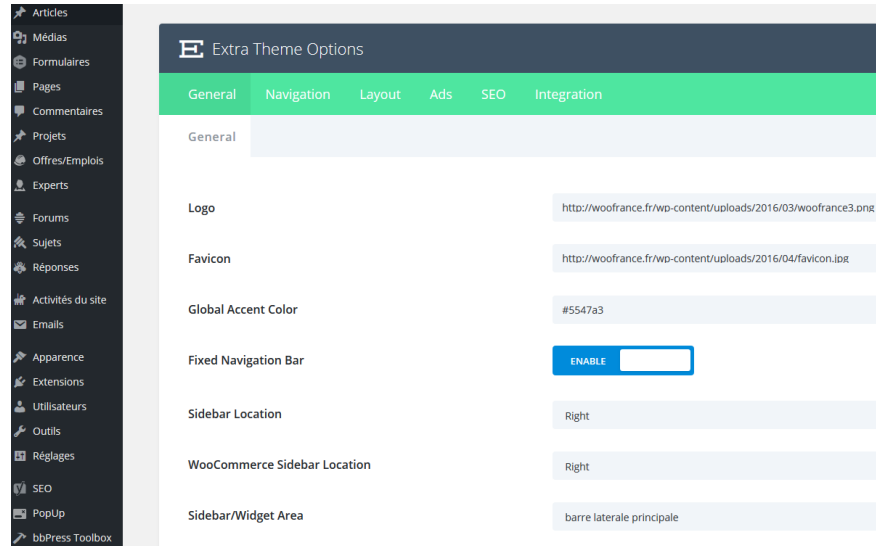
Construire une page web avec Avada est plus sophistiqué qu'avec un simple éditeur

D'autres thèmes plutôt bien faits et nous permettant de nous exprimer avec une large gamme de choix (mes préférés) :

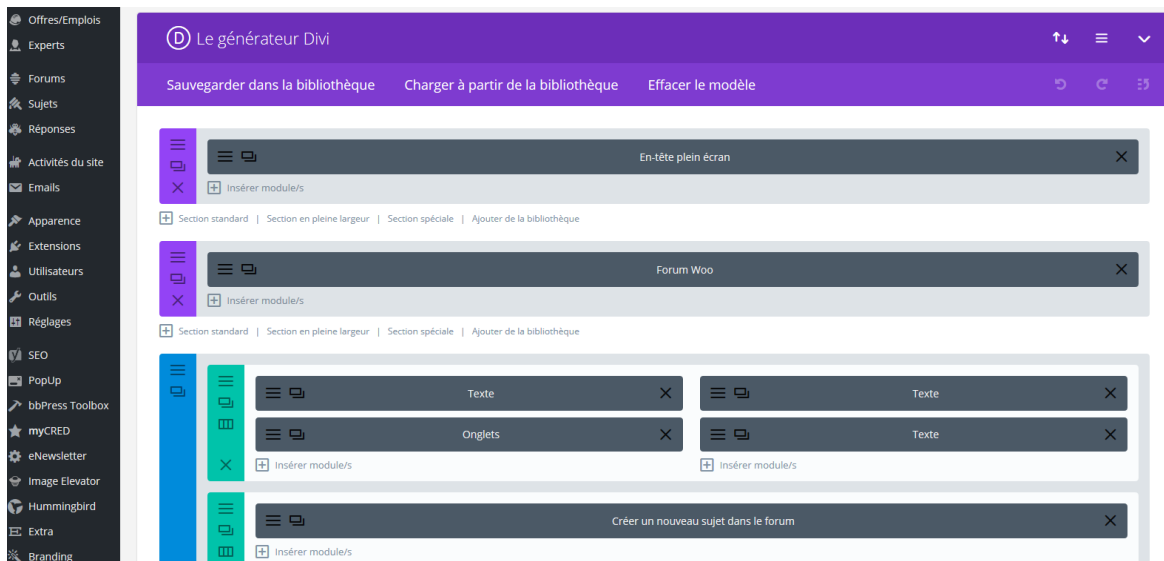


[Themes Divi / Extra : \(Inclus gratuitement avec les hébergements WB2\)](#)

Un thème très bien pensé, qui sait rester relativement simple et sobre et qui affiche de très bonne performance.



Panel d'administration du thème extra / divi



Rédiger une page avec le DIVI builder



Themes Kallyas

Ce thème est tout simplement énorme, sont éditeur de page nous permet de moduler et agencer directement les pages web de notre site en front office.

The screenshot shows the WordPress admin dashboard with the Kallyas Theme settings page open. The left sidebar contains a menu with various options like 'Tableau de bord', 'Articles', 'Médias', 'Pages', etc. The main content area is titled 'KALLYAS THEME' and 'Version :4.0.11'. It features a 'GENERAL SETTINGS' section with several options:

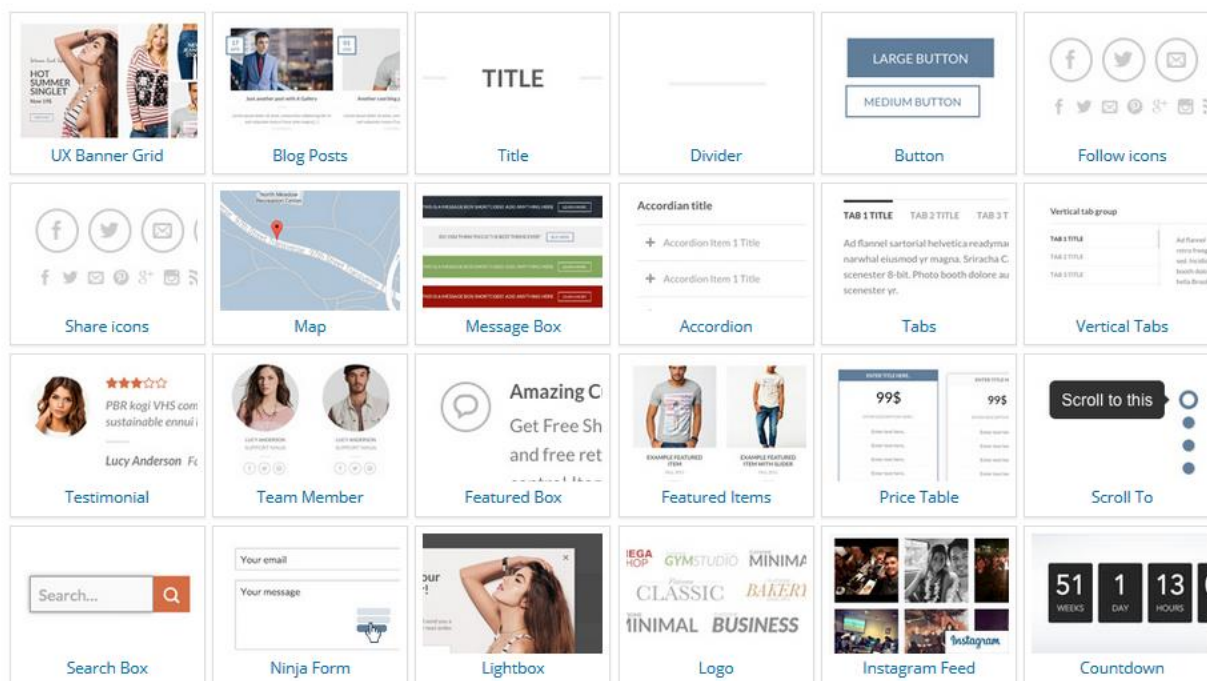
- Utiliser le pré-chargement de page ?** (Choose Yes if you want to display a page on pre-loading.) - Input: Oui
- Masquer le sous-en-tête de page ?** (Choose Yes if you want to hide the sub-header of the page (including the slides). Note that this option can be replaced from each page/post.) - Input: Non
- Activer le Défilement doux ?** (This option will divert the default scrolling of the page and add a soft scrolling effect. It is very attractive with parallax and general navigation effects.) - Input: Oui

The screenshot shows the front-end editor interface for the Kallyas Theme. The top navigation bar includes a search bar, contact information (QUESTION? CALL: 0900 800 900), and social media icons. The main content area features a large, dark, futuristic image with blue and red lights. Below the main content, there is a 'ADD ELEMENTS' section with a search bar and a 'PUBLISH' button. The 'ADD ELEMENTS' section displays a grid of various content elements, including:

- Latest Posts (1, 2, 3, 4)
- Media Container
- Newsletter Box
- Nivo slider
- PHP Code
- Page content
- Partners & Testimonials
- Partners Logos
- Photo Gallery



Thèmes Flatsome



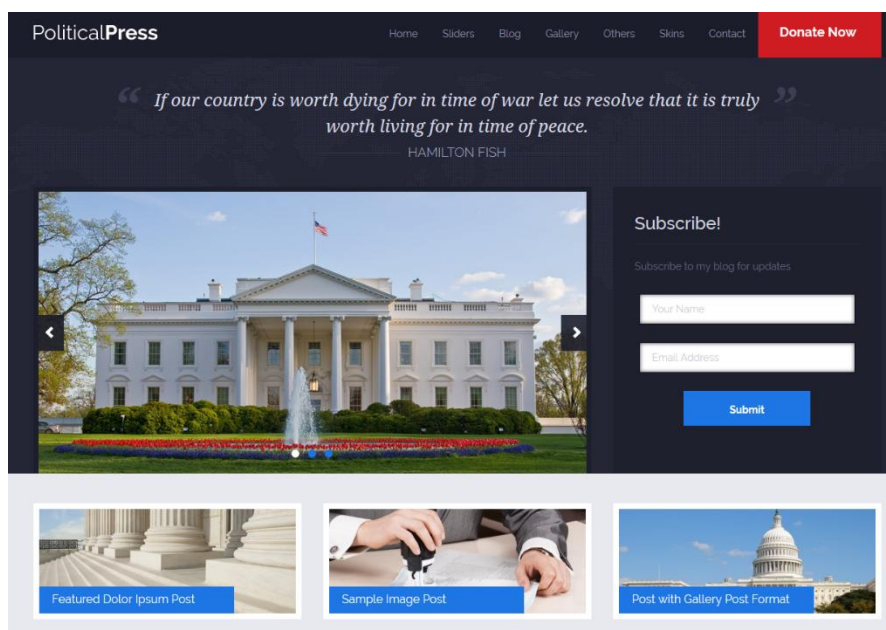
... et beaucoup d'autres encore... et à chaque thème ses options particulières et son interface d'administration... Une partie de mon métier en tant que Webmaster WooCommerce est, quelque part, de bien connaître chacune des interfaces d'administration de ces thèmes (et également des plugins) et même si d'un thème à l'autre on retrouve des similitudes je peux vous dire que j'y passe

beaucoup, beaucoup de temps... A terme cela me permet de m'adapter aux demandes des mes clients et de leur proposer le thème qui convient le mieux à leur projet.

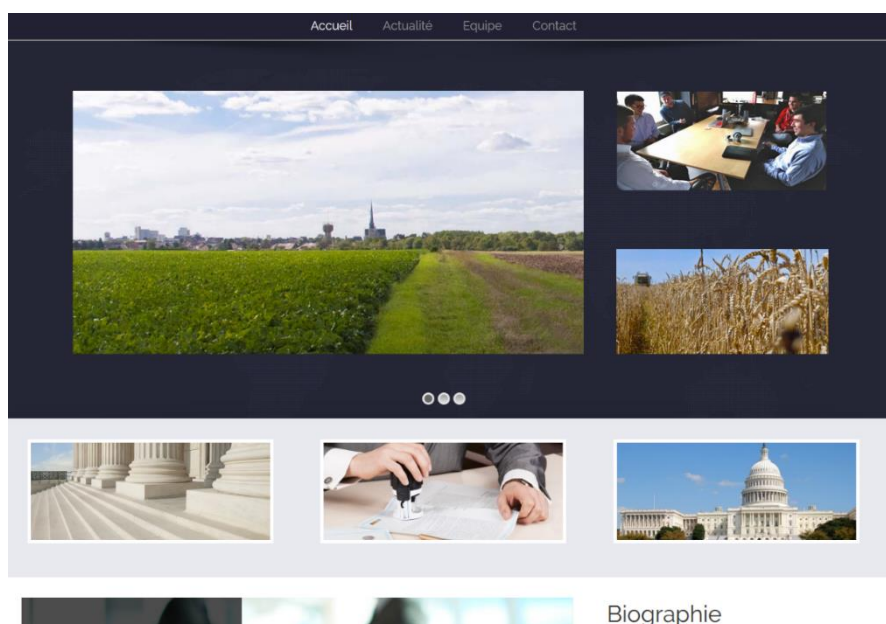
Ne choisissez pas votre thème en fonction de sa photo de présentation !

Je vois souvent des gens s'orienter sur le choix d'un thème en fonction de la photo de présentation de celui ci.... Qu'on se le dise, la photo sur un thème dit Multi-Purpose n'est qu'une mise en scène et n'a quasiment aucune importance puisque nous pouvons personnaliser le thème et le changer du tout au tout...

Un exemple concret : Un client m'a orienté sur l'achat d'un thème "political press" pour le site de son partie politique... pourquoi : parce que la photo et la présentation du thème était orienté partie politique :



Mais le thème ne m'a pas convaincu, je l'ai orienté et je lui finalement refait le look général même avec Avada...



Tout ça pour dire que le choix d'un thème ne doit pas se faire uniquement en fonction la photo de présentation de celui ci.

Alors ? Comment bien choisir son thème WooCommerce ?

Regardez les possibilités / les fonctionnalités du thème : Généralement ils sont complètement personnalisable donc...

- **Regardez la popularité du thème** : Est-ce un thème très utilisé ou peu utilisé... ça donne une idée sur son potentiel.
- **Regardez si un support est assuré** : L'auteur du thème est-il (ré)actif ou pas ?
- **Regardez la fréquence de mise à jour** : Afin de vous assurer que ce ne soit pas un thème à l'abandon et peu sécurisé.

Bref : n'achetez pas la photo, acheter les performances et le support... puis mon conseil, pour le choix de votre thème faites-vous conseiller par un expert.

WooCommerce, un logiciel avec d'énormes possibilités :

En base WooCommerce permet d'effectuer les opérations "classiques" dont un site E-commerce à besoin, en résumé :

- Gérer son catalogue produit
- Gérer ses clients
- Gérer ses commandes

WooCommerce peut ensuite être facilement amélioré par l'ajout des fonctionnalités dont on a besoin. Il existe pour cela de nombreux plugin offrant a WooCommerce des possibilité énormes... en voici quelques unes que j'ai pu tester au cours de mes différentes installations :

- Vendre des Rendez-vous avec plages d'horaire précise.
- Moduler un produit en direct
- Créer une place de marché multi vendeur
- La vente de projet
- Vendre des t-shirts et autres objets personnalisés
- Gérer son catalogue en masse
- Créer une billetterie en ligne
- Proposer des devis en ligne avec discussion et échange entre le vendeur et client

...etc

Il existe en fait une multitude de plugins fabuleux pour faire de votre site ce que vous voulez...

Où trouver les plugins ? Voici 2 sources mais faites des recherche sur internet, il y a beaucoup de plugin indépendants super intéressants :

- [Codecanyon](#)
- [Woothemes](#)

Et ce que j'apprécie particulièrement avec WooCommerce c'est que les plugins sont fonctionnels, je veux dire par là qu'on a que rarement des mauvaises surprises, les plugins s'installent en quelques clics et ça marche (ce qui n'est pas le cas sur toutes les solutions E-commerce que j'ai connu où parfois on achète un module une petite fortune et on se rend compte après installations qu'il y a des incompatibilités, que ça ne marche pas , que le développeur ne répond pas, que...) bref avec les plugins WooCommerce (et WordPress) en général ça marche et on ne rencontre que relativement rarement des problèmes, et quand c'est le cas en règle générale le support est réactif.

Bon bien sur si vous êtes fou furieux des plugins et que vous en installez un demi million sur votre site, il y a des chances pour qu'à un moment vous ayez des bugs... A ce sujet je vous conseille de n'installer que les plugins et thèmes dont vous avez besoin... et même mieux, faites vous un 2nd site à coté de votre WooCommerce pour tester des plugin et thèmes avant de les installer sur votre site.

Conseil : Privilégiez les plugins et thèmes premium (payant) :

Que je m'explique : je n'ai rien contre le gratuit, bien au contraire, mais 2 choses : il faut penser au gens qui travaillent sur ces plugins gratuits et à la sécurité sur du long terme pour votre site.

Un plugin / thème gratuit c'est super ! Mais si le développeur ne gagne pas sa vie avec il y a des chances pour qu'à un moment donné il le laisse tomber et ne travaille plus sur les mises à jour de celui-ci... et qui dit plugin/thème non à jour dit problème de compatibilité avec les mises à jour de WordPress / Woo, et également potentielles failles de sécurité... et là ça pose un sérieux problème.

Sur un plugin/thème premium (payant) : On peut (plus ou moins raisonnablement selon le cas) espérer que le développeur gagne sa vie grâce à son travail et de fait maintienne celui-ci à jour, ce qui nous apporte plus de garantie quant à la pérennité de notre site.

Et même dans les plugins payants assurez-vous que ces derniers soient suivis et régulièrement tenus à jour.

WooCommerce excellent pour votre référencement

:

Tout le monde vous le dira, WordPress se référence bien, WooCommerce aussi. Quelques plugins très utiles comme [Yoast SEO](#) ou encore [Smart crawl](#) vous seront très utiles pour optimiser vos pages web et les référencer.

Après avec WordPress / Woo, vous avez le meilleur des outils qu'il soit pour rédiger du contenu, bloguer, faire de bonnes pages web, de bonnes fiches produit. Si vous passez du temps sur votre site et si vous prenez la peine de rédiger un bon contenu éditorial, votre site se référencera tout seul comme un grand. En effet, aujourd'hui le référencement naturel d'un site c'est surtout une histoire de qualité de contenu donc pour faire simple : **Bon contenu = Bon référencement.**

WooCommerce un logiciel qui à l'avenir devant lui

Récemment j'ai discuté avec le fondateur d'une autre solution E-commerce qui à connue des beaux jours entre 2005 et 2011 et qui a plus de mal aujourd'hui... le développement de la solution s'en ressent, et il y a des chances pour qu'à plus ou moins long terme le projet soit abandonné.... Cela est ennuyeux pour les utilisateurs. En effet, utiliser un logiciel qui n'est plus maintenu pour faire sa boutique en ligne c'est la certitude qu'à plus ou moins long terme votre boutique va devenir obsolète, bugué, non compatible avec les nouveaux systèmes...etc... et ça, ce n'est pas bon pour les affaires.... **Aussi il est important de choisir une solution dont on a la certitude que dans 10 ans elle sera encore là...** et à ce niveau là, on peut dire, sans prendre de risque que dans 10 ans la solution WooCommerce sera encore là.

Pourquoi ? *Parce que je l'ai décidé ! non mais !!*

Plus sérieusement : depuis le rachat de la société éditrice WooThemes par Automatic (donc WordPress qui représente 30% du web mondial), on sait que WooCommerce est soutenue par l'une des plus grosses sociétés du Web au monde, une société en pleine forme, avec de gros moyens financiers, et la plus importante communauté d'utilisateurs et prestataires au monde... on sait que des développeurs de Automatic (WordPress) travaillent également sur la solution WooCommerce et on sait que Automatic avec WooCommerce a l'ambition de conquérir 50% de web E-commerce mondial... bref on ne voit pas ce qui pourra arrêter WooCommerce dans son élan... Du point de vue de la plus part des marchés WordPress + WooCommerce c'est un rouleau compresseur qui avance tranquillement mais surement et qui ne va pas s'arrêter comme ça.

Donc en choisissant WooCommerce vous êtes selon toute vraisemblance tranquille quant à l'avenir de la solution qui propulse votre site E-commerce. (ce qui n'est pas le cas pour toutes les solutions).

Pour conclure : L'alchimie WooCommerce :

Bon donc que faut-il retenir de tout ça :

Tout d'abord :

- WooCommerce est un très bon outil pour créer sa boutique en ligne, très populaire dans le monde et en très forte progression en France.
- WooCommerce c'est WordPress et la société Automatic : C'est du solide, du très solide, nous n'avons pas à craindre pour la pérennité de la solution.
- WooCommerce si théoriquement on peut se lancer seul, dans la pratique se faire accompagner par un expert est la meilleure option pour réussir son projet.
- WooCommerce ce sont des designs modernes et polyvalents : On personnalise comme on aime le look de notre site.
- WooCommerce est très souple et riche en plugins / addons et permet d'envisager quasiment tout types de boutiques en ligne
- WooCommerce est bon pour le référencement naturel

il y a cependant certains pièges qui sont à éviter quand on créé sa boutique en ligne avec WooCommerce et il y a certaines choses qu'il vous faut bien faire pour ne pas se planter. Voici selon mes recherches et mon expérience [la bonne alchimie pour se lancer avec WooCommerce](#) :

- Un [bon hébergement](#) avec un système de sauvegarde automatisé sur plusieurs jours glissants (Je vous recommande [WB2](#) qui est spécialisé WordPress & WooCommerce)
- [Un bon prestataire pour vous guider](#), vous conseiller et pour assurer le suivi de votre projet : Choisissez de préférence quelqu'un d'expérimenté.
- [Une installation propre et sécurisée de WordPress + WooCommerce](#) (Une simple installation c'est bien, une bonne installation apporte des renforts niveau sécurité)
- Un thème premium modulable choisi avec soins en s'assurant que celui ci soit suivi dans la durée.
- Des plugins premium choisis également avec soin et en s'assurant qu'ils soient suivis dans la durée.
- Une mise en place "du premier jet" du site "ready to use" effectué par votre prestataire expert WooCommerce. (Ce sera plus facile d'apprendre sur quelque chose de déjà fait en apportant des modifications que sur une installation toute vierge sur laquelle il vous faudra tout faire).
- Une formation utilisateur de 6 à 8h afin de vous faciliter la prise en main. (Pour ma part je propose des télé-formation : 6 séances d'1h et si besoin, on rajoute quelques heures par la suite)
- Un petit contrat de maintenance technique assuré par votre prestataire (Afin d'effectuer les mises à jour techniques du corps, des thèmes et plugins et afin d'intervenir en cas de pépin)

- Une action SEO / référencement naturel : une optimisation du site, réalisé en collaboration avec un expert : Votre prestataire si possible, sinon un prestataire spécialisé.
- Une action marketing qui accompagne le référencement naturel.

Si vous suivez ces règles, il n'y a pas de raisons que votre boutique en ligne ne rencontre pas le succès

*CHAPITRE 2 INSTALLER ET METTRE A JOUR
WOOCOMMERCE*

Installer sa boutique en ligne WooCommerce à partir de zéro

Note : Beaucoup d'hébergeurs vous proposent une installation prête à l'emploi de WordPress, c'est pratique mais je vous conseille malgré tout de procéder vous-même à votre installation, cela n'est pas très compliqué et ça vous permettra de mieux comprendre la "mécanique de votre site web"

A) Commandez un domaine + hébergement web chez un prestataire

Nous vous recommandons les hébergement web WB2 qui sont spécialisé WordPress / WooCommerce : <https://wb2.fr>

L'hébergement doit contenir au minimum

- 1 nom de domaine
- Un accès ftp
- Une base de données Mysql et des accès

(Quasiment tout l'hébergement propose cela en base)

B) installer WordPress

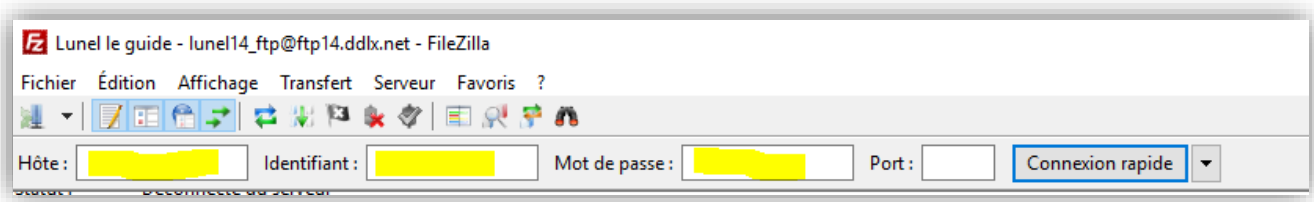
Les tuto d'installation de WordPress sont légion sur le net, en voici un, n'hésitez pas à faire vos commentaires afin de l'améliorer.

Téléchargez et installez sur votre ordinateur un logiciel client FTP

exemple > [Filezilla](#)

Filezilla est un logiciel qui va vous permettre de vous connecter à votre hébergement web et visualiser les fichiers de votre site. Vous allez pouvoir ainsi transférer des fichiers depuis votre ordinateur vers votre site web (notamment pour l'installation initiale de WordPress).

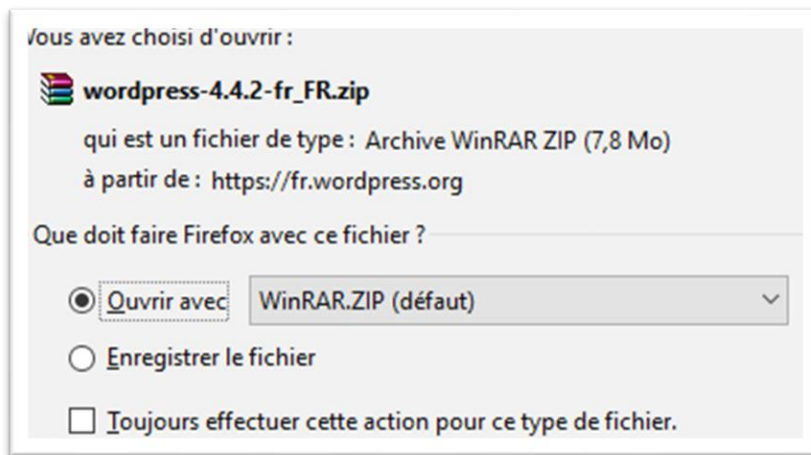
Connectez vous avec les identifiants fournis par votre hébergeur



Téléchargez WordPress

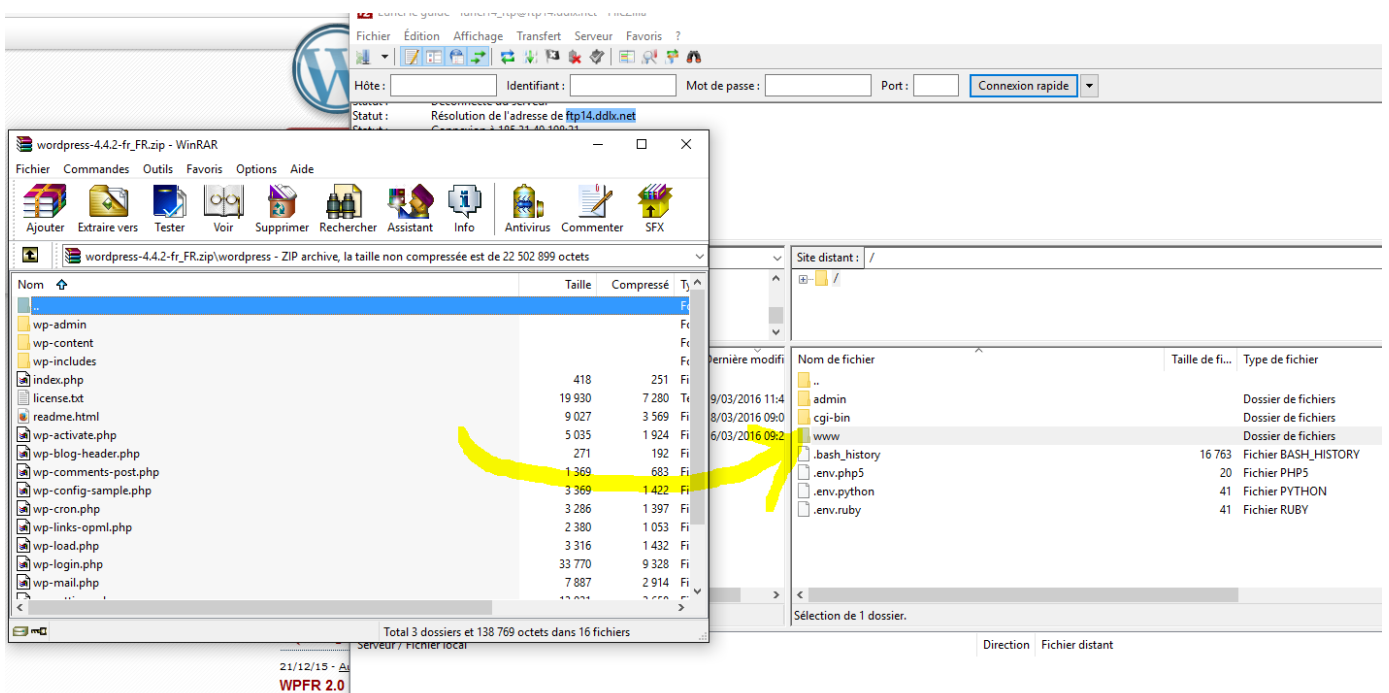
ici : <https://fr.wordpress.org/>

ou là : <http://www.wordpress-fr.net/>



Uploader WordPress sur votre espace FTP

Ouvrez / décompressez le zip wordpress et placez les fichiers décompressés dans votre repertoire /www (parfois /public-html) sur filezilla



Lancer l'installation automatisé de WordPress

Une fois l'upload des fichiers terminé rendez vous tout simplement sur votre site web à l'adresse : <http://www.mondomaine.com> (remplacez "mondomaine" par votre domaine)

L'installeur de WordPress se lance automatiquement et vous devriez voir ceci :

Cliquez sur le bouton "c'est parti !"



Bienvenue dans WordPress. Avant de nous lancer, nous avons besoin de certaines informations sur votre base de données. Il va vous falloir réunir les informations suivantes pour continuer.

1. Nom de la base de données
2. Nom d'utilisateur MySQL
3. Mot de passe de l'utilisateur
4. Adresse de la base de données
5. Préfixe de table (si vous souhaitez avoir plusieurs WordPress sur une même base de données)

Nous allons utiliser ces informations pour créer le fichier `wp-config.php`. Si pour une raison ou pour une autre la création automatique du fichier ne fonctionne pas, ne vous inquiétez pas. Sa seule action est d'ajouter les informations de la base de données dans un fichier de configuration. Vous pouvez aussi simplement ouvrir `wp-config-sample.php` dans un éditeur de texte, y remplir vos informations et l'enregistrer sous le nom de `wp-config.php`. Besoin d'aide ? [Nous sommes là](#).

Vous devriez normalement avoir reçu ces informations de la part de votre hébergeur. Si vous ne les avez pas, il vous faudra contacter votre hébergeur afin de continuer. Si vous êtes prêt(e)...

C'est parti !

Remplissez le formulaire avec les information fourni par votre hébergeur.

Astuce: Pour plus de sécurité changez le préfixe des table par un préfixe de votre choix : ex : "wp44z_" au lieu de "wp_"



Vous devez saisir ci-dessous les détails de connexion à votre base de données. Si vous ne les connaissez pas, contactez votre hébergeur.

Nom de la base de données

Le nom de la base de données dans laquelle vous souhaitez installer WordPress.

Identifiant

Votre identifiant MySQL

Mot de passe

...et son mot de passe MySQL.

Adresse de la base de données

Ce localhost ne marche pas, demandez cette information à l'hébergeur de votre site.

Préfixe des tables

Si vous souhaitez faire tourner plusieurs installations de WordPress sur une même base de données, modifiez ce réglage.

Si tout va bien vous devriez arriver sur cet écran :



C'est parfait ! Vous avez passé la première partie de l'installation. WordPress peut désormais communiquer avec votre base de données. Si vous êtes prêt(e), il est maintenant temps de...

Lancez l'installation,

un écran vous demande des information complémentaire :



Bienvenue

Bienvenue dans la très célèbre installation en 5 minutes de WordPress ! Vous n'avez qu'à remplir les informations demandées ci-dessous et vous serez prêt à utiliser la plus extensible et puissante plateforme de publication de contenu au monde.

Informations nécessaires

Veuillez renseigner les informations suivantes. Ne vous inquiétez pas, vous pourrez les modifier plus tard.

Titre du site

Identifiant

Les identifiants ne peuvent utiliser que des caractères alphanumériques, des espaces, des tirets bas ("_"), des traits d'union ("-"), des points et le symbole @.

Mot de passe

Forte

Important : Vous aurez besoin de ce mot de passe pour vous connecter. Pensez à le stocker dans un lieu sûr.

Votre adresse de messagerie

Vérifiez bien cette adresse de messagerie avant de continuer.

Visibilité pour les moteurs de recherche

Demander aux moteurs de recherche de ne pas indexer ce site

Certains moteurs de recherche peuvent décider de l'indexer malgré tout.

Finalisez et si tout va bien vous devriez obtenir cet écran.



Quel succès !

WordPress est installé. Vous attendiez-vous à d'autres étapes ? Désolé de vous décevoir ;-))

Identifiant pseudoadmin

Mot de passe *Le mot de passe que vous avez choisi.*

Se connecter

Félicitation, vous venez d'installer WordPress sur votre hébergement web.

A l'adresse de votre site web vous devriez avoir ceci :

Titre de mon site


Un site utilisant WordPress

Bonjour tout le monde !

3 avril 2016

Un commentaire

Bienvenue dans WordPress. Ceci est votre premier article. Modifiez-le ou supprimez-le, puis lancez-vous !

Recherche... 

ARTICLES RÉCENTS

- [Bonjour tout le monde !](#)

COMMENTAIRES RÉCENTS

- [Monsieur WordPress](#) dans [Bonjour tout le monde !](#)

ARCHIVES

- [avril 2016](#)

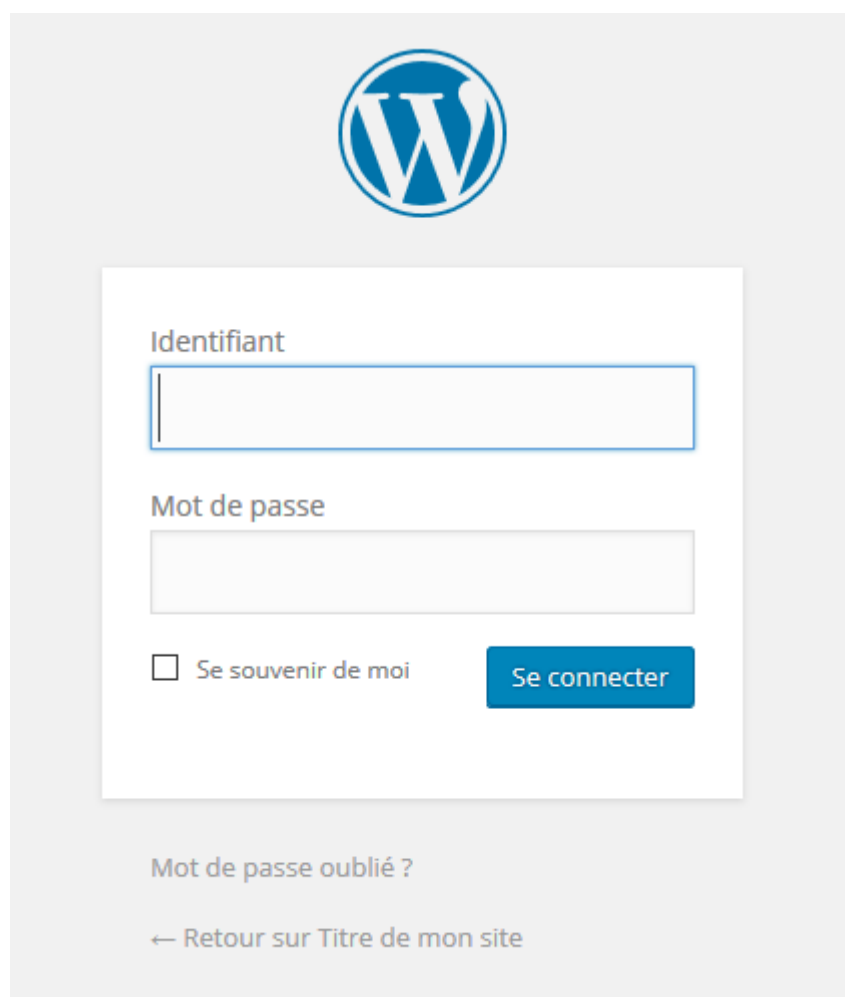
C) installer l'extension WooCommerce

Connectez-vous à l'admin de votre site

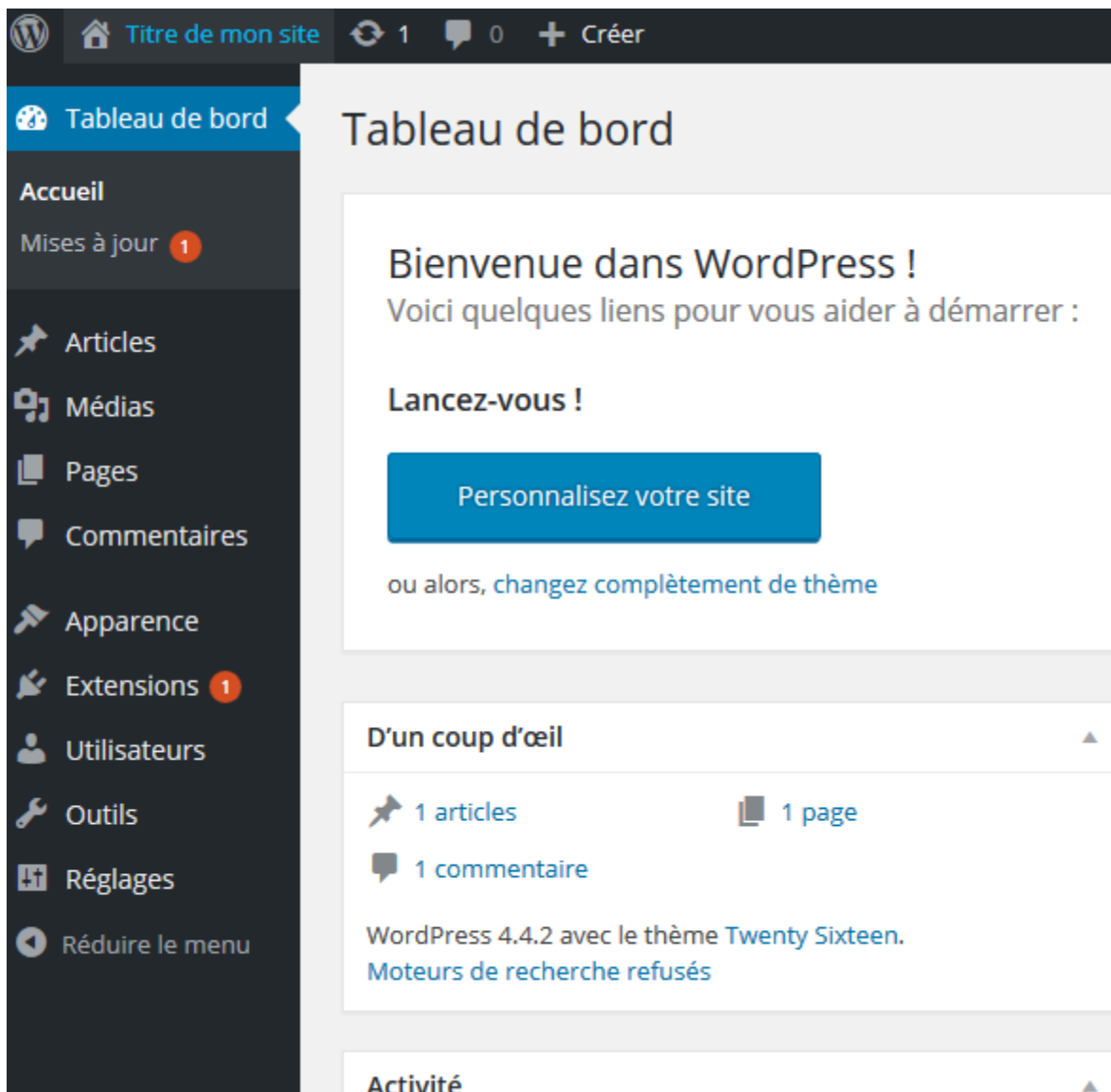
(avec les identifiants que vous avez choisis)

Pour se connecter à votre site rendez vous à l'adresse : <http://www.monsite.com/wp-admin/>

l'écran de connexion apparaît :

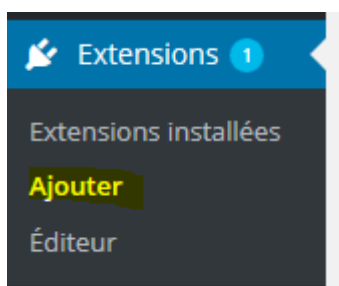
The image shows the WordPress login interface. At the top center is the WordPress logo, a blue 'W' inside a circle. Below it is a white rectangular box containing the login form. The form has two input fields: 'Identifiant' (username) and 'Mot de passe' (password). Below the password field is a checkbox labeled 'Se souvenir de moi' (Remember me) and a blue button labeled 'Se connecter' (Log in). At the bottom of the form area, there is a link 'Mot de passe oublié ?' (Forgot password?) and a link '← Retour sur Titre de mon site' (Return to my site title).

Connectez vous, le tableau de bord de votre site apparaît



Instalez l'extension WooCommerce

Rendez vous dans la section **Extention / ajouter**




Chercher le plugin WooCommerce et installez le.

Résultats de recherche Mises en avant Populaires Recommandées Favorites

Mot-clé

2 566 éléments « < 1 sur 86 > »



WooCommerce


WooCommerce est une extension d'eCommerce puissante et extensible qui vous aide à vendre tout ce que vous voulez. Magnifiquement.

Par WooThemes

★★★★☆ (1 512) Dernière mise à jour : Il y a 3 semaines

Plus de 1 million installations actives ✓ Compatible avec votre version de WordPress

[Installer maintenant](#) [Plus de détails](#)



WooCommerce Multilingual - run WooCommerce with WPML

Allows running fully multilingual e-commerce sites using WooCommerce and WPML.

Par OnTheGoSystems

★★★★☆ (54) Dernière mise à jour : Il y a 1 semaine

40 000+ installations actives ✓ Compatible avec votre version de WordPress

[Installer maintenant](#) [Plus de détails](#)

Plus activez le plugin.

Extension en cours d'installation : WooCommerce 2.5.5

Téléchargement de l'archive d'installation depuis <https://downloads.wordpress.org/plugin/woocommerce.2.5.5.zip...>

Décompression de l'archive de l'extension...

Installation de l'extension...

L'extension WooCommerce 2.5.5 a bien été installée.

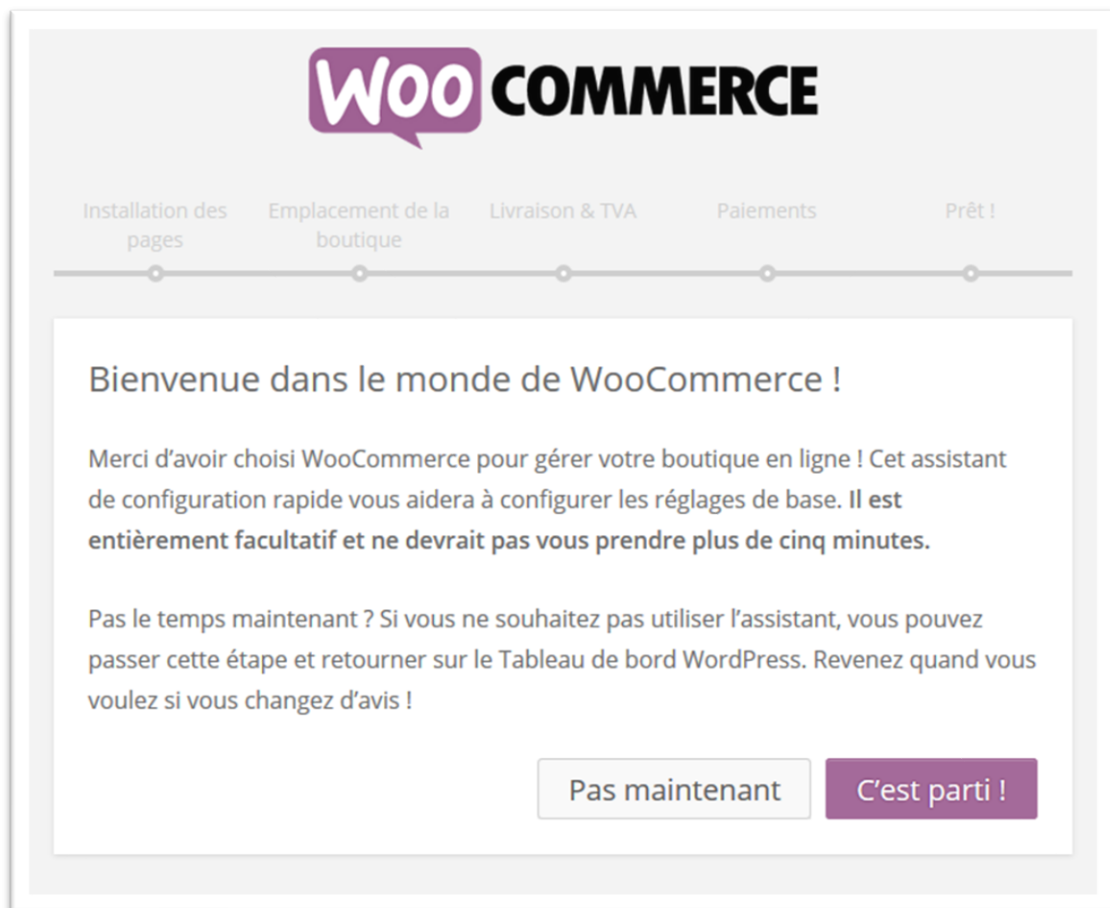
[Activer l'extension](#) | [Retourner à l'installateur d'extensions](#)

Certaines de vos traductions ont besoin d'être mises à jour. Patientez encore quelques secondes, le temps que nous les mettions également à jour.

Mise à jour de la traduction de WooCommerce (fr_FR)...

La traduction a bien été mise à jour.

Une fenêtre de paramétrage de woocommerce apparait, elle va vous permettre de rapidement configurer l'essentiel sur votre boutique



Cliquez sur "c'est parti !"

WooCommerce va vous proposer de créer les pages élémentaires de la boutique en ligne

Installation des pages

Votre boutique nécessite quelques [pages](#) essentielles. Celles-ci seront créées automatiquement (si elles n'existent pas déjà) :

Boutique	La page produit affichera vos produits.
Panier	La page panier sera celle où les clients visualiseront leur panier et commenceront le processus de commande.
Commande	La page commande sera celle où les clients se rendront pour payer leurs articles.
Mon Compte	Les clients enregistrés pourront administrer les détails de leur compte et afficher les commandes passées sur cette page.

Une fois créées, ces pages peuvent être gérées depuis votre tableau de bord d'administration sur l'écran [Pages](#). Vous pouvez contrôler quelles pages sont affichées sur votre site Web dans [Apparence > Menus](#).

Passer cette étape

Continuer

Puis de régler des élément de localisation

Réglage de l'emplacement de la boutique

Où est située votre boutique ?

Quelle devise proposera votre boutique ?
Si votre devise n'est pas listée, vous pourrez [l'ajouter ultérieurement](#).

Quelle unité devra être utilisée pour les poids des produits ?

Quelle unité devra être utilisée pour les dimensions des produits ?

Passer cette étape

Continuer

puis des parametre de base de livraison et TVA

Installation livraison & TVA

Si vous allez utiliser la TVA, ou les frais de livraison sur les biens physiques à vos clients, vous pouvez configurer leurs options de base ci-dessous. C'est facultatif et vous pourrez les modifier par la suite dans [WooCommerce > Paramètres > TVA](#) et [WooCommerce > Paramètres > Livraison](#).

Installation livraison basique

Livrerez-vous des produits ? Oui, je livrerai des objets physiques aux clients

Frais de livraison nationaux : Un total de € par commande et/ou € par article

Frais de livraison internationaux : Un total de € par commande et/ou € par article

Installation TVA basique

Appliquerez-vous de la TVA aux ventes ? Oui, j'appliquerai de la TVA aux ventes

Comment saisirez-vous les prix des produits ? Je saisirai les prix TTC Je saisirai les prix HT

Importer les taux de TVA ? Oui, veuillez importer quelques taux de TVA

Pays	État	Taux (%)	Nom	TVA de livraison
FR	*	20.0000	VAT	✓

Veillez noter : vous devrez peut-être encore ajouter des taux de TVA locaux sur certains produits en fonction de votre lieu de vente. En cas de doute, veuillez-vous renseigner auprès d'un comptable.

Vous pouvez modifier le taux de TVA plus tard dans l'écran des [paramètres de la TVA](#) et en savoir plus sur les taxes dans notre [documentation](#).

Passer cette étape

Continuer

Enfin des paramètres des moyens de paiement

Paiements

WooCommerce peut accepter à la fois des paiements en ligne et hors ligne. [Les méthodes de paiement additionnelles](#) peuvent être installées ultérieurement et gérées depuis l'écran de [paramètres commande](#).

PayPal standard

Pour accepter les paiements via PayPal sur votre boutique, entrez simplement votre adresse de messagerie PayPal.

Adresse e-mail de Paypal :

Paiements hors ligne

Les paiements hors ligne demandent un processus manuel, mais peuvent être utiles dans certaines circonstances ou pour des paiements de test.

Paiements par chèque

Activer les paiements par chèque

Paiement à la livraison

Activer le paiement à la livraison

Virement bancaire (BACS)

Activer les paiements par virement bancaire

Passer cette étape

Continuer

La dernière page vous demande si vous souhaitez participer au statut de Woo pour l'amélioration du logiciel

Votre boutique est prête !

 Tweeter

Vous souhaitez aider WooCommerce à devenir encore plus incroyable ? Permettre à WooThemes de collecter des données de diagnostic non sensibles et des informations d'usage. [En savoir plus.](#)

Autoriser

Non merci


Étapes suivantes


Créez votre premier produit !

En savoir plus

 [Regardez les vidéos WC 101 de prise en main](#)


 [Recevez des conseils d'eCommerce dans votre boîte e-mail.](#)

 [Suivez la prise en main interactive de Sidekick](#)


 [En savoir plus sur la prise en main](#)


[Retour au tableau de bord WordPress](#)


Ca y est votre site WooCommerce est installé, vous pouvez maintenant le gérer, préparer votre catalogue et vendre en ligne


 Tableau de bord


 Articles

 Médias

 Pages

 Commentaires

 **WooCommerce**

 **Produits**

Produits


Ajouter produit


Catégories


Étiquettes

Classes de livraison

Attributs

 Apparence

 Extensions 1

 Utilisateurs

Ajouter un nouveau produit

Nom du produit

Nom du produit

Donnez ici un nom à votre nouveau produit. C'est un champ requis qui sera ce que vos clients verront dans votre boutique.

[Fermer](#)

Visuel
Texte

Nombre de mots : 0

Publier

Enregistrer brouillon Aperçu

État : **Brouillon** [Modifier](#)

Visibilité : **Public** [Modifier](#)

Publier tout de suite [Modifier](#)

Visibilité du catalogue : **Catalogue/recherche** [Modifier](#)

Déplacer dans la Corbeille

Publier

Catégories du produit

Toutes les catégories Les plus utilisées

+ Ajouter une nouvelle catégorie de produit

Étiquettes Produit

Ajouter

Séparez les étiquettes produit par des virgules

Choisissez parmi les étiquettes produit les plus utilisées

Image produit

Données Produit — Produit simple | Virtuel: Téléchargeable:

Général	UGS	<input type="text"/>	?
Inventaire	Prix de vente (€)	<input type="text"/>	
Livraison	Prix promo (€)	<input type="text"/>	Planifier
Attributs	État de la TVA	Taxable	?
Avancé	Classe TVA	Standard	?

NOTE : Si vous débutez sur WordPress il vous faudra un certain temps pour vous familiariser tout d'abord avec WordPress puis avec WooCommerce (Faites-vous aider par un webmaster expérimenté en WooCommerce, ça vous fera gagner un temps précieux)

NOTE 2 : Il vous faudra certainement ajouter un thème et des plugins pour parfaire votre boutique en ligne par la suite

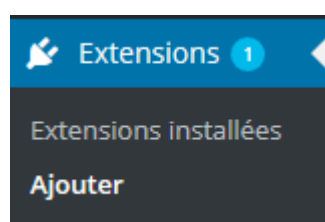
Mettre à jour WooCommerce

Comme pour l'installation vous pouvez choisir de mettre à jour WooCommerce automatiquement ou manuellement.

Important : avant de mettre à jour il est recommandé de sauvegarder (faire une copie) de votre installation actuelle de WooCommerce ainsi que de la base de données de WordPress.

Mise à jour Automatique

Après avoir fait une copie de votre site allez dans Extension > Extension Installés dans WordPress pour visualiser une liste des plugins que vous avez précédemment installés.



<input type="checkbox"/>	WooCommerce Activer sur le réseau Supprimer	Un outil de e-commerce qui vous aide à tout vendre. Magnifiquement Version 2.4.13 Par WooThemes Afficher les détails
<input type="checkbox"/>	WooCommerce - Gravity Forms Product Add-Ons Désactiver du réseau	Allows you to use Gravity Forms on individual WooCommerce product Version 2.10.2 Par WooThemes Aller sur le site de l'extension
<input type="checkbox"/>	WooCommerce CM-CIC Gateway Activer sur le réseau Supprimer	Passerelle de paiement CM-CIC pour WooCommerce. Version 1.3 Par Nicolas Maillard Aller sur le site de l'extension
<input type="checkbox"/>	WooCommerce PDF Invoice Activer sur le réseau Supprimer	Generate perfect PDF invoices for your WooCommerce orders. Version 2.1.6 Par RightPress Aller sur le site de l'extension

Si une mise à jour de WooCommerce est disponible vous verrez une notification sous la liste de plugins qui annonce quelle nouvelle version est maintenant disponible et les liens pour visualiser les détails de cette version et pour mettre à jour automatiquement.

Pour mettre à jour cliquez simplement sur le lien "Mettre à jour Automatiquement". On vous demandera peut-être vos données FTP de serveurs web, si tel est le cas remplissez-les pour terminer la mise à jour.

Mise à jour Manuelle

Pour mettre à jour manuellement WooCommerce : D'abord, faites une copie de votre site puis téléchargez la version la plus récente du plugin à partir de la page de plugins de WordPress et téléchargez-le dans le répertoire wp-content/plugins de votre serveur web ce qui écrasera les anciens fichiers.

Important : Après avoir mis à jour vers WC 2.3 allez dans : Paramètres > Permalien après la mise à jour et Sauvegardez les changements.

Comment installer un plugin Woocommerce

Comment Installer un Plugin

Pour installer et activer votre nouveau plugin/nouvelle extension :

Téléchargez les extensions, cela télécharge un fichier .zip dans votre ordinateur.

Allez dans : Admin WordPress > Plugins > Ajouter un Nouveau pour télécharger le nouveau plugin.

Cliquez sur Télécharger le Plugin en haut.

Cliquez sur Choisir un Fichier et sélectionnez le fichier .zip que vous avez téléchargé lors de l'étape 1. Sélectionnez Choisir.

Cliquez sur Installer Maintenant.

Activez le plugin après le téléchargement.

<input type="checkbox"/>	WooCommerce Paramètres Désactiver	Un outil de e-commerce qui vous aide à tout vendre. Magnifiquement. Version 2.4.12 Par WooThemes Afficher les détails Documents Documentations API Support Premium
	WooCommerce - Gravity Forms Product Add-Ons Activé sur le réseau	Allows you to use Gravity Forms on individual WooCommerce products. Requires the Gravity Forms plugin to work. Version 2.10.2 Par WooThemes Aller sur le site de l'extension
<input type="checkbox"/>	WooCommerce CM-CIC Gateway Désactiver Réglages	Passerelle de paiement CM-CIC pour WooCommerce. Version 1.3 Par Nicolas Maillard Aller sur le site de l'extension
<input type="checkbox"/>	WooCommerce PDF Invoice Settings Support Désactiver	Generate perfect PDF invoices for your WooCommerce orders. Version 2.1.6 Par RightPress Aller sur le site de l'extension
<input type="checkbox"/>	WooCommerce Subscriptions Réglages Documents Support Désactiver	Sell products and services with recurring payments in your WooCommerce Store. Version 2.0.7 Par Prospress Inc. Aller sur le site de l'extension
<input type="checkbox"/>	WooCommerce Table Rate Shipping Activer	WooCommerce custom plugin designed to calculate shipping costs and add one or more rates based on a table of rates

Assistant de WooThemes pour les plugin Wootheme

Lors de la première activation d'un Plugin WooThemes vous verrez une notice pour **Installer & Activer** le plugin Assistant WooThemes (précédemment appelé Logiciel de mise à jour WooTheme).

WooThemes Helper

Une fois installé, vous vous rendrez sur votre **Tableau de bord > Assistant WooThemes** pour entrer vos clés de licence de produit de WooThemes. Une fois que vous avez activé votre clé de licence l'Assistant WooThemes activera les notifications de mise à jour pour vous informer de la sortie d'une nouvelle version de votre plugin.

Il est fortement recommandé de toujours avoir les versions les plus récentes de WordPress, de votre thème et de **tous** les plugins pour éviter des problèmes éventuels. **Cela devrait toujours être la première étape lors de la résolution d'un problème.**

Welcome to WooThemes Helper

Looking for a hand with activating your licenses, or have questions about WooThemes products? We've got you covered.

Licenses Help

1 élément

Product	Version	License Key	License Expiry Date
WooCommerce - Gravity Forms Product Add-Ons	2.10.2	Deactivate	11 October 2016
Product	Version	License Key	License Expiry Date

1 élément

Activate Products

Activer votre Licence

Pour activer votre licence :

Allez sur la page "Ma Licence" du Tableau de bord de votre Compte WooThemes **pour copier la clé de licence**.

Ensuite, allez dans : l'option de menu **Tableau de bord WordPress > Licences WooThemes** pour entrer votre clé de licence. *Si vous êtes sur un Réseau Multisite, vous devez aller dans **Admin Réseau > Tableau de bord** pour trouver l'option **Licences Woothemes**.*

Finalement, cliquez sur **Activer les Produits** pour sauvegarder.

Vous devez avoir une licence activée pour que votre plugin ou extension soit en mesure de recevoir deux choses :

Des mises à jour en un clic du plugin / de l'extension

Un support de votre plugin / extension via notre service d'assistance

Veillez noter : nous fourniront seulement de l'assistance via des tickets pour des sites web qui ont des licences authentifiées.

Désactiver une Clé de Licence

Si vous devez mettre votre extension sur un nouveau site vous pouvez désactiver votre licence en allant dans l'onglet "Ma Licence" du Tableau de bord de votre Compte Woothemes puis réactivez la clé de licence sur votre nouveau site en entrant la clé de licence une nouvelle fois.

Résolution de problèmes

Si vous avez un problème avec votre clé de licence, veuillez aller dans l'onglet "Ma Licence" du Tableau de bord de votre Compte WooThemes pour **désactiver** votre clé de licence sur nos serveurs puis essayer encore de la réactiver sur votre site.

Il vous manque une Clé de Licence ?

S'il vous manque des clés de licence pour des plugins / extensions acheté(e)s veuillez nous envoyer un ticket d'assistance en sélectionnant "Compte WooTheme" à partir du menu déroulant des catégories et nous régleront votre problème. Sur votre ticket, veuillez inclure le numéro de commande des plugins/extensions pour lequel(le)s il manque des clés de licence.

Pour consulter la FAQ des Licences WooThemes, veuillez vous rendre sur : [Mes Licences WooThemes](#)

Les pages de WooCommerce

Lors de l'installation, WooCommerce crée les nouvelles pages suivantes :

Boutique

Panier

Caisse

Mon Compte

Avant la sortie de WC 2.1, il y avait des pages additionnelles pour le compte/la caisse (telles que mot de passe perdu, commande reçue, modifier l'adresse, etc.), qui ont été enlevées depuis à la faveur des endpoints. Les endpoints sont nichés dans les pages listées ci-dessus. Par exemple, si vous allez sur votre page Mon Compte, vous voyez des liens pour les endpoints "mon compte". Plus d'informations à : [Endpoints WooCommerce](#).

Assurez-vous que les pages sont des pages parentes et non des enfants d'autres pages. Configurer des pages en tant que pages enfants peut causer une erreur 404 ou d'autres erreurs.

Shortcodes de pages

Les pages peuvent être configurées [avec les shortcodes de pages de WooCommerce](#).

Renseignez-vous sur les Paramètres de Page de WooCommerce ou les Paramètres de Permalien pour les pages.

Les tables installées en base de donnée

WooCommerce installe quelques tables personnalisées pendant l'installation pour conserver des données.

woocommerce_attribute_taxonomies – Conserve les attributs définis par l'utilisateur qui sont utilisés pour créer des taxonomies.

woocommerce_termmeta – Conserve les termmeta et est utilisé pour ordonner de façon personnalisée les catégories.

woocommerce_downloadable_product_permissions – Table pour conserver les permissions de téléchargement de l'utilisateur et du visiteur.

woocommerce_order_items – Articles de lignes de commande (order line items) sont conservés dans une table pour qu'ils soient consultables facilement pour des comptes-rendus

woocommerce_order_itemmeta – Order line item meta (?) est conservé dans une table pour conserver les extra données.

woocommerce_tax_rates – Les taux d'imposition sont conservés dans 2 tables qui rendent les requêtes concernant les taxes, simples et efficaces.

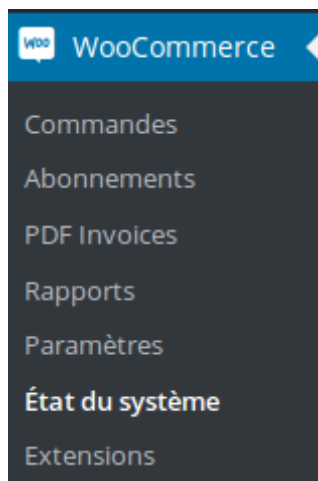
woocommerce_tax_rate_locations – Chaque taux peut être appliqué à plus d'un(e) code postal/ville d'où la deuxième table.

Les tables seront enlevées lors de la désinstallation de WooCommerce seulement (pas pendant la désactivation).

Veillez noter : lorsque vous définissez un préfixe de table SQL WordPress, assurez-vous qu'il soit court (**moins de 20 caractères**) sinon WooCommerce ne sera pas capable de créer toutes les tables correctement.

Comprendre le rapport d'état du système WooCommerce

Le rapport de l'Etat du Système de WooCommerce est un outil essentiel utilisé pour les résolutions de problèmes avec votre site. Avec une large variété de sections et de champs, vous pouvez vérifier vos versions de logiciels, les paramètres du serveur et la configuration de WordPress. Pour obtenir le rapport de l'Etat de votre Système, allez dans : **Admin WordPress > WooCommerce > Etat du Système**



Le rapport de l'Etat du Système est le meilleur moyen pour que l'Equipe d'Assistance WooThemes puisse vous aider ! Avant d'ouvrir un ticket, voyez si vous pouvez résoudre un problème avec les items ci-dessous. Si vous continuez à rencontrer des problèmes, assurez-vous de sélectionner "Obtenir un Rapport du Système" et copiez-collez-le dans votre Ticket d'Assistance.

Environnement de WordPress

Environnement WordPress

URL accueil:	[?]
URL du site:	[?]
Version WC:	[?]
Dossier log enregistrable:	[?]
Version WP:	[?]
WP Multisite:	[?]
WP Limite mémoire:	[?]
WP Mode débog:	[?]
Langue:	[?]

Cette section fournit des informations générales à propos de votre site, de votre installation WordPress et des fonctionnalités que vous avez activées.

Nom du Champ	Description	Exemple
URL d'accueil	L'URL de la page d'accueil de votre site.	http://exemple.com
URL du site	L'URL racine de votre site.	http://exemple.com
Version WC	La version de WooCommerce installée sur votre site.	2.3.8
Version WC de la Base de données	La version de WooCommerce pour laquelle la base de données est formatée. Elle devrait être la même que votre Version de WooCommerce.	2.3.8
Journal de Répertoire marqué en Ecriture	Si le journal de répertoire de WooCommerce est marqué en écriture (writable) et son'emplacement	/srv/www/wp-content/uploads/wc-logs/
Version WP	La version de WordPress installée sur votre site.	4.2.2
WP Multisite Activé	Si WordPress Multisite est activé ou non.	Non

Limite de Mémoire WP	La quantité de mémoire maximale (RAM) que votre site peut utiliser à un moment donné. Apprenez comment augmenter cette limite ici.	96MO
Mode Débogage WP	Montre si WordPress est en Mode Débogage ou non.	Non
Langue	La langue actuelle utilisée par WordPress. Par défaut = Anglais	en_US

Environnement du Serveur

Cette section fournit des informations générales à propos de votre serveur.

Environnement serveur		
Info serveur:	[?]	Apache/2.2
Version PHP:	[?]	5.6.3
Poids Max Post PHP:	[?]	64 MB
Limite d'exécution PHP:	[?]	360
PHP Max Input Vars:	[?]	10000
SUHOSIN Installé:	[?]	-
Version MySQL:	[?]	5.5.33
Taille maximale d'upload:	[?]	10 MB
Le fuseau horaire par défaut est UTC:	[?]	✓
fsockopen/cURL:	[?]	✓
SoapClient:	[?]	✓
DOMDocument:	[?]	✓
GZip:	[?]	✓

Nom du Champ **Description**

Exemple

Info Serveur	Informations sur le serveur web qui héberge actuellement votre site.	Apache/2.4.7 (Win32) OpenSSL/1.0.1e PHP/5.5.9
Version PHP	La version de PHP installée sur votre serveur d'hébergement.	5.5.6
Taille Max de Post PHP	La taille de fichier la plus grande pouvant être contenue dans un post.	12MO
Limite de temps PHP	Le temps (en secondes) que votre site va passer sur une unique opération avant d'expirer (pour éviter le blocage du serveur)	60
Var Input Max PHP	Le nombre maximum de variables que votre serveur peut utiliser pour une seule fonction afin d'éviter les surcharges.	1000
SUHOSIN Installé	<p>Suhosin est un système de protection avancé pour les installations PHP. Il a été conçu pour protéger vos serveurs d'abord contre un nombre de problèmes connus dans les applications PHP et ensuite contre les vulnérabilités potentielles inconnues dans ces applications ou dans le core PHP lui-même. S'il est activé sur votre serveur, il se peut que Suhosin doive être configuré pour augmenter ses limites de soumission de données.</p> <p>http://docs.woothemes.com/document/problems-with-large-amounts-of-data-not-saving-variations-rates-etc/</p>	Non
Version MySQL	La version de MySQL installée sur votre serveur d'hébergement.	5.6.16
Taille de Téléchargement Max WP	La taille de fichier la plus grande pouvant être téléchargée (i.e. mise en ligne) dans votre installation WordPress.	12MO
Le fuseau horaire est l'UTC	Si le fuseau horaire pour votre serveur est l'UTC.	✓
fsockopen/cURL	Les passerelles de paiement peuvent utiliser cURL pour communiquer avec des serveurs distants pour autoriser des paiements. D'autres plugins peuvent aussi l'utiliser quand ils communiquent avec des services distants.	Votre serveur a fsockopen et cURL activés.
Client SOAP	Certains services web comme la livraison utilisent SOAP pour obtenir des informations provenant de serveurs distants, par	✓

exemple, les devis de livraison en temps réel de FedEx nécessitent l'installation de SOAP.

DOMDocument	Les e-mails HTML/Multipart utilisent DOMDocument pour générer CSS en ligne (inline) dans des modèles.	✓
GZip	GZip (gzopen) est utilisé pour ouvrir la base de données GEOIP à partir de MaxMind.	✓
Remote Post	PayPal utilise cette méthode de communication lorsqu'il récupère et envoie des informations de transaction. uses this method of communicating when sending back transaction information. Voir la page de Codex wp_remote_post pour plus d'informations.	✓
Remote Get	Les plugins de WooCommerce peuvent utiliser cette méthode de communication lors de la vérification des mises à jour.	✓

La Locale du Serveur

Base de données	
WC Version Base de Données:	[?] 2.4.12
woocommerce_api_keys	✓
woocommerce_attribute_taxonomies	✓
woocommerce_termmeta	✓
woocommerce_downloadable_product_permissions	✓
woocommerce_order_items	✓
woocommerce_order_itemmeta	✓
woocommerce_tax_rates	✓
woocommerce_tax_rate_locations	✓

Cette section montre les paramètres de votre site sur la façon dont il affiche et met en forme les nombres et la devise.

Nom du Champ	Description	Exemple
<code>decimal_point</code>	Le caractère utilisé pour les points décimaux.	.
<code>thousands_sep</code>	Le caractère utilisé pour un séparateur des milliers.	,
<code>mon_decimal_point</code>	Le caractère utilisé pour les points décimaux dans les valeurs monétaires.	.
<code>mon_thousands_sep</code>	Le caractère utilisé pour un séparateur des milliers dans les valeurs monétaires.	,

Plugins Actifs

Cette section affiche tous les plugins en lien avec WooCommerce installés sur votre site. A partir de cette zone, vous pouvez voir les numéros de la version actuelle de votre logiciel et si vos extensions ont des mises à jours disponibles.

Plugins

Installed Plugins:

- Gravity Forms by rocketgenius version 1.8.8.
- WooCommerce - Show products IDs by Remi Corson version 1.0.
- WooCommerce Composite Products by SomewhereWarm version 2.2.0.
- WooCommerce Dynamic Pricing by Lucas Stark version 2.5.6 - **2.5.7 is available.**
- Follow-Up Emails by 75nineteen Media version 3.3.2 - **3.3.5 is available.**
- WooCommerce Product Add-ons by WooThemes version 2.6.4 - **2.6.5 is available.**
- WooCommerce Product Bundles by SomewhereWarm version 4.2.0 - **4.5.0 is available.**
- WooCommerce Smart Coupons by Store Apps version 2.2 - **2.2.1 is available.**
- WooCommerce Variation Swatches and Photos by Lucas Stark version 1.4.7.
- WooCommerce by WooThemes version 2.1.11

Paramètres

Cette section montre les paramètres généraux concernant votre site.

Nom du Champ	Description	Exemple
API Activée	Votre site a-t-il une API REST Activée ?	✓
Taxes Activées	Votre site a-t-il des taxes activées?	✓

Livraison Activée	Votre site a-t-il la livraison activée ?	Non
Forcer SSL	Votre site force-t-il un Certificat SSL pour les transactions ?	Non
Devise	Dans quelle devise les prix sont affichés et dans quelle devise les passerelles procèdent aux paiements.	USD (\$)
Position de la Devise	La position du symbole de la devise dans l’affichage des prix.	à gauche
Séparateur des Milliers	Le caractère utilisé pour un séparateur des milliers dans les prix affichés.	,
Point Décimal	Le caractère utilisé pour les points décimaux dans les prix affichés.	.
Nombre de Décimales	Le nombre de chiffres montrés après les points décimaux dans les prix affichés.	2

Pages WC

Cette section montre les ID de page et les Permalien désignés comme pages de WooCommerce.

i.e. Si votre site correspond à <http://exemple.com>, un utilisateur atteindra votre page Panier en allant sur <http://exemple.com/panier/>

Nom de Champ	Description	Exemple
Base de la Boutique	L’URL de la page d’accueil de votre boutique WooCommerce (ainsi que l’ID de la Page).	#4 – /boutique/
Panier	L’URL du panier de votre boutique WooCommerce (ainsi que l’ID de la Page).	#5 – /panier/
Caisse	L’URL de la caisse de votre boutique WooCommerce (ainsi que l’ID de la Page).	#6 – /caisse/
Mon Compte	L’URL de la Page “Mon Compte” de votre boutique WooCommerce (ainsi que l’ID de la Page).	#7 – /mon-compte/

Le rapport de l’Etat du Système de WooCommerce est un outil essentiel utilisé pour les résolutions de problèmes avec votre site. Avec une large variété de sections et de champs, vous pouvez vérifier vos versions de logiciels, les paramètres du serveur et la configuration de WordPress. Pour obtenir le rapport de l’Etat de votre Système, allez dans : **Admin WordPress > WooCommerce > Etat du Système**

Le rapport de l'Etat du Système est le meilleur moyen pour que l'Equipe d'Assistance WooThemes puisse vous aider ! Avant d'ouvrir un ticket, voyez si vous pouvez résoudre un problème avec les items ci-dessous. Si vous continuez à rencontrer des problèmes, assurez-vous de sélectionner "Obtenir un Rapport du Système" et copiez-collez-le dans votre Ticket d'Assistance.

[2 Options et paramétrage de WooCommerce](#)

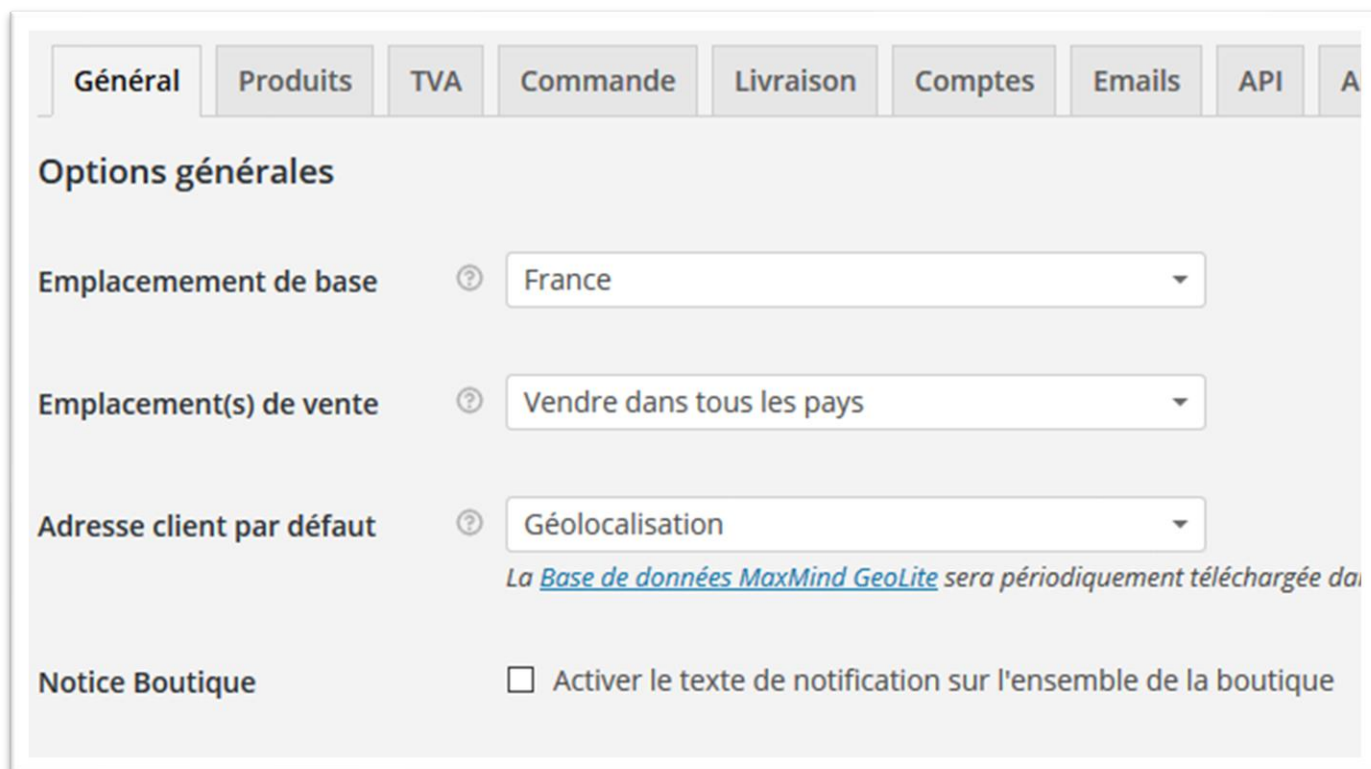
Configurer WooCommerce

Sur cette page, nous allons passer en revue tous les paramètres disponibles dans WooCommerce. Vous trouverez des informations sur les paramètres Généraux de WooCommerce ainsi que sur les paramètres de Produit, Taxe, Caisse, Livraison, Comptes, E-mail, et Webhooks. *Veillez noter que ce document est valable pour WooCommerce 2.3 et les versions plus récentes.*

Pour configurer votre boutique allez dans **WooCommerce > Paramètres**. Ensuite, naviguez dans la documentation ci-dessous dans chaque section pour obtenir des informations sur chaque paramètre.

Paramètres Généraux

C'est l'endroit où nous avons des paramètres simples et basiques pour chaque boutique.



The image shows a screenshot of the WooCommerce 'Paramètres' (Settings) page, specifically the 'Options générales' (General Options) section. At the top, there is a navigation bar with tabs for 'Général', 'Produits', 'TVA', 'Commande', 'Livraison', 'Comptes', 'Emails', 'API', and 'A'. The 'Général' tab is selected. Below the tabs, the 'Options générales' section contains the following settings:

- Emplacement de base**: A dropdown menu set to 'France'.
- Emplacement(s) de vente**: A dropdown menu set to 'Vendre dans tous les pays'.
- Adresse client par défaut**: A dropdown menu set to 'Géolocalisation'. Below this dropdown, there is a note: 'La [Base de données MaxMind GeoLite](#) sera périodiquement téléchargée dans le dossier de votre serveur.' (The MaxMind GeoLite database will be periodically downloaded to the folder of your server.)
- Notice Boutique**: A checkbox labeled 'Activer le texte de notification sur l'ensemble de la boutique' (Activate the notification text on the entire store), which is currently unchecked.

Emplacement de la Base

Elle définit le pays et l'état de la base de votre boutique (i.e. où vous êtes basés en tant que vendeur). Cela détermine les taux d'imposition par défaut et la résidence des clients.

Lieu(x) de Vente

Sélectionnez si vous voulez vendre dans tous les pays ou dans des pays spécifiques. Vous pouvez choisir plusieurs pays ou états spécifiques.

Adresse du Client par Défaut

Quand un client visite pour la première fois votre boutique, nous ne connaissons pas sa résidence lorsque nous calculons les taxes et la livraison; ce paramètre vous permet de choisir la résidence supposée du client, avant qu'il ne la saisisse.

L'adresse de la base de la boutique permettra au système de supposer que le client est au même endroit que votre boutique.

L'absence d'adresse ne donnera aucune résidence – les taxes ne seront pas calculées.

Géolocaliser l'adresse vérifiera l'endroit où le client est actuellement localisé et calculera les taxes en conséquence. *(Nouveau dans WC 2.3+)*

Notice de boutique

Notice Boutique

Activer le texte de notification sur l'ensemble de la boutique

Autorisez le texte de notification sur l'ensemble de la boutique en sélectionnant la case à cocher puis en éditant votre message en-dessous. Ce message s'affichera en haut de votre site et peut être stylisé avec CSS pour aller avec votre thème. Par exemple, l'ajout de `p.demo_store {background: white;}` à votre CSS personnalisé rendra le fond d'écran de votre Notice de Boutique blanc.

Options de Devise

Options devise

Les options suivantes déterminent la manière dont les prix sont affichés sur le site.

Devise	<input type="text" value="Euros (€)"/>
Position devise	<input type="text" value="Droite (99.99€)"/>
Séparateur de milliers	<input "="" type="text" value=","/>
Séparateur décimal	<input type="text" value="."/>
Nombre de décimales	<input type="text" value="2"/>

[Enregistrer les changements](#)

Les options suivantes affectent la façon dont les prix sont affichés sur le front-end.

Devise

Choisissez la devise par défaut de votre boutique. Une seule devise par défaut peut être sélectionnée.

Position de la Devise

Choisissez la position par défaut de la devise pour vos prix. *Gauche, Droite, Gauche/Droite avec un espace*

Séparateur des Milliers

Choisissez le symbole à utiliser pour le séparateur des milliers : ex: 1,000

Séparateur des Décimales

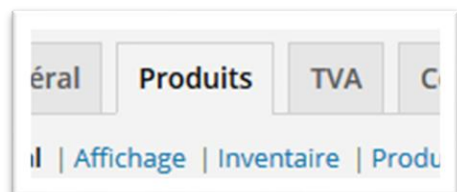
Choisissez le symbole à utiliser pour le séparateur des décimales : ex: 100.00

Nombre de Décimales

Choisissez le nombre de chiffres à afficher à droite de la décimale lors de l'affichage des prix. ex : 2 = 100.00

Note : Les paramètres Style & Scripts ont maintenant leur propre plugin appelé [Couleurs WooCommerce](#), qui s'intègre au personnalisateur de WordPress. La plupart des thèmes fournissent leur propre style, mais si vous aimeriez que ces paramètres reviennent utilisez ce plugin **GRATUIT** [Couleurs WooCommerce](#).

Produits



Ici vous trouverez les paramètres pour vos produits et la façon dont ils sont affichés, notamment les tailles d'image du produit, l'inventaire et les paramètres de produits téléchargeables.

Général

Dans la sous-section de navigation générale nous avons nos options de **Mesures** et de **Commentaires**. Sélectionnez les unités de poids et de dimensions pour vos produits, et activez ou désactivez les notations dans vos commentaires de produits.

Général | Produits | TVA | Commande | Livraison | Comptes | Emails | API | Ab

[Général](#) | [Affichage](#) | [Inventaire](#) | [Produits téléchargeables](#)

Dimensions

Unité de poids

Unité des dimensions

Avis

Notations produit

- Activer les notes sur les avis
- La notation est requise pour laisser un avis
- Afficher le label "acheteur certifié" sur les avis consommateurs
- Permettre les avis uniquement aux "acheteurs certifiés"

[Enregistrer les changements](#)

Notations de produits

Les options incluent :

Activer les notations dans les commentaires.

Les notations sont requises pour laisser un commentaire.

Afficher l'étiquette "propriétaire vérifié" pour les commentaires de clients. *Si un client est connecté avec son compte et a acheté ce produit sur son compte il sera étiqueté en tant que "propriétaire vérifié".*

Autoriser seulement les commentaires provenant de "propriétaires vérifiés". *Seuls les clients qui sont connectés avec le compte avec lequel ils ont acheté le produit peuvent laisser un commentaire de produit.*

Affichage

Pages boutique et produit

Page boutique

🔍 Boutique ✕ ▼

La page de base peut également être utilisée dans votre [permalien produit](#).

Affichage Page Boutique

🔍 Afficher les produits ▼

Affichage par défaut de la catégorie

🔍 Afficher les produits ▼

Tri par défaut des produits

🔍 Tri par défaut (ordre personnalisé + nom) ▼

Ajouter au comportement du panier

- Rediriger vers le panier après un ajout réussi
- Activer les boutons AJAX d'ajout au panier sur les archives

Images produit

Ces réglages affectent l'affichage et les dimensions des images dans votre catalogue – l'affichage sur le site sera en

Page de Produit / Archive de Produit

Sélectionnez la page que vous aimeriez en page de boutique par défaut.

Affichage de la Page de Boutique

Choisissez d'afficher les produits, les sous-catégories ou les deux.

Affichage de la Catégorie par Défaut

Choisissez d'afficher les produits, les sous-catégories ou les deux.

Tri de Produits par Défaut

Sélectionnez le tri de produits par défaut, les options incluent :

Le tri de produits par défaut (classement personnalisé + nom)

Popularité (ventes)

Note moyenne

Classé par plus récent

Classé par prix (asc/des)

Comportement “Ajouter au panier”

Les options incluent :

Rediriger vers la page du panier après un ajout réussi – *cela conduira automatiquement votre client à la page du panier lors de l’ajout d’un produit.*

Autoriser les boutons “Ajouter au panier” AJAX dans les archives – *cela ajoutera l’option “Ajouter au panier” à vos pages d’archive de boutique.*

Tailles d’Images de Produits

Ces paramètres affectent les dimensions actuelles des images sauvegardées dans votre catalogue une fois que vous téléchargez (mettez en ligne) une image – l’affichage sur le front-end sera contourné par les styles CSS si appliqués. Si vous deviez changer ces paramètres vous auriez besoin de régénérer vos vignettes si vous aviez précédemment mis en ligne des images, afin que les nouveaux paramètres de taille d’image soient appliqués.

Les options de taille d’image incluent :

Les Images du Catalogue

L’Image de Produit Seul

Des Vignettes de Produits

Renseignez-vous sur la façon d’ajouter des images de produits et des

Sur cette page, nous allons passer en revue tous les paramètres disponibles dans WooCommerce. Vous trouverez des informations sur les paramètres Généraux de WooCommerce ainsi que sur les paramètres de Produit, Taxe, Caisse, Livraison, Comptes, E-mail, et Webhooks. *Veillez noter que ce document est valable pour WooCommerce 2.3 et les versions plus récentes.*

Pour configurer votre boutique allez dans **WooCommerce > Paramètres**. Ensuite, naviguez dans la documentation ci-dessous dans chaque section pour obtenir des informations sur chaque paramètre.

Options d’Inventaire

Général | Produits | TVA | Commande | Livraison | Comptes | Emails | API

Général | Affichage | **Inventaire** | Produits téléchargeables

Inventaire

Gestion du stock Activer la gestion du stock

Maintenir le stock (minutes) Maintenir le stock (pour les commandes impayées) pendant x minutes. Quand cette limite est atteinte, la commande en attente sera annulée. Laissez vide pour désactiver.

Notifications Activer les notifications de stock faible
 Activer les notifications de stock épuisé

Destinataire(s) de(s) notification(s)

Seuil de stock faible

Seuil de stock épuisé

Visibilité des stocks épuisés Cacher les produits en stock épuisé du catalogue

Pour éditer vos options d'inventaire de boutique allez dans : **WooCommerce > Paramètres > Produit > Inventaire.**

Ici vous pouvez choisir d'activer ou non la gestion des stocks. Si oui, les options disponibles sont les suivantes :

Conserver un stock (minutes) – Conserver un stock (pour les commandes non payées) pendant x minutes. Quand cette limite est atteinte, la commande en attente sera annulée. Laissez vide pour désactiver.

Activer les notifications de faible stock

Activer les notifications de rupture de stock

Destinataire de la Notification – définissez l'e-mail pour les notifications de faible stock et de rupture de stock.

Seuil de Faible Stock – définissez le nombre de produits pour déclencher la notification de faible stock.

Seuil de Rupture de Stock – définissez le nombre de produits pour déclencher le statut en rupture de stock.

Visibilité de rupture de stock – Choisissez de cacher les articles en rupture de stock du catalogue.

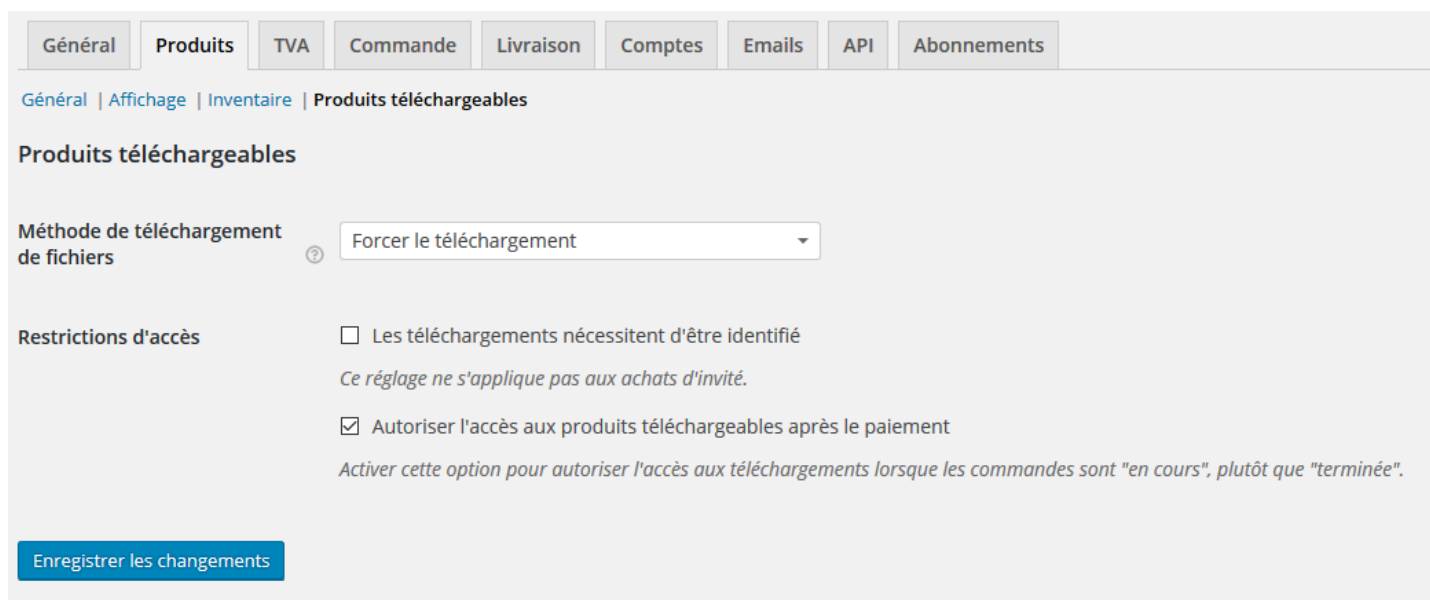
Format d’Affichage du Stock – Les options incluent :

Toujours montrer le stock -ex : “12 en stock”

Seulement montrer le stock quand il est faible – ex : “Seulement 2 en stock” vs. “En stock”

Ne jamais montrer la quantité du stock

Produits Téléchargeables



The screenshot shows a settings page for 'Produits téléchargeables'. At the top, there are tabs for 'Général', 'Produits', 'TVA', 'Commande', 'Livraison', 'Comptes', 'Emails', 'API', and 'Abonnements'. The 'Produits' tab is active. Below the tabs, there is a breadcrumb trail: 'Général | Affichage | Inventaire | Produits téléchargeables'. The main heading is 'Produits téléchargeables'. There are three main sections: 1. 'Méthode de téléchargement de fichiers' with a dropdown menu set to 'Forcer le téléchargement'. 2. 'Restrictions d'accès' with two checkboxes: 'Les téléchargements nécessitent d'être identifié' (unchecked) and 'Autoriser l'accès aux produits téléchargeables après le paiement' (checked). 3. A blue button at the bottom labeled 'Enregistrer les changements'.

Méthode de Téléchargement de Fichier

Forcer les Téléchargements – Les fichiers sont “forcés” au téléchargement via un script PHP. Les fichiers ne devraient être accessibles à personne mais les liens d’achat et directs sont cachés.

X-Accel-Redirect/X-Sendfile – Ceci est similaire à “forcer” au-dessus, cependant ça a une meilleure performance et peut supporter des fichiers plus larges. Cette option requiert que votre fournisseur d’hébergement supporte soit X-Sendfile ou X-Accel-Redirect donc vous devrez le vérifier avec eux d’abord.

Rediriger seulement – Les liens de téléchargement conduisent simplement l’utilisateur au fichier. Les fichiers ne sont pas protégés de l’accès extérieur.

La plupart des boutiques voudront utiliser l’une des 2 meilleures méthodes puisqu’elles gardent vos fichiers protégés de l’accès extérieur. Rediriger devrait seulement être utilisé si vous rencontrez des problèmes ou que les téléchargements non sécurisés vous importent peu.

Restriction d'Accès

Les options incluent :

Sélectionner si les téléchargements requièrent la connexion – *Ce paramètre ne s'applique pas aux achats des invités.*

Accorder l'accès aux produits téléchargeables après le paiement – *Activez cette option pour accorder l'accès aux téléchargements lorsque les commandes sont "en cours de traitement" plutôt que "terminées".*

TVA : Les Taxe

Général | Produits | **TVA** | Commande | Livraison | Comptes | Emails | API | Abonnements

Options TVA | Taux standards | Taux Taux Réduit | Taux Taux Zéro

Options TVA

Activer les TVA Activer la TVA et le calcul de TVA

Tarifs entrés avec TVA Oui, j'entrerai les tarifs TTC
 Non, j'entrerai les tarifs HT

Calcul de TVA basé sur :

Classe de TVA livraison :

Arrondi Arrondir la TVA au niveau du sous-totaux, plutôt que pour chaque ligne

Classes additionnelles des TVA

Affichage des prix dans la boutique :

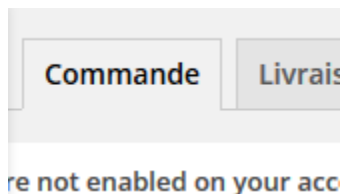
Affichage des prix sur le panier et la page commande :

Suffixe d'affichage de prix :

Afficher les totaux des taxes :

Les taxes sont assez complexes pour justifier le fait qu'elles aient leur propre section séparée qui explique comment les configurer et comment elles fonctionnent.

Commande



Ici vous pouvez contrôler les paramètres pour vos pages de caisse et pour l'utilisation des coupons ainsi que vos paramètres de passerelle de paiement.

Options de Caisse

Checkout Pages

Sous la sous-section de navigation Options de Caisse il y a des options pour le processus de paiement général de votre boutique.

Processus de Paiement

Coupons

Sélectionnez **activer l'utilisation de coupons** – *Les coupons peuvent être appliqués aux pages du panier et de la caisse.*

Caisse

Les options incluent :

Activer la caisse pour les invités – *Autorise les clients à passer à la caisse sans créer de compte.*

Forcer le paiement sécurisé – *Force SSL (HTTPS) sur les pages de caisse (un Certificat SSL est requis).*

Forcer HTTP lorsqu'on quitte la caisse – *Force les pages à charger sur HTTP au lieu de (SSL) HTTPS comme les pages de caisse. Utile pour certaines passerelles qui pourraient en avoir besoin.*

Pages de Caisse

Checkout Endpoints

Ces pages doivent être définies pour que WooCommerce sache où envoyer les utilisateurs pour passer à la caisse : **Page du Panier, Page de la Caisse, Termes et Conditions**

Les pages du panier et de la caisse seront automatiquement installées avec WooCommerce. Si vous voulez une page des Termes et Conditions vous devrez créer votre propre page personnalisée, puis sélectionner la page dans les paramètres comme montré ci-dessus.

Endpoints de la Caisse

Les endpoints sont ajoutés à vos URL de page pour effectuer des actions spécifiques pendant le processus de paiement. Ils devraient être uniques.

Apprenez-en plus sur les endpoints dans WooCommerce ici.

Passerelles de Paiement

Les passerelles installées sont listées ici. Vous pouvez glisser-déposer les passerelles pour contrôler l'ordre dans lequel elles sont affichées sur le front end.

Apprenez-en plus sur les options de Passerelles de Paiement Premium ici. Apprenez-en plus gratuitement sur les options de paiement centrales incluses dans WooCommerce ici.

Livraison

Général | Produits | TVA | Commande | **Livraison** | Comptes | Emails | API | Abonnements

[Options livraison](#) | [Taux Fixe](#) | [Livraison Gratuite](#) | [Taux fixe international](#) | [Livraison locale](#) | [Point de vente](#)

Options livraison

Calcul de frais de port

- Activer la livraison
- Activer le calculateur de frais dans la page panier
- Masquer les frais de livraison jusqu'à ce qu'une adresse soit renseignée

Mode d'affichage de la livraison

- Afficher les méthodes de livraison avec des boutons "radio"
- Afficher les méthodes de livraison dans une liste déroulante

Destination de la livraison

- Adresse de livraison par défaut
- Adresse de facturation par défaut
- Livrer uniquement à l'adresse de facturation du client

Restreindre la livraison aux emplacements

Livrer dans tous les pays où vous vendez

Choisissez dans quels pays vous voulez livrer ou choisissez de livrer dans tous les [emplacements où vous vendez](#).

Ici vous pouvez choisir quelle option de livraison est mise par défaut ou activée et vous pouvez glisser-déposer pour les réordonner dans l'ordre que vous préférez.

Options de Livraison

Calculs de Livraison

Activer la Livraison

Activer le calculateur de livraison sur la page du panier

Cacher les frais de livraison jusqu'à ce que l'adresse soit saisie

Mode d’Affichage de la Livraison

Affichez les méthodes de livraison avec des boutons “radio” ou dans un menu déroulant.

Destination de Livraison

Livrer à l'adresse de facturation par défaut ou seulement livrer à l'adresse de facturation de l'utilisateur.

Restreindre la livraison à certains Lieux

Livrer à tous les pays à qui vous vendez pour spécifier certains pays auxquels vous ne livrerez pas.

Comptes

Pages de Compte

Ces pages doivent être définies pour que WooCommerce sache où envoyer les utilisateurs pour accéder aux fonctionnalités liées au compte.

Page Mon Compte

Sélectionnez à partir du menu déroulant la page que vous voulez utiliser pour la page Mon Compte.

Endpoints de Mon Compte

Les endpoints sont ajoutés à vos URL de page pour effectuer des actions spécifiques sur les pages de comptes. Ils devraient être uniques. Les options incluent :

Visualiser la Commande

Editer le Compte

Editer l'Adresse

Mot de Passe Perdu

Déconnexion

Apprenez-en plus sur les endpoints dans WooCommerce [ici](#).

Options d'Enregistrement

Enable Registration

Enable registration on the "Checkout" page

Enable registration on the "My Account" page

Display returning customer login reminder on the "Checkout" page

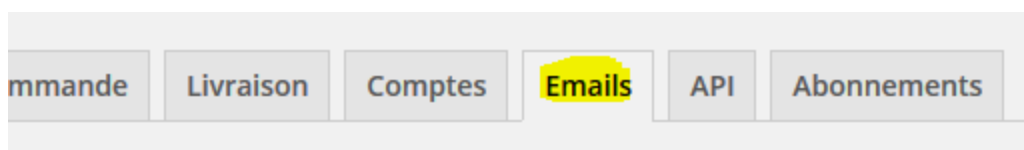
Account Creation

Options include:

Automatically generate username from customer email

Automatically generate customer password

Emails



Vous pouvez trouver ici les paramètres d'e-mails et les modèles à éditer.

Email Templates

Options d'Expéditeur d'E-mail

Définissez le nom et l'e-mail "From" ("De") pour l'expéditeur utilisé dans les e-mails de WooCommerce.

Modèles d'E-mails

Cette section vous permet de personnaliser les e-mails de WooCommerce. Pour un contrôle plus avancé copiez le dossier `woocommerce/templates/emails/` dans `yourchildtheme/woocommerce/emails/`. Il vaut mieux garder cette personnalisation dans un thème enfant pour que vos changements ne soient pas écrasés lorsque vous mettez à jour votre thème. Veuillez lire Comment paramétrer un thème enfant si vous n'êtes pas familier avec cela.

Image d'En-Tête

Entrez une URL pour une image que vous voulez montrer dans l'en-tête de l'e-mail. Vous pouvez télécharger votre image en utilisant le logiciel de téléchargement média.

Texte de Pied de Page d'E-mail

Le texte apparaît dans le pied de page des e-mails de WooCommerce.

Couleur de Base – *La couleur de base pour les modèles d'e-mails de WooCommerce.*

Couleur de Fond – *La couleur de fond pour les modèles d'e-mails de WooCommerce.*

Couleur de Fond du Corps de l'E-mail – *La couleur de fond principale du corps.*

Couleur de Texte du Corps de l'E-mail – *La couleur de texte principale du corps.*

Editer des Modèles d'E-mails Individuels

Juste en-dessous de l'onglet E-mail vous verrez des options pour les modèles d'e-mails suivants :

Nouvelle commande | Commande en cours de Traitement | Commande Terminée | Facture Client | Note Client | Réinitialiser le Mot de Passe | Nouveau Compte

Chaque modèle d'e-mail aura les options suivantes que vous pouvez éditer :

Activer/Désactiver

Activer cette notification d'e-mail.

Destinataire(s)

Entrez les destinataires (séparés par une virgule) pour cet e-mail. Par défaut info@woothemes.com.

Objet

Ceci contrôle la ligne d'objet de l'e-mail. Laissez vide pour utiliser l'objet par défaut :

[[site_title]] Nouvelle commande client ({{order_number}}) – {order_date}

En-Tête de l'E-mail

Ceci contrôle le principal en-tête contenu dans la notification d'e-mail. Laissez vide pour utiliser l'en-tête par défaut.

Type d'E-mail

Choisissez le format d'e-mail à envoyer. Les options incluent :

Texte Brut

HTML

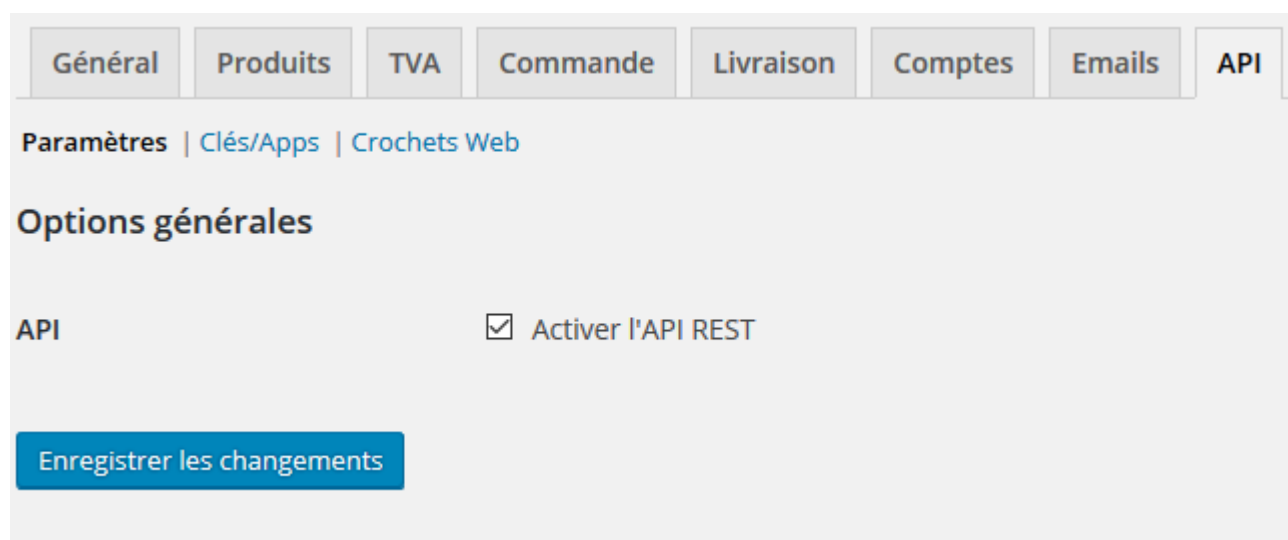
Multipart

Si vous utilisez des e-mails en Texte Brut, veuillez garder en tête que les champs de texte sont limités à 155 caractères. Si vos produits ont des noms longs et/ou de nombreuses variations et/ou options, le champ peut être tronqué.

Modèle HTML

Pour contourner et éditer ce modèle d'e-mail copiez **woocommerce/templates/emails/admin-new-order.php** dans votre dossier de thèmes : **yourchildtheme/woocommerce/emails/admin-new-order.php**. Vous avez aussi l'option de copier le fichier modèle ou de visualiser sur cet écran de paramètre.

API



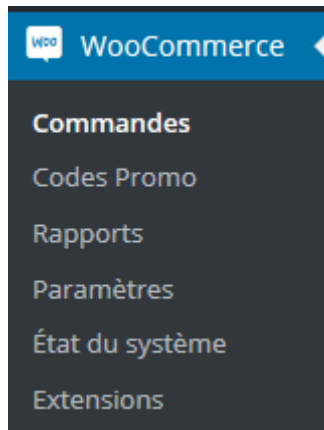
The screenshot shows the WordPress Admin interface for the 'API' settings. At the top, there is a navigation bar with tabs for 'Général', 'Produits', 'TVA', 'Commande', 'Livraison', 'Comptes', 'Emails', and 'API'. Below the navigation bar, there are links for 'Paramètres', 'Clés/Apps', and 'Crochets Web'. The main heading is 'Options générales'. Under the 'API' section, there is a checkbox labeled 'Activer l'API REST' which is checked. At the bottom of the form, there is a blue button labeled 'Enregistrer les changements'.

Choisissez d'autoriser l'API REST. Cette API est destinée à l'usage des développeurs. Vous pouvez autoriser son accès à vos données de boutique de l'extérieur de WordPress, par exemple à partir de votre application iOS ou d'autres applications externes. [Vous pouvez trouver plus de détails sur l'API REST ici.](#)

*CHAPITRE 3 OPTIONS ET PARAMETRAGE DE
WOOCOMMERCE*

les items de menu WooCommerce

Section WooCommerce



Section commande



La section commandes sert à visualiser et à gérer des commandes. Vous pouvez aussi ajouter manuellement des commandes à partir de cet endroit.

Pour plus d'informations, voir [Gérer des commandes](#)

Section rapport

Codes Promo			Ajouter un Code Promo
Tous (0)			
Afficher tous les types		▼	Filtrer
<input type="checkbox"/>	Code	Type de Code Promo	Montant
Aucun Code Promo trouvé			
<input type="checkbox"/>	Code	Type de Code Promo	Montant

A partir de la section comptes-rendus vous pouvez visualiser les comptes-rendus des ventes, des clients et des stocks.

Section Coupons

A partir de la section coupons vous pouvez visualiser et ajouter des coupons. Les coupons peuvent être utilisés par les clients au niveau du panier/de la caisse pour des réductions.

Codes Promo			Ajouter un Code Promo
Tous (0)			
Afficher tous les types		▼	Filtrer
<input type="checkbox"/>	Code	Type de Code Promo	Montant
Aucun Code Promo trouvé			
<input type="checkbox"/>	Code	Type de Code Promo	Montant

Paramètres

The screenshot shows the 'Paramètres' (Settings) page in WooCommerce, specifically the 'Options générales' (General) tab. The navigation menu at the top includes 'Général', 'Produits', 'TVA', 'Commande', 'Livraison', 'Comptes', 'Emails', and 'API'. The 'Options générales' section contains two dropdown menus: 'Emplacement de base' (Base location) set to 'France' and 'Emplacement(s) de vente' (Sales location(s)) set to 'Vendre dans tous les pays' (Sell in all countries).

Contient tous les paramètres utilisés pour configurer WooCommerce – cela inclut la mise en page, la configuration du catalogue, les taxes, la livraison et les passerelles de paiement.

Pour plus d'informations, voir [Paramétrer WooCommerce](#).

Statut du Système

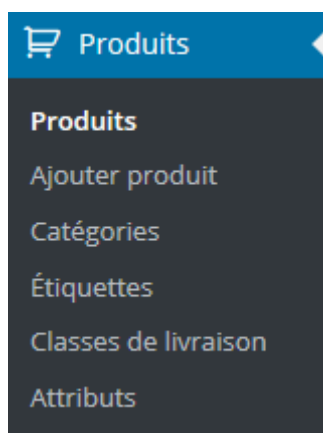
La page de Statut du Système est une source utile lorsque vous contactez le service assistance ; vous pouvez aisément télécharger le Rapport du Statut du Système et l'attacher à votre ticket d'assistance. Cela nous permettra d'avoir un aperçu complet de votre installation si jamais nous avons besoin de vous dépanner.

The screenshot shows the 'Statut du Système' (System Status) page in WooCommerce. The navigation menu at the top includes 'État du système', 'Outils', and 'Logs'. Below the navigation, there is a text prompt: 'Veuillez copier coller cette information dans votre ticket lorsque vous contactez le support :'. Below this prompt are two buttons: 'Obtenir le rapport système' (Get system report) and 'Comprendre le rapport de statut' (Understand the status report). The 'Environnement WordPress' (WordPress Environment) section is visible, showing the following information:

URL accueil:	[?] http://demo3.lune
URL du site:	[?] http://demo3.lune
Version WC:	[?] 2.4.13

Section Produits

Ici vous pouvez visualiser et ajouter des produits, installer des catégories et des tags de produits, ajouter et configurer des classes de livraison, et gérer les attributs des produits.



Configurer WooCommerce

Sur cette page, nous allons passer en revue tous les paramètres disponibles dans WooCommerce. Vous trouverez des informations sur les paramètres Généraux de WooCommerce ainsi que sur les paramètres de Produit, Taxe, Caisse, Livraison, Comptes, E-mail, et Webhooks. *Veillez noter que ce document est valable pour WooCommerce 2.3 et les versions plus récentes.*

Pour configurer votre boutique allez dans **WooCommerce > Paramètres**. Ensuite, naviguez dans la documentation ci-dessous dans chaque section pour obtenir des informations sur chaque paramètre.

Paramètres Généraux

C'est l'endroit où nous avons des paramètres simples et basiques pour chaque boutique.



The screenshot shows the 'Général' tab of the WooCommerce settings. It includes a navigation bar with tabs for 'Général', 'Produits', 'TVA', 'Commande', 'Livraison', 'Comptes', 'Emails', 'API', and 'At'. Below the tabs, the 'Options générales' section contains three dropdown menus: 'Emplacement de base' (set to 'France'), 'Emplacement(s) de vente' (set to 'Vendre dans tous les pays'), and 'Adresse client par défaut' (set to 'Géolocalisation'). A note below the last dropdown states: 'La Base de données MaxMind GeoLite sera périodiquement téléchargée dans'. At the bottom, there is a checkbox for 'Notice Boutique' with the label 'Activer le texte de notification sur l'ensemble de la boutique'.

Emplacement de la Base

Elle définit le pays et l'état de la base de votre boutique (i.e. où vous êtes basés en tant que vendeur). Cela détermine les taux d'imposition par défaut et la résidence des clients.

Lieu(x) de Vente

Sélectionnez si vous voulez vendre dans tous les pays ou dans des pays spécifiques. Vous pouvez choisir plusieurs pays ou états spécifiques.

Adresse du Client par Défaut

Quand un client visite pour la première fois votre boutique, nous ne connaissons pas sa résidence lorsque nous calculons les taxes et la livraison; ce paramètre vous permet de choisir la résidence supposée du client, avant qu'il ne la saisisse.

- **L'adresse de la base de la boutique** permettra au système de supposer que le client est au même endroit que votre boutique.
- **L'absence d'adresse** ne donnera aucune résidence – les taxes ne seront pas calculées.
- **Géolocaliser l'adresse** vérifiera l'endroit où le client est actuellement localisé et calculera les taxes en conséquence. *(Nouveau dans WC 2.3+)*

Notice de boutique

Notice Boutique

Activer le texte de notification sur l'ensemble de la boutique

Autorisez le texte de notification sur l'ensemble de la boutique en sélectionnant la case à cocher puis en éditant votre message en-dessous. Ce message s'affichera en haut de votre site et peut être stylisé avec CSS pour aller avec votre thème. Par exemple, l'ajout de `p.demo_store {background: white;}` à votre CSS personnalisé rendra le fond d'écran de votre Notice de Boutique blanc.

Options de Devise

Options devise

Les options suivantes déterminent la manière dont les prix sont affichés sur le site.

Devise	<input type="text" value="Euros (€)"/>
Position devise	<input type="text" value="Droite (99.99€)"/>
Séparateur de milliers	<input type="text" value=","/>
Séparateur décimal	<input type="text" value="."/>
Nombre de décimales	<input type="text" value="2"/>

Enregistrer les changements

Les options suivantes affectent la façon dont les prix sont affichés sur le front-end.

Devise

Choisissez la devise par défaut de votre boutique. Une seule devise par défaut peut être sélectionnée.

Position de la Devise

Choisissez la position par défaut de la devise pour vos prix. *Gauche, Droite, Gauche/Droite avec un espace*

Séparateur des Milliers

Choisissez le symbole à utiliser pour le séparateur des milliers : ex: 1,000

Séparateur des Décimales

Choisissez le symbole à utiliser pour le séparateur des décimales : ex: 100.00

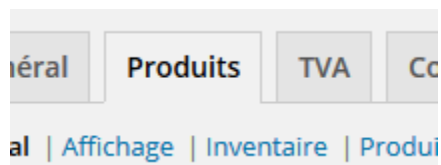
Nombre de Décimales

Choisissez le nombre de chiffres à afficher à droite de la décimale lors de l'affichage des prix. ex : 2
= 100.00

Note : Les paramètres Style & Scripts ont maintenant leur propre plugin appelé [Couleurs WooComerce](#), qui s'intègre au personnalisateur de WordPress. La plupart des thèmes fournissent

leur propre style, mais si vous aimeriez que ces paramètres reviennent utilisez ce plugin **GRATUIT** [Couleurs WooCommerce](#).

Produits



Ici vous trouverez les paramètres pour vos produits et la façon dont ils sont affichés, notamment les tailles d'image du produit, l'inventaire et les paramètres de produits téléchargeables.

Général

Dans la sous-section de navigation générale nous avons nos options de **Mesures** et de **Commentaires**. Sélectionnez les unités de poids et de dimensions pour vos produits, et activez ou désactivez les notations dans vos commentaires de produits.

Général | Produits | TVA | Commande | Livraison | Comptes | Emails | API | Abc

Général | Affichage | Inventaire | Produits téléchargeables

Dimensions

Unité de poids

Unité des dimensions

Avis

Notations produit

- Activer les notes sur les avis
- La notation est requise pour laisser un avis
- Afficher le label "acheteur certifié" sur les avis consommateurs
- Permettre les avis uniquement aux "acheteurs certifiés"

[Enregistrer les changements](#)

Notations de produits

Les options incluent :

- Activer les notations dans les commentaires.
- Les notations sont requises pour laisser un commentaire.
- Afficher l'étiquette "propriétaire vérifié" pour les commentaires de clients. *Si un client est connecté avec son compte et a acheté ce produit sur son compte il sera étiqueté en tant que "propriétaire vérifié".*
- Autoriser seulement les commentaires provenant de "propriétaires vérifiés". *Seuls les clients qui sont connectés avec le compte avec lequel ils ont acheté le produit peuvent laisser un commentaire de produit.*

Affichage

Général | **Affichage** | Inventaire | Produits téléchargeables

Pages boutique et produit

Page boutique

ⓘ Boutique ✕ ▼

La page de base peut également être utilisée dans votre [permalien produit](#).

Affichage Page Boutique

ⓘ Afficher les produits ▼

Affichage par défaut de la catégorie

ⓘ Afficher les produits ▼

Tri par défaut des produits

ⓘ Tri par défaut (ordre personnalisé + nom) ▼

Ajouter au comportement du panier

- Rediriger vers le panier après un ajout réussi
- Activer les boutons AJAX d'ajout au panier sur les archives

Images produit

Ces réglages affectent l'affichage et les dimensions des images dans votre catalogue – l'affichage sur le site sera en

Page de Produit / Archive de Produit

Sélectionnez la page que vous aimeriez en page de boutique par défaut.

Affichage de la Page de Boutique

Choisissez d'afficher les produits, les sous-catégories ou les deux.

Affichage de la Catégorie par Défaut

Choisissez d'afficher les produits, les sous-catégories ou les deux.

Tri de Produits par Défaut

Sélectionnez le tri de produits par défaut, les options incluent :

- Le tri de produits par défaut (classement personnalisé + nom)
- Popularité (ventes)
- Note moyenne

- Classé par plus récent
- Classé par prix (asc/des)

Comportement “Ajouter au panier”

Les options incluent :

- **Rediriger vers la page du panier après un ajout réussi** – *cela conduira automatiquement votre client à la page du panier lors de l'ajout d'un produit.*
- **Autoriser les boutons “Ajouter au panier” AJAX dans les archives** – *cela ajoutera l'option “Ajouter au panier” à vos pages d'archive de boutique.*

Tailles d'Images de Produits

Ces paramètres affectent les dimensions actuelles des images sauvegardées dans votre catalogue une fois que vous téléchargez (mettez en ligne) une image – l'affichage sur le front-end sera contourné par les styles CSS si appliqués. Si vous deviez changer ces paramètres vous auriez besoin de régénérer vos vignettes si vous aviez précédemment mis en ligne des images, afin que les nouveaux paramètres de taille d'image soient appliqués.

Les options de taille d'image incluent :

- Les Images du Catalogue
- L'Image de Produit Seul
- Des Vignettes de Produits

Renseignez-vous sur la façon d'ajouter des images de produits et des

Sur cette page, nous allons passer en revue tous les paramètres disponibles dans WooCommerce. Vous trouverez des informations sur les paramètres Généraux de WooCommerce ainsi que sur les paramètres de Produit, Taxe, Caisse, Livraison, Comptes, E-mail, et Webhooks. *Veillez noter que ce document est valable pour WooCommerce 2.3 et les versions plus récentes.*

Pour configurer votre boutique allez dans **WooCommerce > Paramètres**. Ensuite, naviguez dans la documentation ci-dessous dans chaque section pour obtenir des informations sur chaque paramètre.

Options d'Inventaire

Général | Affichage | **Inventaire** | Produits téléchargeables

Inventaire

Gestion du stock Activer la gestion du stock

Maintenir le stock (minutes) *Maintenir le stock (pour les commandes impayées) pendant x minutes. Laisser vide pour désactiver.*

Notifications Activer les notifications de stock faible
 Activer les notifications de stock épuisé

Destinataire(s) de(s) notification(s)

Seuil de stock faible

Seuil de stock épuisé

Visibilité des stocks épuisés Cacher les produits en stock épuisé du catalogue

Pour éditer vos options d'inventaire de boutique allez dans : **WooCommerce > Paramètres > Produit > Inventaire.**

Ici vous pouvez choisir d'activer ou non la gestion des stocks. Si oui, les options disponibles sont les suivantes :

- - **Conserver un stock (minutes)** – Conserver un stock (pour les commandes non payées) pendant x minutes. Quand cette limite est atteinte, la commande en attente sera annulée. Laissez vide pour désactiver.
- **Activer les notifications de faible stock**

- **Activer les notifications de rupture de stock**
- **Destinataire de la Notification** – *définissez l'e-mail pour les notifications de faible stock et de rupture de stock.*
- **Seuil de Faible Stock** – *définissez le nombre de produits pour déclencher la notification de faible stock.*
- **Seuil de Rupture de Stock** – *définissez le nombre de produits pour déclencher le statut en rupture de stock.*
- **Visibilité de rupture de stock** – *Choisissez de cacher les articles en rupture de stock du catalogue.*
- **Format d’Affichage du Stock** – *Les options incluent :*
 - Toujours montrer le stock -ex : “12 en stock”
 - Seulement montrer le stock quand il est faible – ex : “Seulement 2 en stock” vs. “En stock”
 - Ne jamais montrer la quantité du stock

Produits Téléchargeables

Général | Produits | TVA | Commande | Livraison | Comptes | Emails | API | Abonnement

[Général](#) | [Affichage](#) | [Inventaire](#) | **Produits téléchargeables**

Produits téléchargeables

Méthode de téléchargement de fichiers ?

Restrictions d'accès

Les téléchargements nécessitent d'être identifié
Ce réglage ne s'applique pas aux achats d'invité.

Autoriser l'accès aux produits téléchargeables après le paiement
Activer cette option pour autoriser l'accès aux téléchargements lorsque les comman

[Enregistrer les changements](#)

Méthode de Téléchargement de Fichier

- **Forcer les Téléchargements** – Les fichiers sont “forcés” au téléchargement via un script PHP. Les fichiers ne devraient être accessibles à personne mais les liens d’achat et directs sont cachés.
- **X-Accel-Redirect/X-Sendfile** – Ceci est similaire à “forcer” au-dessus, cependant ça a une meilleure performance et peut supporter des fichiers plus larges. Cette option requiert que votre fournisseur d’hébergement supporte soit X-Sendfile ou X-Accel-Redirect donc vous devrez le vérifier avec eux d’abord.
- **Rediriger seulement** – Les liens de téléchargement conduisent simplement l’utilisateur au fichier. Les fichiers ne sont pas protégés de l’accès extérieur.

La plupart des boutiques voudront utiliser l’une des 2 meilleures méthodes puisqu’elles gardent vos fichiers protégés de l’accès extérieur. Rediriger devrait seulement être utilisé si vous rencontrez des problèmes ou que les téléchargements non sécurisés vous importent peu.

Restriction d’Accès

Les options incluent :

- **Sélectionner si les téléchargements requièrent la connexion** – *Ce paramètre ne s’applique pas aux achats des invités.*

- **Accorder l'accès aux produits téléchargeables après le paiement** – Activez cette option pour accorder l'accès aux téléchargements lorsque les commandes sont "en cours de traitement" plutôt que "terminées".

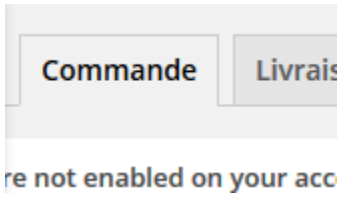
TVA : Les Taxe

The screenshot shows a configuration page for VAT (TVA) with a navigation bar at the top containing tabs for 'Général', 'Produits', 'TVA', 'Commande', 'Livraison', 'Comptes', 'Emails', 'API', and 'Abonnements'. The 'TVA' tab is highlighted in yellow. Below the navigation bar, there are links for 'Options TVA', 'Taux standards', 'Taux Taux Réduit', and 'Taux Taux Zéro'. The main section is titled 'Options TVA' and contains several settings:

- Activer les TVA**: Activer la TVA et le calcul de TVA
- Tarifs entrés avec TVA**: Oui, j'entrerai les tarifs TTC; Non, j'entrerai les tarifs HT
- Calcul de TVA basé sur :**
- Classe de TVA livraison :**
- Arrondi**: Arrondir la TVA au niveau du sous-totaux, plutôt que pour chaque ligne
- Classes additionnelles des TVA**:
- Affichage des prix dans la boutique :**
- Affichage des prix sur le panier et la page commande :**
- Suffixe d'affichage de prix :**
- Afficher les totaux des taxes :**

Les taxes sont assez complexes pour justifier le fait qu'elles aient leur propre section séparée qui explique comment les configurer et comment elles fonctionnent.

Commande



Ici vous pouvez contrôler les paramètres pour vos pages de caisse et pour l'utilisation des coupons ainsi que vos paramètres de passerelle de paiement.

Options de Caisse

Checkout Pages

Sous la sous-section de navigation Options de Caisse il y a des options pour le processus de paiement général de votre boutique.

Processus de Paiement

Coupons

Sélectionnez **activer l'utilisation de coupons** – *Les coupons peuvent être appliqués aux pages du panier et de la caisse.*

Caisse

Les options incluent :

- **Activer la caisse pour les invités** – *Autorise les clients à passer à la caisse sans créer de compte.*
- **Forcer le paiement sécurisé** – *Force SSL (HTTPS) sur les pages de caisse (un Certificat SSL est requis).*
- **Forcer HTTP lorsqu'on quitte la caisse** – *Force les pages à charger sur HTTP au lieu de (SSL) HTTPS comme les pages de caisse. Utile pour certaines passerelles qui pourraient en avoir besoin.*

Pages de Caisse

Checkout Endpoints

Ces pages doivent être définies pour que WooCommerce sache où envoyer les utilisateurs pour passer à la caisse : **Page du Panier, Page de la Caisse, Termes et Conditions**

Les pages du panier et de la caisse seront automatiquement installées avec WooCommerce. Si vous voulez une page des Termes et Conditions vous devrez créer votre propre page personnalisée, puis sélectionner la page dans les paramètres comme montré ci-dessus.

Endpoints de la Caisse

Les endpoints sont ajoutés à vos URL de page pour effectuer des actions spécifiques pendant le processus de paiement. Ils devraient être uniques.

Apprenez-en plus sur les endpoints dans WooCommerce [ici](#).

Passerelles de Paiement

Les passerelles installées sont listées [ici](#). Vous pouvez glisser-déposer les passerelles pour contrôler l'ordre dans lequel elles sont affichées sur le front end.

Apprenez-en plus sur les options de Passerelles de Paiement Premium [ici](#). Apprenez-en plus gratuitement sur les options de paiement centrales incluses dans WooCommerce [ici](#).

Livraison

Général	Produits	TVA	Commande	Livraison	Comptes	Emails	API	Abonnements
---------	----------	-----	----------	------------------	---------	--------	-----	-------------

[Options livraison](#) | [Taux Fixe](#) | [Livraison Gratuite](#) | [Taux fixe international](#) | [Livraison locale](#) | [Point de vente](#)

Options livraison

Calcul de frais de port

- Activer la livraison
- Activer le calculateur de frais dans la page panier
- Masquer les frais de livraison jusqu'à ce qu'une adresse soit renseignée

Mode d'affichage de la livraison

- Afficher les méthodes de livraison avec des boutons "radio"
- Afficher les méthodes de livraison dans une liste déroulante

Destination de la livraison

- Adresse de livraison par défaut
- Adresse de facturation par défaut
- Livrer uniquement à l'adresse de facturation du client

Restreindre la livraison aux emplacements

Livrer dans tous les pays où vous vendez

Choisissez dans quels pays vous voulez livrer ou choisissez de livrer dans tous les [emplacements où vous vendez](#).

Ici vous pouvez choisir quelle option de livraison est mise par défaut ou activée et vous pouvez glisser-déposer pour les réordonner dans l'ordre que vous préférez.

Options de Livraison

Calculs de Livraison

- Activer la Livraison
- Activer le calculateur de livraison sur la page du panier
- Cacher les frais de livraison jusqu'à ce que l'adresse soit saisie

Mode d’Affichage de la Livraison

Affichez les méthodes de livraison avec des boutons "radio" ou dans un menu déroulant.

Destination de Livraison

Livrer à l'adresse de facturation par défaut ou seulement livrer à l'adresse de facturation de l'utilisateur.

Restreindre la livraison à certains Lieux

Livrer à tous les pays à qui vous vendez pour spécifier certains pays auxquels vous ne livrerez pas.

Comptes

Pages de Compte

Ces pages doivent être définies pour que WooCommerce sache où envoyer les utilisateurs pour accéder aux fonctionnalités liées au compte.

Page Mon Compte

Sélectionnez à partir du menu déroulant la page que vous voulez utiliser pour la page Mon Compte.

Endpoints de Mon Compte

Les endpoints sont ajoutés à vos URL de page pour effectuer des actions spécifiques sur les pages de comptes. Ils devraient être uniques. Les options incluent :

- Visualiser la Commande
- Editer le Compte
- Editer l'Adresse
- Mot de Passe Perdu
- Déconnexion

Apprenez-en plus sur les endpoints dans WooCommerce [ici](#).

Options d'Enregistrement

Enable Registration

- Enable registration on the "Checkout" page
- Enable registration on the "My Account" page
- Display returning customer login reminder on the "Checkout" page

Account Creation

Options include:

- Automatically generate username from customer email
- Automatically generate customer password

Emails

Commande

Livraison

Comptes

Emails

API

Abonnements

Vous pouvez trouver ici les paramètres d'e-mails et les modèles à éditer.

Email Templates

Options d'Expéditeur d'E-mail

Définissez le nom et l'e-mail "From" ("De") pour l'expéditeur utilisé dans les e-mails de WooCommerce.

Modèles d'E-mails

Cette section vous permet de personnaliser les e-mails de WooCommerce. Pour un contrôle plus avancé copiez le dossier `woocommerce/templates/emails/` dans `yourchildtheme/woocommerce/emails/`. Il vaut mieux garder cette personnalisation dans un thème enfant pour que vos changements ne soient pas écrasés lorsque vous mettez à jour votre thème. Veuillez lire Comment paramétrer un thème enfant si vous n'êtes pas familier avec cela.

Image d'En-Tête

Entrez une URL pour une image que vous voulez montrer dans l'en-tête de l'e-mail. Vous pouvez télécharger votre image en utilisant le logiciel de téléchargement média.

Texte de Pied de Page d'E-mail

Le texte apparaît dans le pied de page des e-mails de WooCommerce.

- **Couleur de Base** – *La couleur de base pour les modèles d'e-mails de WooCommerce.*
- **Couleur de Fond** – *La couleur de fond pour les modèles d'e-mails de WooCommerce.*
- **Couleur de Fond du Corps de l'E-mail** – *La couleur de fond principale du corps.*
- **Couleur de Texte du Corps de l'E-mail** – *La couleur de texte principale du corps.*

Editer des Modèles d'E-mails Individuels

Juste en-dessous de l'onglet E-mail vous verrez des options pour les modèles d'e-mails suivants :

Nouvelle commande | Commande en cours de Traitement | Commande Terminée | Facture Client | Note Client | Réinitialiser le Mot de Passe | Nouveau Compte

Chaque modèle d'e-mail aura les options suivantes que vous pouvez éditer :

Activer/Désactiver

Activer cette notification d'e-mail.

Destinataire(s)

Entrez les destinataires (séparés par une virgule) pour cet e-mail. Par défaut info@woothemes.com.

Objet

Ceci contrôle la ligne d'objet de l'e-mail. Laissez vide pour utiliser l'objet par défaut :

[[site_title]] Nouvelle commande client ({{order_number}}) – {order_date}

En-Tête de l'E-mail

Ceci contrôle le principal en-tête contenu dans la notification d'e-mail. Laissez vide pour utiliser l'en-tête par défaut.

Type d'E-mail

Choisissez le format d'e-mail à envoyer. Les options incluent :

- Texte Brut
- HTML
- Multipart

Si vous utilisez des e-mails en Texte Brut, veuillez garder en tête que les champs de texte sont limités à 155 caractères. Si vos produits ont des noms longs et/ou de nombreuses variations et/ou options, le champ peut être tronqué.

Modèle HTML

Pour contourner et éditer ce modèle d'e-mail copiez **woocommerce/templates/emails/admin-new-order.php** dans votre dossier de thèmes : **yourchildtheme/woocommerce/emails/admin-new-order.php**. Vous avez aussi l'option de copier le fichier modèle ou de visualiser sur cet écran de paramètre.

API

Général | Produits | TVA | Commande | Livraison | Comptes | Emails | API

Paramètres | [Clés/Apps](#) | [Crochets Web](#)

Options générales

API Activer l'API REST

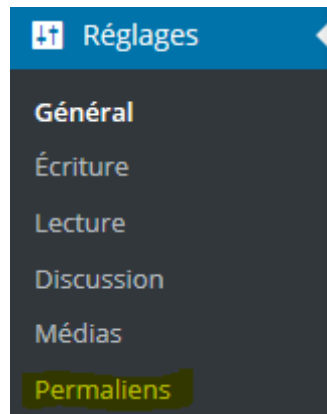
[Enregistrer les changements](#)

Choisissez d'autoriser l'API REST. Cette API est destinée à l'usage des développeurs. Vous pouvez autoriser son accès à vos données de boutique de l'extérieur de WordPress, par exemple à partir de votre application iOS ou d'autres applications externes. [Vous pouvez trouver plus de détails sur l'API REST ici.](#)

Les permaliens ou liens permanents

On peut trouver les paramètres des permaliens de WC 2.0 dans le menu **Tableau de Bord WordPress > Réglages > Permalien**, à gauche.

A partir de là, vous pouvez configurer la structure URL pour votre boutique et pour vos pages de produits.



1. Ajouter ou non un préfixe de catégories/tags avec une page de base de la boutique (ex : yourdomain.com/shop/product ou yourdomain.com/product)
2. La ligne-bloc (slug) de base de la catégorie de produit (par défaut : /product-category/)
3. La ligne-bloc de base du tag de produit (par défaut : /product-tag/)
4. La ligne-bloc de base de l'attribut de produit utilisera facultativement une base personnalisée avant /attribute-name/attribute/ (ex : /taille/médium ou /couleur/bleu)

Facultatif

Si vous le souhaitez, vous pouvez spécifier ici une structure personnalisée pour les adresses web de vos étiquettes et de vos catégories. `leguide.com/sujets/non-classe/`. Si vous laissez ce champ vide, la valeur par défaut sera appliquée.

Préfixe des catégories

Base des étiquettes

Base catégorie produit

Base étiquette produit

Base attribut produit

Base des Permalien de Produits

Ces paramètres contrôlent les permaliens utilisés pour les produits et s'appliqueront seulement lorsque les **permaliens par défaut ci-dessus ne seront pas utilisés**.

Base permalien produit

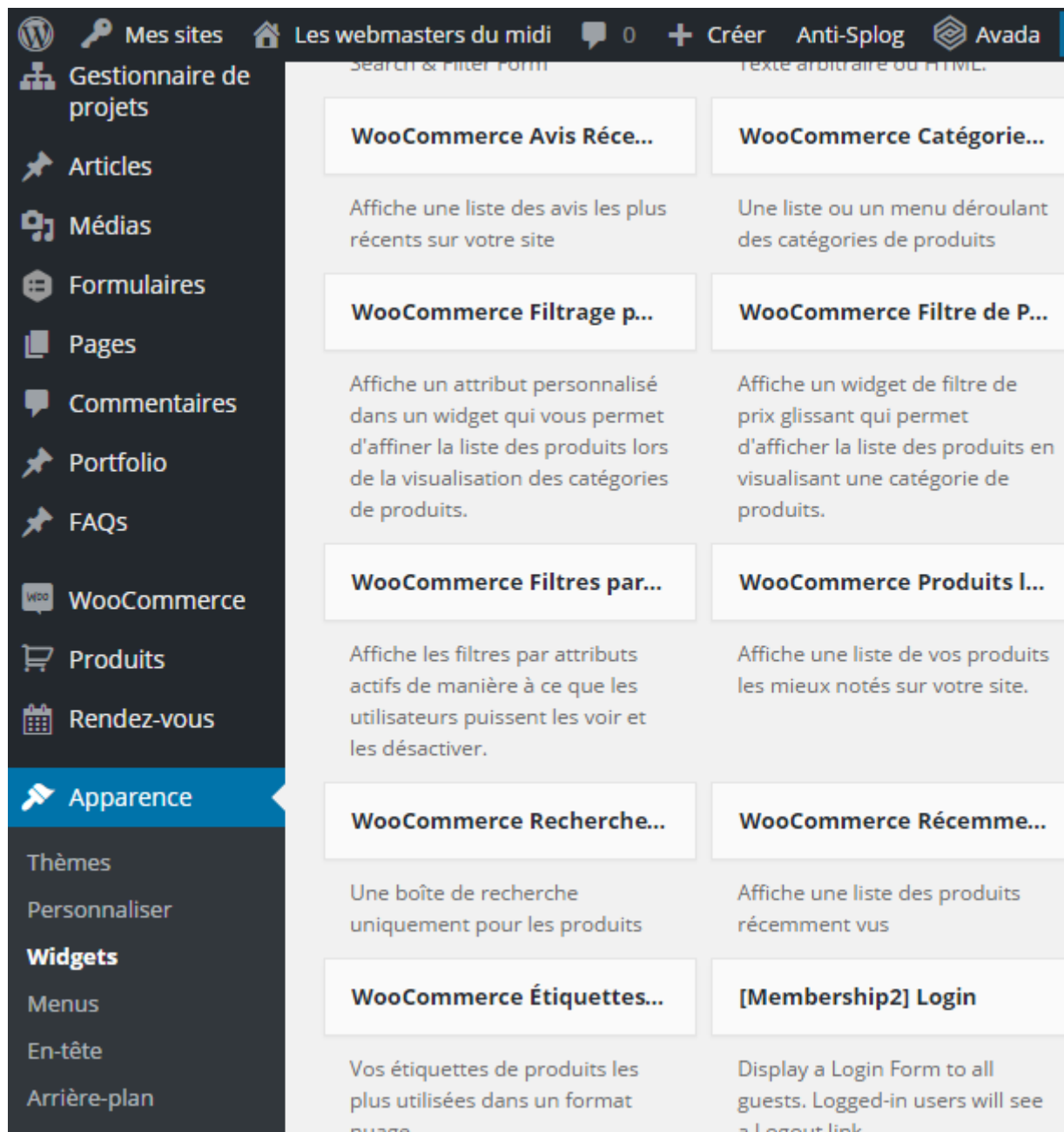
Ces paramètres contrôlent les permaliens utilisés pour les produits. Ces paramètres s'appliquent uniquement lorsque les permaliens par défaut ne sont pas utilisés.

- Valeur par défaut
- Produit
- Base de la boutique
- Base de la boutique avec catégorie
- Base personnalisée Entrez une base personnalisé à utiliser. Une base doit être paramétrée ou WordPress utilisera la valeur par défaut.

[Enregistrer les modifications](#)

Les widgets dans WooCommerce

Il y a plusieurs widgets super qui sont groupés dans WooCommerce et qui vous permettent d'afficher toutes sortes d'informations dans vos zones de thèmes widgetisées. Ça peut être des barres latérales normales, des bas de page, des en-têtes, une page d'accueil, etc.



Voici les widgets qui sont inclus.

- **WooCommerce Cart** (Panier dans WooCommerce)– Affiche les contenus des paniers d'achat et renvoie au panier / à la caisse

- **WooCommerce Layered Nav** (Navigation hiérarchique dans WooCommerce) – Permet aux utilisateurs d'affiner les produits en se basant sur les attributs
- **WooCommerce Layered Nav Filters** (Filtres de Navigation hiérarchique dans WooCommerce)– Montre les filtres de navigation hiérarchique afin que les utilisateurs puissent les voir et les désactiver.
- **WooCommerce Price Filter** (Filtre de prix dans WooCommerce) – Permet à l'utilisateur d'affiner les produits en se basant sur le prix sur les pages de catégories de produits
- **WooCommerce Product Categories** (Catégories de produits dans WooCommerce) – Affiche les catégories de produits sous forme de liste
- **WooCommerce Products (Produits de WooCommerce)** – Cela inclut la visualisation de Tous les Produits, des Produits Phares et des Produits en Soldes.
- **WooCommerce Product Search** (Recherche de produits dans WooCommerce)– Recherche seulement les produits
- **WooCommerce Product Tags** (Tags des produits dans WooCommerce)– Affiche les tags des produits sous forme d'un nuage de tags
- **WooCommerce Recently Viewed** (Visualisations récentes dans WooCommerce)– Affiche une liste de produits que le client a récemment visualisés
- **WooCommerce Recent Reviews** (Evaluations récentes dans WooCommerce) – Fait une liste des produits évalués récemment par le client avec des notes
- **WooCommerce Top Rated Products** (Produits les mieux notés dans WooCommerce) – Affiche une liste des produits les mieux notés

Quelques widgets que nous aimerions mettre en avant.

Produits dans WooCommerce

Dans WooCommerce 2.1, nous avons fusionné trois widgets séparés en un widget. Avec ce nouveau widget Produits dans WooCommerce vous pouvez choisir trois options initiales différentes. Vous pouvez afficher tous les produits, vos produits phares, ou seulement les produits en soldes. De plus, vous pouvez donner un titre au widget, choisir le nombre de produits à afficher, et les ordonner de différentes façons.

Voici quelques exemples de paramètres qui vous permettent de configurer ce widget afin qu'il affiche vos produits les plus récents si vous affichez **Tous les Produits**, Ranger par **Date**, et Ranger par **DESC**. Vous pouvez aussi afficher 10 produits phares au hasard si vous indiquez à 10 le **Nombre de produits à afficher**, puis allez dans **Produits Phares**, et ensuite dans Ranger **Aléatoirement**. Il y a plein de possibilités de combinaisons avec ce seul widget.

Widget Produits dans WooCommerce

Widget Filtre des prix



Le widget Filtre des prix permet aux clients d'affiner les produits par prix en faisant glisser les curseurs à l'intérieur du widget pour créer une fourchette de prix basée sur les produits présentés sur la page. There are a few widgets we'd like to highlight below.

Pour utiliser le widget faites-le simplement glisser dans votre région widgetisée comme vous le feriez pour n'importe quel autre widget. Il détectera automatiquement les prix minimum et maximum de la page actuelle pour remplir le curseur.

The price filter widget will only appear on product archives

Le widget Filtre des prix apparaîtra seulement dans les archives de produits

WooCommerce Price Filter Widget Widget Filtre des Prix dans WooCommerce

Widget Navigation Hiérarchique

La Navigation Hiérarchique est un widget puissant qui permet aux utilisateurs d'examiner de manière détaillée votre catalogue de produits via les attributs, les aidant effectivement à trouver plus rapidement ce qu'ils cherchent.

Le widget navigation hiérarchique apparaîtra seulement dans les archives de produits

Widget Navigation Hiérarchique dans WooCommerce Ajoutez le widget dans votre région widgetisée comme vous le feriez pour n'importe quel autre widget. Ensuite, choisissez un attribut à filtrer et choisissez si vous voulez permettre aux utilisateurs de filtrer par types de requêtes avec "ET" ou "OU"..

- **ET** – Si un utilisateur sélectionne deux attributs, seuls les produits qui correspondent aux deux attributs seront affichés
- **OU** – Si un utilisateur sélectionne deux attributs, les produits qui correspondent à l'un ou l'autre des attributs seront affichés

Paramètres de devise

Pour changer vos paramètres de devise de la boutique allez dans : **WooCommerce** > **Paramètres** > **Général** et sélectionnez votre devise désirée à partir du menu déroulant de Devise.

Options devise

Les options suivantes déterminent la manière dont les prix sont affichés sur le site.

Devise	?	<input type="text" value="Euros (€)"/>
Position devise	?	<input type="text" value="Droite (99.99€)"/>
Séparateur de milliers	?	<input type="text" value=""/>
Séparateur décimal	?	<input "="" type="text" value=","/>
Nombre de décimales	?	<input type="text" value="2"/>

Devises multiples

WooCommerce n'autorise que la configuration d'une devise de base pour la boutique à la fois. Il y a une extension qui peut aider à changer votre affichage de devise appelée [Currency Converter Widget](#). Vous pouvez l'utiliser pour changer l'affichage des prix seulement, cela ne changera pas la devise de facture de vos clients, puisque qu'elle utilisera toujours la devise de base.

Il y a une autre option fournie par WordPress Multilingual (WPML) qui est une extension et qui peut aider avec les devises multiples : [WooCommerce Multilingual](#).

Taux de Change des Devises et Frais Supplémentaires

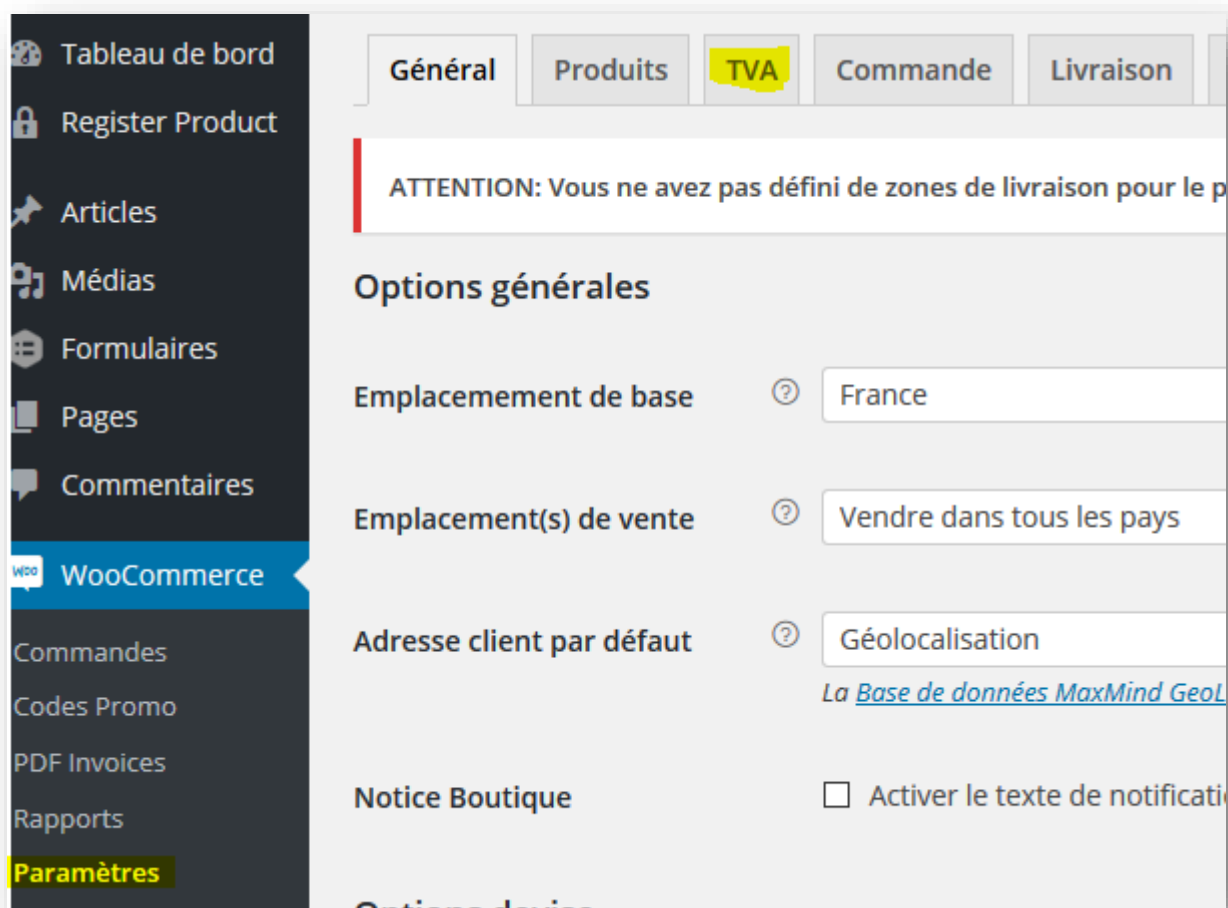
Sans [Currency Converter Widget](#) (Widget de Conversion de Devise), le client aura besoin de faire ses propres recherches sur le taux de change et sur le montant facturé par les banques pour échanger les devises pour payer la commande.

Par exemple, si vous deviez voyager en Europe avec votre carte de crédit basée aux Etats-Unis, vous achèteriez quelque chose en Euros (la devise de base de la boutique) et votre banque vous

facturerait la conversion et d'autres frais internationaux que la boutique appliquerait éventuellement. Le même principe s'applique pour WooCommerce : le taux de change et les frais ne sont pas facturés par WooCommerce, mais c'est plutôt la banque du client qui fixe le taux de change et les frais additionnels possibles.

Options des Taxes (TVA...)

Paramétrer des taxes et des taux d'imposition est l'une des premières tâches à effectuer lors de la configuration d'une boutique. Les taxes peuvent être un sujet délicat, mais WooCommerce a pour but de rendre leur configuration aussi simple que possible. Pour commencer, allez dans : **WooCommerce > Paramètres > TVA.**



Options des Taxes

L'onglet Taxe affiche plusieurs options que vous pouvez configurer pour qu'elles répondent à vos besoins – les paramètres que vous choisissez seront basés sur la juridiction fiscale sous laquelle votre boutique est située.

Options TVA

Activer les TVA

Activer la TVA et le calcul de TVA

Tarifs entrés avec TVA

- Oui, j'entrerai les tarifs TTC
 Non, j'entrerai les tarifs HT

Calcul de TVA basé sur :

Classe de TVA livraison :

Arrondi

Arrondir la TVA au niveau du sous-totaux, plutôt que pour chaque ligne

Classes additionnelles des TVA

Affichage des prix dans la boutique :

Affichage des prix sur le panier et la page commande :

Les options :

Activer les taxes

Détermine l'activation des taxes et les calculs de taxes. Si les taxes sont désactivées, ignorer le reste des options sur la page puisqu'elles n'auront aucun effet.

Options TVA

Activer les TVA

Activer la TVA et le calcul de TVA

Tarifs entrés avec TVA

Tarifs entrés avec TVA

? Oui, j'entrerai les tarifs TTC

Non, j'entrerai les tarifs HT

Cette option est peut-être l'option la plus importante lors de la gestion des taxes dans votre boutique, puisqu'elle détermine la façon dont vous saisissez vos prix ultérieurement.

“Oui, j'entrerai les prix TTC” signifie que tous les prix du catalogue sont saisis en utilisant le taux d'imposition de base de votre boutique.

Par exemple, au Royaume-Uni vous saisissez des prix comprenant un taux d'imposition de 20 % par exemple. Vous entrez un prix de produit de 9.99 € qui inclut une taxe de 1.67 €. Un client au Royaume-Uni paierait 9.99€ comme convenu et un client aux Etats-Unis ne paierait que 8.32€

“Non, j'entrerai les prix HT” voudrait dire que les prix du catalogue doivent être HT.

En utilisant l'exemple ci-dessus, une boutique du Royaume-Uni saisirait 8.32€ pour le prix du produit. Une taxe de 20% serait appliquée par dessus lors de la caisse ce qui rendrait le montant à payer de 9.99€

Le calcul de la taxe pour les prix TTC est :

$\text{montant_taxe} = \text{prix} - (\text{prix} / ((\text{taux_imposition_} \% / 100) + 1))$

Le calcul de la taxe pour les prix HT est :

$\text{montant_taxe} = \text{prix} * (\text{taux_imposition_} \% / 100)$

Calculer la taxe sur la base de...

Calcul de TVA basé sur :



Adresse de livraison du client



Choisissez entre :

- L'adresse de facturation du client
- L'adresse de livraison du client (par défaut), qu'on peut trouver dans l'onglet Général
- L'adresse de base de la boutique

Classe de taxe de livraison

Classe de TVA livraison :



Classe de TVA de livraison basée sur les article... ▾

Dans la plupart des configurations, la classe de taxe de livraison est héritée de l'article qui est envoyé, i.e., envoyer un article à taux réduit comme des habits de bébés utilisera également un taux réduit.

Si ce n'est pas le cas dans votre juridiction, choisissez une classe de taxe différente.

Arrondir la taxe au niveau du sous-total, au lieu de le faire par ligne

Arrondi



Arrondir la TVA au niveau du sous-totaux, plutôt que pour chaque ligne

Si l'arrondi est fait en dernier dans votre juridiction fiscale (quand le sous-total est calculé), activez cette option.

Classes de taxe additionnelles

Classes additionnelles des
TVA



Reduced Rate
Zero Rate

Les Classes de Taxe sont assignées à vos produits. Dans la plupart des cas, vous utiliserez la classe "standard" par défaut. Si vous vendez des biens qui requièrent une classe de taxe différente (i.e., Taxe, sauf les produits détaxés) vous pouvez ajouter les classes ici. Pour commencer, nous incluons les classes Standard, à Taux Réduit et à Taux Zéro.

Chaque classe est listée en haut de la page des paramètres des taxes – cliquez sur une classe pour visualiser les taux d'imposition assignées à la classe.

Classes additionnelles des TVA	Reduced Rate Zero Rate
Affichage des prix dans la boutique :	HT
Affichage des prix sur le panier et la page commande	HT
Suffixe d'affichage de prix :	N/A
Afficher les totaux des taxes :	Détaillé

Cette option détermine la façon dont les prix sont affichés dans vos pages de panier et de caisse – cela fonctionne indépendamment des prix de votre catalogue. Choisissez l’affichage TTC/HT.

*Notez que le champ de l’adresse doit être rempli pour obtenir les calculs de taxe si vous avez une table de taxe qui fait la distinction entre les lieux.

Paramétrez les Taux d’Imposition

Options TVA | Taux standards | Taux Reduced Rate | Taux Zero Rate

Les classes de taxe sont affichées en haut de l’écran des taxes – cliquez sur l’une des classes pour visualiser les taux d’imposition pour la classe.

Vous verrez la table des taux d’imposition. Ici vous pouvez définir les taux d’imposition (1 par ligne). Cliquez sur Insérer une Ligne pour commencer.

"Standard" Tax Rates Rechercher...

Code Pays	Code état	Code Postal	Ville	Taux %	Nom TVA	Priorité	Cumulable	Livraison
*	*	*	*	0		1	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Chaque taux d'imposition a ces attributs:

- **Code du pays** – Code du pays à 2 chiffres pour le taux. Utilisez les codes [ISO 3166-1 alpha-2](#). Laissez vide (*) pour l'appliquer à tous les pays.
- **Code d'Etat** – Code d'Etat à 2 chiffres pour le taux. Regardez [i18n/states/COUNTRYCODE.php](#) pour les états supportés. Pour les Etats-Unis, utilisez une abréviation à 2 chiffres ex : AL. Laissez vide (*) pour l'appliquer à tous les états.
- **Code ZIP/Code Postal** – Entrez les codes postaux pour le taux. Séparez les différentes valeurs avec un point-virgule (;), utilisez les caractères génériques pour faire correspondre à plusieurs codes postaux (ex: PE* correspondrait à tous les codes postaux commençant par PE), et utilisez des intervalles numériques (ex : 2000-3000). Laissez vide (*) pour l'appliquer à tous les codes postaux.
- **Ville** – Une liste de villes séparées par un point-virgule pour le taux. Laissez vide (*) pour l'appliquer à toutes les villes.
- **Taux %** – Entrez le taux d'imposition, par exemple, 20.000 pour un taux d'imposition de 20%.
- **Nom de la Taxe** – Nommez votre taxe, ex : TVA.
- **Priorité** – Choisissez une priorité pour ce taux d'imposition. Seul 1 taux par priorité sera utilisé. Pour définir différents taux de taxes pour une seule zone vous devez spécifier une priorité différente par taux.
- **Composé** – Si ce taux est composé (appliqué par-dessus toutes vos taxes précédentes) cochez cette case.
- **Livraison** – Si ce taux s'applique aussi à la livraison, cochez cette case.

Exemples de Taux d'Imposition

Voici un exemple de configuration de taxe pour une boutique en France – 20%

Code Pays	Code état	Code Postal	Ville	Taux %	Nom TVA	Priorité	Cumulable	Livraison
FR	*	*	*	20	TVA	1	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Importer et exporter des taux

	Code Pays ?	Code état ?	Code Postal ?	Ville ?	Taux % ?	Nom TVA ?	Priorité ?	Cumulable ?	Livraison ?
☰	FR	*	*	*	20	TVA	1	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Insérer ligne		Supprimer les lignes sélectionnées				Import CSV		Export CSV

Il y a un bouton Exporter dans la table que vous pouvez utiliser pour exporter un CSV de vos taux saisis.

Il y a aussi une fonction Importer que vous pouvez utiliser pour importer un CSV. Le CSV requiert 10 colonnes ;

code du pays, code d'état, codes postaux, villes, taux, nom de la taxe, priorité, composé, livraison, classe de taxe

Laissez vide la classe de taxe pour les taux standards.

Supprimer des Taux de Taxe

Au cas où vous ajouteriez incorrectement des taux d'imposition ou que l'importation CSV aurait incorrectement ajouté des lignes de taxes, il sera nécessaire de supprimer ces informations.

	Code Pays ?	Code état ?	Code Postal ?	Ville ?	Taux % ?	Nom TVA ?	Priorité ?	Cumulable ?	Livraison ?
☰	FR	*	*	*	20	TVA	1	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Insérer ligne		Supprimer les lignes sélectionnées				Import CSV		Export CSV

Pour ce faire:

- Allez dans : **WooCommerce > Paramètres > Taxe > Vos Taux d'Imposition (Standard, Taux Réduit, Taux Zéro)**
1. **Sélectionnez** les lignes incorrectes en cliquant dessus. Elles seront sélectionnées en jaune.
 2. **Sélectionnez** Enlever les Lignes Sélectionnées. Cela enlèvera les lignes sélectionnées.
 3. **Sélectionnez** Sauvegarder les Changements.
 - 4.

Si vous voulez supprimer tous vos taux d'imposition d'un coup, utilisez l'option "Supprimer tous les taux d'imposition de WooCommerce" dans **WooCommerce -> Etat du Système -> Outils**.

État du système

Outils

Logs

Outils

Données temporaires WC

Effacer les données temporaires *Cet outil effacera*

Données temporaires expirées

Effacer les données temporaires expirées *Cet out*

Comptes des termes

Recompter les termes *Cet outil recomptera les ten*

Permissions

Réinitialiser les permissions *Cet outil réinitialise le
d'administration de WooCommerce.*

Sessions Client

Vider toutes les sessions **Attention** : *Cet outil détr*

Installer les pages WooCommerce

Installer les pages **Note** : *Cet outil installera toutes*

Supprimer tous les taux de TVA WooCommerce

Supprimer TOUS les taux de TVA **Note** : *Cette opti*

Réinitialiser les réglages de suivi d'utilisation

Réinitialiser les réglages de suivi d'utilisation *Celc
donnée.*

Mode débogue de livraison

Activé

Cet outil désactive la mise en cache de taux de livraison

Visualiser les Rapports de Taxes

On peut visualiser les rapports de Taxes dans **Rapports > Taxes par Mois**. Ce rapport vous permet de visualiser les taxes pour l'année.

TVA	Taux	Nombre de commandes	Montant TVA	Montant TVA de livraison	TVA totale
FR-TVA-1	20.0000%	6	112.80€	0.00€	112.80€
Total			112.80€	0.00€	112.80€

“Basculer en lignes de taxe” montre un rapport différent, décomposant les taxes selon vos règles. C'est utile si vous avez besoin d'un rapport qui montre les taxes locales séparément.

Configurations des Taxes Spéciales

Taxée basée sur le montant du sous-total

```
add_filter( 'woocommerce_product_tax_class', 'big_apple_get_tax_class', 1, 2 );  
function big_apple_get_tax_class( $tax_class, $product ) {  
    global $woocommerce;  
    if ( $woocommerce->cart->subtotal <= 110 )  
        $tax_class = 'Zero Rate';  
    return $tax_class;  
}
```

[voir gistfile1.txt brut](#) hébergé avec par [GitHub](#)

Note Spéciale sur les Prix TTC

Si vous entrez des prix TTC, vous devriez savoir que le prix peut changer en fonction du pays dans lequel le client est situé.

Par exemple, votre boutique est au Royaume-Uni, donc vous créez un taux d'imposition pour la Grande-Bretagne de 20%.

Vous créez un produit avec un prix TTC de £120.

Les clients au Royaume-Uni paieront £120 (£100 + £20 de TVA).

Les clients hors Royaume-Uni paieront £100 car vous n'avez pas de taux d'imposition de configuré pour d'autres pays.

OU

Votre boutique est au Royaume-Uni, donc vous créez un taux d'imposition pour la Grande-Bretagne de 20%, un taux d'imposition pour la France de 19% et pour la Norvège à 25%.

Vous créez un produit avec un prix TTC de £120.

Les clients au Royaume-Uni paieront £120 (£100 + £20 de TVA).

Les clients en France paieront £119 (£100 + £19 de Taxe).

Les clients en Norvège paieront £125 (£100 + £25 de Taxe).

Les clients hors Royaume-Uni, France ou Norvège ne paieront que £100 car vous n'avez pas de taux d'imposition de configuré pour d'autres pays.

WooCommerce ne permet à vos clients de payer tout le temps £120 indépendamment de leur taux d'imposition.

Roles et possibilité des utilisateurs

WooCommerce inscrit deux rôles d'utilisateur une fois activé et accorde des capacités additionnelles à l'**administrateur**:

- `manage_woocommerce` (`gérer_woocommerce`) _ ceci est pour les Paramètres de WooCommerce
- `view_woocommerce_reports` (`voir_woocommerce_commentaires`)

Rôles du client

Un client a un accès en lecture seule qui est utilisé si un utilisateur s'inscrit via le processus de paiement (caisse). Ce statut est équivalent à celui d'un adhérent à un blog normal.

Rôle de Gérant de Boutique (`shop_manager`)

Gérant de Boutique est un rôle que vous pouvez donner à quelqu'un pour qu'il gère la boutique mais vous ne voulez pas qu'il soit administrateur. On leur donne les capacités suivantes :

- `manage_woocommerce` (`gérer_woocommerce`)
- `view_woocommerce_reports` (`voir_commentaires_woocommerce`)

Ajuster les Capacités

Si vous souhaitez modifier des rôles et des capacités, vous devriez utiliser un plugin de tierce partie tel que [Capability manager](#) ou [Capability Manager Enhanced](#). Le premier n'a pas été mis à jour depuis deux ans et la version améliorée est en cours; les deux marchent bien pour ce dessein. Voici d'autres plugins qui font la même chose :

**CHAPITRE 4 GERER SON CATALOGUE PRODUIT AVEC
WOOCOMMERCE**

Ajouter un produits dans son catalogue

Si vous n'avez pas passé en revue les paramètres de produits dans WooCommerce, regardez cette vidéo avant d'ajouter votre premier produit.

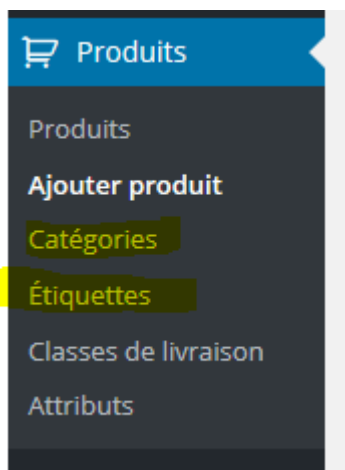
(Vidéo en préparation)

Ajouter un produit

Maintenant pour le plaisir, ajoutez vos produits ! Mais avant de se plonger dans votre premier produit, vous devriez vous familiariser avec le fonctionnement des catégories de produits, des tags et des attributs.

Taxonomies

Les catégories et les tags ou étiquette : fonctionnent quasiment de la même façon que n'importe quels autres catégories et tags de post. Ils peuvent être appliqués avant ou pendant la création d'un produit.



Les catégories de produit pour votre boutique peuvent être gérées ici. Pour changer l'ordre des catégories sur le site vous pouvez les cliquer/déplacer pour les ordonner. Pour voir plus de catégories listées cliquer le lien "Options de l'écran" en haut de la page.

Ajouter une nouvelle catégorie de produit

Nom

Ce nom est utilisé un peu partout sur votre site.

Identifiant

L'identifiant est la version normalisée du nom. Il ne contient généralement que des lettres minuscules non accentuées, des

Actions groupées

Appliquer

<input type="checkbox"/>	Image	Nom	Descripti
<input type="checkbox"/>		Accueil	
<input type="checkbox"/>		— Ceinture homme	Ceinture
<input type="checkbox"/>		— Jeans	JEANS PA

Les attributs, par contre, sont différents – ils peuvent être ajoutés par produit ou vous pouvez paramétrer des attributs globaux à utiliser pour la boutique entière (par exemple, dans la navigation hiérarchique).

- Formulaires
- Pages
- Commentaires
- Blocks
- WooCommerce
- Produits
- Produits
- Ajouter produit
- Catégories
- Étiquettes
- Classes de livraison
- Attributs
- Apparence

Ajouter un nouvel attribut

Les attributs vous laisse définir des données supplémentaires pour les produits, tels que la taille ou la couleur. Vous pouvez utiliser ces attributs dans la barre latérale de la boutique en utilisant les widgets "filtrage par attribut". Veuillez noter : vous ne pouvez pas renommer un attribut ultérieurement.

Nom

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

Identifiant

Identifiant/Référence unique pour l'attribut, doit avoir moins de 28 caractères.

Activer les archives ?
Activer si vous souhaitez que cet attribut dispose d'archives dans

Nom	Identifiant	Type	Trié par	Termes	
Capacité	capacite	Select (Public)	Tri personnalisé	2Go, 4Go, Disque dur SSD (solid-state drive) de 64 Go, Disque dur PATA de 80 Go à 4 200 tr/min, 80 Go : 20 000 chansons, 160 Go : 40 000 chansons, 8Go, 16Go, 32Go	
Couleur	couleur	Select (Public)	Tri personnalisé	Metal, Bleu, Rose, Vert, Orange, Noir, Violet, Jaune, Rouge, Blanc	
Hauteur	hauteur	Select (Public)	Tri personnalisé	–	
ICU	icu	Select (Public)	Tri personnalisé	Intel Core 2 Duo à 1,6 GHz, Intel Core 2 Duo à 1,8 GHz	
Jeans homme	jeans_homme	Select (Public)	Tri personnalisé	–	

Pour plus d'informations, voir : Gérer les Catégories de Produits, les Tags et les Attributs

Types de produits

Données Produit — **Produit simple** ▼

Lorsque les attributs et les catégories sont paramétrés et la gestion des stocks configurée, nous pouvons commencer à ajouter des produits. La première chose à définir lorsque vous ajoutez votre produit est le type de produit.

- Le type de produit **Simple** couvre la vaste majorité des produits que vous pourriez vendre. Les produits simples sont livrés et n'ont pas d'options. Par exemple, une boisson en canette.
- Un produit **Groupé** est une collection de produits apparentés qui peuvent être achetés individuellement et qui peuvent ne consister qu'en des produits simples. Par exemple, une PS3 pourrait être un produit groupé puisqu'il y a des variations à 80Go, 120Go et 200Go de ce même produit parent.
- Un produit **Externe** ou **Affilié** est un produit que vous listez et décrivez sur votre site web mais qui est vendu ailleurs.
- Un produit **Variable** est un produit qui a différentes variations, dont chacune peut avoir une UGS (unité de gestion des stocks), un prix, des options de stock différents, etc. Par exemple, un T-shirt disponible en différentes couleurs et/ou tailles.

Ajouter un produit simple

Ajouter un produit simple est un processus facile et similaire à la création d'un post WordPress standard. Dans le menu des Produits, cliquez sur Ajouter un Produit. Une interface familière va se présenter à vous et vous devriez immédiatement voir l'emplacement où taper le titre du produit et la description entière.

Sous la boîte de dialogue principale se trouve le panneau de Type de Produits. Vous pouvez y définir le type de produit (comme indiqué ci-dessus) et s'il s'agit d'un produit **téléchargeable** (numérique) ou **virtuel** (de service).

Les produits de service ne nécessitent pas de livraison – une commande comprenant des produits virtuels n'entraînera pas de frais de livraison.

Données de produits

Ensuite, nous avons l'ensemble d'onglets des Données de Produits. C'est là où la majorité des données de produits sont saisies.

Les données de produits sont ajoutées à partir de ce panneau.

Onglet Général.

Données Produit — **Produit simple** | Virtuel: Téléchargeable:

Général	UGS	<input type="text"/>	?
Inventaire	Prix de vente (€)	<input type="text"/>	
Livraison	Prix promo (€)	<input type="text"/>	Planifier
Produits liés			
Attributs	État de la TVA	Taxable	?
Avancé	Classe TVA	Standard	?
Extra			

- **UGS** – unité de gestion des stocks, utilisée pour tracer les produits. Doit être unique et devrait être nommée de façon à ce qu'elle n'interfère pas avec les ID des posts.
- **Prix**
 - **Prix Courant** – Prix principal de l'article.
 - **Prix Soldé** – Prix en soldes de l'article.

Onglet de l'Inventaire

Données Produit — **Produit simple** | Virtuel: Téléchargeable:











Général	Gérer le stock ?	<input type="checkbox"/> <i>Activer la gestion de stock au niveau produit</i>
Inventaire	État du stock	En stock
Livraison	Vendu séparément	<input type="checkbox"/> <i>Activer cette option pour autoriser uniquement un exemplaire de ce produit par une unique commande</i>
Produits liés		
Attributs		
Avancé		
Extra		

L'onglet de l'inventaire vous permet de gérer le stock pour le produit individuellement et définit si les commandes en attente sont autorisées. Si la gestion des stocks est désactivée à partir de la page des paramètres, seule l'option "statut du stock" sera visible.

Cocher la boîte **Vendu Individuellement** limite à 1 produit par commande.

Onglet de Livraison

Données Produit — **Produit simple** Virtuel: Téléchargeable:

 Général	Poids (kg)	<input type="text" value="0"/>	
 Inventaire	Dimensions (cm)	<input type="text" value="Longueur"/> <input type="text" value="Largeur"/> <input type="text" value="Hauteur"/>	
 Livraison	Classe de livraison	<input type="text" value="Pas de classe de livraison"/>	
 Produits liés			
 Attributs			
 Avancé			
 Extra			

- **Poids** – Poids de l'article.
- **Dimensions** – Longueur, largeur et hauteur de l'article.
- **Classe de livraison** – Les classes de livraison sont utilisées par certaines méthodes de livraison pour grouper des produits similaires.

Onglet des Produits liés

Données Produit — **Produit simple** | Virtuel: Téléchargeable:

Général	Montées en gamme	Recherche d'un produit...	?
Inventaire	Ventes Croisées	Recherche d'un produit...	?
Livraison	Groupes	Recherche d'un produit...	?
Produits liés			
Attributs			
Avancé			
Extra			

En utilisant des ventes incitatives (up-sells) et des ventes croisées (cross-sells) vous pouvez faire de la promotion croisée entre vos produits. Ils peuvent être ajoutés en cherchant un produit en particulier et en sélectionnant le produit à partir de la liste du menu déroulant :

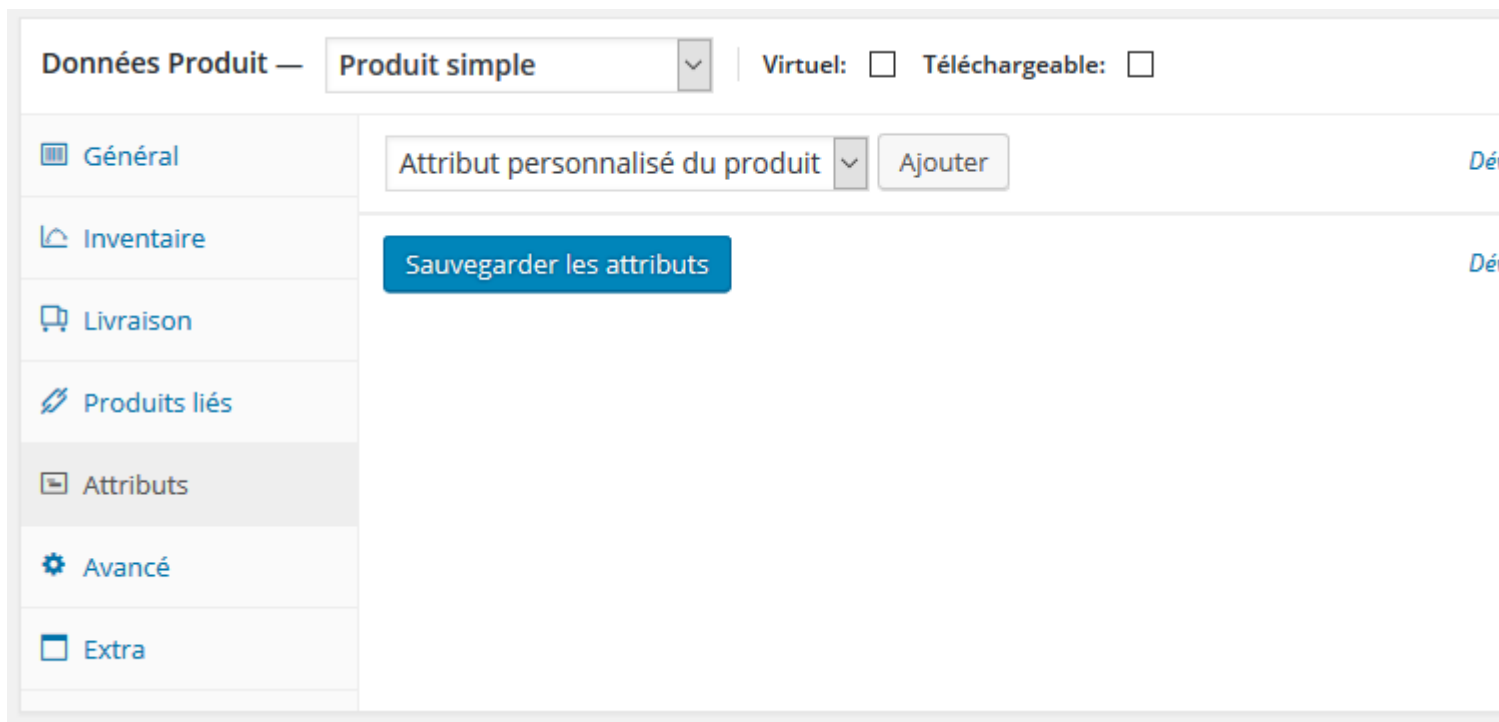
Après les avoir ajoutés, ils seront listés dans le champ saisi :

Les ventes incitatives sont affichées sur la page des détails de produits. Ce sont des produits que vous souhaiteriez pousser les utilisateurs à acquérir, en se basant sur le produit qu'ils sont en train de visualiser. Par exemple, si l'utilisateur est en train de visualiser la page des produits avec du café, vous voudrez afficher des théières sur cette page en tant que vente incitative.

Les ventes croisées sont des produits qui sont affichés avec le panier et qui sont liés au contenu du panier de l'utilisateur. Par exemple, si l'utilisateur ajoute une Nintendo DS à son panier, vous voudrez lui suggérer d'acheter des stylets en plus quand il arrive à la page du panier.

Groupement – Configurez cette option pour qu'un produit fasse partie d'un produit groupé.

Onglet des Attributs



Dans l'onglet des attributs, vous pouvez assigner des attributs à un produit. Vous verrez une boîte de sélection contenant des ensembles d'attributs globaux que vous avez créés (ex: plate-forme). Voir Gérer les Catégories de Produits, les Tags et les Attributs pour vous aider à les paramétrer.

Une fois que vous avez choisi un attribut à partir de la boîte de sélection, cliquez sur ajouter et vous pouvez appliquer les termes attachés à cet attribut (ex: Nintendo DS) au produit. Vous pouvez cacher l'attribut sur le frontend (frontal) en laissant la case Visible non-cochée.

Des attributs personnalisés peuvent aussi être appliqués en choisissant "Personnaliser un attribut de produit" à partir de la boîte de sélection. Ils sont ajoutés au niveau du produit et ne seront pas disponibles dans la navigation hiérarchique.

Onglet Avancé

Données Produit — **Produit simple** | Virtuel: Téléchargeable:

Général	Note d'achat	<input type="text"/>	?
Inventaire			
Livraison	Ordre du menu	0	?
Produits liés			
Attributs	Activer les avis	<input checked="" type="checkbox"/>	
Avancé			
Extra			

- **Billet d'achat** – Saisissez un billet optionnel à envoyer au client après achat.
- **Ordre du menu** – Personnalisez la position de cet article.
- **Activer les Commentaires** – Activez/Désactivez les commentaires des clients pour cet article

Extrait

Description courte du produit

Ajouter un média | Ajouter un formulaire

B *I* ABC ☰ ☷ “ — ☰ ☷ ☷ 🔗 ✂ ☰ ✂ ☰ Shortcodes ▾

P

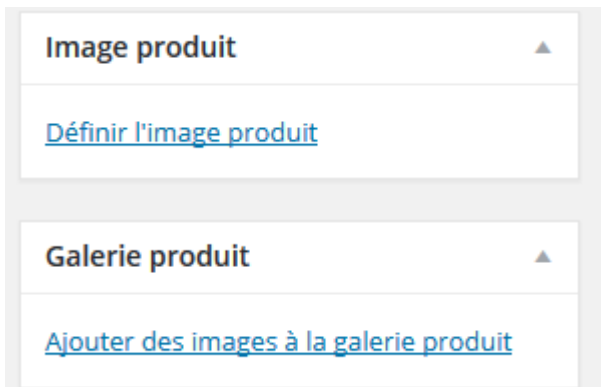
Enfin, vous pouvez ajouter un extrait qui devrait être une courte description de produit. Typiquement, il apparaît à côté de l'image du produit sur la page de la liste des produits et la longue description apparaît dans l'onglet Description de Produit.

Taxonomies

A droite du panneau Ajouter un Nouveau Produit, il y a des catégories de produits dans lesquelles vous pouvez placer votre produit, similaires à un post WordPress standard. Vous pouvez aussi assigner des tags de produits de la même manière.

The image shows a screenshot of a product management interface. It features two main sections: 'Catégories du produit' and 'Étiquettes Produit'. The 'Catégories du produit' section has a title bar with an expand/collapse icon. Below the title, there are two tabs: 'Toutes les catégories' (selected) and 'Les plus utilisées'. A list of categories is displayed with checkboxes: Accueil, Ceinture homme, Jeans, Bags, Jeans, Men, Shoes, and Sweaters. Below the list is a link: '+ Ajouter une nouvelle catégorie de produit'. The 'Étiquettes Produit' section has a title bar with an expand/collapse icon. It contains a text input field and an 'Ajouter' button. Below the input field, there is a note: 'Séparez les étiquettes produit par des virgules' and a link: 'Choisissez parmi les étiquettes produit les plus utilisées'.

Images de produits



Vous pouvez ajouter une image principale ainsi qu'une galerie d'images – voir Ajouter une image de produit et des galeries.

Configurer la visibilité du catalogue et le statut phare



Dans le panneau de publication, vous pouvez configurer la visibilité du catalogue pour votre produit.

Publier

Enregistrer brouillon Aperçu

📌 État : **Brouillon** [Modifier](#)

👁️ Visibilité : **Public** [Modifier](#)

📅 Publier tout de suite [Modifier](#)

Visibilité du catalogue :
Catalogue/recherche

Choisissez où ce produit doit être affiché dans votre catalogue. Le produit sera toujours accessible directement.

Catalogue/recherche
 Catalogue
 Recherche
 Caché

Activer cette option pour mettre en avant ce produit.

Produits Mis en Avant

OK [Annuler](#)

La visibilité peut être paramétrée à :

- **Catalogue et recherche** – visible partout
- **Catalogue** – visible à l'intérieur du catalogue, mais pas dans la recherche
- **Recherche** – visible dans les résultats de la recherche mais pas dans le catalogue (page des catégories/de la boutique)
- **Caché** – visible seulement sur la page des produits – pas à l'intérieur de n'importe quel produit

Ajouter un produit groupé

On crée un produit groupé quasiment de la même façon qu'un produit simple. La seule différence est que vous sélectionnez **Groupé** à partir du menu déroulant Type de Produit dans les détails de l'onglet de produit Général, comme montré ci-dessous :

Pour créer votre produit parent sélectionnez "Groupé" à partir du menu déroulant Type de Produit.

Données Produit — Produits groupés

Inventaire	État du stock	En stock
Produits liés		
Attributs		
Avancé		
Extra		

Dès que vous paramétrez le produit parent en tant que Groupé, le prix et plusieurs autres champs disparaîtront. Ce n'est pas grave car vous ajouterez ces informations aux produits enfants individuels. Une fois que vous avez fini avec le produit parent, publiez-le et revenez à la page **Ajouter un Nouveau Produit**.

Créer un Produit Enfant dans un groupe

Pour créer un produit enfant, allez dans : **Produits > Ajouter un Nouveau** pour ajouter un nouveau produit. Les seules informations que vous devez saisir sont :

- Title Titre
- Product Type = Simple Type de Produit = Simple

Vous pouvez aussi ajouter votre prix et d'autres détails de produit, si besoin. Maintenant allez dans **Produits Liés** pour sélectionner le parent produit à partir du menu déroulant **Groupement**, comme montré ci-dessous :

Produits liés	Grouper	Recherche d'un produit...
Attributs		
Avancé		Veillez saisir 3 caractères ou plus

Si vous souhaitez contrôler l'ordre dans lequel les produits sont montrés dans un groupe, éditez l'option **Ordre du Menu** dans la section **Avancé** dans les données de produits.

Ajouter un produit virtuel

Lorsque vous ajoutez un produit simple, vous pouvez cocher la boîte **virtuelle** dans le panneau de type de produits. Cela enlèvera les champs inutiles, comme les dimensions.

Données Produit — **Produit simple** | Virtuel: Téléchargeable:

Général	UGS	<input type="text"/>
Inventaire	Prix de vente (€)	<input type="text"/>
Produits liés	Prix promo (€)	<input type="text"/>
Attributs		

Ajouter un produit téléchargeable

Données Produit — **Produit simple** | Virtuel: Téléchargeable:

Général	UGS	<input type="text"/>
Inventaire	Prix de vente (€)	<input type="text"/>
Produits liés	Prix promo (€)	<input type="text"/>
Attributs		

Lorsque vous ajoutez un produit simple, vous pouvez cocher la boîte **téléchargeable** dans le panneau de type de produits. Cela ajoutera deux nouveaux champs :

1. Chemin de fichier – chemin ou url de votre fichier téléchargeable.
2. Limite de téléchargement – une limite pour le nombre de fois qu'un client peut télécharger le fichier. Laissé vide pour un nombre illimité.

Données Produit — **Produit simple** | Virtuel: Téléchargeable:

Général	UGS	<input type="text"/>	?
Inventaire	Prix de vente (€)	<input type="text"/>	
Produits liés	Prix promo (€)	<input type="text"/>	Planifier
Attributs			
Avancé	Fichiers téléchargeables:	Nom ?	URL du fichier ?
Extra		<input type="button" value="Ajouter un fichier"/>	
	Limite de téléchargement	Illimitée	? Laissez vide pour les téléchargements illimités.
	Expiration du téléchargement	Jamais	? Saisissez le nombre de jours avant qu'un lien de téléchargement n'expire. Laissez vide.
	Type de téléchargement	Produit standard	? Choisissez un type de téléchargement - cela contrôle le schéma .
	État de la TVA	Taxable	?
	Classe TVA	Standard	?

Pour une flexibilité maximale, les produits téléchargeables entraînent également des frais de livraison (si par exemple, vous offriez une version colis ainsi qu'une version téléchargeable du produit, ce serait l'idéal). Vous pouvez aussi cocher la boîte Virtuelle si le produit téléchargeable n'est pas livrable.

Note : Si l'Email de Commande Terminée ne contient pas les liens téléchargeables, voir le Guide de Résolution de problèmes.

Ajouter un produit externe

Données Produit — **Produit externe/affiliation** ▼

Général	UGS	<input type="text"/>	?
Produits liés	URL du produit	<input type="text" value="http://"/>	Saisissez l'UR
Attributs	Bouton texte	<input type="text" value="Acheter le produit"/>	Ce texte sera
Avancé	Prix de vente (€)	<input type="text"/>	
Extra	Prix promo (€)	<input type="text"/>	Planifier
	État de la TVA	<input type="text" value="Taxable"/>	?
	Classe TVA	<input type="text" value="Standard"/>	?

Choisissez "Externe/Affilié" à partir du menu déroulant de type de produits. Cela enlève les onglets inutiles, comme les taxes et l'inventaire, et insère un nouveau champ URL de produit. C'est l'endroit où les utilisateurs peuvent acheter le produit. Au lieu des boutons Ajouter au Panier, ils voient un bouton En Savoir Plus qui les dirige vers cette URL.

Ajouter un produit variable

Données Produit — **Produit variable** ▾






<input type="checkbox"/> Général	UGS	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Inventaire	État de la TVA	Taxable
<input type="checkbox"/> Livraison	Classe TVA	Standard
<input type="checkbox"/> Produits liés		
<input type="checkbox"/> Attributs		
<input type="checkbox"/> Variations		
<input type="checkbox"/> Avancé		
<input type="checkbox"/> Extra		

Les produits variables sont probablement les types de produits les plus complexes. Ils vous permettent de définir les variations d'un seul produit où chaque variation peut avoir une UGS, un prix ou un niveau de stock différents.

- [Voir Produit Variable pour vous guider sur la façon de créer un produit avec des variations.](#)

Marquer un Produit en tant que Phare

Pour marquer un produit en tant que phare, allez à : **Produits > Produits** et sélectionnez l'**Etoile** dans la colonne phare. Sinon, vous pouvez sélectionner l'option **Edition Rapide** pour sélectionner l'option **Phare**.

Produits			
<input type="checkbox"/>		Jeans pas cher vetement pas cher homme femme enfant reference 210216	115,83€
<input type="checkbox"/>		Jeans pas cher vetement pas cher homme femme enfant reference 210214	115,83€
<input type="checkbox"/>		Jeans vetement pas cher homme femme enfant reference 210213	115,83€
<input type="checkbox"/>		Jeans vetement pas cher homme femme enfant reference 210212	115,83€
<input type="checkbox"/>		streetpascher jeans 212 003	16,67€

Commandes en Rupture de Stock


Si vous êtes en train de gérer un stock d'une commande et autorisez les commandes en attente dans les paramètres de WooCommerce, la plupart des options de passerelle de paiement factureront immédiatement. Vous pouvez utiliser l'extension des Notifications Avancées pour aider à informer des commandes en attente quelqu'un d'autre que l'administrateur de la boutique.

Si vous voulez attendre pour facturer les clients pour un article jusqu'à ce que l'article soit de nouveau disponible dans le stock, vous pouvez utiliser l'extension Liste d'attente qui envoie des emails à tous les utilisateurs pour les informer que l'article est de nouveau disponible et qui inclut un lien pour acheter l'article.

Ajouter des images et galerie aux fiches produits

L'image phare

L'image de post phare est l'image principale pour votre produit. C'est l'image qui sera affichée dans vos circuits de produits (i.e. dans les catégories de produits, les ventes incitatives, les produits apparentés, etc.) et c'est le point de départ de la galerie d'images sur votre page de détails de produits.

Image produit 



[Enlever l'image produit](#)

Ajouter l'image phare

Ajouter des galeries d'image

Les galeries affichent simplement toutes les images attachées à un produit, avec l'Image Phare qui est l'image principale.

Vous pouvez créer une galerie de produits en utilisant la même méthode que celle qui consiste à ajouter une image phare, au lieu d'utiliser la méta boîte de la Galerie de Produits.



Réordonnez et enlever des images des galeries de produits

Les images dans la galerie de produits peuvent facilement être réordonnées via glisser-déposer. Réordonner simplement vos images en les déplaçant.

Pour enlever une image de la galerie de produits, passez la souris au-dessus de l'image et cliquez sur le "x" rouge.

Paramètres de dimension d'image

Sur l'onglet de catalogue, **Tableau de bord WP > WooCommerce > Paramètres > Produits > Affichage > Images de Produit**, des paramètres de WooCommerce vous verrez trois champs de saisie de dimension d'image.

Images produit

Ces réglages affectent l'affichage et les dimensions des images dans votre catalogue – l'affichage sur le site sera encore affecté par les styles CSS. Après avoir changé ces réglages vous devrez peut-être [régénérer vos vignettes](#).

Catalogue d'images x px Recadrer ?

Image produit détail x px Recadrer ?

Vignettes produit x px Recadrer ?

Galerie d'images produit Activer la lightbox pour les images produit

Inclure la lightbox WooCommerce. Les images des galeries produits seront ouvertes dans une lightbox.

- **Les Images de Catalogue** apparaissent dans vos circuits de boutique. Les catégories de produits, les ventes incitatives / les ventes croisées etc.
- **L'Image de Produit Seul** est l'image principale sur votre page de détails de produits
- **Les Vignettes de Produits** sont les vignettes de galerie sur votre page de détails de produits (si vous avez une galerie)



Les images que vous téléchargez seront redimensionnées pour correspondre aux valeurs que vous avez saisies de manière aussi précise que possible. C'est-à-dire que si vos paramètres sont 100×100 et que vous téléchargez une image à 300×600 elle sera redimensionnée à 100×200. Vous pouvez aussi choisir de rogner grossièrement (hard crop) vos images ce qui va les obliger à être à la taille spécifiée dans ces paramètres, indépendamment de l'image brute que vous avez téléchargée, mais elle sera rognée au lieu d'être distordue à l'échelle.

Rappelez-vous que si vous changez ces paramètres **après** avoir téléchargé vos images de produits vous aurez besoin de régénérer vos vignettes dans WordPress pour que les changements soient appliqués à vos images actuelles. Pour cela, nous vous recommandons d'utiliser le plugin [Régénérer les Vignettes](#) (Regenerate Thumbnails).

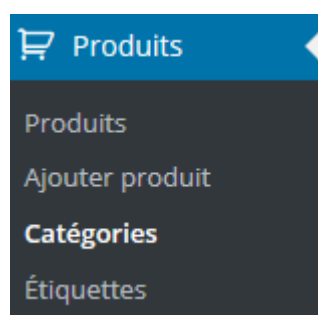
Pour en apprendre plus sur la façon d'utiliser les dimensions d'images adéquates veuillez lire la documentation suivante : [Utiliser les Dimensions appropriées d'images de produits](#).






Gérer les catégories de produit, les tag et les attributs

Catégories de Produits

Similaires aux catégories sur vos posts dans WordPress, vous pouvez ajouter, supprimer et éditer vos catégories de produits à cet endroit. Il y a quelques options ajoutées en plus des champs de catégories normaux. Vous pouvez aussi télécharger une image à associer à la catégorie :

Les catégories sont gérées à partir de l'écran **Produits > Catégories**.

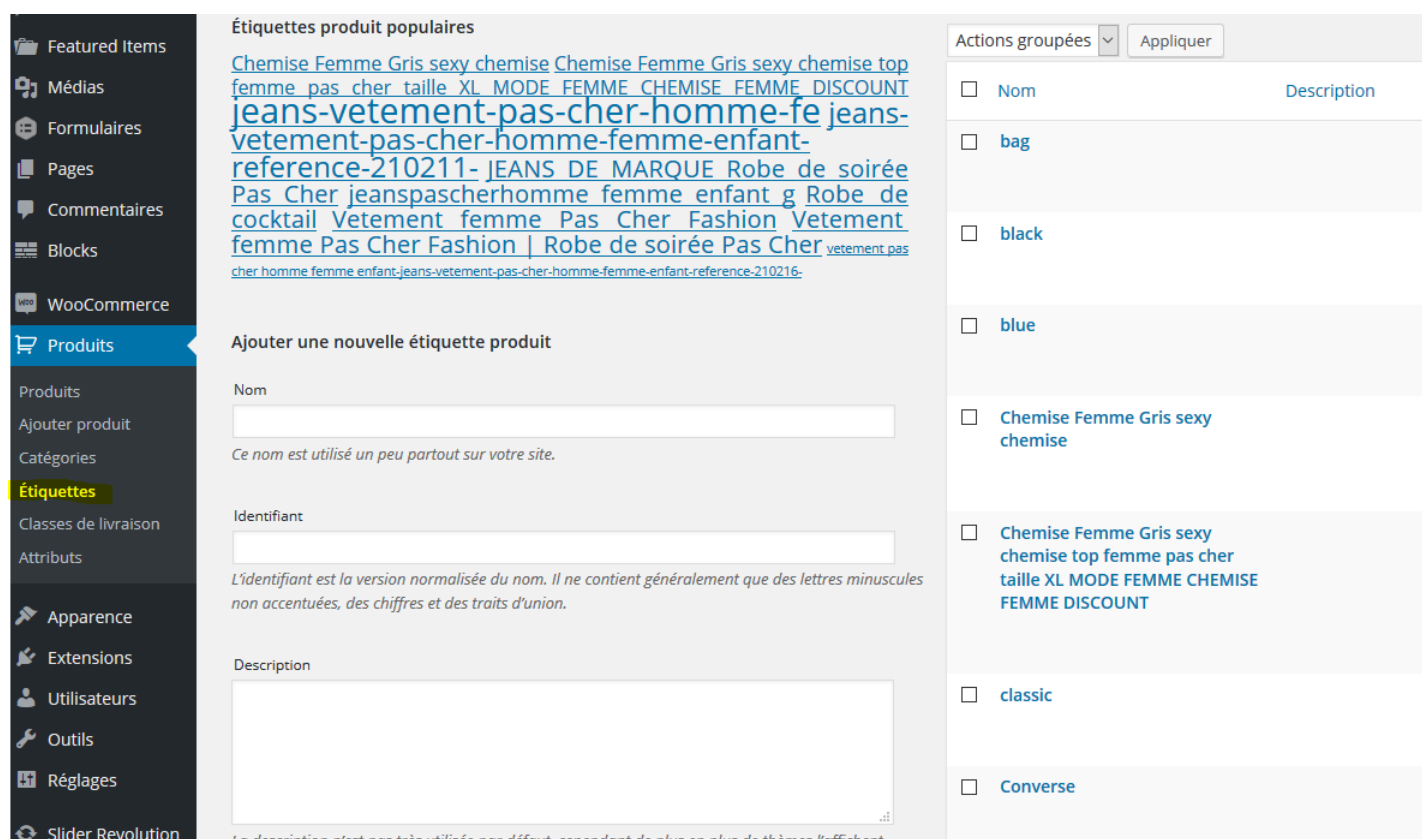


<input type="checkbox"/>	Image	Nom	Description
<input type="checkbox"/>		Accueil	
<input type="checkbox"/>		— Ceinture homme	Ceinture
<input type="checkbox"/>		— Jeans	JEANS PAS CHER
<input type="checkbox"/>		Bags	
<input type="checkbox"/>		Jeans	

Les catégories peuvent aussi être réorganisées par glisser-déposer – cet ordre sera utilisé par défaut sur le frontend (frontal) à chaque fois que les catégories seront listées. Cela inclut à la fois les widgets et la visualisation des sous-catégories sur la page des produits.

La taxonomie est “*product_cat*” (“*produit_cat*”).

Tags de produits / étiquettes



Étiquettes produit populaires

Chemise Femme Gris sexy chemise Chemise Femme Gris sexy chemise top femme pas cher taille XL MODE FEMME CHEMISE FEMME DISCOUNT jeans-vetement-pas-cher-homme-fe jeans-vetement-pas-cher-homme-femme-enfant-reference-210211- JEANS DE MARQUE Robe de soirée Pas Cher jeanspascherhomme femme enfant g Robe de cocktail Vetement femme Pas Cher Fashion Vetement femme Pas Cher Fashion | Robe de soirée Pas Cher vetement pas cher homme femme enfant-jeans-vetement-pas-cher-homme-femme-enfant-reference-210216-

Ajouter une nouvelle étiquette produit

Nom

Ce nom est utilisé un peu partout sur votre site.

Identifiant

L'identifiant est la version normalisée du nom. Il ne contient généralement que des lettres minuscules non accentuées, des chiffres et des traits d'union.

Description

La description n'est pas très utilisée par défaut, cependant de plus en plus de thèmes l'affichent

Actions groupées

<input type="checkbox"/>	Nom	Description
<input type="checkbox"/>	bag	
<input type="checkbox"/>	black	
<input type="checkbox"/>	blue	
<input type="checkbox"/>	Chemise Femme Gris sexy chemise	
<input type="checkbox"/>	Chemise Femme Gris sexy chemise top femme pas cher taille XL MODE FEMME CHEMISE FEMME DISCOUNT	
<input type="checkbox"/>	classic	
<input type="checkbox"/>	Converse	

Les tags de produits fonctionnent exactement de la même façon que les tags de posts. Voir http://codex.wordpress.org/Posts_Tags_Screen

La taxonomie est “*product_tag*” (“*produit_tag*”).

Attributs de produits

Les attributs sont des données qui peuvent ajouter plus d'informations techniques à un produit et qui aident les utilisateurs à affiner le catalogue pendant la navigation/la recherche.

Ajouter un nouvel attribut

Les attributs vous laisse définir des données supplémentaires pour les produits, tels que la taille ou la couleur. Vous pouvez utiliser ces attributs dans la barre latérale de la boutique en utilisant les widgets "filtrage par attribut". Veuillez noter : vous ne pouvez pas renommer un attribut ultérieurement.

Nom

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

Identifiant

Identifiant/référence unique pour l'attribut, doit avoir moins de 28 caractères.

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

Type

Détermine la manière de sélectionner les attributs des produits. Dans Administration -> Produits -> Détails du produits -> Attributs -> Types. Texte permet de saisir des valeurs manuellement tandis que liste permet l'utilisation de termes pré-configurés.

Tri par défaut

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

Nom	Identifiant	Type	Trié par	Termes
Capacité	capacite	Select (Public)	Tri personnalisé	2Go, 4Go, Disque dur SSD (solid-state drive) de 64 Go, Disque dur PATA de 80 Go à 4 200 tr/min, 80 Go : 20 000 chansons, 160 Go : 40 000 chansons, 8Go, 16Go, 32Go
Couleur	couleur	Select (Public)	Tri personnalisé	Metal, Bleu, Rose, Vert, Orange, Noir, Violet, Jaune, Rouge, Blanc
Hauteur	hauteur	Select (Public)	Tri personnalisé	-
ICU	icu	Select (Public)	Tri personnalisé	Intel Core 2 Duo à 1,6 GHz, Intel Core 2 Duo à 1,8 GHz
Jeans homme	jeans_homme	Select (Public)	Tri personnalisé	-
Largeur	largeur	Select (Public)	Tri personnalisé	-
Poids	poids	Select (Public)	Tri personnalisé	-
Prise casque	prise_casque	Select (Public)	Tri personnalisé	Jack stéréo, Mini-jack stéréo
Profondeur	profondeur	Select (Public)	Tri personnalisé	-
Taille	taille	Select (Public)	Tri personnalisé	34, 36, 38, 40, 42, 44, 46, 48, 50

Créer un ensemble d'attributs se fait de la même façon que pour une catégorie (expliqué plus tard). Pour l'instant, nous allons décrire les attributs et leur avantage premier à l'aide d'un exemple hypothétique.

De plus, les attributs sont un composant clé des produits de création variables.

Scénario d'utilisation

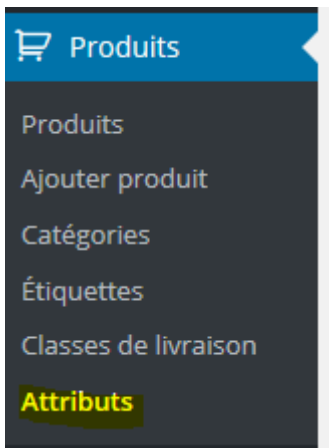
Imaginons que vous soyez en train d'ouvrir une boutique de vêtements et vendiez toutes les dernières tendances. Dans ce cas, une catégorie de produits de haut niveau sera très certainement Vêtements, à l'intérieur de laquelle la majorité de votre catalogue résidera.

A partir de là, vous pourriez très aisément créer des sous-catégories pour différentes tailles, couleurs etc., mais ces informations conviennent mieux en tant qu'attributs. Pourquoi ? Parce qu'un utilisateur peut sélectionner simultanément des attributs lorsqu'il affine sa recherche. Navigation hiérarchique pour l'attribut "Couleur".

Exemple : Un client cherche tous les vêtements noirs. Il suffit de sélectionner l'attribut "Noir" à partir d'un widget dans la barre latérale. Comme convenu, cela rafraîchira la page afin que seuls les vêtements liés à l'attribut noir soient affichés.

Ajouter des attributs à votre boutique

Configurer les attributs nécessite une interface avec laquelle vous êtes familière. Il est recommandé que chaque attribut que vous utiliserez régulièrement soit configuré de cette façon. Allez dans **Produits > Attributs** où vous trouverez l'écran suivant : Ici vous pouvez rapidement et aisément ajouter des attributs et leurs termes.



Vous avez aussi l'option de créer des attributs en fonction du produit. Cela est utile si vous voulez afficher des informations supplémentaires sur un produit qui ont peu de chances d'être appliquées à un autre. Par exemple, vous pourriez vendre de façon ponctuelle un jeu japonais à un public anglais. Vous pourriez créer un attribut "Langue" pour ce produit-là et l'afficher dans la section des données de produits dans le frontend.

Trier les Attributs

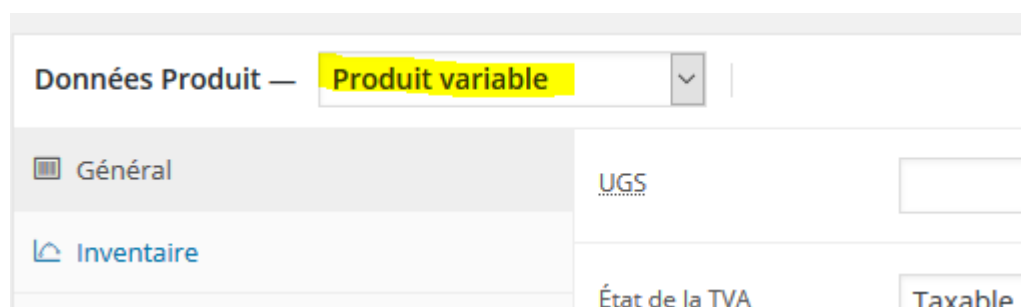
Les termes des attributs peuvent être rangés par Nom, Nom (Numérique), Term ID ou basés sur un ordre personnalisé que vous choisissez (en cliquant-déposant les termes dans la liste lorsque vous configurez les termes).

Les produits variables (Avec déclinaison)

Les **produits variables** sont un type de produits dans WooCommerce qui vous permettent d'offrir un ensemble de variations sur un produit en contrôlant les prix, le stock, l'image et plus pour chaque variation. Elles peuvent être utilisées pour un produit comme un T-shirt pour lequel vous pouvez offrir un t-shirt large vs un T-shirt de petite taille.

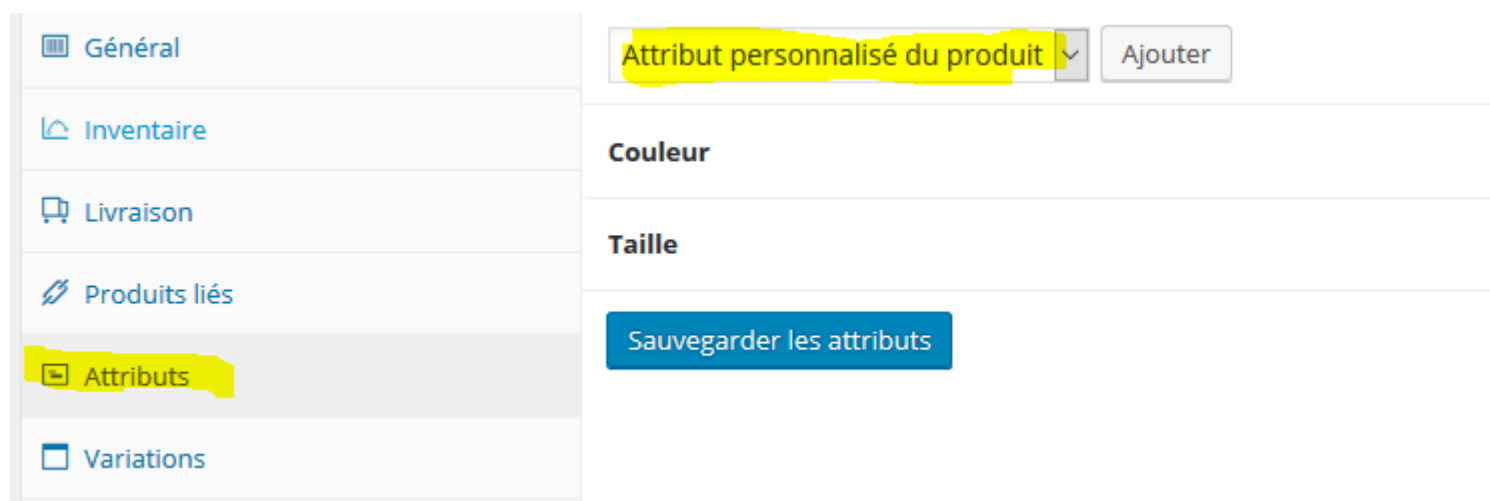
Ajouter des attributs pour des variations

Pour ajouter un produit variable, éditez un produit existant ou créez-en un nouveau en allant dans : **Produits > Produits**. Vous pouvez sélectionner le bouton Ajouter un Produit ou éditer un produit existant à partir de cet endroit. Une fois que vous êtes sur le produit sélectionnez le **Produit variable** à partir du menu déroulant **Données de Produits**.



The screenshot shows the 'Données Produit' dropdown menu set to 'Produit variable'. Below it, the 'Général' tab is active, showing the 'UGS' field and the 'État de la TVA' dropdown set to 'Taxable'.

Dans la section attributs, vous devrez d'abord ajouter des attributs avant de pouvoir créer des variations – vous pouvez utiliser des attributs globaux ou définir des attributs personnalisés spécifiques à chaque produit. Pour utiliser un *attribut global* sélectionnez-le à partir du menu déroulant et sélectionnez **Ajouter**. Assurez-vous de sélectionner le bouton **Tout sélectionner** pour ajouter tout l'attribut au produit variable et sélectionnez la case **Utilisé pour les variations** pour dire à WooCommerce que c'est pour vos variations.



The screenshot shows the 'Attributs' section of the product edit page. The dropdown menu is set to 'Attribut personnalisé du produit' and the 'Ajouter' button is visible. Below the dropdown, the 'Couleur' and 'Taille' attributes are listed. At the bottom, there is a 'Sauvegarder les attributs' button.

Ajouter des Attributs Globaux à un Produit

Paramétrer des Attributs Globaux

Nom:	Valeur(s):
<input type="text"/>	Saisissez du texte, ou certains attributs en séparant les valeurs par " ".
<input checked="" type="checkbox"/> Visible sur la page produit	
<input type="checkbox"/> Utilisé pour les variations	

Si vous ajoutez de nouveaux attributs, sélectionnez **Personnaliser un attribut de produit** puis sélectionnez **Ajouter**.

Ajouter des Attributs Personnalisés à un Produit

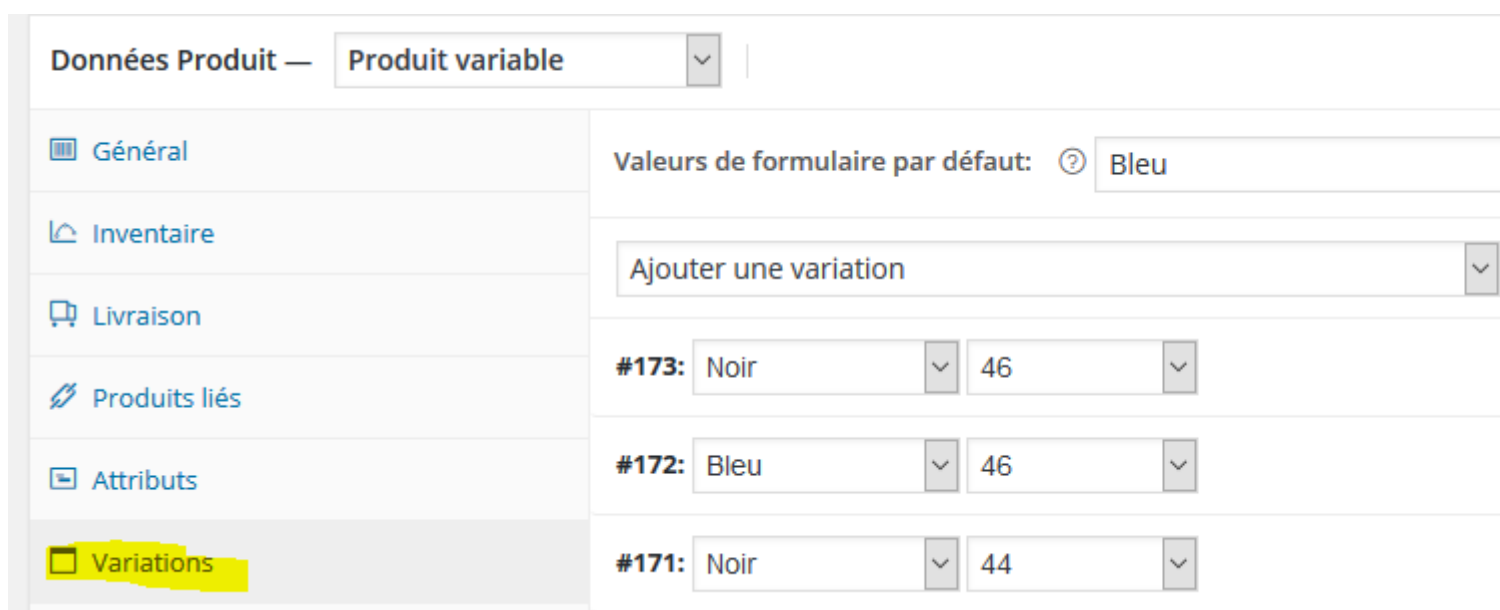
Vous devrez ensuite nommer l'attribut, par exemple **Taille**. Entrez les valeurs en les séparant par une barre verticale. Dans cet exemple nous avons **petit | moyen | large**. Enfin, sélectionnez la case **Utilisé pour les variations** pour l'utiliser dans la section Variations. Sélectionnez **Sauvegarder les attributs**!

Assurez-vous d'avoir sélectionné le bouton **Sauvegarder les attributs** une fois que vous avez créé vos attributs personnalisés

Ajouter des variations

Après avoir sauvegardé vos variations, vous pouvez commencer à les appliquer à un produit.

Pour ajouter une variation, allez dans la section *Variation* dans la meta-boîte **Données de Produits**.



Données Produit — **Produit variable** |

Général

Inventaire

Livraison

Produits liés

Attributs

Variations

Valeurs de formulaire par défaut:

Ajouter une variation

#173:	Noir	▼	46	▼
#172:	Bleu	▼	46	▼
#171:	Noir	▼	44	▼

Ajouter Manuellement une Variation

Sélectionnez **Ajouter une variation** à partir du menu déroulant et cliquez sur **Entrer**

Ajouter une variation



Aller

#2811:

Toute Couleur...



Toute Taille...



Sélectionnez les attributs pour votre variation. Pour changer des données additionnelles, cliquez sur l'icône en triangle pour élargir la variation.

Ajouter une variation



Aller

#2811:

Bleu



42



Editez n'importe quelles données. Le seul champ requis est **Prix Courant**

#2811: Bleu



UGS: [?](#)

Activé Téléchargeable [?](#) Virtuel [?](#) Gérer le stock ? [?](#)

Prix régulier : (€)

Prix de vente : (€) [Planifier](#)

Variation prix (requis)

État du stock [?](#)

En stock

Poids (kg): [?](#)

Dimensions (L×Larg.×H) (cm)

0

0

0

Classe de livraison :

Identique au parent

Classe TVA :


Identique au parent

Description de la variation :

Si vous avez plus de 10 variations, vous devez utiliser les boutons pour naviguer d'avant en arrière à travers la liste de variations. A chaque fois que vous naviguez vers un nouvel ensemble de variations, l'ensemble précédent est sauvegardé. Cela permet de s'assurer que toutes les données sont sauvegardées.

Paramétrer les valeurs par défaut

Nous vous recommandons de paramétrer vos valeurs par défaut préférées dans les variations. Dans notre exemple, nous n'avons pas de valeurs par défaut, ainsi les utilisateurs peuvent choisir n'importe quelles couleur et taille directement à partir de la page de produits.

Général	Valeurs de formulaire par défaut: Bleu 36
Inventaire	Ajouter une variation Aller
Livraison	#2811: Bleu 42
Produits liés	
Attributs	UGS: <input type="text"/>
Variations	

Si vous voulez qu'une certaine variation soit déjà sélectionnée quand un utilisateur visite la page de produits, vous pouvez paramétrer les variations ici. Cela permet également au bouton Ajouter au Panier d'apparaître automatiquement sur les pages de produits variables.

Vous pouvez aussi paramétrer les valeurs par défaut après avoir créé au moins une variation.

Données de Variation

Chaque variation peut être assignée aux données suivantes :

- **Une image** – Sélectionnez l'icône de paramètre fictif pour voir le chargeur d'image. Après avoir choisi une image, sélectionnez **Paramétrer une Image de Variation**.
- **UGS** – Si vous utilisez des UGS (unités de gestion des stocks), paramétrez l'UGS pour la variation ou laissez un blanc pour utiliser l'UGS du produit variable.
- **Activée** – Activez ou désactivez la variation.
- **Téléchargeable** – Si la variation est téléchargeable.
- **Virtuelle** – Si ce produit n'est pas livré, les paramètres de livraison pour la variation sont enlevés.
- **Gérer le stock** – Gérez le stock au niveau de la variation.
- **Quantité des stocks** – Stock de la variation en question, ou laissé en blanc pour utiliser les paramètres de stock des produits variables.
- **Prix Courant** – **Paramétrez le prix pour cette variation. Requi**
- **Prix Soldé** – Paramétrez un prix pour cette variation en soldes. *Optionnel*
- **Quantité en stock** – Montre si Gérer le Stock est sélectionné. Saisissez la quantité que vous avez.
- **Autoriser les Commandes en attente** – Choisissez comment gérer les commandes en attente.
- **Statut du Stock** – Paramétrez le statut de votre stock de variations.
- **Poids** – Poids de la variation, ou laissé en blanc pour utiliser le poids du produit de variation.
- **Dimensions** – Hauteur, largeur et longueur de la variation, ou laissé en blanc pour utiliser les dimensions du produit de variation.
- **Classe de livraison** – La classe de livraison peut affecter la livraison. Paramétrez-la si elle diffère du produit variable.
- **Classe des taxes** – Une classe de taxes pour cette variation. Cela est utile si vous offrez des variations couvrant des tranches de taxes différentes.
- **Fichiers téléchargeables** – Montre si **Téléchargeable** est sélectionné. Ajoutez un ou des fichiers pour cette variation pour que les clients puissent les télécharger

- **Limite de téléchargement** – Montre si **Téléchargeable** est sélectionné. Paramétrer le nombre de fois qu'un client peut télécharger le(s) fichier(s). Laissez un blanc pour un nombre illimité.
- **Expiration de téléchargement** – Montre si **Téléchargeable** est sélectionné. Paramétrez le nombre de jours après lesquels le téléchargement expirera après l'achat.

Si les champs de l'UGS, du poids, des dimensions et du stock ne sont pas paramétrés alors on aura les valeurs assignées au produit variable. **Les champs des prix doivent être paramétrés par variation.**

Edition en masse

Vous pouvez éditer en masse des variations en sélectionnant la donnée spécifique voulue à partir du menu déroulant. Dans ce cas, je veux éditer des prix pour toutes les variations.

Valeurs de formulaire par défaut: ⓘ Bleu ▼ 36 ▼

Augmenter les prix promotionnels (montant fixe ou pourcentage) ▼ Aller

Lier des variations possibles

Vous pouvez sélectionner **Créer des variations à partir de tous les attributs** pour que WooCommerce crée chaque combinaison possible de variations.

Valeurs de formulaire par défaut: ⓘ Bleu ▼ 36 ▼

Créer les variations pour tous les attributs ▼ Aller

Si votre exemple avait 2 attributs – la couleur (avec les valeurs bleu et vert) et la taille (avec les valeurs large et petit), les variations suivantes sont créées :

- Large Bleu
 - Large Vert
 - Petit Bleu
 - Petit Vert
-

Frontend

Sur le frontend, quand un produit variable est visualisé, un menu déroulant sera présenté à l'utilisateur pour sélectionner les options de variation; la sélection des options révélera le stock, le prix et le bouton ajouter au panier pour la variation afin que l'utilisateur puisse acheter le produit.



HOME / ACCUEIL / JEANS

streetpascher jeans 212 003

16,67€

Couleur

Taille

1 en stock

AJOUTER AU PANIER - 1 +

Les produits virtuels, téléchargeables

Paramètres des produits virtuels, téléchargeables

WooCommerce > Paramètres > Produits > Produits Téléchargeables contient plusieurs options de produits téléchargeables. L'option la plus importante est la **méthode de téléchargement** de fichier :

Tableau de bord | Articles | Featured Items | Médias | Formulaires | Pages | Commentaires | Blocks | **WooCommerce** | Commandes 3 | Codes Promo | PDF Invoices | Upload files options | Rapports | **Paramètres**

Général | Produits | TVA | Commande | Livraison | Comptes | Emails | API

Général | Affichage | Inventaire | **Produits téléchargeables**

Produits téléchargeables

Méthode de téléchargement de fichiers

Restrictions d'accès

Les téléchargements nécessitent d'être identifié
Ce réglage ne s'applique pas aux achats d'invité.

Autoriser l'accès aux produits téléchargeables après le paiement
Activer cette option pour autoriser l'accès aux téléchargements lorsque les commandes sont "en cours", plutôt que "terminée".

[Enregistrer les changements](#)

Vous avez 3 choix :

- **Rediriger seulement** – Quand les utilisateurs téléchargent un fichier, leur lien redirige vers le fichier.
- **Forcer le téléchargement** – Les téléchargements de fichier sont forcés en utilisant PHP.
- **X-Accel-Redirect/X-Sendfile** – Les téléchargements sont fournis par le serveur (nginx/apache). Cette méthode requiert l'installation et l'activation du module X-Accel-Redirect/X-Sendfile sur le serveur. Veuillez confirmer avec votre hébergeur web qu'un de ces modules est installé avant d'utiliser cette méthode de téléchargement pour votre boutique.

Pour s'assurer que les fichiers sont protégés des liens directs, on peut utiliser Forcer le Téléchargement. Les fichiers seront fournis par PHP. Cependant, si vos fichiers sont larges, ou que le serveur n'est pas assez puissant, vous pouvez être confrontés à des expirations pendant le téléchargement – dans ce cas vous auriez besoin soit d'inspecter votre serveur ou d'utiliser la méthode de redirection.

Si votre serveur le supporte, utilisez **X-Accel-Redirect/X-Sendfile** ; c'est la méthode la plus fiable, puisque le fichier est fourni directement au client, ce qui vous donne la meilleure performance. Les fichiers sont aussi protégés par un fichier .htaccess rendant cette mesure sécurisée.

L'option suivante est "**Doit être connecté pour télécharger des fichiers**". Cela permettra aux utilisateurs connectés seulement de télécharger – les utilisateurs non connectés devront se

connecter. Il est important de désactiver le paiement en tant que visiteur (guest checkout) si cette option est activée, puisque les visiteurs ne peuvent pas télécharger.

“**Accorder l'accès aux produits téléchargeables après le paiement**” accordera l'accès aux fichiers après le paiement, plutôt qu'après que la commande est “terminée”.

Paramétrer des produits téléchargeables

Produits Simples Téléchargeables

Créez un produit simple de la façon habituelle mais cochez la case “téléchargeable” :

Données Produit — | Virtuel: Téléchargeable:

Après avoir coché cette case des extra-options apparaîtrons :

Données Produit — **Produit variable**

Général

Inventaire

Livraison

Produits liés

Attributs

Variations


Avancé

Extra

Valeurs de formulaire par défaut: ? Bleu

Ajouter une variation

#187: Noir 46



Activé Téléchargeable ? Virtuel ? Gérer le stock

Prix régulier : (€)

20

Qté Stock : ?

1

État du stock ?

Options de produits dans 2.0

WooCommerce 2.0 supporte plusieurs fichiers par produit !

Mettez en ligne un fichier et cliquez sur "insérer" pour paramétrer chaque URL de fichier téléchargeable. Assurez-vous que vous avez fait correspondre l'URL du produit à l'URL de votre site (i.e., si vous avez un www dans l'URL de votre site, alors assurez-vous qu'il est dans l'URL du fichier.) Dans la version 2.0 vous pouvez en saisir 1 par ligne, mais dans les versions précédentes vous pouvez seulement configurer 1 fichier par produit. Si vous avez besoin d'ajouter plusieurs fichiers dans une version plus ancienne "zippez" les fichiers en 1 pack.

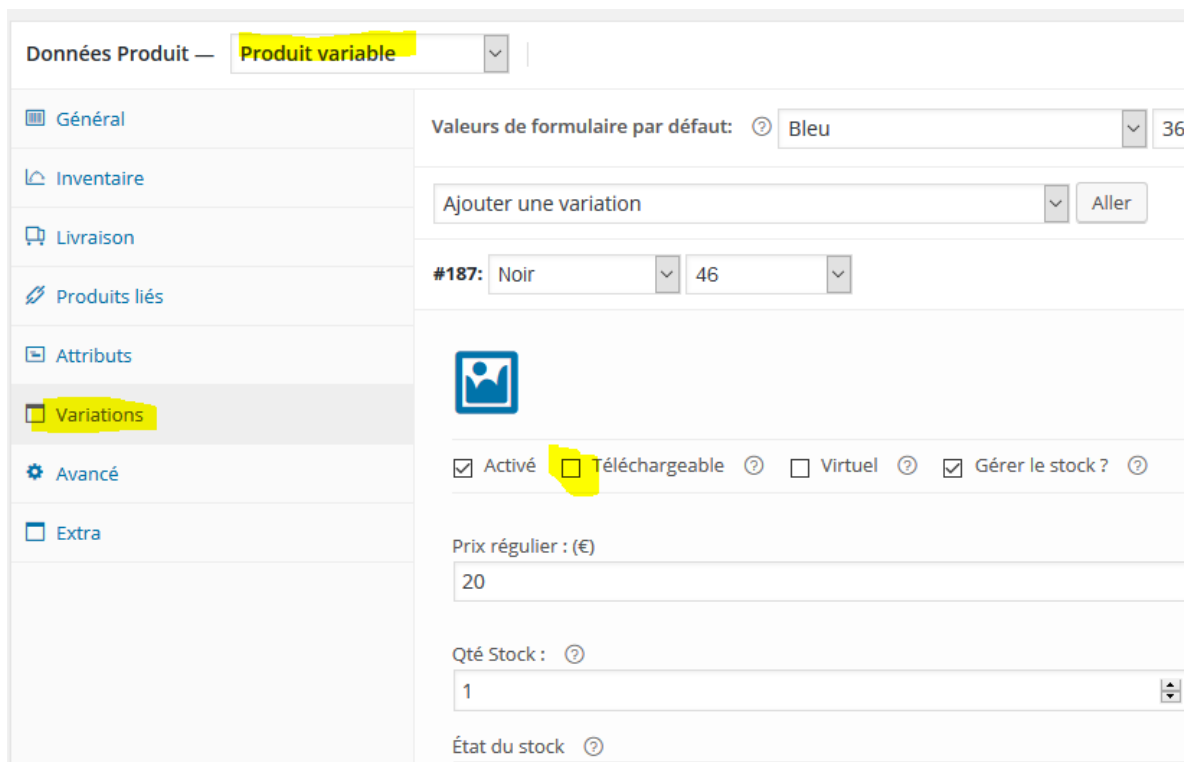
Pour la limite de téléchargement vous pouvez facultativement fixer une limite de téléchargements ; une fois que l'utilisateur atteindra cette limite il ne sera plus en mesure de télécharger le fichier.

L'expiration de téléchargement fonctionne de la même façon ; si vous définissez un nombre de jours, les liens de téléchargement expireront après cette date .

Veillez noter que dès lors que vous changez un fichier mis en ligne ou que vous mettez en ligne un nouveau fichier, cette expiration et la limite de téléchargement seront réinitialisées puisque techniquement il s'agit d'un nouveau fichier. C'est le comportement désiré.

Variations téléchargeables

Les produits variables peuvent aussi avoir des variations téléchargeables. Lorsque vous ajoutez une variation cochez la case "téléchargeable" pour voir les options :



Données Produit — **Produit variable**

Valeurs de formulaire par défaut: Bleu 36

Ajouter une variation Aller

#187: Noir 46

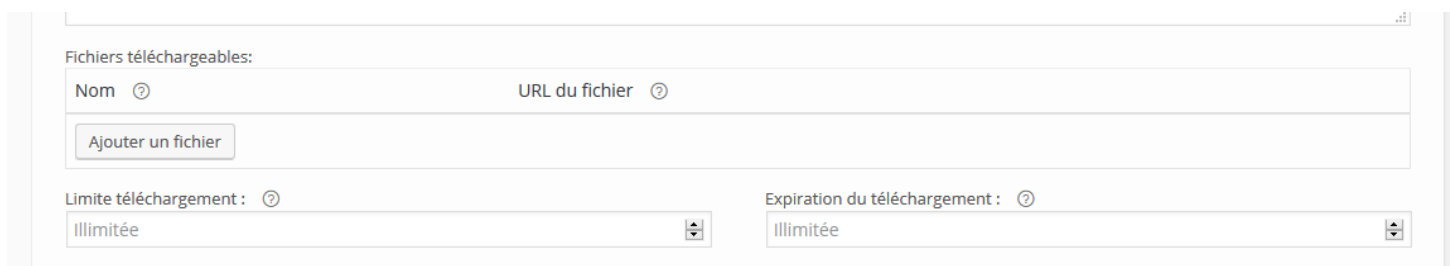
Activé **Téléchargeable** Virtuel Gérer le stock?

Prix régulier : (€)
20

Qté Stock :
1

État du stock

Ces fonctions fonctionnent de la même façon que pour les produits habituels ; saisissez le chemin du fichier, choisissez facultativement une limite et une expiration et vous avez fini.



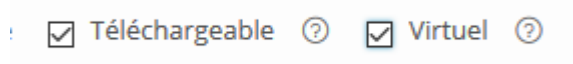
Fichiers téléchargeables:

Nom	URL du fichier
<input type="button" value="Ajouter un fichier"/>	

Limite téléchargement : Illimitée

Expiration du téléchargement : Illimitée

Combiner des produits téléchargeables et virtuels



Téléchargeable Virtuel

Si vous cochez simplement les cases “téléchargeable”, les produits peuvent avoir un stock et seront traités comme des produits physiques – cela vous permet de faire des choses telles que vendre ensemble des produits à télécharger et des produits réels.

Si vous voulez un produit téléchargeable qui n'est pas physique, activez aussi l'option “virtuel”.

Le processus de commande des produits téléchargeables

Le processus de commande pour les produits téléchargeables est comme suit :

1. L'utilisateur ajoute un produit à son panier
2. L'utilisateur passe à la caisse et paye
3. Après le paiement plusieurs choses peuvent se produire en fonction de votre paramétrage :
 1. Si les articles de la commande sont tous téléchargeables + virtuels, la commande sera terminée
 2. Sinon, la commande sera en cours de traitement jusqu'à ce que vous la changiez
4. Une fois terminée, ou si l'option “**Accorder l'accès aux produits téléchargeables après le paiement**” est activée, l'utilisateur :
 1. Se verra accorder des permissions de téléchargement
 2. Verra les liens de téléchargement sur la page de commande reçue
 3. Verra les liens de téléchargement dans leur notification par e-mail
 4. Verra les liens de téléchargement sur leur page “Mon Compte” s'ils sont connectés

Les utilisateurs peuvent alors télécharger leurs fichiers.

Gérer des commandes avec des articles téléchargeables

Si vous éditez/visualisez une commande qui contient des produits téléchargeables vous remarquerez que la méta-boîte de produits téléchargeables contient les permissions de l'utilisateur :

En éditant ce panneau vous pouvez modifier une permission d'utilisateur, ou révoquer l'accès à des fichiers. Vous pouvez aussi accorder l'accès à de nouveaux téléchargements.

Permissions produit téléchargeable

#34272 — Prestashop vente flash Pro by DDLX — DDLX vente Flash : ms_37056.zip — Téléchargé 1 fois

Recherche d'un produit téléchargeable...

FAQ

Pourquoi WooCommerce a-t-il un lien pour l'URL du fichier ?

Lorsque vous paramétrez votre produit téléchargeable, assurez-vous que les paramètres de fichier téléchargeable utilisent le même format d'URL que votre site. Assurez-vous qu'elle correspond à l'URL du site dans vos paramètres WordPress. (i.e., si vous avez un www dans l'URL de votre site, alors assurez-vous qu'il est dans l'URL du fichier.)

Pourquoi ne vois-je pas un lien de fichier sur la page de commande reçue ?

Si vous utilisez PayPal, il y a un délai lors de l'utilisation de l'IPN (notification instantanée de paiement) pour suivre les paiements. Vous pouvez à la place activer le PDT (transfert des données de paiement) en allant dans les paramètres de passerelle et en le sélectionnant en tant que Jeton d'Identité Paypal (Paypal Identity Token).

Les shortcodes WooCommerce

WooCommerce comprend plusieurs shortcodes qui peuvent être utilisés pour insérer du contenu à l'intérieur de posts ou de pages. Les shortcodes suivants sont insérés dans les pages lors de l'installation et ne devraient pas être avoir besoin d'être utilisés ailleurs.

WooCommerce > 2.1.x Shortcodes:

- `[[woocommerce_cart]]` – montre la page du panier
- `[[woocommerce_checkout]]` – montre la page de la caisse
- `[[woocommerce_order_tracking]]` – montre le formulaire de suivi de commande
- `[[woocommerce_my_account]]` – montre la page de compte de l'utilisateur

Si vous voulez en apprendre plus sur l'installation du nouveau WooCommerce 2.1, lisez : [documentation des Endpoints](#).

WooCommerce < 2.1.x Shortcodes:

- `[[woocommerce_edit_account]]` – Editer les pages de compte
- `[[woocommerce_change_password]]` – montre la page de changement de mot de passe
- `[[woocommerce_view_order]]` – montre la page “visualiser la commande” du compte de l'utilisateur
- `[[woocommerce_logout]]` – montre la page de déconnexion
- `[[woocommerce_pay]]` – montre la page de paiement
- `[[woocommerce_thankyou]]` – montre la page de commande reçue
- `[[woocommerce_lost_password]]` – montre la page de mot de passe perdu
- `[[woocommerce_edit_address]]` – montre la page d'édition d'adresse du compte de l'utilisateur

L'éventail d'arguments (étiqueté “Args”) montré au-dessus de chacun des shortcodes suivants affiche des paramètres valides et des valeurs par défaut.

Note : Utilisez **CTRL/CMD + Shift + V** pour coller l'un des shortcodes ci-dessous dans votre éditeur WordPress pour éviter toute erreur !

Panier

Utilisé sur la page du panier, le shortcode du panier affiche les contenus du panier et une interface pour les codes de coupons et autres.

Args: none

```
[[woocommerce_cart]]
```

Caisse

Utilisé sur la page de paiement, le shortcode de la caisse affiche le processus de paiement.

Args: none

```
[[woocommerce_checkout]]
```

Formulaire de Suivi de commande

Permet à un utilisateur de voir le statut d'une commande en entrant les détails de sa commande.

Args: none

```
[[woocommerce_order_tracking]]
```

Mon Compte

Montre la section "mon compte" dans laquelle le client peut visualiser les anciennes commandes et mettre à jour ses informations. Vous pouvez spécifier le nombre de commandes à montrer, il est configuré par défaut à 15 (utilisez **-1** pour afficher **toutes les commandes.**)

Args:

```
array(  
'current_user' => "",  
'order_count' => '15'  
)
```

```
[[woocommerce_my_account order_count="12"]]
```

L'argument actuel de l'utilisateur est automatiquement configuré en utilisant `get_user_by('id', get_current_user_id())`.

Les shortcodes suivants peuvent être utilisés où vous voulez :

Produits récents

Liste les produits récents – utile sur la page d'accueil. Le shortcode "per_page" détermine le nombre de produits à montrer sur la page et l'attribut de colonnes contrôle le nombre de colonnes que devrait contenir le produit avant l'emballage.

Args:

```
array(  
'per_page' => '12',  
'columns' => '4',  
'orderby' => 'date',  
'order' => 'desc'  
)
```

```
[[recent_products per_page="12" columns="4"]]
```

Pour en savoir plus sur les paramètres par défaut de "oderby", lisez : [WordPress Codex Class Reference](#)

Produits Phares

Fonctionne de la même façon que pour les produits récents mais affiche des produits qui ont été configurés en tant que "phares". Dans cet exemple, le shortcode dit : Montrer 12 produits phares dans 4 colonnes.

Args:

```
array(  
'per_page' => '12',  
'columns' => '4',  
'orderby' => 'date',  
'order' => 'desc'  
)
```

```
[[featured_products per_page="12" columns="4"]]
```

Produit

Montrer un produit seul par ID ou par UGS.

```
[[product id="99"]]  
[[product sku="FOO"]]
```

**Si on ne voit pas le produit, assurez-vous qu'il n'est pas configuré sur Caché dans la Visibilité du Catalogue.*

Pour trouver l'ID de Produit, allez dans l'écran des **Produits**, déplacez la souris sur le produit et l'ID apparaît comme montré ci-dessous.

Produits

Montrer des produits multiples par ID ou UGS. Notez bien le pluriel de "produits".

Args:

```
array(  
'columns' => '4',  
'orderby' => 'title',  
'order' => 'asc'  
)
```

```
[[products ids="1, 2, 3, 4, 5"]]  
[[products skus="foo, bar, baz" orderby="date" order="desc"]]
```

**Si on ne voit pas le produit, assurez-vous qu'il n'est pas configuré sur Caché dans la Visibilité du Catalogue.*

Ajouter au Panier

Montrer le prix et ajouter le bouton du panier d'un produit seul par ID.

Args:

```
array(  
'id' => '99',  
'style' => 'border:4px solid #ccc; padding: 12px;',  
'sku' => 'FOO'  
)
```

```
[[add_to_cart id="99"]]
```

Ajouter à l'URL du Panier

Répète l'URL sur le bouton ajouter au panier d'un produit seul par ID.

Args:

```
array(  
'id' => '99',  
'sku' => 'FOO'  
)
```

```
[[add_to_cart_url id="99"]]
```

Page de Produit

Montre une page entière de produit seul par ID ou UGS.

```
[[product_page id="99"]]  
[[product_page sku="FOO"]]
```

Catégorie de Produit

Montre des produits multiples dans une catégorie par ligne-bloc.

Go to: WooCommerce > Products > Categories to find the slug column.

Args:

```
array(  
'per_page' => '12',  
'columns' => '4',  
'orderby' => 'title',  
'order' => 'asc',  
'category' => "  
)
```

```
[[product_category category="appliances"]]
```

Allez dans: WooCommerce > Produits > Catégories pour trouver la colonne ligne-bloc..

Args:

```
array(  
'per_page' => '12',  
'columns' => '4',  
'orderby' => 'title',  
'order' => 'asc',  
'category' => "  
)
```

```
[[product_category category="appliances"]]
```

Catégories de Produits

Affiche le circuit des catégories de produits

Args:

```
array(  
'number' => 'null',  
'orderby' => 'name',  
'order' => 'ASC',  
'columns' => '4',  
'hide_empty' => '1',  
'parent' => "  
'ids' => "  
)
```

Le champ "nombre" est utilisé pour afficher le nombre de produits et le champ "ids" est pour dire au shortcode quelles catégories afficher.

```
[[product_categories number="12" parent="0"]]
```

Configurez le paramètre parent à 0 pour afficher seulement les catégories de haut niveau. Configurez les ID avec une liste d'ID de catégorie séparés par une virgule pour montrer seulement ceux-ci.

Produits en promo

Lister tous les produits en vente.

Args:

```
array(  
  'per_page' => '12',  
  'columns' => '4',  
  'orderby' => 'title',  
  'order' => 'asc'  
)
```

```
[[sale_products per_page="12"]]
```

Produits les Plus Vendus

Lister les produits en vente les plus vendus.

Args:

```
array(  
  'per_page' => '12',  
  'columns' => '4'  
)
```

```
[[best_selling_products per_page="12"]]
```

Produits les Mieux Notés

Lister les produits en vente les mieux notés.

Args:

```
array(  
  'per_page' => '12',  
  'columns' => '4',  
  'orderby' => 'title',  
  'order' => 'asc'  
)
```

```
[[top_rated_products per_page="12"]]
```

Attribut de Produit

Lister les produits avec un shortcode d'attribut.

Args:

```
array(  
'per_page' => '12',  
'columns' => '4',  
'orderby' => 'title',  
'order' => 'asc',  
'attribute' => "",  
'filter' => ""  
)
```

```
[[product_attribute attribute='color' filter='black']]
```

Produits Apparentés

Lister les produits apparentés.

Args:

```
array(  
'per_page' => '12',  
'columns' => '4',  
'orderby' => 'title'  
)
```

```
[[related_products per_page="12"]]
```

Shortcodes Ratés

Si vous avez collé correctement vos shortcodes et que l'affichage a l'air incorrect, assurez-vous que vous n'avez pas mis le shortcode entre des tags `<pre>`. C'est un problème fréquent. Pour enlever ces tags, éditez la page et cliquez sur l'onglet Texte :

Trier les Produits par Champs Méta Personnalisés

Dans de nombreux shortcodes tels que :

- `[[recent_products]]`
- `[[featured_products]]`
- `[[products]]`
- `[[product_category]]`
- `[[sale_products]]`
- `[[top_rated_products]]`
- `[[product_attribute]]`
- `[[related_products]]`

Vous pouvez choisir d'ordonner des produits selon les valeurs suivantes

- `menu_order`
- `title`
- `date`
- `rand`
- `id`

en utilisant l'attribut "**orderby**", par exemple :

```
[[products skus="foo, bar, baz" orderby="date" order="desc"]].
```

Mais vous pouvez aussi trier des produits par champs méta personnalisés en utilisant le code ci-dessous (dans cet exemple nous ordonnons les produits par prix) :

```
add_filter( 'woocommerce_shortcode_products_query',  
'woocommerce_shortcode_products_orderby' );
```

```
function woocommerce_shortcode_products_orderby( $args ) {
```

```
$standard_array = array('menu_order','title','date','rand','id');
```

```
if( isset( $args[['orderby']] ) && !in_array( $args[['orderby']], $standard_array ) ) {  
    $args[['meta_key']] = $args[['orderby']];  
    $args[['orderby']] = 'meta_value_num';  
}  
  
return $args;  
}
```

Vous devez placer ce snippet dans `functions.php` dans votre dossier de thèmes et ensuite personnaliser en éditant la `meta_key`.

organiser le contenu et les images des produits

Contenu

Bien que ce ne soit pas essentiel, ça pourrait être une bonne idée de garder des versions du contenu de vos sites "hors-ligne". En plus d'avoir une autre copie (on n'a *jamais* assez de copies), il peut être utile aux membres de l'équipe de modifier, de relire et de "tester" le contenu avant de faire des changements directement sur le vrai site web. Cela peut être également utile au cas où vous voudriez éditer du contenu alors que vous n'êtes pas connecté à Internet.

Si vous commencez une nouvelle entreprise, organiser votre contenu hors-ligne pourrait vous aider à planifier et à structurer la façon dont elle va être présentée en ligne via votre site web.

Images

De nombreux points cités plus haut pour le contenu s'appliquent aussi à vos images de produit. Cependant, les images que vous utilisez hors-ligne (publiées, par exemple) seront différentes des images que vous utilisez en ligne pour votre site web. Si vous avez des images de produit à haute résolution, commencez par les organiser dans un dossier "hors-ligne" avec des dossiers individuels par produit (cela pourrait vous aider à utiliser l'UGS du produit pour ces noms de dossiers).

Dupliquez le dossier hors-ligne et renommez-le "en ligne" (ou quelque chose de ce genre). Il contiendra les images que vous utilisez sur votre site web. Il est bien d'avoir une séparation claire entre les images en ligne / hors-ligne afin que vous puissiez envoyer rapidement des images à imprimer, ou des images à utiliser pour des publications en ligne. Quelle est la différence entre les images en ligne / hors-ligne ? **La taille & la taille**. Il s'agit de la taille en tant que *dimensions* et **taille de fichier**. Évidemment ces deux choses vont souvent de pair mais ça vaut toujours le coup de garder un oeil dessus. Hors-ligne, les dimensions et la taille de fichier ont peu d'importance. En ligne c'est le contraire. Il est important que les images utilisées en ligne soient optimisées afin d'améliorer la performance et de réduire l'utilisation de la bande passante.

Quelle taille est la bonne taille ?

Commençons par les *dimensions*. Tout d'abord, vous devez décider de la *largeur maximale* à laquelle vous voulez afficher vos images sur votre site web. L'endroit le plus large où les images auront la chance d'être affichées est dans la galerie de produits en light box.

La light box (pop up) des produits sera probablement l'endroit où l'image sera affichée dans sa largeur maximale.



HOME / ACCUEIL / JEANS

streetpascher jeans 212 003

16,67€

Couleur Taille

1 en stock

AJOUTER AU PANIER

- 1 +

UGS : bleu36

Catégories : Accueil, Bags, Jeans, Jeans, Men, Shoes, Sweaters, Sweaters, T-Shirts, T-Shirts, Tops, Tops, Women

Étiquettes : JEANS DE MARQUE Robe de soirée Pas Cher, jeanspascherhomme femme enfant g, Robe de cocktail, Vêtement femme Pas Cher Fashion, Vêtement femme Pas Cher Fashion | Robe de soirée Pas Cher

Recherche...

PANIER

Votre panier est vide.

CATÉGORIES PRODUIT

ACCUEIL

JEANS

BAGS

JEANS

MEN

SHOES

SWEATERS

SWEATERS

T-SHIRTS

T-SHIRTS

TOPS

Cela va généralement se résumer à faire des analyses (analytics) pour regarder quelle résolution d'écran est la plus populaire parmi vos utilisateurs. Ensuite redimensionnez toutes vos images "en ligne" à une taille appropriée à cette résolution. Par exemple, si la résolution la plus populaire est 1600×1200 vous mettrez vos images à 1000×1000. En règle générale, tout ce qui sera autour de 800 px fonctionnera généralement bien pour les images en pleine grandeur. Mais si vous vendez des produits très complexes vous envisagerez quelque chose de plus large, en particulier si vous voulez la perfection en termes de pixels sur les écrans Retina. Assurez-vous de garder un œil sur la **taille de fichier** de ces images car cela affectera directement toutes les vignettes de produits de tout votre site web. Cela aura un impact à la fois sur l'utilisation de votre bande passante (qui peut devenir significative si vous avez une limite basse (low limit) et une faible mise en cache (poor caching)) et sur la performance générale du site. Les images larges mettent plus de temps à se charger et utilisent plus de bande passante.

Si vous éditez vos images de produit dans Photoshop assurez-vous d'utiliser *Fichier > Sauvegarder pour le web et les appareils* lorsque vous exportez. Vous pouvez ici jouer avec la qualité pour réduire encore plus la taille de fichier. Vous pouvez aussi utiliser différentes applications exécutées par des tierces parties pour optimiser les images et réduire encore plus la taille de fichier. Si vous utilisez un Mac, allez voir [ImageOptim](#) qui fait un super boulot.

Vignettes de produits

Heureusement, WordPress et WooCommerce font un super boulot pour vous créer le reste des vignettes utilisées tout le long de votre site. Cela signifie que les images de produit en pleine grandeur sont les seules que vous devez créer manuellement.

Les vignettes de produits (utilisés tout le long de votre site) sont créées dynamiquement par WordPress quand vous téléchargez les images en pleine grandeur. Même si cela veut dire que la

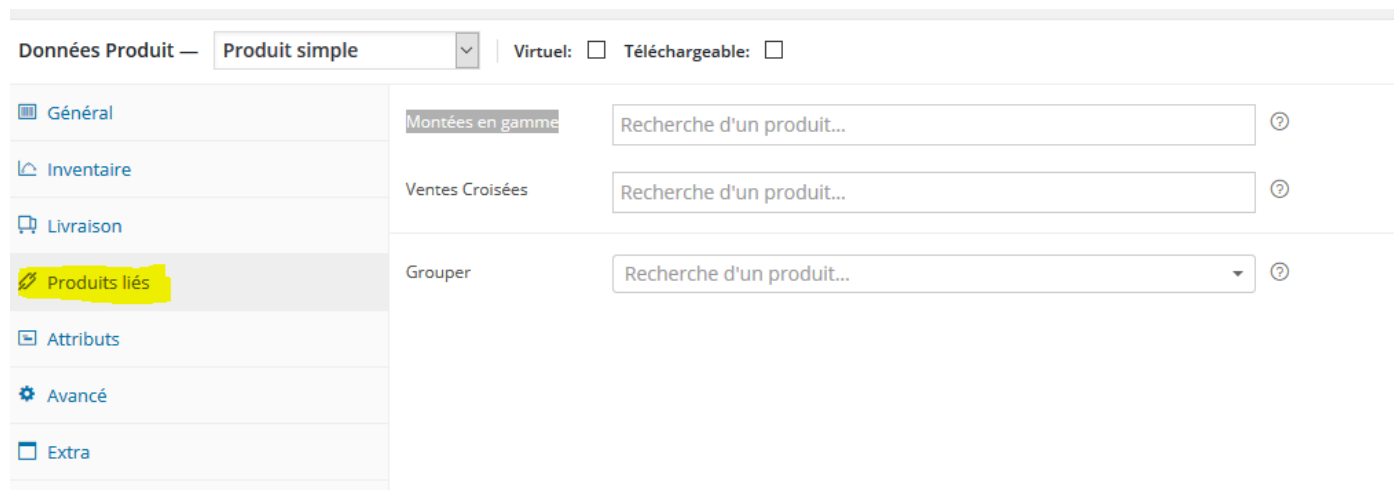
plupart du travail est fait, cela montre l'importance d'optimiser vos images qui sont en pleine grandeur. Si les images en pleine grandeur sont optimisées, cela diminuera la taille de fichier de *toutes* les vignettes basées sur cela. Alors cela vaut le coup d'investir du temps dans l'optimisation.

Tailles des Vignettes de Produits

L'image de produit en pleine grandeur n'est en fait utilisée que dans la galerie en table lumineuse. Toutes les autres images de produit dans WooCommerce sont des vignettes générées dans des tailles spécifiques et *basées* sur les images en pleine grandeur que vous téléchargez. Ces tailles de vignettes sont définies dans les paramètres de WooCommerce. Il est important que vous configuriez ces paramètres de dimension correctement pour votre thème. Vous pouvez vous renseigner sur quelles dimensions d'image sont appropriées ici. Assurez-vous de le lire, parce que si vos dimensions d'image sont trop petites alors vos vignettes de produits seront pixelisées/floues sur le frontend, indépendamment de la taille des images en pleine grandeur.

Produits Liés et vente croisées

Dans la zone administrateur de WooCommerce, quand vous éditez les données de produits il y a un onglet "Produits Liés". Les produits peuvent être apparentés les uns aux autres de trois manières : en ventes incitatives, en ventes croisées ou en ayant les mêmes tags ou catégories.



The screenshot shows the 'Données Produit' section of the WooCommerce admin interface. The product type is 'Produit simple'. There are checkboxes for 'Virtuel' and 'Téléchargeable'. The left sidebar contains tabs for 'Général', 'Inventaire', 'Livraison', 'Produits liés' (highlighted in yellow), 'Attributs', 'Avancé', and 'Extra'. The main content area shows three sections: 'Montées en gamme' with a search input, 'Ventes Croisées' with a search input, and 'Grouper' with a dropdown menu and a search input.

Onglet de Produits liés

Ventes incitatives/Montées en gamme

Les ventes incitatives sont des produits que vous recommandez au lieu du produit visualisé actuellement, par exemple, des produits qui sont plus rentables ou de meilleure qualité ou plus chers. En fonction du modèle de votre site, ces produits seront affichés sur la page du produit seul en-dessous de la description de produit.

- Les ventes incitatives (définies par l'utilisateur) sont affichées sur la page du produit.

Ventes croisées

Les ventes croisées sont des produits que vous promouvez dans le panier basés sur le produit actuel. En fonction du modèle de votre site, elles seront affichées sur la page du panier sous le tableau des produits du panier avec une image en vignette.

- Les ventes croisées (définies par l'utilisateur) sont affichées sur la page du panier.

Produits apparentés

Les produits apparentés sont une section dans certains modèles qui attirent d'autres produits de votre store qui partagent les mêmes tags ou catégories que le produit actuel. Ces produits ne peuvent pas être spécifiés dans l'administration, mais peuvent être influencés en groupant des produits similaires dans la même catégorie ou en utilisant les mêmes tags.

- Les produits apparentés (automatique) sont aussi affichés sur la page du produit.

Nous avons de la documentation qui vous montre comment changer le nombre du résultat de produits apparentés ou comment enlever les posts apparentés.

CHAPITRE 5 VENDRE AVEC WOOCOMMERCE

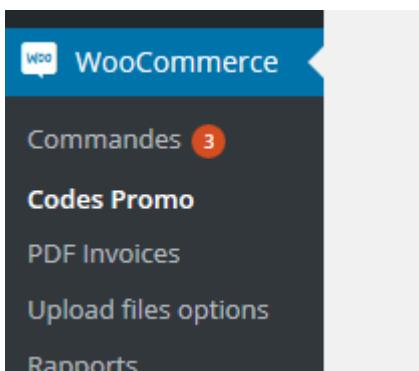
Gestion des coupons de réduction / Code promo dans WooCommerce

Les coupons sont une façon super pour offrir des remises et des récompenses à vos clients et peuvent aider à promouvoir les ventes dans toute votre boutique.

Si vous voulez utiliser des coupons avec WooCommerce, vous devez d'abord les activer dans les paramètres de WooCommerce. Allez dans : **WooCommerce** > **Paramètres** > **Caisse** pour activer les coupons.

Ajouter un coupon

Pour ajouter un coupon, allez dans : **WooCommerce** > **Code Promos**. Vous pouvez éditer des coupons existants ou créer un nouveau coupon en sélectionnant **Ajouter un Coupon**.



Vous verrez un champ de **code Coupon** et un champ facultatif de **Description** ainsi que trois sections pour poser des restrictions et des limites. Ces options rendent les coupons dans WooCommerce très flexibles.

Ajouter un nouveau Code Promo




65 characters left

Dans les champs supérieurs, remplissez ces champs :

- **Code coupon** – Code utilisé par le client pour appliquer le coupon.
- **Description** – Facultatif, si vous voulez décrire le coupon.

Ensuite, il y a trois sections que vous pouvez utiliser pour poursuivre la configuration de votre coupon : **Général**, **Restriction d'Utilisation** et **Limites d'Utilisation**.

Données Code Promo

 Général	Type de remise	Remise panier
 Restriction d'usage	Montant du code	0
 Limites d'utilisation	Permettre la livraison gratuite	<input type="checkbox"/> Cochez cette case si le code promo inclue la livraison gratuite valide" (voir le réglage "La livraison gratuite r
	Date d'expiration du code	AAAA-MM-JJ

Général

Type de remise :

- **Réduction du panier** – Une réduction totale fixe pour le panier entier.
- **Réduction en % du panier** – Une réduction en pourcentage pour le panier entier.
- **Réduction du produit** – Une réduction totale fixe seulement pour les produits sélectionnés.
- **Réduction en % du produit** – Une réduction en pourcentage seulement pour les produits sélectionnés.
- **Montant du coupon** – Valeur fixe ou pourcentage de réduction en fonction du type de remise que vous choisissez. Entré(e) sans l'unité de la devise ou sans signe de pourcentage puisqu'ils seront ajoutés automatiquement, ex : "10" pour 10€ ou 10%.
- **Autoriser la livraison gratuite** – Enlève les frais de livraison lorsqu'un coupon est utilisé. Nécessite l'activation de la livraison gratuite.
- **Date d'expiration du coupon** – Date à laquelle le coupon devrait expirer et à laquelle il ne pourra plus être utilisé. L'expiration se produira à minuit à la date choisie.

Restriction d'Utilisation

- **Dépense minimum** – Ce champ vous permet de fixer le sous-total minimum requis pour utiliser le coupon. Note : La somme du sous-total du panier + la taxe sont utilisées pour comparer avec ce montant minimum
 - **Usage individuel seulement** – Cochez si vous ne voulez pas que ce coupon soit utilisé en addition d'autres coupons. Les coupons par panier ne fonctionneront pas si un article en vente est ensuite ajouté au panier.
 - **Exclure les articles en soldes** – Cochez si vous ne voulez pas que ce coupon s'applique aux produits en soldes. Les coupons par panier ne fonctionneront pas si un article en soldes est alors ajouté au panier.
 - **Produits** – Une liste de produits que le panier doit contenir pour que le coupon soit valide ; ou des "Réductions de produits" pour lesquelles les produits sont au rabais.
 - **Exclure des produits** – Une liste de produits que le panier ne doit **pas** contenir pour que le coupon soit valide ; ou pour des "Réductions de Produits" pour lesquelles les produits ne sont pas au rabais.
 - **Catégories de produits** – Une liste de catégories de produits que le panier doit contenir pour que le coupon soit valide ; ou pour des "Réductions de produits" pour lesquelles les produits sont au rabais.
 - **Exclure des catégories** – Une liste de catégories de produits que le panier ne doit **pas** contenir pour que le coupon soit valide ; ou pour des "Réductions de Produits" pour lesquelles les produits ne sont pas au rabais.
 - **Restrictions d'e-mails** – une liste d'adresses e-mails autorisées pour utiliser un coupon. Cela est vérifié avec l'e-mail de facturation du client.
-

Limites d'Utilisation

- **Limite d'utilisation par coupon** – Le nombre de fois qu'un coupon peut être utilisé par tous les clients avant d'être non valable.
- **Limiter l'utilisation à X articles** – Par rapport au nombre d'articles pour lesquels le coupon peut être appliqué avant d'être non valable.
- **Limite d'utilisation par utilisateur** – Le nombre de fois qu'un coupon peut être utilisé par chaque client avant d'être non valable pour ce client.

Les Modes de paiement

Mode de paiement Paypal

Configuration

PayPal Standard amène les clients de votre site vers PayPal pour terminer de payer leur commande.

Pour commencer, vous devrez activer PayPal standard et en écrire une description simple. L'information la plus importante que vous devez configurer avant de prendre des paiements est votre adresse e-mail PayPal. Saisissez-la dans le champ E-mail PayPal. Si vous ne possédez pas de compte avec PayPal assurez-vous de vous inscrire à un compte professionnel avec eux. C'est complètement gratuit.

Général | Produits | TVA | **Commande** | Livraison | Comptes | Emails | API

[Options commande](#) | [Virement bancaire](#) | [Chèque](#) | [Paiement à la livraison](#) | **PayPal**

PayPal

PayPal standard envoie les clients sur PayPal pour saisir leurs informations de paiement. PayPal IPN nécessite le support de fsockopen/cURL pour actualiser les statuts de commandes après paiement. Vérifiez la page de [statut système](#) pour plus de détails.

Activer/Désactiver Activer PayPal standard

Titre ⓘ

Description ⓘ

Email PayPal ⓘ

A partir de là, vous pouvez activer PayPal Sandbox en tant que zone d'essai pendant le développement de votre boutique. Avec Sandbox activé aucun paiement ne sera accepté. Lisez la documentation pour PayPal Sandbox sur leur site.

Bac à sable PayPal

Activer PayPal sandbox

La sandbox PayPal peut être utilisée pour les tests de paiement. Inscrivez-vous [ici](#) pour un compte développeur.

La journalisation peut aussi être mise en route ce qui peut être utile pendant le développement. L'url des fichiers journaux de PayPal ressemblera à quelque chose comme ceci **wc-logs/paypal-ccf2fdcbf81b53e25f70bfc2a2aa29bf.log** (vous aurez peut-être besoin de créer le dossier wc-logs et de définir des permissions pour qu'il soit modifiable en écriture).

Options de Livraison

Ensuite, on a deux options de livraison. D'abord, WooCommerce peut envoyer des détails de livraison à PayPal au lieu de la facturation. Pratique, si vous utilisez PayPal pour créer des étiquettes de livraison.

Deuxièmement, on a l'option de contournement d'adresse, bien que nous vous recommandions de la garder désactivée elle peut être utilisée pour éviter que les informations de l'adresse soient changées.

Veillez noter : Lors de la sélection de l'option pour envoyer les détails de Livraison, PayPal vérifie les adresses passées et peut souvent rejeter le client s'il ne reconnaît pas entièrement l'adresse.

Options Avancées

Dans options Avancées il y a quelques champs que vous pouvez utiliser en cas de besoin.

Options avancées

Email du Destinataire

Token d'Identité PayPal

Préfix de la facture

Détails de la livraison Envoyer les détails de livraison à PayPal au lieu de ceux de facturation.
PayPal permet d'envoyer à une adresse. Si vous utilisez PayPal pour les étiquettes de livraison, vous pouvez préférer envoyer l'adresse de livraison plutôt que celle de facturation.

Outrepasser l'adresse Activez "address_override" pour éviter que l'adresse soit changée.
PayPal vérifie les adresses donc ce paramètre peut causer des erreurs (nous recommandons de le laisser désactivé).

Action de paiement

Page styles

- L'e-mail du destinataire peut être utilisée si votre adresse e-mail qui reçoit les paiements est différente de l'adresse e-mail principale de votre compte PayPal.
- Vous pouvez utiliser un préfixe de facture pour ajouter un préfixe aux factures dans PayPal.
- L'action de paiement vous permet de choisir de récolter les fonds immédiatement ou simplement d'autoriser le paiement.
- Le style de page est un paramètre facultatif où vous pouvez entrer le nom d'un style de page à partir de votre compte PayPal.
- Enfin, le jeton d'identité de PayPal peut être utilisé pour vérifier des paiements si vous avez des problèmes d'IPN (notification instantanée de paiement).

Informations d'authentification API

Il y a trois champs dans lesquels coller vos informations d'authentification API de PayPal. Le nom d'Utilisateur API, le Mot de passe API et la Signature API. Apprenez comment obtenir ces informations de PayPal ici.

Informations d'identification API

Entrez vos informations d'identification API pour procéder aux remboursements via PayPal. Découvrez comment accéder à d'identification API [ici](#).

Identifiant API ?

Mot de passe API ?

Signature API ?

[Enregistrer les changements](#)

Données communiquées à PayPal

La passerelle PayPal passera des articles individuels à PayPal (nom du produit, prix et quantité) à moins que :

- Vos prix soient définis TTC
- Vous ayez plus de 9 articles (avec la livraison) – PayPal ne supporte que 9 articles.

C'est pour éviter les erreurs d'arrondi et pour s'assurer que les totaux corrects sont facturés. Lorsque des articles individuels ne sont pas envoyés, les articles sont groupés et nommés "Order #x" ("Commande #x").

L'URL de notification de PayPal

Bien que la plupart des personnes n'auront pas besoin de le définir, si vous avez des problèmes à définir l'IPN ceci pourrait vous aider. Paramétrez l'URL via votre compte PayPal. Pour ce faire, utiliser l'URL suivante et remplacez exemple.com par votre propre URL :

http://exemple.com/?wc-api=WC_Gateway_Paypal

Vous devrez la définir dans votre compte PayPal. Dans votre compte professionnel de PayPal naviguez jusqu'à **Profil et paramètres > Mes outils de vente**. Cliquez sur Notifications instantanées de paiement pour définir l'URL.

Renvoi Automatique

Comme le nom l'indique, vous pouvez paramétrer le renvoi automatique dans votre compte PayPal qui conduira les clients à une page de reçu. Par exemple, utilisez l'URL suivante et remplacez exemple.com par votre propre URL :

exemple.com/checkout/order-received/ (exemple.com/caisse/commande-reçue/)

Indépendamment de ce paramètre, cela redirige dynamiquement vers la page de reçu correcte.

Ajoutez `?utm_nooverride=1` à la fin de votre URL si vous voulez vous **assurer que les transactions (i.e. les conversions) soient créditées sur la source de trafic originale**, plutôt que sur PayPal.

FAQ de PayPal

J'ai des commandes en attente, mais aucun paiement n'a été reçu ?

Si le client abandonne la commande dans PayPal (et non dans votre boutique WooCommerce), la commande sera "en attente" (non payée). Aucune action n'est nécessaire.

Ai-je besoin d'un certificat SSL ?

Le paiement est effectué hors du site, sur le site web de PayPal et pas votre caisse. Ajouter un certificat SSL est facultatif.

**Pourquoi est-ce que je reçois des paiements, mais que mes commandes sont toujours en attente ?
OU Pourquoi mon panier ne se vide-t-il pas après avoir effectué le paiement ?**

Dans ce cas, l'IPN de PayPal ne marche pas, vérifiez votre serveur. Voir ci-dessous.

Pourquoi est-ce que j'obtiens une Internal Server Error (Erreur Interne du Serveur) ?

Si vous voyez le message d'erreur suivant après avoir appuyé sur le bouton d'achat, l'adresse e-mail que vous avez saisie dans les paramètres de PayPal est incorrecte :

Qu'est-ce que PayPal IPN ?

Les Notifications Instantanées de Paiement de PayPal disent à votre boutique que le paiement a été effectué avec succès (ou non). Pour en savoir plus sur la façon de configurer cela sur PayPal, veuillez lire leur documentation ici : [Comment Activer l'IPN dans votre Compte PayPal](#).

Utiliser le même compte PayPal avec plusieurs sites web

WooCommerce utilise un système de "facture". Il y a un paramètre qui "bloque les factures en double". Avec 2 sites web utilisant des factures il est inévitable qu'il y aura des numéros de facture en double. En désélectionnant ce paramètre dans PayPal, il n'y aura pas de problème de factures. Veuillez vérifier que le paramètre de Préfixe de Facture dans vos paramètres PayPal de WooCommerce est différent pour chaque site.

Déboguer les problèmes d'IPN

Testez-vous localement ?

Si vous testez localement, sur MAMP par exemple, PayPal ne sera pas en mesure de parler à votre boutique. Ceci est normal – ça marchera quand vous l'hébergerez sur le web.

Vérifiez que votre serveur supporte fsockopen

La passerelle doit parler à PayPal pour vérifier la validité des notifications – pour cela elle doit supporter fsockopen. La fonction exacte utilisée est

`http://codex.wordpress.org/Fonction_API/wp_remote_post`

*Pour vérifier qu'elle est supportée par votre serveur allez dans **WooCommerce > Etat du Système** et regardez les résultats.

Vérifiez si votre serveur a un pare-feu

La passerelle parle à PayPal via une url https – votre pare-feu doit avoir le port 443 sortant ouvert.

Activez la Journalisation

Après avoir activé les journaux via les paramètres, vérifiez que les réponses sont effectivement reçues. Si elles ne le sont pas alors le problème peut être due à votre installation WordPress ou à un conflit de plugin. Désactiver les autres plugins.

Vérifiez les Adresses E-mail

Vérifiez que l'Adresse E-mail (dans les paramètres de passerelle PayPal) correspond à l'adresse e-mail suivie par l'IPN. Utilisez votre adresse e-mail primaire pour votre compte PayPal. Le non-respect de cette exigence se soldera par un rejet de la réponse IPN.

Vérifiez les conflits

Si le statut de la commande ne se transforme pas en commande terminée veuillez vérifier s'il y a un conflit avec W3 Total Cache.

Devise dans le mode PayPal Sandbox

Lorsque PayPal est en mode sandbox, il met automatiquement les paiements en attente s'ils sont effectués dans une devise autre que la devise de sandbox. Assurez-vous que la devise que vous avez définie dans PayPal sandbox est la même que la devise dans votre boutique WooCommerce.

Pourquoi les clients ne voient-ils pas le lien pour télécharger leurs produits après avoir payé et été redirigés vers mon site web ?

Cela pourrait être le signe que l'IPN ne fonctionne pas correctement avec votre site web. Une solution alternative possible est d'activer le Transfert des Données de Paiement (PDT). Dans vos paramètres de compte PayPal, assurez-vous d'essayer de paramétrer ce qui suit :

Avec le Jeton d'Identité PDT copié, vous pouvez le coller dans le champ **WooCommerce > Paramètres > Caisse > PayPal** :

Ça ne marche toujours pas ?

Entrez en contact avec votre hébergeur. Certains hébergeurs, comme Godaddy, sont connus pour avoir des problèmes avec l'IPN mais malheureusement cela n'est pas de notre ressort.

Autres Problèmes

Message "Le vendeur accepte seulement les paiements provenant de paiements non cryptés"

Le message "Le vendeur accepte seulement les paiements provenant de paiements non cryptés" est de PayPal. Cette erreur est affichée parce que le Profil de votre Compte PayPal est configuré pour seulement accepter les paiements provenant de boutons "non cryptés" cependant, le code de votre bouton item n'est "pas" crypté. Cette condition interrompt le processus de paiement et affiche le message d'erreur.

Pour désactiver cette option :

1. Connectez-vous à votre Compte PayPal.
2. Sélectionnez l'onglet **Profil** ou le lien **Editer le Profil**.
3. Dans "Préférences de Vente", sélectionnez **Préférences de Paiement des sites web**.
4. Dans la section intitulée "Paiements de site web cryptés" sélectionnez **Off**.
5. **Sauvegardez** les changements.

Mode de paiement Chèque

Le chèque est une passerelle simple qui ne requiert pas de paiement lors de la caisse ; les commandes sont mises en suspens pour approbation manuelle.

Chèque

Autorise les paiements par chèque. Pourquoi voudriez-vous prendre des chèques ? Et bien, vous ne l'utiliserez pas

Activer/Désactiver Activer le Paiement par Chèque

Titre ⓘ Paiement par Chèque

Description ⓘ Veuillez envoyer votre chèque à
DDLX
151 rue des chênes verts

Instructions ⓘ Veuillez envoyer votre chèque à
DDLX
151 rue des chênes verts

[Enregistrer les changements](#)

La passerelle Chèque n'implique pas de configuration à part préciser à l'ordre de qui le client devra libeller le chèque.

Mode de paiement virement bancaire

BACS (Bank Account Clearing System), plus communément connu comme virement bancaire direct/virement électronique direct est une passerelle simple qui ne requiert pas de paiement – les commandes sont mises en suspens jusqu'à ce que le paiement soit autorisé en dehors de WooCommerce.

BACS a les paramètres suivants :

- **Activer/Désactiver** – Activer ou Désactiver la passerelle BACS.
- **Titre** – Choisir le titre qui est montré à l'utilisateur pendant la caisse.
- **Message Client** – Ajouter un message personnalisé montré à l'utilisateur s'il choisi BACS.
- **Détails du Compte** – Saisissez facultativement les détails du compte montrés à l'utilisateur sur la page de remerciements et dans les e-mails de commande après être passé à la caisse en ayant choisi BACS.

WooCommerce > Paramètres > Passerelle de Paiement > BACS

Aide ▾

Général Produits TVA **Commande** Livraison Comptes Emails API

[Options commande](#) | [Virement bancaire](#) | [Chèque](#) | [Paiement à la livraison](#) | [PayPal](#)

Virement bancaire

Autoriser les paiements par virement bancaire.

Activer/Désactiver Activer le Virement Bancaire

Titre ⓘ

Description ⓘ

Instructions ⓘ

Détails du compte:

Nom du Compte	Numéro du Compte	Nom de la Banque	Code guichet	IBAN	BIC / Swift

Mode de paiement : Paiement à la livraison

Le Paiement à la Livraison (COD, Cash on Delivery) est une passerelle de paiement incluse dans WooCommerce en base.

Général | Produits | TVA | Commande | **Livraison** | Comptes | Emails | API

[Options commande](#) | [Virement bancaire](#) | [Chèque](#) | **Paiement à la livraison** | [PayPal](#)

Paiement à la livraison

Demandez à vos clients de payer en espèces (ou par tout autre moyen) à la livraison.

Activer le paiement à la livraison Activer le Paiement à la Livraison

Titre

Description

Instructions

Activer les méthodes d'expédition

Accepter pour les commandes virtuelles Accepter le paiement à la livraison si les commandes sont virtuelles

[Enregistrer les changements](#)

COD a les paramètres suivants :

1. **Activer COD** – Activer ou désactiver la méthode de paiement
2. **Titre** – Le titre montré pendant la caisse pour cette méthode. Par défaut “Cash on Delivery”.
3. **Description** – Description de la méthode de paiement que le client voit sur son site web.
4. **Instructions** – Affiche les instructions à l'utilisateur, s'il choisit cette méthode de paiement.
5. **Activer pour les méthodes de livraison (WC 2.0+)** – Choisir les méthodes de livraison qui doivent être utilisées pour activer le Paiement à la Livraison.

Une fois que le paiement a été reçu, vous pouvez alors changer le statut de la commande. Pour en savoir plus, lire : [Gérer des Commandes](#).

Mode de paiement : Carte Bleu avec Simplify

La passerelle Simplify Commerce vous permet de prendre les paiements par carte de crédit directement sur votre boutique.

Veillez noter : Le service est actuellement seulement disponible pour les commerçants aux Etats-Unis. Lisez également la liste des activités commerciales interdites.

Besoins

Pour fonctionner, Simplify Commerce a besoin de quelques items :

1. Un serveur avec un support CURL (pour communiquer avec l'API)
 2. PHP 5.3+ (une exigence du SDK utilisé)
 3. WooCommerce 2.0+
 4. Une configuration SSL/HTTPS pour garder les données du client sécurisées
-

Configuration

Pour commencer, vous devrez postuler pour un compte avec Simplify Commerce. Il y a un lien pour cela dans la page des paramètres. Allez dans : **WooCommerce > Paramètres > Caisse > Simplify Commerce**. La première chose que vous verrez est une boîte vous demandant de vous inscrire. Sélectionnez **S'inscrire à Simplify Commerce** pour commencer. Une approbation ou un refus apparaissent presque instantanément.

Une fois approuvé, il y a d'autres étapes à franchir.

- **Activer Simplify Commerce** – Cochez cette case pour activer la passerelle et la rendre disponible pour vos clients.
- **Titre** – C'est ce que vos clients verront lors de la sélection de la passerelle qu'ils veulent utiliser lors de la caisse.
- **Description** – Utilisé à côté du titre pour fournir plus d'informations sur cette passerelle.
- **Mode de Paiement** – Deux options sur la façon dont vous voulez que le formulaire de carte apparaisse.
 - *Standard* – Le champ de carte apparaît sur la page de la caisse
 - *Paiements Hébergés* – Les Paiements Hébergés doivent être activés dans vos paramètres de Clés API.
 - Avec SSL : Un dialogue modal apparaîtra sur votre page de caisse.
 - Sans SSL / Les clients sont redirigés vers le site sécurisé de Simplify Commerce pour payer.
- **Couleur du Mode** – Disponible seulement avec les Paiements Hébergés sélectionnés au-dessus dans Mode de Paiement.
- **Sandbox** – L'activation du mode Sandbox vous permettra de tester des commandes en utilisant les numéros test de carte de crédit qu'on peut trouver ici : [Simplify – Tester les numéros de carte de crédit de commande](#). Le mode Sandbox ne requiert pas de certificat

SSL. Assurez-vous que le mode Sandbox est désactivé sur un site live, pour que vous puissiez saisir vos Clés Publique & Privée.

- **Clé Publique** – C'est votre clé live que vous pouvez trouver dans votre section **Clés API** pour des paiements live. SSL est requis.
- **Clé Privée** – C'est votre clé live que vous pouvez trouver dans votre section **Clés API** pour des paiements live. SSL est requis.
- **Clé Publique Sandbox** – Sandbox doit être activé pour utiliser ce champ.
- **Clé Privée Sandbox** – Sandbox doit être activé pour utiliser ce champ.

Obtenir Vos Clés API à partir de Simplify Commerce

FAQ

La méthode ne s'affiche pas

Si Sandbox est désactivé, un certificat SSL doit être installé sur votre site afin d'utiliser Simplify Commerce.

Un autre problème serait que votre emplacement de base n'est pas paramétré sur Etats-Unis.

J'ai une erreur API

Assurez-vous que vous avez entré les bonnes Clés Publique & Privée (pas les clés test) et que Sandbox est désactivé.

Est-ce que cette extension supporte les souscriptions automatiques ?

A partir de WooCommerce 2.2+, Simplify marche désormais avec des paiements récurrents manuels et automatiques dans notre extension Souscriptions.

Termes et Conditions

Simplify Commerce peut demander à ce que le site web contienne une page des Termes et Conditions avant d'approuver votre compte. Si vous avez besoin d'aide pour la configurer, veuillez vous référer à la section Page de la Caisse dans la documentation sur la Configuration des Paramètres de WooCommerce.

Comment puis-je envoyer une deuxième facture à partir de Simplify à mes clients ?

Pour l'instant WooCommerce ne prend pas cela en charge. Alors, veuillez contacter Simplify pour configurer cela et lisez leur documentation sur l'envoi des factures clients.

Les passerelles de paiement externe

Les Passerelles de Paiement dans WooCommerce sont basées sur des classes et peuvent être ajoutées à l'aide des plugins traditionnels. Ce guide fournit une intro au développement des passerelles.

Types de passerelles de paiement

Il y a plusieurs variétés de passerelles de paiement :

1. **Basées sur formulaire** – C'est là où l'utilisateur doit cliquer sur un bouton sur un formulaire qui le redirige ensuite vers le processeur de paiement sur le propre site web de la passerelle. *Exemple* : PayPal standard, Authorize.net DPM
2. **Basées sur iframe** – C'est quand le système de paiement des passerelles est chargé à l'intérieur d'une iframe sur votre boutique. *Exemple* : SagePay Form, PayPal Advanced
3. **Directes** – C'est quand les champs de paiement sont affichés directement sur la page de la caisse et que le paiement est effectué quand on appuie sur "commander". *Exemple* : PayPal Pro, Authorize.net AIM
4. **Hors-ligne** – Aucun paiement en ligne n'est effectué. *Exemple* : Chèque, Virement Bancaire

Les passerelles basées sur formulaire ou iFrame postent des données hors-site ce qui signifie que vous avez moins à vous soucier des problèmes de sécurité. Les passerelles de paiement cependant nécessitent que la sécurité du serveur soit implémentée (certificats SSL etc.) et peuvent aussi nécessiter un niveau de conformité PCI.

Créer une passerelle de paiement basique

Les passerelles de paiement devraient être créées comme des plugins additionnels qui s'accrochent dans WooCommerce. A l'intérieur du plugin vous devriez créer votre classe après que le plugin est chargé. Exemple :

```
add_action( 'plugins_loaded', 'init_your_gateway_class' );
```

Il est également important que votre classe de passerelle élargisse la classe des passerelles de base de WC pour que vous ayez accès aux méthodes importantes et aux paramètres API :

```
function init_your_gateway_class() {  
class WC_Gateway_Your_Gateway extends WC_Payment_Gateway {}  
}
```

Vous pouvez visualiser la classe [WC Payment Gateway dans les Docs API](#).

Outre définir votre classe, vous devez aussi dire à WC qu'elle existe. Vous pouvez le faire en filtrant `woocommerce_payment_gateways`:

```
function add_your_gateway_class( $methods ) {  
$methods[] = 'WC_Gateway_Your_Gateway';
```

```
return $methods;
}
```

```
add_filter( 'woocommerce_payment_gateways', 'add_your_gateway_class' );
```

Méthodes Requises

La plupart des méthodes sont héritées de la classe `WC_Payment_Gateway`, cependant, certaines sont requises dans votre passerelle personnalisée.

`__construct()`

Dans votre constructeur vous devriez définir les variables suivantes :

- `$this->id` – ID unique pour votre passerelle. ex : `'your_gateway'`
- `$this->icon` – Si vous voulez afficher une image à côté du nom de la passerelle sur le frontend, entrez une URL pour une image.
- `$this->has_fields` – Bool. Peut être défini comme `true` (vrai) si vous voulez que les champs de paiement soient affichés lors de la caisse (si on fait une intégration directe).
- `$this->method_title` – Titre de la méthode de paiement affichée sur la page admin.
- `$this->method_description` – Description de la méthode de paiement affichée sur la page admin.

Votre constructeur devrait aussi définir et charger les champs des paramètres :

```
$this->init_form_fields();  
$this->init_settings();
```

Nous traiterons de `init_form_fields()` plus tard, mais cela définit en gros vos paramètres qui sont ensuite chargés avec `init_settings()`.

Après que `init_settings()` est appelé, vous pouvez prendre les paramètres et les charger dans des variables, ex:

```
$this->title = $this->get_option( 'title' );
```

Finalement, vous devez ajouter un hook de sauvegarde pour vos paramètres :

```
add_action( 'woocommerce_update_options_payment_gateways_' . $this->id, array( $this, 'process_admin_options' ) );
```

`init_form_fields()`

Utilisez cette méthode pour configurer `$this->form_fields` – ce sont les options que vous montrerez dans l'admin sur votre page de paramètres de passerelle et vous utiliserez [les Paramètres API de WC](#).

Un ensemble basique de paramètres pour votre passerelle consisterait en *enabled*, *title* et *description*:

```

$this->form_fields = array(
    'enabled' => array(
        'title' => __( 'Activer/Désactiver', 'woocommerce' ),
        'type' => 'checkbox',
        'label' => __( 'Activer le Paiement par Chèque', 'woocommerce' ),
        'default' => 'yes'
    ),
    'title' => array(
        'title' => __( 'Titre', 'woocommerce' ),
        'type' => 'text',
        'description' => __( 'Ceci contrôle le titre que l'utilisateur voit lors de la caisse.', 'woocommerce' ),
        'default' => __( 'Paiement par Chèque', 'woocommerce' ),
        'desc_tip' => true,
    ),
    'description' => array(
        'title' => __( 'Message Client', 'woocommerce' ),
        'type' => 'textarea',
        'default' => »
    )
);

```

process_payment(\$order_id)

Maintenant la partie la plus importante de la passerelle ; s'occuper du paiement et traiter la commande. Process_payment dit aussi à WC où rediriger l'utilisateur – ceci est rendu en tableau.

Voici un exemple de fonction process_payment de la passerelle Chèque :

```

function process_payment( $order_id ) {
    global $woocommerce;
    $order = new WC_Order( $order_id );

    // Marquer comme suspendu (nous attendons le chèque)
    $order->update_status('on-hold', __( 'Nous attendons le paiement par chèque', 'woocommerce' ));

    // Réduire les niveaux de stock
    $order->reduce_order_stock();

    // Enlever le panier
    $woocommerce->cart->empty_cart();

    // Rediriger vers la page de remerciements
    return array(
        'result' => 'success',
        'redirect' => $this->get_return_url( $order )
    );
}

```

Comme vous pouvez le voir, le but est de :

- Obtenir et mettre à jour la commande en cours de traitement

- Réduire le stock et vider le panier
- Dire que l'opération a été réussie et rediriger l'URL (dans ce cas la page de remerciements)

Le chèque donne à la commande le statut suspendu puisque le paiement ne peut pas être vérifié automatiquement. Cependant, si vous construisez une passerelle directe vous pouvez en fait terminer la commande ici à la place. Quand une commande est payée, au lieu d'utiliser `update_status` vous devriez utiliser `payment_complete`:

```
$order->payment_complete();
```

Cela va assurer que les réductions de stock sont faites et que le statut est changé en la valeur correcte.

Si votre paiement échoue, au lieu de retourner le tableau d'opération réussie vous devriez lancer un message d'erreur et retourner null:

```
wc_add_notice( __('Erreur de Paiement:', 'woothemes') . $error_message, 'error' );  
return;
```

WooCommerce décèlera cette erreur et l'affichera sur la page de la caisse.

Mettre à jour le statut de la commande et ajouter des notes

En utilisant des fonctions dans la classe des commandes on peut mettre à jour le statut de la commande. Vous devriez faire cela seulement si le statut de la commande ne change pas (auquel cas vous devriez utiliser `payment_complete()`). Un exemple de mise à jour vers un statut personnalisé serait :

```
$order = new WC_Order( $order_id );  
$order->update_status('on-hold', __('Nous attendons le paiement par chèque', 'woothemes'));
```

L'exemple ci-dessus met à jour le statut en suspendu et ajoute une note informant le propriétaire que le chèque est attendu. Vous pouvez ajouter des notes sans mettre à jour un statut de commande - c'est utilisé pour ajouter un message de débogage :

```
$order->add_order_note( __('Paiement IPN terminé', 'woothemes') );
```

Pratique optimale du statut de la commande

- Si la commande a été faite mais que l'admin doit vérifier manuellement le paiement utilisez **suspendue**
 - Si la commande échoue et a déjà été créée, configurez avec **échouée**
 - Si le paiement est terminé laissez WooCommerce se charger du statut et utilisez `$order->payment_complete()`. WC utilisera soit le statut **terminée** soit le statut **en cours de traitement** et s'occupera du stock.
-

Notes sur les Passerelles Directes

Si vous créez une passerelle directe avancée (i.e. une qui prend les paiements sur la page-même de la caisse) il y a quelques étapes additionnelles impliquées. D'abord, vous devez paramétrer `has_fields` en `true` (vrai) dans le constructeur de passerelle :

```
$this->has_fields = true;
```

Cela dit à la caisse de sortir une `'payment_box'` (boîte de paiement) contenant votre formulaire de paiement direct que vous définirez ensuite. Créez une méthode appelée `payment_fields()` – elle contient votre formulaire, qui va probablement contenir les données de carte de crédit.

La méthode suivante que vous pouvez facultativement ajouter est `validate_fields()`. Renvoyez `true` si le formulaire passe la validation, ou `false` s'il échoue. Vous pouvez utiliser la fonction `wc_add_notice()` si vous voulez aussi ajouter une erreur et la montrer à l'utilisateur.

Enfin, vous devrez ajouter le code de paiement à l'intérieur de votre méthode `process_payment($order_id)`. Elle doit prendre les données du formulaire posté et essayer de prendre le paiement directement via le fournisseur de paiement. Si le paiement échoue vous devriez sortir une erreur et ne rien retourner :

```
wc_add_notice( __('Erreur de Paiement:', 'woothemes') . $error_message, 'error' );  
return;
```

Si d'autre part, le paiement est couronné de succès vous devriez définir la commande en tant que payée et retourner le tableau d'opération réussie:

```
// Paiement terminé  
$order->payment_complete();  
  
// Rediriger vers la page de remerciements  
return array(  
    'result' => 'success',  
    'redirect' => $this->get_return_url( $order )  
);
```

Travailler avec des Rappels de Passerelles de Paiement (tels que PayPal IPN)

Si vous construisez une passerelle qui fait un rappel à votre boutique pour vous informer du statut d'une commande vous devrez ajouter un code pour gérer cela à l'intérieur de votre passerelle.

La meilleure façon d'ajouter un rappel et un gestionnaire de rappels serait d'utiliser les hooks

WC-API. Un exemple rapide serait comme ce que fait PayPal standard. Il définit le rappel/l'url d'IPN comme suit :

```
str_replace( 'https:', 'http:', add_query_arg( 'wc-api', 'WC_Gateway_Paypal', home_url( '/' ) ) );
```

Ensuite fait un hook dans son gestionnaire avec le hook suivant :

```
add_action( 'woocommerce_api_wc_gateway_paypal', array( $this, 'check_ipn_response' ) );
```

WooCommerce appellera votre passerelle et fera l'action lorsque l'URL sera appelée.

Pour plus d'informations sur [l'API WooCommerce lisez ici](#).

Les Hooks dans les passerelles

Il est important de noter que l'ajout de hooks à l'intérieur des classes de passerelles peut ne rien déclencher – les passerelles sont seulement chargées si besoin est (pendant la caisse et sur la page des paramètres dans l'admin). Vous devriez garder les hooks en-dehors de la classe ou utiliser WC-API si vous avez besoin de faire un hook dans les événements de WordPress à partir de votre classe.

Plus d'Exemples

Pour plus d'exemples sur les passerelles de paiement regardez les passerelles principales ou nos passerelles premium sur [WooThemes.com](#).

Gérer les commandes

Les commandes sont créées lorsqu'un client termine le processus de paiement et sont visibles par les utilisateurs Admin et Gérant de la Boutique seulement. Un **ID de commande** unique est attribué à chaque commande.

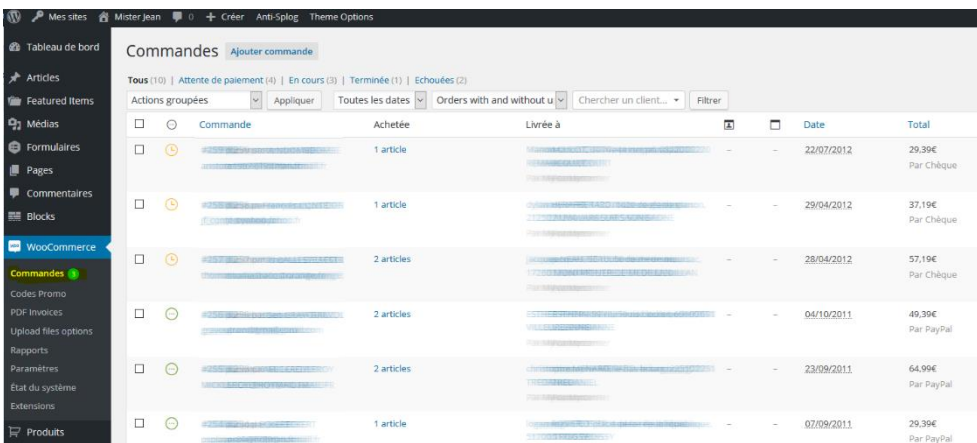
Les ID de commande sont tout comme les ID de Post et sont non séquentiels – pour des numéros de commande séquentiels, vous pouvez utiliser un plugin.

Une commande a aussi un **statut**. Les statuts de commande vous permettent de connaître l'avancement de la commande, en commençant par en attente et en finissant par terminée. Les statuts de commande suivants sont utilisés :

- **Paiement en attente** – Commande reçue (non payée)
- **Echouée** – Le paiement a échoué ou a été décliné (non payé). Notez que ce statut peut ne pas s'afficher immédiatement mais s'afficher à la place en tant que en attente jusqu'à vérification (i.e. PayPal).
- **En cours de Traitement** – Le paiement a été reçu et le stock a été réduit – la commande est en attente de réalisation
- **Terminée** – Commande remplie et terminée – ne requiert pas d'autre action
- **Suspendue** – En attente de paiement – le stock est réduit, mais vous devez confirmer le paiement
- **Annulée** – Annulée par un admin ou par le client – aucune autre action n'est requise
- **Remboursée** – Remboursée par un admin – aucune autre action n'est requise

Si vous utilisez Paypal et que les commandes restent en attente vous pourriez avoir un problème d'IPN. Lisez la section de résolution de problèmes [ici](#).

Visualiser des commandes



Commande	Achetée	Livrée à	Date	Total
[Icon] [Order ID]	1 article	[Address]	22/07/2012	29,39€ Par Chèque
[Icon] [Order ID]	1 article	[Address]	29/04/2012	37,19€ Par Chèque
[Icon] [Order ID]	2 articles	[Address]	28/04/2012	57,19€ Par Chèque
[Icon] [Order ID]	2 articles	[Address]	04/10/2011	49,39€ Par PayPal
[Icon] [Order ID]	2 articles	[Address]	23/09/2011	64,99€ Par PayPal
[Icon] [Order ID]	1 article	[Address]	07/09/2011	29,39€ Par PayPal

Lorsque vous commencerez à prendre des commandes la page de gestion des commandes commencera à se remplir. Vous pouvez visualiser ces commandes en allant dans **WooCommerce > Commandes** dans le menu admin à gauche.

Chaque ligne de commande affiche des détails utiles tels que l'adresse du client, son e-mail, son numéro de téléphone et le statut de la commande. Vous pouvez cliquer sur le numéro de commande ou sur le bouton "visualiser la commande" pour voir la page de commande unique (c'est aussi l'endroit où vous pouvez éditer les détails de la commande et mettre à jour le statut).

Les lignes de commandes ont aussi de boutons de raccourci pratiques pour marquer rapidement les commandes en tant que terminées et en cours de traitement.

Vous pouvez filtrer la liste des commandes affichées par date, statut et client en utilisant le formulaire en haut de l'écran.

Editer/visualiser des commandes uniques

A partir de la page de commande unique vous pouvez non seulement visualiser toutes les données de commandes, mais vous pouvez aussi les éditer et les mettre à jour. Vous pouvez faire ce qui suit :

Modifier commande [Ajouter commande](#)

Commande #259 details

Paiement par Chèque.

Détails généraux	Détails de la facturation	Détails de la livraison
Date de commande : 2012-07-22 @ 01 : 40	Adresse: Manon GUILLOT 44 rue principale 08220 REZ-VALENTIGNEY	Adresse: Manon GUILLOT 44 rue principale 08220 REZ-VALENTIGNEY
État de la commande : Payer → Attente paiement	Email: manon.guil@revalentigney.fr	
Client : Afficher les autres commandes →		

Commande articles

Article	Coût	Qté	Total
<input type="checkbox"/> streetpascher jeans 212 003 - Couleur : Bleu, Choisir la Taille : 42	20,00€	1	20,00€

- Changer le statut de la commande
- Editer les articles de la commande – modifier le produit, les prix et taxes
- Stock – Réduire et rétablir le stock pour une commande
- Actions de Commande – Réenvoyer des e-mails de commande au client en utilisant le menu déroulant au-dessus du bouton Sauvegarder la Commande. Envoyer des e-mails de Nouvelle Commande, Commande en cours de Traitement, Commande Terminée ou de Facturation du Client – très pratique si vous créez manuellement des commandes pour vos clients
- Modifier des **Méta** de produits pour éditer des variations de produit en enlevant et en ajoutant des méta.

Données de la Commande

Le panneau de données de la commande vous permet de modifier le statut de la commande, visualiser (ou changer) la note de la commande du client et changer à quel utilisateur la commande est assignée.

Commande #259 details

Paiement par Chèque.

Détails généraux

Date de commande :

2012-07-22 @ 01 : 40

État de la commande : [Payer →](#)

Attente paiement

Client :

 [Afficher les autres commandes →](#)

Détails de la facturation

Adresse:

ManoelAntonioDIEOT

Affiliation principal

08220827AWHSCQJASDIEOT

Email:

[antoniomanoel@vivo.com.br](#)

Détails de la livraison

Adresse:

ManoelAntonioDIEOT

Affiliation principal

08220827AWHSCQJASDIEOT

Vous trouverez aussi les adresses de facturation et de livraison du client, ainsi qu'un lien pour voir d'autres achats que le client aurait faits par le passé. Pour éditer des adresses, cliquez sur "éditer" et un formulaire va apparaître. Une fois sauvegardée, la nouvelle adresse sera affichée dans un format national.

Articles de la Commande

Veillez noter : Pour éditer la commande, le statut doit être configuré sur Suspendue ou sur Paiement en cours de Traitement.

Commande articles				
<input type="checkbox"/>	Article	Coût	Qté	Total
<input type="checkbox"/>	 streetpascher jeans 212 003 - Couleur : Bleu, Choisir la Taille : 42	20,00€	1	20,00€  

Le panneau suivant sur la page de commande est le panneau des articles de la commande. Ce panneau liste les articles qui sont dans la commande ainsi que les quantités et les prix.

Les parties modifiables des articles incluent :

1. **La Classe de la Taxe** – Classe de la taxe pour la ligne. Elle peut être ajoutée si, par exemple, le client est exempté de taxe.
2. **La Quantité** – La quantité de l'article que l'utilisateur achète

3. **Sous-total de la ligne** – Prix de la ligne et taxe de la ligne **avant** les réductions pré-taxe
4. **Total de la ligne** – Prix de la ligne et taxe de la ligne **après** les réductions pré-taxe.
5. **Ajouter un Méta** – Ajouter et enlever un méta pour changer les options variables de produit.
6. **Trier** – Trier par Item, Coût, Quantité et Total en cliquant sur les items listés respectifs.

Ici vous pouvez aussi ajouter des frais additionnels pour des articles. Cliquez sur “Ajouter des frais” et remplissez le nom des frais, le statut de la taxe et le montant :

Pour ajouter des champs méta personnalisés, utilisez la metabox habituelle des Champs Personnalisés :

Totaux de la Commande

My carrier	9,39€
Remise:	0,00€
Livraison:	9,39€
Tax:	0,00€
Montant:	29,39€
Remboursée:	-0,00€

Actions

Le panneau des Totaux de la Commande répertorie les totaux et la taxe pour la commande. Vous pouvez saisir ces valeurs vous-mêmes ou les faire calculer en partie pour vous en utilisant le bouton “calc totals”. Les totaux comprennent les éléments suivants :

- Réduction du Panier – réductions pré-taxe. Peuvent être auto-calculées.
- Réduction de la Commande – réductions post-taxe. Doivent être saisies manuellement.
- Frais de livraison – le coût hors taxe.
- Méthode de livraison – nom de la méthode.
- Taxe du Panier – total de la taxe du panier.
- Taxe de livraison – total de la taxe de livraison.
- Total de la Commande
- Méthode de paiement – nom de la méthode de paiement utilisée.

Deux boutons sont disponibles sur ce panneau – **calc taxes** et **calc totals**. Le calcul des taxes se servira de vos prix et calculera la taxe sur la base de l’adresse de livraison du client. Si l’adresse du client n’a pas été saisie, elle sera par défaut l’emplacement de base de la boutique.

Il y a aussi une section appelée colonne des taxes. C’est l’endroit où vous pouvez définir (et nommer) les colonnes de taxes multiples. C’est utile, par exemple, si vous prélevez des taxes multiples ou si vous utilisez des taxes composées. Ces valeurs sont affichées sur la facture du client.

Ajouter une commande manuellement

Ajoutez une commande en utilisant le lien "Ajouter une Nouvelle", en haut de la page des commandes. Une fois ajoutée vous pouvez saisir les informations du client, ajouter des articles et calculer les totaux. Vous devriez établir un statut adéquat pour la nouvelle commande – si elle doit être payée utilisez "en attente".

Après avoir sauvegardé, vous pouvez utiliser le menu déroulant **Actions de Commande** pour envoyer par e-mail la Facture Client avec les instructions de paiement. Pour envoyer, assurez-vous de sélectionner **Sauvegarder la Commande**.

Notes de la Commande/Client

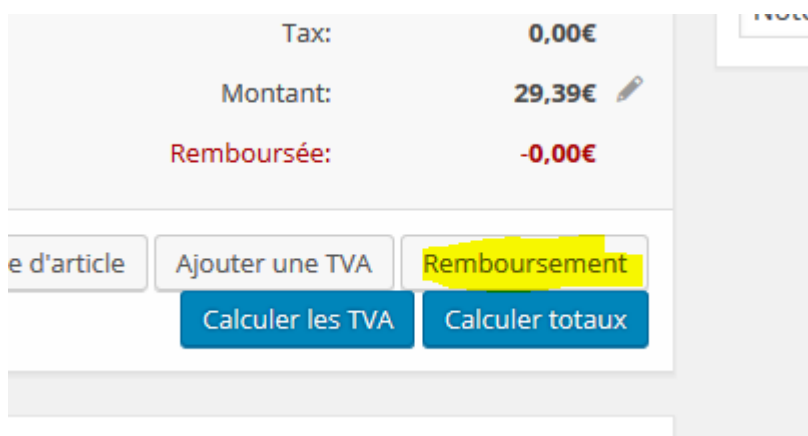
Le panneau "Notes de la Commande" affiche les notes jointes à la commande. Elles sont utilisées pour conserver les détails de l'évènement tels que les résultats du paiement ou la réduction des niveaux de stock et pour ajouter des notes à la commande pour que les clients les voient. Certaines passerelles de paiement ajoutent aussi des notes pour le débogage.

Le panneau de notes – à usage interne, ou pour notifier les clients

La fonctionnalité des notes peut être un outil très puissant pour communiquer avec les clients. Vous avez besoin d'ajouter un numéro de suivi pour la livraison ? Un stock est retardé ? Ajoutez une note client et il sera automatiquement notifié.

Quand elles sont ajoutées, les notes client sont surlignées en violet. Les clients reçoivent les notes via e-mail mais peuvent les visualiser en regardant la commande ou en utilisant la page de suivi de la commande de WooCommerce.

Gérer les remboursement avec WooCommerce



The screenshot shows a portion of the WooCommerce order management interface. It features a table with the following data:

Tax:	0,00€
Montant:	29,39€
Remboursée:	-0,00€

Below the table, there are several buttons: "Ajouter une TVA", "Remboursement" (highlighted in yellow), "Calculer les TVA", and "Calculer totaux".

Avec WooCommerce **2.2 et plus récents**, vous pouvez maintenant traiter des remboursements directement à partir d'une commande et automatiquement *si votre passerelle de paiement le supporte* ou vous pouvez le faire manuellement.

	9,39€
	<input type="text" value="0"/>
Montant déjà remboursé:	-0,00€
Total disponible pour le remboursement:	29,39€
Montant du remboursement:	<input type="text"/>
Raison du remboursement (optionnel):	<input type="text"/>
Rembourser 0,00€ manuellement	Remboursement 0,00€ via Passerelle de paiement

Remboursements automatiques

Si votre passerelle de paiement supporte les remboursements automatiques, il y aura des nouveaux paramètres à remplir dans vos paramètres de passerelle. Assurez-vous qu'ils sont paramétrés correctement ou les remboursements ne fonctionneront pas de la manière dont ils devraient. Les remboursements s'étendent aux produits, aux taxes et frais de livraison et peuvent être traités dans votre page de commande.

Voici un exemple des paramètres que vous verrez si vous allez dans WooCommerce > Paramètres > Caisse > Votre Passerelle de Paiement si votre Passerelle de Paiement supporte les remboursements automatiques.

L'ajout de la clé API dans vos paramètres de Passerelle de Paiement permettra des remboursements automatiques rapides dans l'interface admin de WooCommerce. Voyez ensuite les étapes ci-dessous sur la façon de traiter un remboursement ou une commande.

1. Go to: **WooCommerce > Orders**
2. Select the order you wish to refund.
3. Click the grey refund button to start
4. Enter amount to refund.
5. Add refund notes.
6. Click Refund \$X via [Your Gateway
7. Allez dans : **WooCommerce > Commandes**
8. Sélectionnez la commande que vous souhaitez rembourser.
9. Cliquez sur le bouton gris Rembourser pour commencer
10. Saisissez le montant à rembourser.
11. Ajoutez des notes de remboursement.
12. Cliquez sur Rembourser \$X via [Votre Passerelle

Dans Articles de la commande il y aura une note qui aura été ajoutée pour vous informer qu'un remboursement a été pratiqué. Si un remboursement a été fait pour la commande entière, le statut de la commande sera automatiquement changé en **remboursé**. Si un remboursement partiel a été attribué, le statut ne changera pas.

Lors de l'utilisation des remboursements automatiques dans l'interface de WooCommerce vous n'aurez **pas** besoin de vous connecter à votre tableau de bord de passerelle de paiement pour procéder au remboursement puisque cela fournit une expérience WooCommerce harmonieuse.

Remboursements manuels

Le remboursement manuel vous permet d'utiliser n'importe quelle passerelle de paiement WooCommerce peu importe le support de remboursement automatique. Cela n'enverra **pas** automatiquement le remboursement à votre passerelle de paiement, mais vous permettra de marquer la commande en tant que remboursée sur la commande. Les remboursements s'étendent aux produits, aux taxes et frais de livraison et doivent être traités avec votre Passerelle de Paiement.

Pour rembourser manuellement une commande :

1. Allez dans : **WooCommerce > Commandes**
2. Sélectionnez la commande que vous souhaitez rembourser.
3. Sélectionnez le bouton Rembourser.
4. Saisissez le montant à rembourser.
5. Ajoutez des notes de remboursement.
6. Cliquez sur Rembourser Manuellement.

Les articles sélectionnés pour le remboursement seront notés comme remboursés. Vous devrez changer manuellement le Statut de la Commande en conséquence si vous souhaitez voir le statut de la commande changé en « Remboursé ».

Une fois que le remboursement a été appliqué à la commande on aura quelque chose qui ressemble à cela :

Veillez noter : Cela ne rembourse **pas** le client via la passerelle de paiement. Continuez sur votre tableau de bord de passerelle de paiement pour commencer le processus de remboursement ici aussi.

Stock de produits

Veillez noter que lors du traitement d'un remboursement vous avez le choix de réapprovisionner des produits en cochant l'option suivante :

FAQ

Comment puis-je savoir si ma passerelle de paiement est compatible avec les remboursements ?

Référez-vous à notre liste ci-dessous pour voir si la passerelle que vous avez **achetée sur WooThemes.com** supporte les remboursements. Les passerelles listées supportent les remboursements.

- PayPal Standard (dans WooCommerce Core)
- Simplify Commerce (dans WooCommerce Core)
- Authorize.net AIM
- Authorize.net CIM
- Braintree (cartes de crédit et PayPal)
- eWay
- First Data
- SagePay (Direct)
- Stripe

Si vous utilisez une passerelle de paiement d'un autre site lisez notre article des Connaissances de Base sur la recherche dans votre code de passerelle !

Les Emails et les commandes

Je reçois des commandes, mais aucun e-mail n'est envoyé !

Il y a plusieurs facteurs qui peuvent être en cause. Avant d'expliquer le problème concernant véritablement les mails, assurez-vous que ce n'est pas un problème décrit ci-dessous.

Vérifiez les commandes en attente

- Vos commandes sont en attente. Les commandes en attente sont des commandes pour lesquelles le client a cliqué sur "Commander" mais a abandonné la page de paiement (en fonction de la passerelle de paiement, i.e., Paypal) ou pour lesquelles la transaction par carte de crédit a été déclinée. Si vous avez des commandes en attente, ces commandes ne généreront pas d'e-mails.
- Vous avez des commandes en attente mais vous recevez un paiement pour ces commandes via une passerelle de paiement telle que PayPal qui requiert une notice pour mettre à jour le statut de la commande sur votre site. Dans ce cas, vous ne regardez pas un problème d'e-mail; vous regardez un problème avec votre passerelle de paiement et pourriez avoir besoin de soumettre un ticket d'assistance.

Vérifiez vos Paramètres d'E-mail

Les commandes qui se réactualisent correctement en "en cours de Traitement" devraient générer un e-mail. Un autre problème éventuel est d'avoir désactivé par erreur les envois d'e-mails. Vérifiez que "Activer la notification de cet e-mail" est cochée pour les notifications de commandes. Un test additionnel serait de paramétrer le Type d'Email en Multipart.

Vos e-mails sont cassés

Si les e-mails sont activés et que les commandes se réactualisent en "en cours de Traitement", alors il y a probablement un problème dans la livraison d'e-mails à un destinataire. Ce pourrait être un bloqueur de spams qui a classifié vos e-mails en tant que spams et les a stoppés. La meilleure façon de résoudre cela est de s'inscrire à un compte avec un fournisseur SMTP dédié, et un site ordinaire peut normalement se contenter de comptes à utilisation gratuite qui sont disponibles.

Comment fonctionnent les e-mails ?

Si on compare le chemin qu'un e-mail emprunte pour arriver à destination vs. conduire une voiture sur une route, les e-mails ne voyagent pas directement d'un point A à un point B. La destination finale ressemble plus à un point W et l'e-mail rebondit d'un serveur à un autre à la vitesse de la lumière en étant filtré à chaque étape. Google a rassemblé cette représentation du chemin qu'emprunte un e-mail. Cette histoire est spécifique de Gmail et de la livraison à un appareil mobile mais aide à expliquer comment un e-mail fonctionne.

<http://www.google.com/green/storyofsend/desktop/>

Comment les e-mails fonctionnent-ils avec WordPress ?

la fonction `wp_mail()`

WooCommerce et la plupart des plugins qui envoient des e-mails, envoient des mails en utilisant la fonction `wp_mail()` qui est une fonction centrale de WordPress.

Cela veut-il dire que WordPress envoie mon e-mail ? Est-ce que WooCommerce envoie l'e-mail ?

Aucun n'envoie l'e-mail. Ce qu'il se passe c'est que WooCommerce appelle la fonction `wp_mail()`, qui demande ensuite à WordPress d'envoyer l'e-mail. Parce que WordPress n'est pas un serveur d'e-mails, il demande typiquement à PHP d'envoyer l'e-mail pour lui. PHP cherche ensuite un serveur local d'e-mails dans le serveur web et demande à ce serveur d'e-mails d'envoyer l'e-mail. Votre e-mail passe par trois étapes avant d'atteindre votre serveur web.

Si l'e-mail est passé à mon serveur web pour être envoyé, que vient faire le fournisseur SMTP dédié ?

En utilisant un plugin que le fournisseur SMTP a de disponible ou le plugin WP Mail SMTP, la fonction `wp_mail()` reroute l'e-mail à partir de PHP à votre fournisseur SMTP. De là, le fournisseur SMTP reçoit la requête et ajoute votre e-mail à une liste d'attente pour être envoyé.

Qu'est-ce qu'un fournisseur SMTP dédié ? Est-ce comme mon compte Gmail ?

Un fournisseur SMTP dédié est comme un hébergeur web dans le sens où vous avez un compte et utilisez leurs serveurs. La différence est qu'au lieu des sites web d'hébergement, vous utilisez leurs serveurs pour envoyer des e-mails. Gmail est un fournisseur d'e-mails où vous envoyez et recevez des e-mails ; un fournisseur SMTP dédié revient à avoir la moitié de Gmail, où vous envoyez seulement des e-mails et n'en recevez pas.

Alors puis-je utiliser Gmail en tant que fournisseur SMTP ?

Oui, mais ce n'est pas l'idéal. Gmail désactivera votre compte si vous envoyez des e-mails à plus de 500 destinataires uniques en l'espace de 24 heures. Ceci inclut les e-mails que vous envoyez vous-même et tous les e-mails que votre site web envoie. Votre compte sera désactivé pendant un jour avant de pouvoir le réutiliser.

<https://support.google.com/mail/answer/22839?hl=en>

Fournisseurs SMTP Dédiés Conseillés

Il y a trois fournisseurs qui ont un compte gratuit disponible et qui marcheront pour la plupart des sites web. Tous les trois ont leur propre plugin sur WordPress.org et peuvent être installés à partir de votre tableau de bord WordPress, et ont une assistance disponible pour vous aider à démarrer.

- [SendGrid \(Plugin\)](#) – Vous pouvez obtenir un compte gratuit pour envoyer jusqu'à [40 000 e-mails par mois si vous hébergez avec Rackspace](#). Sinon, le compte gratuit est limité à 200 e-mails/jour (~6000/mois)
- [Mailgun \(Plugin\)](#) – Appartient à [Rackspace](#), le compte gratuit limite à 200 e-mails/jour (~6000/mois)
- [Mandrill \(Plugin\)](#) – A partir de [MailChimp](#), il coûte \$9.95/mois pour jusqu'à 50 000 e-mails/mois

Pourquoi avez-vous omis Amazon SES?

[Amazon Simple Email Service](#) fonctionne bien, mais a tendance à échouer si vous envoyez des e-mails HTML. Dans le passé cela a causé des problèmes pour les utilisateurs de WooCommerce, donc il n'est pas recommandé. Vous pouvez l'utiliser si vous configurez tous vos e-mails pour qu'ils soient envoyés en Texte Brut au lieu du HTML.

Si les e-mails sont bloqués par des filtres spam, pourquoi ne sont-ils pas dans mon dossier spam ?

Le filtre anti-spam est le dernier et ultime filtre anti-spam par lequel votre e-mail est filtré, étape à laquelle le filtre va spammer sur la base des paramètres du client de messagerie ou selon la façon dont vous marquez d'autres e-mails en tant que spam. Si vos e-mails sont refusés par un autre filtre anti-spam avant cela, ils ne sont simplement pas délivrés.

Mes e-mails de formulaire de contact marchent, alors pourquoi les e-mails de WooCommerce sont-ils bloqués ?

Sans une recherche plus poussée dans les journaux de serveurs et en suivant le chemin exact des e-mails, ce n'est pas une question simple à laquelle répondre. La version courte est que les filtres anti-spam font bien plus que seulement scanner des spams de "Princes Nigériens" et des spams typiques. Les filtres anti-spam inspectent l'adresse d'origine de l'IP, l'utilisateur expéditeur et le domaine, la quantité d'e-mails que l'IP/l'expéditeur a envoyés, le nombre de fois que les e-mails de cet expéditeur ont été marqués comme spams et la formulation des e-mails. Le facteur le plus commun est la provenance de l'e-mail ce qui mène votre score total avec les filtres anti-spam assez bas que même des différences mineures dans la formulation et le format des e-mails de WooCommerce peut être signalé comme spam et l'e-mail peut ne pas être envoyé.

Puis-je envoyer des fichiers téléchargeables achetés en tant que pièces jointes dans les e-mails de Commande Terminée et de Facturation ?

Ressources

Voici quelques ressources qui peuvent vous aider à envoyer des e-mails de façon fiable.

SenderScore par ReturnPath

Surveillez et contrôlez la réputation de l'adresse IP de vos sites web pour envoyer des e-mails, si vous avez votre propre serveur dédié pour envoyer des e-mails. Vous pouvez aussi l'utiliser pour des environnements d'hébergement partagés et virtuels, mais il vaut mieux obtenir un fournisseur SMTP dédié car ces environnements ne sont pas recommandés pour envoyer des e-mails.

<https://www.senderscore.org/>

*CHAPITRE 6 : REFERENCEMENT NATUREL : CE QU'IL
FAUT VRAIMENT FAIRE POUR ETRE EN PREMIERE
PAGE !*



Faire un site oui, mais pensez au référencement naturel...

Je ne vais pas vous l'apprendre, il est important pour votre site web d'assurer une bonne visibilité sur les moteurs de recherche et donc important d'être correctement positionné sur votre liste de mots ou expressions clés ciblées.

En cela s'il y a bien une chose que vous devriez inclure dans la stratégie de votre site, c'est le référencement naturel; **pour cela votre site doit être optimisé.**

L'optimisation pour les moteurs de recherche c'est une discipline que l'on appelle : SEO = Search Engine Optimisation ...

Et l'optimisation de votre site ça paye !!

En effet quand vous faites correctement ce travail d'optimisation, **vous êtes récompensé... que dis-je ! : vous êtes super bien récompensé !!.... l'optimisation vous apporte un grand nombre de visiteurs et en plus des visiteurs de qualité.**

Je travaille avec des sites Web pour plus de 12 ans et je peux dire sans prendre de risques que les sites Web qui font une bonne optimisation SEO, surpassent la plupart des autres... et en terme de trafic un bon SEO (donc un bon référencement naturel) rapporte souvent bien plus que les autres sources de trafic.

Voici un exemple d'un site Web que je gère en référencement naturel, vous constaterez que la principale source de trafic est de loin le référencement naturel (**organic search**):

		39,912 % of Total: 100.00% (39,912)
<input type="checkbox"/>	1. Organic Search	19,667 (49.28%)
<input type="checkbox"/>	2. Referral	16,961 (42.50%)
<input type="checkbox"/>	3. Direct	2,159 (5.41%)
<input type="checkbox"/>	4. Email	606 (1.52%)
<input type="checkbox"/>	5. Social	519 (1.30%)

La plupart du temps, pour optimiser son site web on cherche le logiciel magique, le plugin miracle, la solution technique qui va comme par enchantement optimiser notre site et classer nos pages au top des moteurs de recherche.... Oui.... ok... lol ... dans nos rêves peut être....

Ne soyons pas dupe, dans la réalité l'optimisation nécessite bien plus que l'achat d'un logiciel miracle...

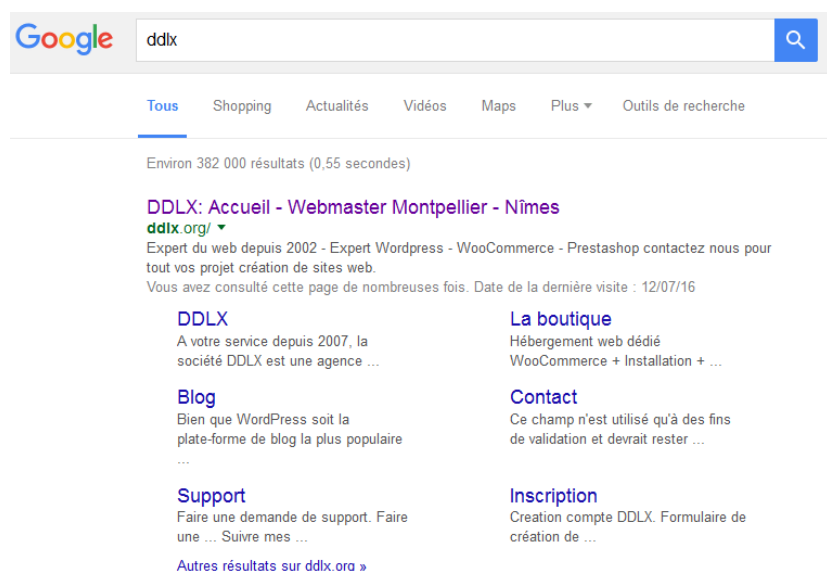
Je vais simplement dire que **l'optimisation pour les moteurs de recherche est de nos jours un peu un « oxymoron »**. En effet, si vous souhaitez optimiser pour les moteurs de recherche, la réalité est que **vous ne devez pas penser aux moteurs de recherche**; au contraire, vous devez penser à l'optimisation de contenu de vos pages web pour vos visiteurs.

1) Bien comprendre ce que veut google

(Et les moteurs de recherche en général)

Personne ne connaît vraiment tous les facteurs du classement de Google... (Il y aurait plus de 200 signaux / facteurs analysés et pris en compte dans le classement Google)... Et tout les experts du référencement spéculent à fond sur tout ces facteurs qui font le référencement naturel...

Soyons bêtement logique :



Résultat recherche google pour DDLX

Google souhaite tout simplement satisfaire les internautes en leurs proposant des résultats de recherche pertinents. En d'autres termes, sur une recherche donnée, il souhaite proposer en première page les sites les plus en adéquation avec la recherche effectuée.

Pour choisir les sites à afficher en premier, les ingénieurs de Google ont créé un/des algorithme(s) complexe(s) qui trient et classent les sites de manière à **faire ressortir les sites les plus pertinents**, ceux qui répondent au mieux à la demande des internautes.

Bref : Google cherche à être le plus proche possible de la logique humaine dans les résultats qu'il propose. C'est la règle élémentaire qu'il faut comprendre lorsque l'on fait du référencement naturel.

Aussi pour obtenir de bons résultats dans les moteurs de recherche : Soyons « bêtement et humainement » logique et la logique nous dit :

« Si nous réalisons un bon site web avec de bonnes pages web nous serons logiquement bien référencés »
« Si notre site est populaire, nous serons bien positionnés »

C'est là : LA règle de base.

De fait, le moyen le plus sûr d'obtenir un bon classement dans les moteurs de recherche est de créer du contenu de qualité qui va intéresser votre public cible, et cela Google le

confirme officiellement ; en effet récemment, Google a confirmé qu'il existe trois principaux signaux de classement :

1. **Le contenu** – la teneur réelle d'une page, un article ou site complet
2. **Les liens** – la quantité et la qualité des liens vers votre domaine et des pages spécifiques et les messages de votre site web
3. Le « **RankBrain** » – nous y reviendrons un peu plus tard dans cet article

Alors, quelles sont les choses auxquelles vous devez penser si vous voulez frapper fort sur ces trois principaux facteurs de classement et bien positionner votre site en référencement naturel ?

Avant tout il vous faut savoir quel est l'état de votre site et pour cela un audit complet est fortement recommandé.

2) L'audit de référencement naturel :

C'est le bilan de santé de votre site web

Faites analyser la pertinence de vos mots clés :



- Les mots-clés que vous ciblez sont-ils judicieusement choisis ?
- Sont-ils tapés par les internautes dans les moteurs de recherche ?
- Êtes-vous nombreux à vouloir vous référencer sur ces mots-clés ?

La concurrence n'est-elle pas trop rude ?

Ne vaut-il pas mieux choisir d'autres mots clés plus faciles ?

Cette analyse vous aide à faire une sélection judicieuse et pertinente des mots-clés à cibler pour votre référencement.

Faites une étude sur la performance de votre référencement naturel :



Quel est votre positionnement sur chacun des mots clés ciblés et sur chaque moteur de recherche ?

Votre site est-il populaire sur le web ? En parle-t-on sur d'autres sites ?

Bref globalement quel est votre score de visibilité sur le web ?

L'analyse de la performance répond à ces questions. Elle vous permet de cibler au mieux le travail à effectuer pour améliorer votre positionnement.

Faites analyser la structure de votre site



Analyse syntaxique, analyse des liens entrants et sortants, facteurs bloquants, carte du site, densité des mots-clés sur vos pages web.

Cette analyse révèle les points forts sur lesquels on peut s'appuyer et les points faibles sur lesquels il faut travailler.

3) Ecrire un contenu pour les visiteurs, pas les moteurs de recherche

Retour en arrière

Dans les années 2000 il y avait de nombreuses recommandations pour doper artificiellement la position d'une page web dans les moteurs de recherche. Bon nombre de ces suggestions avaient dans la pratique un sens pour les moteurs de recherche car les algorithmes de classement étaient assez simplistes. Cependant, ces techniques anciennes, n'avaient aucun sens pour le lecteur et créaient clairement une mauvaise expérience utilisateur qui se retrouvait à lire des pages web pas forcément en adéquation avec la recherche effectuée sur Google : Ce n'était pas pertinent.

L'une de ces techniques consistait à faire du : « bourrage de mots clés » : utiliser les mots-clés ciblés à une densité particulièrement élevée dans les pages web des sites :

- Pages remplies de texte visible ou complètement invisible... Certains sites web étaient alors placés sur un mot-clé dans un contexte qui n'était pas approprié.
- Parfois, une phrase n'avait pas de sens tellement la page comportait un mot-clé en particulier.

Spectacles et animations variés ! Danse du voile , danse du sabre , percussions orientales , ailes d'isis , feu etc ...

Nos danseuses orientales proposent un large choix de thèmes : Orientale - Indien - Flamenco- gladiatrices - pin-up etc .

Possibilité de joindre un orchestre , percussionnistes , fakir , chanteurs/chanteuses etc .

Un spectacle ou une animation sur mesure !

- Danseuse orientale Montpellier , danseuse orientale Genève, danseuse orientale Nice danseuse orientale Paris, danseuse orientale Marrakech , danseuse orientale Marseille , danseuse orientale Lyon , danseuse orientale Paris
Cours danse orientale montpellier , stage danse orientale montpellier , spectacle danse orientale montpellier -

La compagnie

Danseuse orientale montpellier et Paris :

Bourrage de mots clés

Il y a même eu une industrie construite autour du contenu : Des générateurs de contenu, des autoblogs, des spinners de documents, article builder, annuaires et fermes de liens... une industrie qui n'avait aucune valeur réelle pour l'utilisateur...

Cela a créé un tas de pages à contenu « charabia »... et bien entendu une expérience utilisateur très négative pour ceux qui recherchent quelque chose de spécifique.

Google c'est bien rendu compte que quelque chose ne collait pas, alors il a fait de « l'expérience utilisateur » son objectif principal : « satisfaire la recherche d'un utilisateur étant le but », Google a donc lancé la chasse aux tricheurs et est tombé comme une bombe atomique sur le contenu artificiellement généré, (Panda / Pingouin ...) pénalisant fortement ceux qui en faisaient usage.

Bref, dans le SEO d'aujourd'hui, **vous devez avant tout vous concentrer sur le contenu destiné à vos utilisateurs.** Oubliez la densité de mots clés ou les autres recommandations, qui pourraient avoir pour effet de créer une expérience utilisateur négative, faites de bons articles, de bonnes pages web et rédigez du contenu lexical faisant fortement appel à vos utilisateurs cibles.

Lors de l'écriture ou la création de contenu, vous devez oublier le classement des moteurs de recherche et vous concentrer entièrement sur la création d'une expérience positive pour vos lecteurs.

Comment savons-nous que Google veut se concentrer à 100% sur l'utilisateur ?

C'est l'une des premières choses dites sur leur énoncé de mission:

1: Focus sur l'utilisateur et tout le reste suivra.

4) Produire le meilleur contenu sur Internet : **Soyez le n°1 du sujet que vous traitez !**



Celà devrait être votre objectif principal lorsque vous écrivez du contenu pour votre site :

- Vous devez écrire le contenu qui fait appel à des utilisateurs, non aux moteurs de recherche.
- Vous devez rivaliser avec d'autres sites Web qui sont déjà classés pour les mots clés choisis.

Pour atteindre ces objectifs, vous avez besoin de créer du contenu lexical qui va au-delà des attentes de vos utilisateurs et ce contenu doit également être mieux que tout les autre contenus déjà créé par les sites Web concurrents.

Donc pour un sujet donné, vous devez vous concentrer sur la création du meilleur article du net

et c'est à cette condition là, que pour un sujet donné vous pouvez vous attendre à être classer dans les premières positions des moteurs de recherche.

Pourquoi avons-nous besoin d'avoir le meilleur contenu sur Internet?

- Les utilisateurs veulent être impressionnés, surpris et intéressé par votre contenu.
- Ils veulent apprendre de nouvelles choses et partir de votre site satisfait, sachant qu'ils ont appris quelque chose de nouveau.
- Ils veulent être capable de faire quelque chose avec le contenu que vous leur avez donné.

C'est en créant un tel contenu que vous gagnerez la confiance de vos visiteurs ce qui est capital si vous souhaitez convertir vos visiteurs en clients.

Écrire le meilleur contenu du net sur un sujet donné n'est pas une tâche triviale, il faut y investir du temps, faire de la recherche, expérimenter et finalement devenir expert sur le sujet traité.... puis il vous faudra verser tout cela dans un article... Ce qui nous amène à la nécessité de ...

5) Rédigez de long articles avec un véritable travail de fond sur son contenu

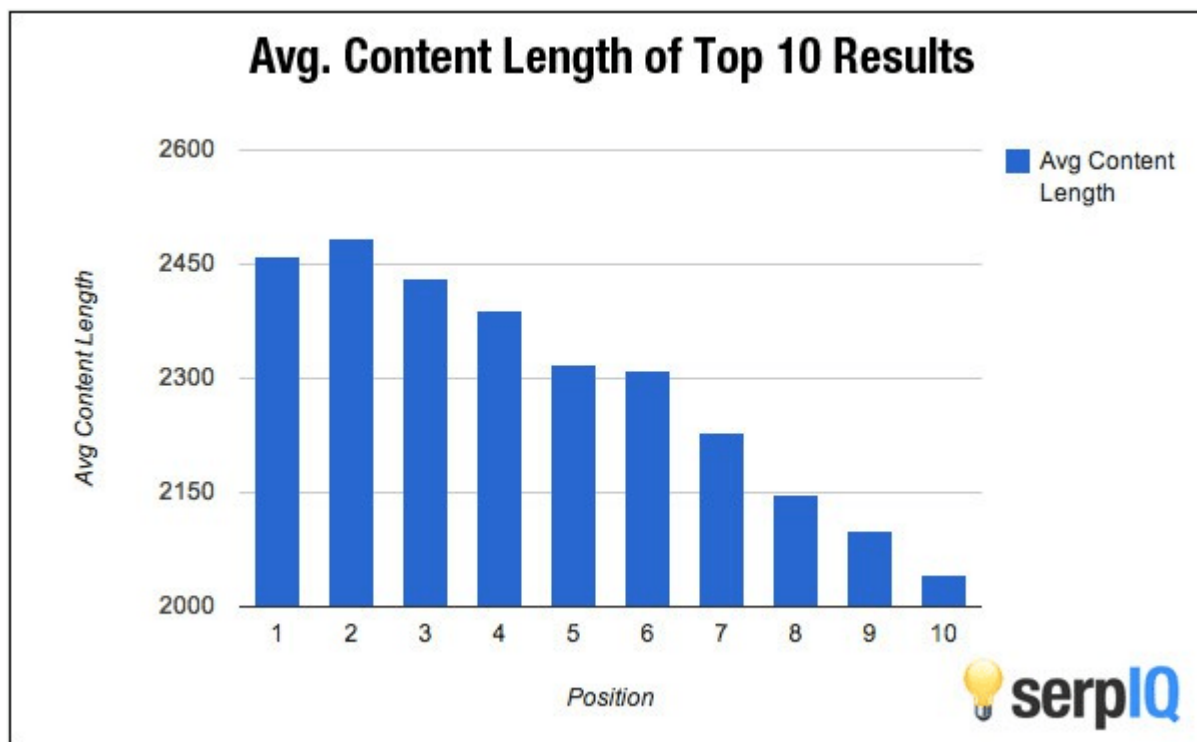
Pour écrire le meilleur article sur un sujet donné sur les web, il y a de fortes chances que vous ayez besoin de couvrir le sujet sous tous ses angles et pour cela il vous faudra forcément rédiger un article conséquent.

Non seulement c'est le top pour les lecteur, mais en plus des études de corrélation montrent que plus le contenu est riche mieux il se classe dans les moteurs de recherche.

Mais comment pouvons-nous en être sûr ? De deux manières au moins:

1. SerpIQ

SerpIQ a fait une étude qui montre que le les pages web les mieux placées / classées sont celles dont le contenu est généralement de **plus de 2000 mots**.



En moyenne, les pages du 10e rang ont 400 mots de moins que sur la page en premières de position. (Image: serpiQ.)

Le graphique ci-dessus montre une corrélation très nette entre le contenu de la page web et le positionnement de rang supérieur.

Sur un sujet donnée toutes les site en première page dans Google ont une longueur moyenne de plus de 2000 mots.

Les positions de haut de page ont un contenu qui est de plus de 2300 mots.

2. Google lui même le dit

« Les utilisateurs se tournent souvent vers Google pour répondre à une question rapide, mais la recherche suggère que jusqu'à 10% des besoins quotidiens d'information des utilisateurs impliquent l'apprentissage sur un vaste sujet. Voilà pourquoi aujourd'hui nous vous présentons de nouveaux résultats de la recherche pour aider les utilisateurs à trouver des articles en profondeur » .

Bref : Vous verrez que le meilleur contenu sur l'Internet va obtenir plus de bons backlinks en moyenne... et c'est l'un des signaux fort pour le classement Google.

Prenons ce blog comme un exemple.

Déjà j'espère bien que cet article vous donnera un nouvel aperçu relatif au référencement naturel des site web.

Mais parlons du blog DDLX en général : Si vous avez gravité autour WordPress ou de Prestashop pendant un certain temps, vous avez sûrement du tomber sur notre site à un moment ou un autre, ce grâce au recherche Google

Vous avez aussi probablement visité une page au contenu assez long...

le site DDLX.org est la preuve vivante que les pages web à contenu conséquent et riche fonctionne bien dans le cadre du référencement naturel. Mais la rédaction de contenu long ne suffit pas si Google ne peut pas «comprendre» de quoi vous parlez dans votre article donc ...

6. Utilisez judicieusement les mots et expressions clés ciblés

Un peu plus haut dans cet article, nous avons dit que vous ne devriez pas écrire le contenu pour les moteurs de recherche en utilisant des techniques obsolètes comme le bourrage de mots clés, cela rendrait votre contenu négatif au niveau expérience utilisateur, il est cependant important que les mots ou expressions clés soient présent sur l'article ou page que vous rédigez.

Le tout est de judicieusement les employer dans votre rédaction :

En effet, Google a besoin de comprendre votre contenu avant de pouvoir le classer, et pour comprendre ce que vous écrivez il se base notamment sur les mots clés et expressions clés de vos pages web, et pas uniquement la page que vous rédigez, Google considère l'ensemble des page web du site.

Bref :

- Utilisez vos mots clés cibles dans la balise titre de vos pages
- Entourez vos mots – clés dans vos balises <h1> et <h2> ... <h6>
- Utilisez les mots-clés ciblés dans vos 100 premiers mots et dans vos 100 derniers mots de l'article/ page que vous rédigez.
- La première image de votre article doit avoir le mot clé principal dans une balise ALT ou dans le nom de l'image

Aujourd'hui, les algorithmiques de Google, n'imposent plus d'utiliser des mots-clés exacts. Si vous discutez « Référencement Naturel » et que vous voulez vous classer pour ces mots clés, vous ne devez pas utiliser que ces mots-clés EXACT mais les synonymes et mots clés autour du thème pour lequel vous souhaitez être positionné.

Exemple : « Positionnement première page google » ou encore « Optimisation SEO »
.... « optimiser son site pour les moteurs de recherche. »

Ce sont tous les termes et expressions que vous pouvez utiliser sans bourrage de mots clés et sans les placer dans une phrase qui les feraient sortir du contexte.

7. Choisissez un titre qui a du punch axé sur la curiosité des lecteurs et qui va provoquer des clics

Un titre de tueur qui comprend des mots clés est l'un des nombreux facteurs qui va influencer le référencement de votre page mais ce n'est pas son seul but :

Rappelez-vous que je ai dit : Il faut se concentrer sur les utilisateurs ou sur les moteurs de recherche?

Sur les utilisateurs ! ... et ces derniers cherchent à obtenir des résultats de recherche pertinents... Pour cela ils « scannent » les titres qu'ils voient généralement en première ou 2nd page de Google.



Ils vont statistiquement et généralement cliquer :

- soit sur l'un des titres en premiers affichages
- soit sur un des titres qui les intrigue.

D'où l'importance sur la création d'un titre tape à l'œil : il a pour objectif d'attirer les clics.

Ainsi si votre article n'est pas classé dans les premières positions, son titre vous permettra de prendre un raccourci et de contourner les articles qui sont mieux classés que le votre.

Il existe des rapports contradictoires quant à savoir si Google utilise les taux de clic sur les résultats des moteurs de recherche pour déterminer la position d'un lien.

Certains disent que si un article dans des positions inférieures obtient plus de clics qu'un article dans des positions plus élevées, ce résultat de contenu va commencer à monter plus haut dans les rangs.

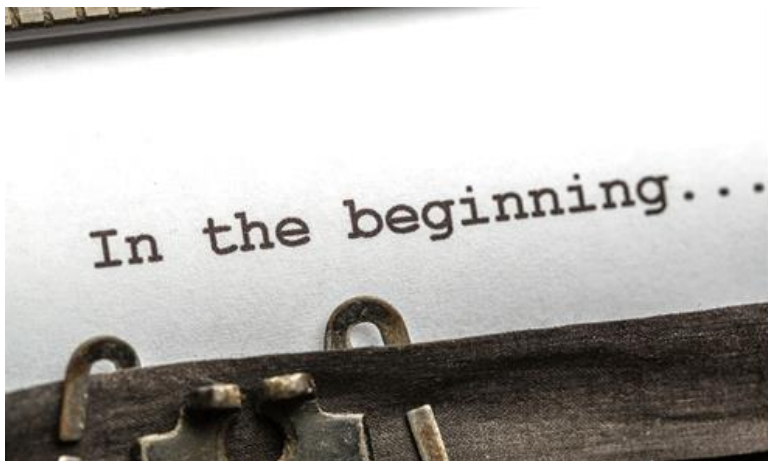
D'autres disent que cela est un mythe.

Perso je dis : créer un titre de tueur qui suscite l'intérêt des auditeurs et amène les gens à réellement lire votre article à tout son intérêt car il est motif de satisfaction pour l'expérience utilisateur, donc rentre tout à fait dans la logique de Google.

A noter : Ne balancez pas non plus un titre racoleur qui est hors sujet, ce serait pénalisant.

Il est un autre signal de classement pour lequel la plupart des experts SEO sont d'accord...

8) Rédiger une intro d'enfer qui encourage les lecteurs à lire la suite.



Intro

La plus part des experts SEO seront d'accord sur le fait **si que vos visiteurs rebondissent (sorte de votre site) alors qu'il sont sur votre page, alors Google va assez vite rétrograder votre article.** (En clair si les lecteurs quittent trop rapidement votre page web c'est pas bon.)

Affin de comprendre celà mettons nous à la place de Google :

La mission du moteur de recherche de toujours fournir à un utilisateur un résultats de recherche le plus parfait possible. Maintenant, si vous étiez Google et si vous remarquiez que les utilisateurs passent très peu de temps sur le premier résultat, mais passent plus de temps sur le second résultat... ne direz vous pas que le 2nd résultat semble d'avantage satisfaire l'utilisateur ? Alors celui ci ne devrait- il pas être en premier ?

Ce sont donc des « capteurs » que l'algorithme de Google utilise pour déterminer le contenu qui répond le mieux à la requête d'un utilisateur. Et c'est une des raisons pour lesquelles il faut rédiger une bonne introduction pour votre article.

Obtenir de votre utilisateur de lire l'introduction et continuer la lecture est une première étape importante, mais il y a plus de choses que vous devez faire...

9) Développez un article captivant qui va encourager vos lecteurs à continuer la lecture jusqu'au bout

Vous ne devez jamais oublier que Google utilise des capteurs tels que le taux d'engagement vis à vis d'un article, les clics sur l'article, le taux de rebond (combien de temps un utilisateur passe sur un article spécifique) ... pour évaluer la qualité d'un article.

Vous devez donc penser à structurer votre article de manière à ce que les utilisateurs soient captivés à la lecture de votre contenu. Vous devez également inclure du contenu auxiliaire pour garder vos utilisateurs engagés.

Voici quelques-unes de mes propres suggestions :

- Écrire des phrases et des paragraphes courts (il faut faciliter la lecture)
- Utilisez beaucoup de rubriques et sous-rubriques
- Utilisez beaucoup d'images qui complètent le contenu que vous avez écrit.
- Beaucoup de texte lourd rend la lecture difficile, on évite donc d'en faire trop.
- Inclure les vidéos pertinentes qui complètent votre contenu : le clic et la visualisation de la vidéo sera un signal fort d'engagement du lecteur.
- Inclure au moins deux à trois liens pertinents qui complètent votre contenu.
- Encouragez vos utilisateurs à commenter votre contenu. Ceci est un signal d'engagement fort et un signe clair que votre article a déclenché une réponse
- Inclure du contenu téléchargeable, si possible afin d'augmenter la possibilité de clics (engagement)
- Rédigez des articles d'enfer plus la moitié du travail pour le référencement est là.
- Rédigez une bonne introduction et choisissez un titre bien accrocheur afin de captiver le lecteur
- ... etc



10) Passer beaucoup de temps sur la sensibilisation

Si vous vous contentez de rédiger une page web et d'appuyer sur le bouton « Publier », puis de croiser les doigts en espérant que ça suffira à le classer.... J'ai une nouvelle pour vous : vous avez tout faux !!!

Disons le simplement : Si aucun lien externe vers votre page n'est fait, alors les chances que celle ci se positionne correctement sont faible.



Autrement dit, une fois votre super article publié, il va falloir le faire connaître, diffuser l'information et faire en sorte que d'autres personnes vous cite en référence dans leur propre articles.... Bref : il va falloir populariser votre page web.

Pour ce faire, vous avez besoin de passer du temps supplémentaire à faire du mailling de sensibilisation, du réseautage.... et vous passerez probablement plus de temps à faire la sensibilisation qu'a rédiger....

Les liens entrant sont un signal fort pour Google, mais il y a bons liens et moins bon, voire mauvais... et les bons liens sont beaucoup plus difficiles à obtenir.

Voilà aussi pourquoi il faut créer le meilleur contenu possible sur Internet ; parce que si vous le faite, vous augmentez nettement vos chances d'être un article référence et donc d'obtenir de bons liens externes.

Si votre contenu n'est pas intéressant.... il va être très difficile d'obtenir des liens vers votre site.

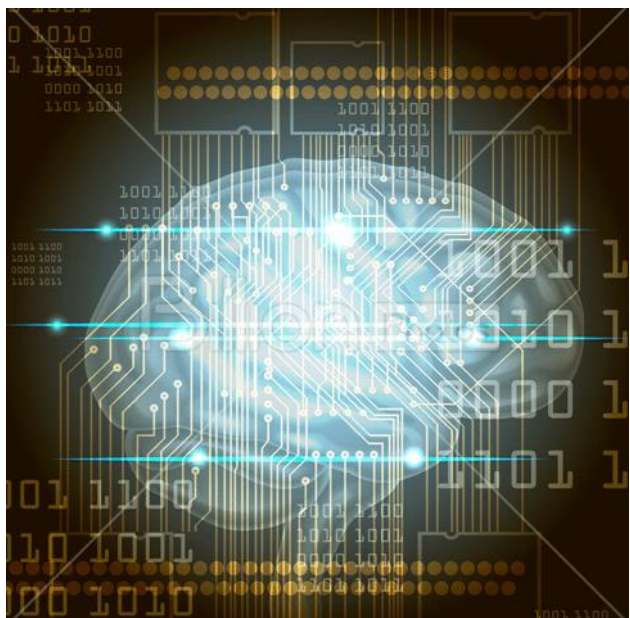
Bref soyez un cran au-dessus du reste...

Obtenir des backlinks est un sujet très vaste, je ne vais pas en discuter des heures dans cet article, juste un conseil, essayer d'obtenir des liens sur des sites ayant un rapport direct avec votre article.

Il y a une dernière chose que vous devriez garder à l'esprit pour le SEO...

11) Comprendre le concept de RankBrain

(être en mesure de se positionner pour des requêtes spécifiques)



Rankbrain Tout au long de ces pages, j'ai insisté sur la façon dont Google utilise les signaux pour mieux positionner les pages web.

Une des façons de travailler de Google est l'apprentissage automatique par la machine.

« RankBrain » est un algorithme d'apprentissage automatique que Google a mis en œuvre pour comprendre le sens de certaines requêtes complexes.... (souvenez vous, je vous en avais déjà parlé en 2012 [ici](#))

Qu'est-ce qu'une requête complexe?

Il existe plusieurs types de requêtes complexes, prenons donc un exemple très simple :

Prenons le mot «**son**»:

Il peut se référer à un bruit (Monte le **son** de la musique mec !)

Il peut se référer à une écorce de céréale (le **son** de blé)

Il peut se référer à adjectif possessif en conjugaison (**son** engin est fabuleux)

Bref utiliser le mot « son » dans une requête de recherche peut signifier différentes choses pour différentes personnes à différents moments et même dans différents lieux géographiques... peut-être même dans les différentes saisons.... voilà de quoi rendre dingue l'algorithme de Google hein ?.... eh ben non !!

RankBrain (l'apprentissage automatique de la machine) analyse des exemples de comportement des utilisateurs pour apprendre à prédire quel résultat de recherche est le résultat exact requis pour la recherche donnée d'un utilisateur spécifique.

Autrement dit en quelque sorte RankBrain apprend à vous connaître personnellement (flippant n'est ce pas ?) et va vous sortir des résultats de recherche personnalisés...

Si vous êtes un musicien à Montpellier et ou fermier en Lozère, pour une même recherche « son », vous n'aurez pas forcément le même résultat affiché par Google... ha ha ! balaise le pot Google !.... d'où l'intérêt de bien étayer votre contenu rédactionnel.

Bref concluons sur le référencement naturel

Vous l'aurez compris un bon travail en référencement naturel passe par le SEO, ça prend du temps, et ça demande de la patience, l'optimisation pour les moteurs de recherche n'est pas une tâche triviale, il faut persévérer et faire beaucoup d'efforts.

Les logiciels et plugins dédiés (ex : [Yoast SEO pour WordPress](#)) peuvent vous aider, mais ils ne seront pas en mesure de faire des miracles tout simplement parce qu'il ne vont pas rédiger des articles originaux sans « copier/coller » pour vous. (la plupart d'entre eux se concentrent sur une analyse technique de la page)

Faire une réelle différence va donc vous demander beaucoup d'efforts mais si vous adoptez une stratégie complète autour de vos efforts de référencement, vous serez certainement récompensé sur du long terme

Et si vous devez retenir une seule chose : Souvenez vous simplement :

« Si vous réalisons un bon site web avec de bonne page web vous serons logiquement bien référencés »

« Si votre site est populaire, vous serez bien positionné »

Annexe : Liens utiles et téléchargement

[WordPress](#) : Pour créer et gérer un site et rédiger des articles optimisés SEO, je pense que c'est le meilleur outil. WordPress peut s'installer en complément de votre site déjà existant (ex dans un sous répertoire)

[Hébergement + WordPress + Outil SEO + Theme + option](#) : WB2 vous propose une très bonne offre de création de site sur base WordPress avec tout ce qu'il faut pour un bon référencement, du https au serveur puissant, en passant par les plug-ins et thème premium...

Voir ici : <http://wb2.fr>

Télécharger le PDF de présentation ici : [Téléchargez la plaquette de présentation du pack](#)

[Srcapbox](#) : Un logiciel « multi-utilitaire » qui est parfois utile pour le référencement :

[SeoPanel](#) : Un script open source d'analyse de positionnement dans les moteurs de recherche.

[WebRank info](#) : Un site sur lequel on trouve pas mal d'info lié au référencement

[Google Trends](#) : Indicateur de volume de recherche sur un thème donné

[Ubersuggest](#) : Un générateur de mots clés (utile quand on est en panne d'inspiration)

[Copyscape](#) : vérifiez si votre contenu est dupliqué

[alyze.info](#) : Outil d'analyse de page web très intéressant

[Yoast \(WordPress\)](#) : Un bon outil d'analyse et aide pour rédiger vos pages web WordPress

[Google analytic](#) : Essentiel dans l'analyse de la fréquentation et du référencement

[Google webmaster tools](#) : Un diagnostiqueur essentiel également
