

Mickaël **BLANCHARD**



Préface de Sébastien Lepers

Magento

Réussir son site
e-commerce

© Groupe Eyrolles, 2010, ISBN : 978-2-212-12515-3

EYROLLES

Préface

Depuis le temps que la communauté attendait ce moment, voici enfin un livre en français sur la plate-forme e-commerce dont tout le monde parle depuis deux ans : Magento.

Pourquoi avoir dû attendre si longtemps ?

Tout d'abord, Magento est une solution complète et souple, dotée d'un énorme potentiel, mais qui en contrepartie demande du temps pour l'appriivoiser... donc du temps pour en faire un livre. On aurait pu se contenter de traduire un livre anglais ou allemand existant. Mais non, on est plus exigeant que cela, il fallait que ce livre s'adresse réellement à un public qui travaille en France et dont les problématiques sont propres à ce pays, même si aisément adaptables pour les lecteurs des autres pays francophones européens. Ensuite, les utilisateurs, développeurs et experts de Magento ont une activité professionnelle chargée, qui leur laisse peu de temps pour la rédaction. Enfin, dès qu'on aborde le sujet Magento, on ne peut se limiter à l'outil en lui-même. On doit nécessairement s'intéresser à beaucoup d'autres sujets et métiers, allant du marketing à l'hébergement, en passant par le référencement et la logistique.

Dès lors, on comprendra que plusieurs tentatives de rédaction aient échoué et que la seule à aboutir pour le moment se soit fait attendre. Je pense que Mickaël Blanchard ne me contredira pas si j'affirme que son livre est représentatif des connaissances que l'on retrouve au sein de la communauté Magento. Tout le mérite d'avoir su les structurer et transmettre son expérience sur le logiciel lui revient.

Petit retour en arrière sur l'histoire de Magento et de sa communauté francophone.

Nos blogueurs francophones préférés ont repéré dès juin 2007 le petit bijou qui se préparait outre-Atlantique et qui allait bouleverser le paysage du commerce électronique open source. Le 31 août, la première version bêta de Magento était rendue publique et téléchargée par les plus

impatiens. Le plus dur était alors de savoir qu'il faudrait attendre plusieurs mois avant d'avoir une première version stable. Mais l'équipe de développement a su nous faire patienter en publiant de nombreuses versions bêta chaque fois enrichies de nouvelles fonctionnalités.

C'est en septembre 2007 que la communauté française a été « officialisée » avec l'ouverture du site www.fragento.org et le lancement de la traduction française sur l'impulsion du Capitaine Commerce. Après quelques jours seulement, il était possible d'utiliser Magento bêta en français.

Dès la sortie de la version 1.0, fin mars 2008, Varien, la société californienne qui édite Magento, a détecté que le trafic sur son site www.magentocommerce.com était plus important en provenance de la France et de l'Allemagne qu'en provenance des États-Unis. À l'écoute de la communauté, Varien a très vite compris que son système de taxes n'était pas compatible avec celui de l'Europe et a donc modifié son plan de lancement en conséquence, afin de proposer un système de taxes compatible dès juillet 2008, dans la version 1.1. Les exemples d'implication et de contribution de la communauté dans le développement de Magento se sont ensuite multipliés. En vrac, citons les retours de bogues, les extensions communautaires ou commerciales, les contributions sur les forums multilingues, les tutoriels et les articles wiki.

Il est évident que ce que Varien a offert à la communauté, celle-ci le lui a largement rendu sous de multiples formes et qu'au final, de nombreuses personnes bénéficient de cette collaboration. Malgré sa jeunesse, Magento est déjà entré dans l'histoire du Web.

Que vous soyez développeur ou utilisateur, j'espère que la découverte et l'utilisation de Magento vous encourageront à découvrir cette communauté et à nous rejoindre. Ce livre saura vous guider et vous éviter de renoncer comme l'ont fait quelques utilisateurs non accompagnés.

Pour conclure, je vous souhaite beaucoup de plaisir et de réussite dans vos projets e-commerce avec Magento.

Sébastien Lepers, alias SeL

Table des matières

AVANT-PROPOS	1
Pourquoi ce livre ?	• 1
À qui s'adresse ce livre ?	• 2
Structure de cet ouvrage	• 3
Remerciements	• 4
1. PETITE INTRODUCTION AU E-COMMERCE AVEC MAGENTO ..	5
Le e-commerce et le libre	• 6
Les principaux logiciels	• 7
OsCommerce	• 7
VirtueMart	• 7
PrestaShop	• 8
Comparaison des logiciels	• 8
À propos de Magento	• 8
La licence OSL (Magento Community Edition)	• 9
Rapide historique	• 9
Votre projet Magento	• 10
Définir son projet de site e-commerce	• 11
Étudier le marché et de la concurrence	• 11
Déterminer ses besoins	• 12
L'équipe projet	• 12
Profils décisionnels	• 13
Compétences graphiques et ergonomiques	• 13
Rôles techniques	• 13
Gestion quotidienne et éditoriale du site	• 14
Développement et production	• 14
L'hébergement	• 15
Choisir un nom domaine	• 15
Acheter un nom de domaine	• 15
Plusieurs noms de domaine, est-ce possible ?	• 16
La planification du projet	• 16
Estimer les coûts	• 17
Mettre en place d'un calendrier prévisionnel	• 17
Tenir compte des imprévus	• 18
2. L'ENVIRONNEMENT DE DÉVELOPPEMENT	19
Le Web : rappels fondamentaux	• 20
Les adresses ou URL	• 20
HTTP... S ?	• 21
Structure d'un site web	• 22
Pourquoi utilise-t-on des services web ?	• 23
Le langage (X)HTML	• 24
HTML, CSS et JavaScript	• 25
Script.aculo.us	• 25
MySQL, la base de données	• 25
Organisation générale d'une base MySQL	• 26
PhpMyAdmin et SQL	• 26
PHP, le langage à la base de Magento	• 28
Où est PHP et comment fonctionne-t-il ?	• 28
Le Zend Framework	• 29
Les fichiers CSV	• 29
XML dans les fichiers et les messages	• 30
3. INSTALLER ET TESTER MAGENTO	31
Les éléments indispensables pour installer Magento	• 32
Les outils requis	• 32
Apache	• 32
L'interpréteur PHP	• 32
MySQL	• 33
Un hébergement commercial	• 33
Serveur mutualisé ou dédié ?	• 33
Quel matériel ?	• 34

Les services supplémentaires • 34	Les gabarits par défaut • 75
La qualité du service et le support • 34	Personnaliser les gabarits • 75
Un serveur à domicile • 34	Présentation de l'interface standard • 77
Installer un serveur à domicile • 35	L'en-tête et le menu • 77
Tester et paramétrer le serveur • 36	Le pied-de-page • 77
Configurer PHP • 36	Les listes • 78
Créer le répertoire Magento • 38	Les formulaires • 79
Les droits d'accès • 39	Création et configuration des magasins • 80
Rêves de grandeur ? • 40	Configuration des magasins et des différentes vues • 81
Phases d'installation, pas à pas • 40	Créer un magasin supplémentaire • 83
Obtenir Magento • 40	Configuration générale de Magento • 85
Préparer l'archive • 41	Les zones de configuration du système • 85
La base de données • 42	Fonctionnement général du paramétrage • 85
Installer • 42	Les options du menu Général • 87
Tester l'installation • 46	Options générales (menu Général>Général) • 87
Les tâches cron • 48	Options Web • 87
Mise en place d'une tâche cron sous Unix • 49	Paramétrer la page « Contactez-nous » • 88
Mise en place d'une tâche planifiée sous Windows • 49	Option d'envoi à un ami • 89
Magento en français • 51	Les options du menu Catalogue • 89
It does not work ? • 51	Options générales • 89
Récupérer la clé d'extension	Création d'un plan de site Google • 93
pour le French Language Pack • 51	Activation des flux RSS • 94
Installer l'extension • 53	Les options du menu Clients • 95
Ajouter un premier produit dans la boutique • 54	Paramètres des comptes clients • 95
	Paramètres de navigation • 95
	Activation de la « liste d'envies » • 96
	Les options du menu Ventes • 96
	Paramétrer le déroulement d'une vente en ligne • 96
	Impression de documents PDF • 97
	Paramétrer la commande et le règlement des achats • 97
	Paramètres de livraison • 98
	Configurer l'accès aux services Google • 98
	Configuration avancée • 99
	Paramètres pour l'administration • 99
	Paramètres système • 100
	Paramètres utiles au développeur • 101
	Gestion du cache • 101
	Gestion de votre équipe d'administrateurs • 103
	Mon compte • 103
	Les rôles • 103
	Les utilisateurs • 105
4. VISITE GUIDÉE DES FONCTIONNALITÉS OFFERTES	
 AU VISITEUR 59	
Visiter le site • 60	
Rechercher des produits • 60	
Acheter • 62	
Le panier d'achat • 62	
Le processus de commande • 62	
Le compte de l'utilisateur • 66	
Contribuer • 67	
Associer des tags aux produits • 67	
Créer son catalogue personnel : la wishlist ou liste d'envies • 67	
Comparer les produits entre eux • 68	
5. ADMINISTRER LE SITE 71	
Connexion à l'interface d'administration • 72	
Les différents types de messages • 74	
Les messages publics émis par Magento • 74	
La génération automatique de courriels • 74	
Les gabarits de courriels • 75	
	6. PUBLIER SUR LE SITE 107
	Créer des pages de contenu • 108

- Ajouter une page • 109
- Renseigner les métadonnées • 110
- Insérer des blocs statiques • 111**
 - Créer un bloc • 111
 - Affecter un bloc à une page • 112
- Administrer des sondages • 113**

7. METTRE EN PLACE SA BOUTIQUE 117

- Structurer les produits en catégories • 118**
 - Arborescence des catégories • 118
 - Créer et paramétrer une catégorie • 119
 - Informations générales • 119
 - Paramètres d'affichage • 120
 - Produits de la catégorie • 121
 - Hiérarchie des catégories • 121
- Caractériser les produits grâce aux attributs • 122**
 - Créer des attributs • 123
 - Paramétrer le comportement des attributs pour le visiteur • 124
 - Intitulés et valeurs des attributs • 126
 - Gérer les groupes d'attributs • 127
 - Création d'un nouveau groupe • 127
 - Répartition dans les sous-groupes • 128
- Mettre en place les produits • 129**
 - Création d'une fiche produit • 129
 - Informations générales • 130
 - Fixer les prix • 132
 - Ajouter des informations méta • 133
 - Associer des images • 134
 - Propriétés d'inventaire pour la gestion des stocks • 134
 - Affecter le produit aux sites web et catégories • 135
 - Produits apparentés, ventes incitatives et ventes croisées • 136
 - Abonnements aux alertes sur les produits • 136
 - Ajouter des options personnalisables : choix de la taille, de la couleur, etc. • 137
 - Les différents types de produits • 138
 - Les produits configurables • 139
 - Les produits groupés • 142
 - Les produits packagés • 144
 - Les produits téléchargeables • 146
 - Les produits virtuels • 149
- Gérer les promotions • 149**
 - Les promotions catalogue • 149

- Définir une règle • 149
- Conditions d'application de la règle • 150
- Résultat • 151
- Les promotions panier • 152
 - Définir une règle • 152
 - Bons de réduction • 152
 - Conditions d'application de la règle • 153

- Les conditions générales de vente et d'utilisation • 154**
- Optimiser le référencement de votre boutique via les URL • 156**
 - Les URL automatiques • 157
 - Réécrire manuellement les URL • 158

8. GÉRER LES VENTES 161

- Le processus complet d'achat • 162**
- Devises et taux de change • 162**
 - Configurer les devises • 163
 - Fixer les taux de change • 164
- Gérer sa clientèle • 165**
 - Voir les clients en ligne • 165
 - Constituer des groupes de clients • 166
 - Informations sur les clients • 166
 - Créer un client pour une commande par téléphone • 167
- Définir les taxes • 169**
 - Les classes de taxe produit • 170
 - Les classes de taxe client • 170
 - Les taux de TVA en fonction des zones de taxe • 171
 - Les règles de taxes • 172
 - L'affichage des taxes et leurs options • 174
- Modes de livraison et frais de port • 175**
 - Points communs entre tous les modes • 175
 - Le mode « Tarif unique » • 176
 - Le mode « Tarification » • 176
 - Le mode « Livraison gratuite » • 177
- Modes de paiement • 177**
 - Points communs entre les différents modes de paiement • 178
 - Paiement par carte enregistrée • 179
 - Paiement par chèque, mandat ou virement • 180
 - Paiement par bon de commande • 180
- Administrer les commandes • 180**
 - Traiter les commandes • 181
 - Produire des factures • 182
 - Préparer les expéditions • 184
 - Gérer les remboursements • 186
 - Analyser le tableau de bord des commandes • 187

9. PROMOTION DE LA BOUTIQUE : COMMUNIQUER**AVEC SES VISITEURS 189****Autoriser les avis sur les produits • 190**

Configurer les notations • 190

Modérer les commentaires • 192

Gérer les mots-clés ou tags • 193**Améliorer la recherche interne • 195**

Analyser les recherches des visiteurs • 195

Éditer les recherches • 196

Autres améliorations possibles • 197

Envoyer une lettre d'information (newsletter) • 197

Gérer les inscriptions • 198

Préparer un gabarit • 199

Éditer et envoyer la lettre • 200

Mieux connaître votre clientèle : utiliser les rapports • 201

Les différents états disponibles • 201

Manipuler les états • 202

Utiliser les services web • 203

Vérification rapide du bon fonctionnement • 204

Services XML-RPC • 204

Services WS-* • 205

Méthode d'utilisation • 205

Sécurité : créer des utilisateurs • 206

10. PERSONNALISER L'APPARENCE DE SA BOUTIQUE 209**Configuration de base du design • 211**

L'en-tête HTML • 211

Le titre de la page (title) • 211

Les balises méta et autres indications pour les moteurs de recherche • 212

Les petits plus • 212

L'en-tête visible de la page • 213

Le pied de page • 213

Ajouter un filigrane sur les images de produits • 214

Créer un thème graphique • 215

Organisation des fichiers • 215

Organisation générale • 215

Organisation des thèmes au sein des répertoires • 216

Le principe de surcharge • 217

Créer un paquet • 218

Créer et appliquer un nouveau thème • 218

Application partielle d'un thème • 219

Exceptions • 220

Éléments statiques du thème : images, CSS et JavaScript • 222

Modifier des images ou fichiers JavaScript • 222

Modifier les styles grâce aux CSS • 222

Design et internationalisation • 223

Répertoires de traduction • 223

Les textes intégrés au thème • 224

Les textes indépendants du thème • 224

Mécanisme de traduction • 224

Modifier les fichiers pour corriger

ou ajouter une traduction • 225

Ajouter des widgets • 225**Modifier les gabarits (templates) • 228**

Les avantages de l'architecture MVC • 228

Modifier un gabarit • 229

Les gabarits spéciaux • 231

Syntaxe des gabarits • 231

Classes et fonctions utiles • 232

Traduction • 233

Remplacement des caractères spéciaux • 233

Affichage d'un bloc enfant • 233

Les assistants • 233

Le modèle • 233

Modifier les agencements (layouts) • 234

Syntaxe générale et surcharge • 235

Structure d'un fichier d'agencement • 235

En pratique • 236

Modification de la balise <default> • 237

Le contenu des agencements • 238

La balise <block> • 238

La balise <reference> • 239

La balise <action> • 240

Exemple : changer la couleur du pied de page • 240

Exemple : supprimer un bloc • 242

Exemple : ajouter un bloc HTML • 243

Exemple : ajouter un lien vers une page • 244

Personnaliser le design via l'interface d'administration • 246

Paramètres de design personnalisé • 246

Exemple d'ajout de paramètres de design personnalisé • 247

11. AJOUTER ET CRÉER UNE EXTENSION 249**Installer une extension préexistante • 250**

Choisir une extension • 250

Obtenir la clé d'installation • 253

Télécharger et installer l'extension

avec Magento Connect • 254

Exemple de configuration • 257	Contenu • 298
Créer soi-même ses extensions • 259	Sauvegarde et mise en ligne • 299
Modifier Magento ? • 259	
Structure et fichiers essentiels d'une extension • 261	
Trouver les erreurs • 263	
Un exemple complet : création d'un premier module d'accès à une base de données • 265	
Déclaration : créer le fichier de configuration de l'extension • 265	
Structure des fichiers • 266	
Créer le bloc correspondant au module • 267	
Fichier de bloc : LeMessage.php • 267	
Fichier d'agencement : message.xml • 268	
Fichier de configuration : config.xml • 269	
Fournir une traduction du message • 271	
Modification du gabarit • 271	
Création des fichiers de traduction CSV • 272	
Modification du fichier de configuration • 272	
Afficher un message dynamique à partir de la base de données • 273	
Créer la table d'enregistrements • 273	
Prévoir l'installation automatique de la table • 274	
Construire le modèle • 275	
Déclarer le modèle • 277	
Modifier la classe de bloc pour afficher le résultat • 278	
Bilan du premier module • 279	
Suite de l'exemple : créer un second module pour la livraison • 280	
Construire la structure et les classes du module • 281	
Créer les répertoires • 281	
Construire la classe Back • 281	
Créer les fichiers de traduction • 284	
Adapter les fichiers de configuration • 284	
Fichier de configuration etc/config.xml • 284	
Fichier de départ de l'extension • 285	
Rendre l'extension configurable • 286	
Un menu spécial pour notre extension • 287	
Ajout de paramètres dans un onglet existant • 291	
Lecture des paramètres depuis la classe du modèle • 294	
Créer un paquet pour publication • 296	
Informations du paquet • 296	
Informations de publication • 297	
Responsables de la maintenance • 297	
Dépendances • 298	
	A. QUELQUES EXTENSIONS UTILES DE MAGENTO..... 301
	Paiement en ligne par carte bancaire • 301
	CM-CIC p@iement (CyberMUT Paiement/Paiement CIC) • 301
	SPPLUS Extension (Caisse d'Épargne) • 302
	Et pour les autres banques ? • 303
	Modes de livraison • 303
	J2T TNT Module (relais colis TNT) • 303
	Owebia Shipping 2 • 304
	Thèmes et design • 304
	Advanced Menu • 304
	Clean EasyStart Theme • 305
	Internationalisation • 306
	French (France) Language Pack • 306
	Autres extensions utiles • 307
	osCommerce fixed migration tool • 307
	Blog • 308
	B. HTML, CSS ET JAVASCRIPT 311
	(X)HTML • 311
	La page • 311
	Les balises principales • 313
	Les commentaires • 313
	Le corps de texte et sa mise en forme • 313
	Les titres • 314
	Listes et tableaux • 314
	Les balises de liens • 315
	Lien vers une autre page • 316
	Images • 316
	L'encodage des caractères • 316
	CSS • 317
	Intégrer les CSS dans le HTML • 317
	Associer le code CSS au HTML • 319
	Quelques propriétés CSS • 320
	Couleurs • 320
	Polices de caractères • 320
	Marges et bordures • 321
	Autres • 321
	JavaScript • 321
	Intégrer le JavaScript dans le HTML • 322
	Script.aculo.us • 323

Utilisation • 323
 Principaux effets • 324
 Comportements • 324
 Ajax • 325

Le SQL avec l'adaptateur • 331
 Le contrôleur • 332
 Le client HTTP • 333
 Autres classes utiles • 333

C. PHP ET LE ZEND FRAMEWORK 327

PHP • 327
 Les apports de PHP 5 • 328
 Le Zend Framework • 329
 Le Zend Framework dans Magento • 329
 Interaction avec les bases de données • 330

D. XML..... 335

Pourquoi XML ? • 335
 Les règles fondamentales du XML • 336
 Autres normes associées à XML • 337

INDEX 339

Avant-propos

► <http://www.fevad.com>

CONSEIL Visiter et acheter

Si jamais vous n'aviez qu'une idée vague de ce qu'est une boutique en ligne, passez quelques temps sur des sites de e-commerce, quels qu'ils soient. Il serait même utile que vous fassiez un achat complet, au moins jusqu'à la phase de paiement. En voici quelques exemples :

- <http://www.eyrolles.com>
 - <http://www.amazon.fr>
 - <http://www.alapage.fr>
-

À SAVOIR Identification renforcée

Le mécanisme de paiement en ligne par carte bancaire évolue en France, pour plus de sécurité. Désormais, il n'est plus suffisant de disposer du code de la carte, et du cryptogramme inscrit au dos, mais une identification supplémentaire est nécessaire, tels un code secret ou la date de naissance du client. Le vendeur, c'est-à-dire le propriétaire du site de e-commerce, n'a pas à modifier son site pour s'y adapter, car cela se passe au niveau de la banque.

En 2009, on comptait 56 000 sites marchands actifs en France, pour un chiffre d'affaires total de 5,6 milliards d'euros (d'après la FEVAD, Fédération du e-commerce et de la vente à distance, qui réalise des études périodiques de référence sur le sujet). À cela s'ajoutent les plates-formes de mutualisation et les simples marchands référencés sur des sites intermédiaires (d'enchères, de publication...).

La mise en place d'une boutique sur l'Internet demande la réalisation logicielle des mécanismes classiques de toute entreprise commerçante, et plus généralement de tout nouveau canal de vente :

- le maintien de produits et rubriques de produits dans une base de données ;
- le processus d'achat ;
- le processus de paiement ;
- le maintien de clients, de leurs adresses, de leurs commandes ;
- l'établissement des frais de livraison ;
- la prise en compte de la taxation.

L'existence de cet ensemble de points communs justifie généralement l'emploi d'une plate-forme logicielle existante, plutôt que la création complète d'un site sur mesure, afin de faciliter la mise en place de tous ces processus. C'est dans ce logiciel que vous devrez, une fois celui-ci configuré, intégrer vos données et l'adapter à vos besoins propres, dans son apparence comme dans son comportement.

Pourquoi ce livre ?

Magento est l'un de ces logiciels, parmi les plus récents et les plus complets, et libre de surcroît. Réputé pour sa puissance et ses grandes capa-

cités de configuration grâce à l'ajout et au développement de nombreux nouveaux modules, il peut pour cette raison sembler au premier abord quelque peu difficile d'accès. C'est pourquoi cet ouvrage a pour objectif, d'après mon expérience dans l'installation de ce logiciel pour diverses entreprises, de vous assister dans la mise en place de votre site de e-commerce, depuis la définition des besoins jusqu'à l'ajout de modules supplémentaires, en passant par la configuration, la création et l'alimentation de la base de données, sans oublier la personnalisation de l'apparence graphique.

À qui s'adresse ce livre ?

Cet ouvrage a été écrit pour tous les niveaux d'apprentissage de Magento, et s'il s'adresse avant tout à l'administrateur qui sera chargé de la mise en place et de la gestion d'un site de e-commerce, il servira également de guide au développeur qui souhaitera l'exploiter au maximum de ses capacités.

Les débutants complets, utilisateurs de l'Internet mais peu familiers de ses spécificités techniques, découvriront Magento, les technologies qui le composent, ses possibilités et les enjeux de son utilisation. Les derniers chapitres de ce livre ne les concerneront pas dans l'immédiat, car ils demandent des connaissances techniques en programmation qui ne peuvent s'acquérir simplement par la manipulation, même en profondeur, de Magento. Cependant, le reste de l'ouvrage a été écrit avec des références et un vocabulaire exacts, qui s'efforcent de leur offrir une lecture claire et sans verbiage inutile.

Si vous êtes expérimenté en HTML, voire en PHP, mais que vous abordez Magento avec un œil neuf, vous êtes au centre des préoccupations de l'auteur. C'est alors l'ensemble du livre qui vous concerne ; laissez-vous guider par les fonctionnalités dont vous avez vraiment besoin. L'ordre de l'ouvrage devrait vous convenir parfaitement, et les quelques chapitres généralistes pourront être simplement survolés.

Vous êtes un expert en développement web ? Ce livre devrait être pour vous une aide précieuse. L'auteur, fort de son expérience dans le développement de solutions associées à des CMS (*Content Management System*), boutiques en ligne ou autres outils en PHP, s'est appliqué à détailler les points les plus délicats de Magento. La création de modèles (*templates*) et de thèmes graphiques (*layouts*), particulièrement exotique et ardue, est expliquée, exemples à l'appui. Quant à la fabrication d'extensions, c'est le point qui devrait mériter le plus votre attention. Elle a été écrite afin

de parcourir le plus de possibilités et de besoins que vous auriez à résoudre, et certaines astuces vous feront gagner de nombreuses heures.

Structure de cet ouvrage

L'ordre des chapitres assure une cohérence maximale. Aucun point n'est développé tant que les éléments nécessaires n'ont pas été expliqués.

Le **chapitre 1** (Petite introduction au e-commerce avec Magento) propose des informations générales à propos de Magento et de son écosystème, ainsi que des conseils pour mettre en place votre propre projet de boutique en ligne.

Le **chapitre 2** (L'environnement de développement) présente toutes les technologies sous-jacentes à Magento, à commencer par le Web. Vous trouverez ensuite des compléments sur ces technologies en annexe.

Le **chapitre 3** (Installer et tester Magento) indique en détail comment installer Magento, en présentant de multiples situations.

Le **chapitre 4** (Visite guidée des fonctionnalités offertes au visiteur) montre comment vos visiteurs et clients utilisent le site que vous mettez en place.

Le **chapitre 5** (Administrer le site) détaille les actions fondamentales réalisées par les administrateurs d'une boutique Magento, configuration des diverses fonctionnalités incluse.

Le **chapitre 6** (Publier sur le site) indique comment publier sur le site des informations qui ne font pas partie du processus d'achat.

Le **chapitre 7** (Mettre en place sa boutique) est consacré à l'ensemble des données commerciales, c'est-à-dire les produits, catégories, commandes, etc.

Le **chapitre 8** (Gérer les ventes) présente la configuration détaillée du processus de vente (paiement, livraison, etc.).

Le **chapitre 9** (Promotion de sa boutique : communiquer avec ses visiteurs) décrit l'administration des fonctionnalités interactives à destination des visiteurs, comme les commentaires des produits. Il vous donne ainsi différents moyens de faire connaître votre boutique et d'attirer les internautes.

Le **chapitre 10** (Personnaliser l'apparence de sa boutique) est un premier point de la mise en place potentiellement complexe d'un site, à savoir l'application de thèmes graphiques aux différentes pages d'un site Magento.

Le **chapitre 11** (Ajouter et créer une extension), à destination des développeurs, explique les points clés et les méthodes permettant la modification et la création d'extensions diverses et variées pour Magento.

Pour terminer, les annexes décrivent quelques extensions utiles à un site français et présentent les bases des technologies utilisées par et pour Magento.

Remerciements

Je tiens à remercier les stagiaires successifs qui, depuis 2008, ont eu la bonne idée de demander une formation Magento, et se sont prêtés de bonne grâce aux exemples que je leur soumettais, voire m'ont poussé à coucher sur le papier la somme de connaissances que je leur apportais. Je suis grandement redevable envers les membres passés et présents de Dawan, leur culture du savoir fut un moteur essentiel dans ma rédaction.

J'applaudis les intervenants actifs et déterminés de Magento de par le monde, en particulier ceux de Varien, qui mérite son succès, mais aussi Florent Sabourin et Sébastien Lepers, qui ont collaboré à cet ouvrage. Enfin, un merci chaleureux aux éditions Eyrolles, Fabienne L'Hostis, Sophie Hincelin, Pascale Sztajn bok, Anne-Lise Banéath, Gaël Thomas et surtout Karine Joly, qui ont réussi à transformer ce projet avec un grand talent.

UN MOT DE L'AUTEUR **Mickaël Blanchard**

Mickaël Blanchard est ingénieur en développement. Il est actuellement responsable de projet dans la SSII Dawan, intervenant en conseil sur des développements Internet, intranet et extranet de toutes sortes, généralement en PHP.

Également formateur depuis six ans dans de nombreuses technologies du Web, dont l'une des premières formations d'expertise pour PHP 5 depuis 2005, il donne aussi des formations pour OsCommerce, Joomla!, et bien sûr Magento. Il est certifié Développeur PHP Zend.

Ses formations comme ses consultations lui ont donné l'occasion d'apprécier de multiples situations d'utilisation de systèmes de commerce électronique, et l'évolution dans les années récentes de Magento. Les différents services – production, assistance, formation – pour lesquels l'auteur et sa structure se mettent à votre disposition sont détaillés sur le site :

► <http://www.dawan.fr>

Visite guidée des fonctionnalités offertes au visiteur

4

Un site conçu avec Magento permet à vos internautes de réaliser un grand nombre d'opérations, d'autant plus lorsque ceux-ci deviennent clients... Petite visite guidée des fonctionnalités offertes sur l'interface publique d'un site !

SOMMAIRE

- ▶ Visiter le site
- ▶ Acheter
- ▶ Contribuer

MOTS-CLÉS

- ▶ boutique
- ▶ commande
- ▶ compte
- ▶ tag
- ▶ wishlist

Nous vous présentons ici les manipulations possibles pour vos visiteurs et clients. Il est utile, en effet, que vous sachiez parfaitement quelles sont les capacités et les limites de l'installation d'un produit aussi complet que Magento.

Visiter le site

CONSEIL Visitez, en profondeur

Vous devriez visiter et faire visiter votre site le plus possible. Cela vous permet non seulement de vérifier le résultat de vos modifications, mais aussi de repérer les éventuelles anomalies et les difficultés à corriger ou à compenser.

La partie publique d'un site est ouverte et disponible dès l'installation. Elle ne contient alors aucun produit, aucune catégorie, aucune page... Mais l'insertion du premier produit que nous venons de réaliser permet déjà de se comporter comme un visiteur et de faire ses courses.

Rendez-vous sur la partie publique. Si vous y étiez déjà, actualisez la page d'accueil. En haut, une zone de recherche apparaît, puis le menu. En dessous, dans un bandeau, les catégories principales. À droite (et éventuellement, plus tard, à gauche), apparaissent des boîtes de toutes sortes. Enfin, au centre, vous voyez le contenu principal de la page en cours de visite.

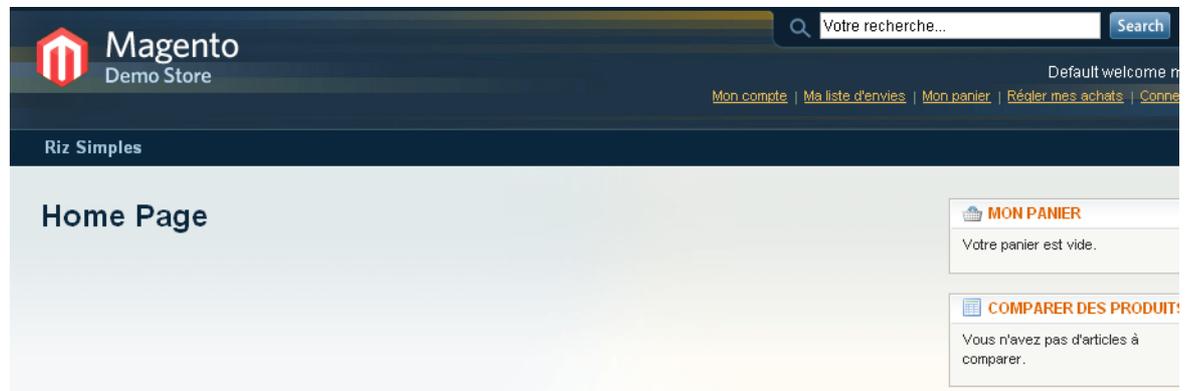


Figure 4-1 La page d'accueil par défaut

CULTURE Et dans les autres boutiques ?

Les boutiques en ligne peuvent être très différentes en ce qui concerne leurs organisation, graphisme, etc., mais les mécanismes principaux, comme la répartition des produits par catégories, varient très peu. Seuls quelques sites font exception, par exemple les boutiques de vente de billets d'avion. Pour elles, le développement a été fait sur mesure.

Votre site, même après modification du graphisme telle que proposée au chapitre 10, aura toujours un principe d'interface utilisateur identique à celui-ci. Il répond, entre autres, aux critères d'ergonomie auxquels s'attend probablement votre client, afin de ne pas se sentir perdu dans votre boutique.

Rechercher des produits

Le visiteur doit pouvoir trouver (et retrouver !) facilement les produits en vente. Pour cela, il peut utiliser le lien portant le nom de la rubrique, en

haut. Une page de rubrique est alors affichée, avec les différents produits disponibles, et leurs particularités. Il suffit ensuite de cliquer sur le nom du produit pour disposer de plus d'informations.

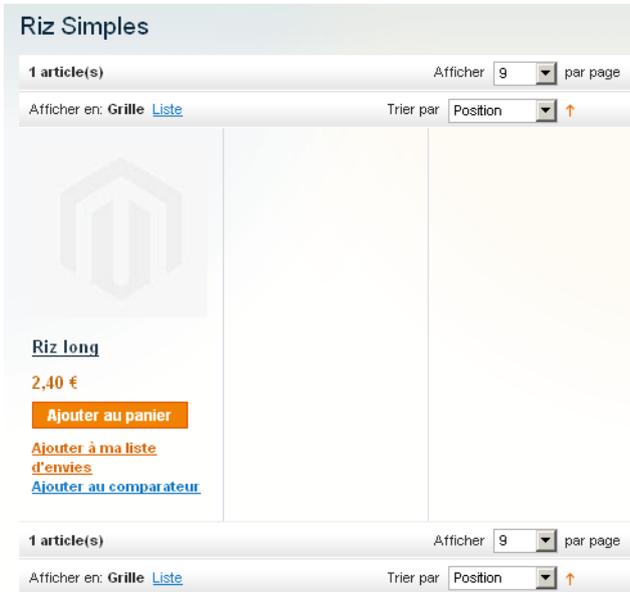


Figure 4-2
Une page de rubrique : liste de produits

Le moteur de recherche (en haut) est efficace et présente les résultats organisés de façon identique aux catégories constituées. Une boîte de dialogue *Affiner la recherche* est disponible, bien qu'inutile pour nous pour le moment (sa configuration est traitée dans le chapitre 7).



Figure 4-3
Résultats d'une recherche

La prochaine recherche qui sera effectuée bénéficiera d'une assistance. En pratique, si vous entrez le début d'une recherche qui a déjà été saisie au préalable (par n'importe quel visiteur, sur n'importe quel ordinateur), celle-ci sera proposée automatiquement, comme sur l'exemple de la figure 4-4. On voit qu'ici, la recherche « riz long » a déjà été faite, et qu'elle aura un résultat.



Figure 4-4
Recherche assistée : un résultat disponible

À L'INTÉRIEUR **Un fil d'Ariane sans JavaScript**

Le fil d'Ariane (*breadcrumbs*, en anglais, en référence au Petit Poucet), appelé parfois aussi chemin de navigation, est cet enchaînement de liens en haut de page permettant au visiteur de toujours savoir où il se trouve dans l'arborescence d'un site et de revenir en arrière. Par exemple : [Accueil](#)>[Catalogue](#)>[Riz](#)>[Riz bio](#).

Dans un site Magento, il ne contient pas de JavaScript, malgré ce principe de « retour en arrière » qui semblerait y convenir. Les auteurs du logiciel ont préféré mettre en place de véritables liens HTML, qui non seulement fonctionnent en permanence, mais favorisent aussi le référencement (sans compter l'accessibilité, puisqu'ils restent compatibles avec les navigateurs fonctionnant sans JavaScript).

À L'INTÉRIEUR **Toujours le même bouton**

Si le bouton *Ajouter au panier* ou un autre bouton équivalent apparaît sur de nombreux types de page, non seulement mène-t-il toujours au même endroit, mais il fait aussi appel au même code interne. Ainsi, nous sommes donc bien exactement face au même comportement, quelle que soit la manipulation réalisée par l'internaute pour son achat.

À SAVOIR **Quelques absences de traduction**

L'effort de traduction de Magento en français est important, mais il ne couvre pas encore la totalité de l'application. Les éléments manquants seront faciles à ajouter par vous-même, comme cela est expliqué dans le chapitre 10, à la section « Design et internationalisation ».

Pour trouver d'autres produits, le visiteur dispose du bandeau de menus, toujours présent, qui permet de naviguer entre les différentes rubriques. De plus, un fil d'Ariane (*breadcrumbs*) permet à chaque instant de revenir en arrière.

Figure 4-5
Le fil d'Ariane

[Accueil](#) / [Riz Simples](#) / [Riz long](#)

Acheter

Le panier d'achat

L'internaute est poussé à l'achat par de nombreux boutons *Ajouter au panier*, associés à une quantité. Le panier regroupe tout ce que le client va acheter en une fois ; c'est une métaphore de marchés ou supermarchés.

Riz long
[Soyez le premier à commenter ce produit](#)
 Disponibilité : en stock.
2,40 €
 Quantité: **Ajouter au panier** OU
[Ajouter à ma liste d'envies](#)
[Ajouter au comparateur](#)

Description rapide
 Riz long classique

Figure 4-6
La page de produit avec un bouton d'ajout au panier

À tout instant avant d'avoir conclu son achat, l'utilisateur peut retrouver son panier et le modifier :

- après chaque ajout d'un produit ;
- en cliquant sur *Mon panier*, en haut de l'écran.

Le bouton *Mettre à jour le panier* permet de modifier les quantités. Le gros bouton *Proceed to Checkout* (ne vous inquiétez pas de la version anglaise pour le moment) mène au paiement. Vous pouvez tester l'ensemble du fonctionnement tel que présenté ici, car il n'y aura pas de conséquence sur vos finances réelles.

Le processus de commande

L'achat est réalisé en plusieurs phases distinctes, dont l'ordre ne peut varier.

Panier Proceed to Checkout

✔ Le produit Riz long a bien été ajouté à votre panier.

Retirer	Nom du produit	Prix unitaire	Quantité	Sous-total
	 Riz long	2,40 €	<input type="text" value="2"/>	4,80 €

Poursuivre vos achats Mettre à jour le panier

*** CODES DE REMISES**

Saisissez votre code de réduction

Utiliser un bon de réduction

Sous-total 4,80 €

Montant global 4,80 €

Proceed to Checkout

Figure 4-7 Le panier d'achat

- La première phase consiste en l'identification. L'achat peut se faire en tant qu'utilisateur enregistré (nouveau ou ancien) ou anonyme. Choisissez de créer un nouveau client.

1 Mode de passage de commande

RÉGLER EN TANT QU'INVITÉ OU S'ENREGISTRER

Enregistrez-vous et profitez de nombreux avantages :

Régler en tant qu'invité

S'enregistrer

Gagnez du temps !

Enregistrez-vous et profitez de nombreux avantages :

- Passez vos commandes plus rapidement
- Consultez et suivez vos commandes

* Champs obligatoires

Poursuivre [Mot de passe oublié ?](#) Se connecter

SE CONNECTER

Vous avez déjà un compte?
Veuillez vous identifier

Votre adresse email *

Mot de passe *

2 Informations de facturation

3 Informations de livraison

4 Mode de livraison

5 Informations de paiement

Figure 4-8 Premier volet : l'identification

- Entrez des données quelconques dans les différents champs de la facturation (l'adresse par défaut), et choisissez la livraison à la même adresse.

1 Mode de passage de commande

2 Informations de facturation

Prénom *
Mickaël

Nom de famille *
Blanchard

Entreprise
Votre adresse email *
mblanchard@example.org

Adresse *
12, rue de Magenta

Ville *
Paris

État/Région/Département *
Paris

Code postal *
75001

Pays *
France

Téléphone *
0101010101

Fax

Mot de passe *

Confirmer votre mot de passe *

Livrer à cette adresse Livrer à une autre adresse

Figure 4-9

Deuxième volet : adresse de facturation

- Un seul mode de livraison est disponible, acceptez-le. Bien sûr, si nous avons choisi une adresse de livraison différente de l'adresse de facturation, elle nous aurait été demandée juste avant, dans un troisième volet identique au second. Les modes de livraison disponibles dépendent du lieu de livraison.

4 Mode de livraison

Flat Rate
Fixed 10,00 €

[↑ Retour](#) [Poursuivre](#)

Figure 4-10

Quatrième volet : le mode de livraison

- Lors de l'étape suivante, vous observez deux modes de paiement, pour le moment. Payons par chèque.
- Nous pouvons désormais valider la commande (*Place Order*). Là encore, ne vous inquiétez pas de l'anglicisme.

4 Mode de livraison

5 Informations de paiement

Check / Money order
 Credit Card (saved)

* Champs obligatoires

[↑ Retour](#) **Poursuivre**

6 Vérification de commande

Figure 4–11
Cinquième volet :
choix du mode de paiement

5 Informations de paiement

6 Vérification de commande

Nom du produit	Prix	Quantité	Sous-total
Riz long	2,40 €	2	4,80 €
		Sous-total	4,80 €
		Frais de port (Flat Rate - Fixed)	10,00 €
		Montant global	14,80 €

Vous avez oublié un article ? [Modifiez votre panier](#)

Place Order

Figure 4–12
Sixième volet : résumé de la commande

6 La page suivante est une page d'information. Elle indique la possibilité d'accéder à la commande réalisée, et annonce qu'un mail va être envoyé (si vous utilisez une installation locale, ceci échouera probablement).

Votre commande a été reçue

Merci de votre achat !

Votre n° de commande est : [100000001](#).

Vous allez recevoir un mail de confirmation avec les détails de votre commande ainsi qu'un lien pour suivre son avancement. Cliquez [ici pour imprimer](#) une copie de la confirmation de votre commande.

Poursuivre vos achats

Figure 4–13
La commande est terminée !

Vous pouvez tester la robustesse du processus en actualisant votre navigateur (F5). Vous observez alors que contrairement à ce que vous auriez pu redouter, il ne passe pas une seconde commande – la catastrophe est évitée !

CULTURE Acheter sans compte ?

Pour des raisons de simplicité, certaines boutiques conçues sans Magento ne proposent pas de compte pour les acheteurs. Cela oblige alors les clients à entrer de nouveau chaque fois leurs adresses, et ne leur permet généralement pas de consulter l'état de leurs commandes. Nul doute que la possibilité de s'enregistrer saura séduire et fidéliser vos acheteurs !

Figure 4-14

Le tableau de bord de l'utilisateur

Le compte de l'utilisateur

Comme nous venons de créer un nouveau compte client en commandant, nous pouvons dès lors visiter les pages dédiées à ce compte. Il suffit pour cela de cliquer sur *Mon compte*, en haut de la page. Le tableau de bord est indicatif et compréhensible. Il permet de nombreuses actions en correspondance avec les commandes et leur évolution.



À L'INTÉRIEUR Partage d'adresse

L'agencement des données de Magento ne propose pas le partage par plusieurs clients d'une même adresse. Toutefois, ce n'est pas interdit non plus, et seul le nom d'utilisateur ne peut pas être commun à plusieurs de vos clients.

Figure 4-15

Le carnet d'adresses de l'utilisateur

Un utilisateur peut avoir plusieurs adresses. Celles-ci peuvent être créées à chaque commande ou être inscrites dans le carnet d'adresses, afin d'être utilisées comme adresses de facturation ou livraison.



Cookie

Le *cookie* est une petite information, invisible pour l'utilisateur, envoyée par un serveur web à un client, et renvoyée ensuite systématiquement au serveur par ce client, afin de différencier les données de chaque utilisateur.

Figure 4-16

Le lien de déconnexion

S'il le désire, l'utilisateur peut se déconnecter. Sinon, sa session est maintenue par un cookie, qui reste en place jusqu'à la fermeture du navigateur.



Contribuer

En plus de consulter les pages et d'acheter des produits en ligne, le visiteur, et potentiellement futur client peut avoir une réelle interaction avec le site. Ceci aura pour effet bénéfique de :

- créer une communauté autour du site ;
- renforcer l'implication du client ;
- permettre d'améliorer le site ;
- vous apporter des informations marketing.

Les grands sites de vente ont mis en place et évalué depuis longtemps ces fonctionnalités supplémentaires, et n'hésitent pas à multiplier des accés pour les mettre en avant, preuve de leur réelle valeur ajoutée !

Associer des tags aux produits

Chaque produit peut être associé à un ou plusieurs « tags » (étiquettes, mots-clés). Chaque tag peut être associé à un ou plusieurs articles. Le visiteur est invité à proposer des tags pour chaque article, qui sont bien sûr soumis à validation de l'administrateur.



Figure 4–17
Ajouter des tags

Une fois un certain nombre de tags attribués, un « nuage de tags » s'affichera sur certaines pages publiques, les tags prépondérants étant mis en valeur en fonction de leur importance. Cela offre l'avantage de proposer une navigation plus intuitive, transversale aux catégories.



Figure 4–18
Le nuage de tags

Créer son catalogue personnel : la wishlist ou liste d'envies

La *wishlist*, littéralement « liste d'envies », est une liste de produits associée à un utilisateur et qui lui est propre. Il s'agit de produits qu'il souhaiterait et pourrait acheter potentiellement, chaque produit étant associé à

Tag

Tag, en anglais, signifie balise. C'est un élément permettant l'ajout d'informations de contenu ou de mise en forme dans un texte, en HTML, par exemple, mais dans le monde du Web interactif, cela désigne aussi un mot-clé associé à un article, une photo, une vidéo ou un produit par les clients. Cela permet ensuite notamment d'améliorer la recherche vers ces éléments. Vous retrouvez ces tags notamment sur les blogs et sur les sites communautaires comme YouTube, Flickr, etc.

Souvent, les tags sont regroupés en « nuage de tags » (*tag cloud*), c'est-à-dire une représentation graphique d'un ensemble de tags qui rend visible la prépondérance de certains tags sur les autres.

un commentaire optionnel. Cela lui permet en quelque sorte de se constituer un catalogue personnalisé ou de constituer une liste de mariage, de cadeaux, etc.

Sur une page produit, il est possible de demander à *Ajouter à la liste d'envies*. La liste apparaît alors, comme sur la figure ci-après. Le bouton *Partager la liste d'envies* permet d'envoyer cette liste à d'autres personnes, par e-mail, tandis que le bouton *Tout ajouter au panier* ajoute en une seule fois tout le contenu de la *wishlist* au panier. Enfin, notez qu'après modification des commentaires, il faut cliquer sur le bouton *Mettre à jour* pour qu'ils soient pris en compte.



Figure 4-19
La liste d'envies d'un visiteur

Comparer les produits entre eux

L'utilisateur peut comparer les produits suivant leurs différentes caractéristiques. Il faut pour cela tout d'abord ajouter des produits au comparateur. Pour comparer ensuite tous les articles ainsi ajoutés, utilisez le bouton *Comparer les articles* apparaissant à droite.



Figure 4-20
Le bouton pour comparer les produits

Une page prête à l'impression s'ouvre alors, proposant une comparaison de certains attributs (nom, description, prix...), comme sur la figure ci-après.

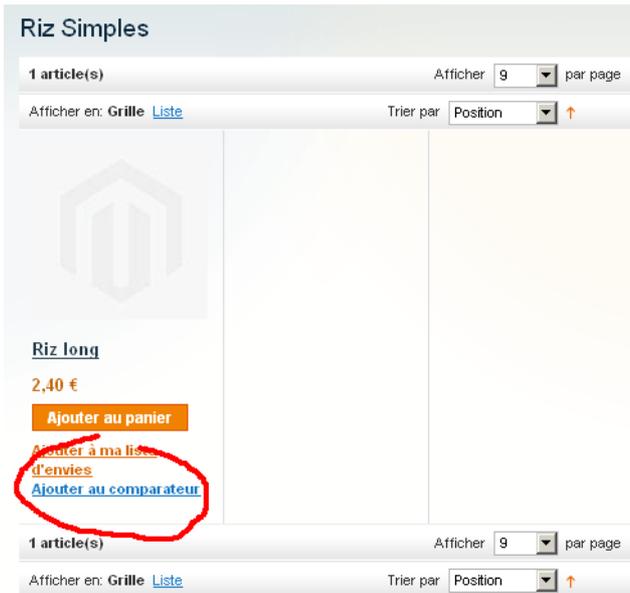


Figure 4–21
Le lien d'ajout pour la comparaison

Comparer des produits

 [Imprimer cette page](#)

	 <p>Riz long 2,40 € Ajouter au panier Ajouter à ma liste d'envies</p>
Description	Riz Indica classique, cultivé dans la plupart des pays à mousson, blanc et savoureux.
Description courte	Riz long classique
Réf.	0001
Fabriquant	

Figure 4–22
Le résultat d'une comparaison

Enfin, signalons une dernière interaction possible entre le client et le site : le contact direct, en passant par un formulaire très simple de mise en contact (page [Contactez-nous](#)), dont la mise en place est présentée dans « Les options du menu Général » du prochain chapitre.

Mettre en place sa boutique

7

Nous voilà maintenant au cœur de notre site : la boutique ! Grâce à Magento, la réalisation complète d'un catalogue riche et complexe est entièrement prévue. Comment créer les catégories, les produits et les images, et autres données qui leur sont associées ?

SOMMAIRE

- ▶ Les catégories de produits
- ▶ Les attributs
- ▶ Les produits et types de produits
- ▶ Les promotions
- ▶ Les conditions générales de vente et d'utilisation
- ▶ Réécriture d'URL pour le référencement

MOTS-CLÉS

- ▶ catalogue
- ▶ catégorie
- ▶ produit
- ▶ attribut
- ▶ lot
- ▶ promotion
- ▶ CGV, CGU
- ▶ alerte

À L'INTÉRIEUR Une base efficace

Avec Magento, les données sont contenues dans une base de données MySQL récente et bien conçue. Cela signifie que vous pouvez créer autant d'éléments présentés ensuite (catégories, attributs, produits...) que vous le souhaitez, sans généralement aucune conséquence sur les performances (à nuancer peut-être si vous avez des centaines de milliers de produits...).

CONSEIL De l'organisation !

Les visiteurs profiteront de ces catégories pour fouiller votre catalogue. Une bonne organisation est donc primordiale. N'hésitez pas à préparer dans un document à part les différentes catégories ainsi que leur contenu.



Figure 7-1
Arborescence des catégories

Nous abordons dans ce chapitre le cœur du contenu de votre boutique : les produits et les données qui leur sont associées. Les différents contenus vous sont donc présentés, dans l'ordre le plus évident pour les créer. Attention, cette partie de votre travail est essentielle et inévitable. Elle peut s'avérer la tâche la plus longue de toutes, pour peu que votre catalogue soit particulièrement important.

Structurer les produits en catégories

Les catégories, ou rubriques, sont des répertoires dans lesquels les produits sont placés. Ces répertoires peuvent être inclus les uns dans les autres, à la manière de leurs équivalents sur un disque dur. Chaque catégorie peut ainsi contenir des produits et d'autres catégories, sans limitation.

L'affichage le plus courant consiste à montrer le premier niveau de catégories en tant que menu, à gauche ou en haut des pages du site. Le nom des catégories, qui doit être court et compréhensible, et leur nombre (4 à 10) sont donc particulièrement importants.

Il existe deux types de catégories, les catégories racines et les sous-catégories :

- une catégorie racine n'a pas de catégorie parente ;
- une sous-catégorie a une catégorie parente.

Nous l'avons vu précédemment : un magasin est associé à une seule catégorie racine. Il est donc tout à fait raisonnable que vous n'ayez qu'une seule catégorie racine en tout. Les visiteurs ne verront jamais le nom ou l'organisation des différentes catégories racines, mais seulement les sous-catégories.

Arborescence des catégories

Pour créer une catégorie, rendez-vous dans le menu *Catalogue > Gérer les catégories*. Vous observez qu'il ne s'agit pas d'une liste classique, mais d'une arborescence, qui apparaît de façon traditionnelle à gauche.

Vous pouvez bien sûr cliquer sur les petits – et + à gauche des catégories, afin de déployer ou de refermer les différentes branches de l'arbre. Les liens *Tout réduire* et *Tout développer* permettent d'effectuer ces opérations sur l'ensemble des branches de l'arborescence. Enfin, vous pouvez choisir de n'afficher que les catégories associées à une certaine vue magasin (et donc celles contenues dans la catégorie racine de son magasin).

Pour modifier une catégorie, cliquez sur son nom dans l'arborescence. Pour en créer une nouvelle, utilisez les deux boutons *Ajouter* à gauche.

Créer et paramétrer une catégorie

Informations générales

Créons une nouvelle sous-catégorie « Riz épicés », dont les propriétés apparaissent sur la figure 7-2.

Nouvelle catégorie Réinitialiser Sauvegarder

Informations générales | Paramètres d'affichage | Design personnalisé | Produits de la catégorie

Informations générales

Nom * [STORE VIEW]

Actif [STORE VIEW]

Clé d'URL [GLOBAL]

Description [STORE VIEW]

Éditeur WYSIWYG

Image Parcourir... [STORE VIEW]

Titre de page [STORE VIEW]

Figure 7-2
Formulaire de création
d'une rubrique ou catégorie

- Le *Nom* est essentiel, car il apparaît partout sur le site ; il doit donc avoir du sens pour votre visiteur.
- La catégorie est active ou non. Inactive, tout son contenu sera caché.
- La *Clé d'URL* n'est utile que pour les sous-catégories. Il s'agit de rédiger la fin de l'URL, qui apparaîtra après le dernier slash /. Par exemple, notre catégorie dont la clé d'URL est `riz-simple` sera accessible via l'URL `http://127.0.0.1/magento1.3/ris-simples.html`. Si vous ne spécifiez rien, la clé d'URL sera créée automatiquement, à partir du nom.
- La *Description* de la catégorie, en HTML, apparaît sur les pages du site comme défini dans le gabarit des catégories (voir le chapitre 10). Idem pour l'*Image*, que vous devez charger ici. La *Description* bénéficie, comme les autres champs acceptant du HTML, de l'éditeur Wysiwyg intégré depuis la version 1.4 de Magento ; il suffit pour cela de cliquer sur le bouton se trouvant en dessous.
- Le *Titre de page*, les *Mots-clés meta*, et la *Description meta* ont le même rôle que pour les pages statiques (voir chapitre 6). Ce sont des infor-

mations utiles aux moteurs de recherche. Vous pouvez tout à fait reprendre la *description* précédente, bien que celle-ci puisse en plus contenir du HTML, ce qui n'est pas le cas de la métadescription.

Paramètres d'affichage

Le second volet des propriétés concerne la façon dont s'affiche la page consacrée à la catégorie.

Figure 7-3
Volet consacré
aux paramètres d'affichage

- Le *Mode d'affichage* permet de choisir entre l'affichage de la liste des produits et l'affichage d'un simple bloc statique, ou les deux. Le bloc de texte est utile, mais demandera un effort supplémentaire de rédaction. Il peut même contenir des liens vers des produits ou des sous-catégories, et ainsi vous dispenser d'afficher les produits ici. Dans le cas de l'affichage d'un bloc statique, il faut le choisir comme *Bloc CMS*.
- La propriété *Ancre* indique si la page principale de la catégorie affiche seulement les produits de cette catégorie (*Non*), ou aussi ceux de ses catégories enfants (*Oui*).
- Enfin, certains *Tris* sont disponibles pour l'affichage des produits de la catégorie (*Meilleure affaire*, *Nom*, *Prix*), ainsi qu'un *Tri par défaut*. Les meilleures affaires sont expliquées dans le paragraphe suivant. Ces propriétés peuvent être spécifiques à la rubrique, mais peuvent aussi être indiquées par défaut une fois pour toutes dans la configuration du catalogue.

À SUIVRE...

Design personnalisé d'une catégorie

Le paramétrage du design des catégories, contenu dans l'onglet *Design personnalisé*, est traité en détail dans le chapitre 10, section « Personnaliser le design via l'interface d'administration ».

Produits de la catégorie

Dans le dernier onglet, *Produits de la catégorie*, on indique quels produits on associe à la catégorie en cours de création. À l'inverse, il est aussi possible d'indiquer à partir des pages de création des produits les catégories auxquelles appartiennent ces produits. Ainsi, nous nous trouvons devant un mécanisme d'association dite « plusieurs à plusieurs » entre produits et catégories, à savoir qu'un même produit peut apparaître dans plusieurs catégories, voire dans plusieurs magasins.

Afin d'ajouter des produits dans une catégorie, il faut rechercher les produits qui vous intéressent. Si le filtre par défaut consiste à n'afficher que les produits qui sont déjà dans la catégorie, il suffit d'indiquer *Tous* dans la liste déroulante de filtrage à gauche pour tous les faire apparaître. Il est ensuite aisé de rechercher un produit et de l'associer à la catégorie en cliquant dans sa boîte à cocher.

The screenshot shows the 'Produits de la catégorie' tab in a software interface. At the top, there are navigation tabs: 'Informations générales', 'Paramètres d'affichage', 'Design personnalisé', and 'Produits de la catégorie'. Below the tabs, there are pagination controls: 'Page 1 sur 1 page(s)', 'Voir 20 par page', and 'Nombre d'enregistrements : 1'. There are two buttons: 'Réinitialiser le filtre' and 'Rechercher'. The main area contains a table with columns: 'ID', 'Nom', 'Réf.', 'Prix', and 'Position'. A dropdown menu on the left is set to 'Tous'. The table has one row with ID '1', Nom 'Riz long', Réf. '0001', and Prix '2,40 €'.

ID	Nom	Réf.	Prix	Position
1	Riz long	0001	2,40 €	

CONSEIL Produits dupliqués

Grâce à ce système, vous devriez pouvoir éviter complètement de dupliquer intégralement des produits. La seule utilité de la duplication est de créer un produit à partir d'un autre, et non de maintenir un même produit à deux endroits distincts !

Figure 7-4
Recherche des produits

Pour chaque produit est disponible, à droite, la *Position*. Il s'agit de l'ordre des différents produits lors de l'affichage des catégories, si vous y avez choisi *Meilleure affaire* comme ordre de tri. Donnez ici un numéro entre 0 et l'infini. Généralement, on va de 10 en 10, afin de pouvoir insérer plus tard des produits entre deux autres sans avoir à tout renuméroter.

Hiérarchie des catégories

Lorsque vous sauvegardez la catégorie, elle apparaît à gauche systématiquement comme catégorie racine. Il suffit ensuite de la déplacer par un simple glisser-déposer à l'intérieur de la catégorie racine existante.



Figure 7-5 Catégorie dans la hiérarchie, lors de sa création

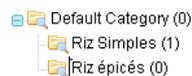


Figure 7-6 Catégorie déplacée dans la catégorie racine par défaut

Quelques extensions utiles de Magento



► <http://www.magentocommerce.com/magento-connect>

De très nombreuses extensions de Magento sont à votre disposition, gratuites ou payantes, sur le site de Magento Connect. Voici quelques unes d'entre elles, particulièrement adaptées à une boutique française, classées en fonction de leur utilité.

Nous ne présentons ici que des extensions déclarées stables ou en version bêta, et utilisables avec la version 1.3 au moins de Magento.

Paiement en ligne par carte bancaire

CM-CIC p@iement (CyberMUT Paiement/Paiement CIC)

Auteurs : Quadra Team.

Licence : OSL (libre et gratuite)

Langues : français et anglais

► <http://www.quadra-informatique.fr>

ATTENTION

Prendre en compte les frais bancaires

L'extension CyberMUT elle-même est téléchargeable et utilisable librement, conformément à sa licence, mais elle nécessite pour fonctionner un kit logiciel fourni par la banque qui, elle, pourra vous faire payer ses services, comme pour tout système de paiement par carte bancaire.

Figure A-1
Logo de l'extension CyberMut Paiement



Cette extension communautaire utilise CyberMUT Paiement, la solution de paiement en ligne des banques Crédit Mutuel, CIC et OBC. Le kit logiciel fourni par la banque (incluant Hmac-SHA1 OpenKits ToolBox) est nécessaire en plus de cette extension. La configuration

permet d'indiquer les critères de paiement (identification de la boutique, type de paiement, etc.).

Son principe de fonctionnement est celui-ci : lors du paiement, une page Magento présente une interface avec les logos des cartes bancaires acceptées (figure A-2). Cette interface est issue de l'extension. Le visiteur clique sur la carte souhaitée et arrive alors sur le site web de la banque. Il y indique son numéro de carte (figure A-3).

Figure A-2
Présentation des cartes bancaires autorisées



Figure A-3 Page de paiement par carte

En cas de réussite ou d'échec, le visiteur est redirigé vers votre site Magento. Le site de la banque lui-même a laissé un code invisible ou a appelé une page (en fonction de la configuration choisie) permettant à Magento de savoir si la transaction est un succès.

SPPLUS Extension (Caisse d'Épargne)

Auteur : Sébastien Lepers (Meliweb)

Licence : OSL (libre et gratuite)

Langues : français et anglais



Figure A-4
Logo de l'extension SPPLUS

Cette extension communautaire utilise SPPLUS, la solution de paiement en ligne de la Caisse d'Épargne et nécessite pour fonctionner l'installation et l'activation du kit « PHP SPPLUS. Elle dispose d'une documentation complète qui, ajoutée à celle du kit, permet de configurer aisément cette solution de paiement dans les moindres détails (cartes bancaires acceptées, logos, etc.).

Le résultat de cette extension est similaire à celui de l'extension CM-CIC p@iement.

Et pour les autres banques ?

La plupart des autres banques disposent d'un système similaire aux deux systèmes que nous venons de présenter (base SIPS ATOS). Ceux-ci pourraient donc être facilement adaptés à Magento. À bon entendre...

Modes de livraison

J2T TNT Module (relais colis TNT)

Auteurs : j2t-design
Licence : GNU GPL (libre et gratuite)
Langues : français



Figure A-5
Logo de l'extension J2T TNT Module

Cette extension communautaire libre et gratuite (avec appel à donation) permet de proposer le mode de livraison dans des Relais colis TNT (selon le code postal). Les frais de port sont calculés en fonction du montant total du panier ou du poids total. La configuration est libre.

ATTENTION Frais bancaires

Comme pour l'extension CyberMUT, l'extension SPPlus nécessite pour fonctionner un kit logiciel fourni par la banque qui, elle, pourra vous faire payer ses services, comme pour tout système de paiement par carte bancaire.

► <http://www.j2t-design.com>

► <http://www.owebia.com>

Figure A-6
Logo de l'extension OwebiaShipping 2

Owebia Shipping 2

Auteurs : Owebia
Licence : OSL (libre et gratuite)
Langues : français et anglais



Ce module généraliste offre la livraison par tous types de transporteurs. Il est configuré par défaut avec les tarifs en cours de Colissimo, Chronopost et Export 3j (La Poste), pour la France. Mais la configuration est libre, permettant, en fonction du poids, d'indiquer des tarifs d'autres transporteurs.

La version première de cette extension (Owebia Shipping 1) était un peu plus restreinte, des transporteurs supplémentaires ne pouvant pas être ajoutés. N'hésitez pas à installer les deux afin de les comparer.

Thèmes et design

Advanced Menu

Auteurs : LostDocs7 (aheadWorks)
Licence : propriétaire
Prix : 89 USD
Langue : anglais (le résultat sur votre site utilise les titres de votre boutique, seule la configuration est spécifiquement en anglais).



Figure A-7
Logo de l'extension Advanced Menu

Voici un exemple d'extension très simple qui permet de modifier la présentation d'un site. C'est une extension commerciale, mais au prix faible,

comme la plupart d'entre elles. Les auteurs proposent une installation sur mesure avec un supplément (50 USD).

Cette extension propose diverses formes de menus à plusieurs niveaux pour l'interface publique du site.



Figure A-8
Affichage d'un menu déroulant sur le site public

Clean EasyStart Theme

Auteurs : TemplatesMaster

Licence propriétaire

Prix : 154 USD

Langue : anglais

► <http://templates-master.com>



Figure A-9
Logo de l'extension Clean EasyStart Theme

Cette extension commerciale propose un thème complet. De nombreux thèmes sont ainsi à disposition, gratuits ou payants.

CONSEIL Acheter une extension graphique ou réaliser soi-même son thème ?

À chacun de déterminer s'il a les compétences et le temps de réaliser lui-même des augmentations de type graphique ou concernant le comportement de l'interface, ou bien si l'achat de mini-fonctionnalités lui est préférable ; de très nombreuses extensions sont à disposition, gratuites ou payantes, généralement pour modifier le thème et le design de l'interface publique du site (présentation graphique, fonctionnement des menus, des boutons, etc.).

Il semble raisonnable de choisir un thème parmi ceux disponibles, et ensuite de le modifier afin de l'adapter à votre boutique (couleurs, polices...). Ainsi, vous vous assurez une identité suffisamment forte, tout en limitant le travail de graphisme.

Toutefois, il se peut que votre boutique présente des exigences particulières, telles que :

- une audience forte et un volume important ;
- une marque ou une société d'envergure ;
- des besoins en design et en ergonomie spéciaux.

Alors, il vous faudra plutôt partir d'un thème minimal, et réaliser les recherches graphiques, ergonomiques... nécessaires à votre boutique, afin de fabriquer la présentation au complet (ce qui est évidemment beaucoup plus long).

Internationalisation

Une soixantaine de langues et dialectes sont disponibles pour Magento, sous la forme d'extensions. S'il peut sembler étrange que celles-ci ne soit pas à télécharger dans la partie dédiée du site officiel, comme son menu (*Community > Translations*) nous y invite., il semblerait que cette page spéciale ne dispose pas du même rythme de mise à jour, et nombre de ces traductions ne sont réalisées encore que partiellement et peut varier fortement selon les langues (le pourcentage du contenu traduit est indiqué pour chaque langue dans la liste). Pour le français, celui-ci est annoncé à 100 %, mais cela concerne la version 1.3 et la base n'est pas forcément à jour. Pour le français du Canada, ce statut n'est qu'à 67,7 % à l'heure où nous publions ce livre.

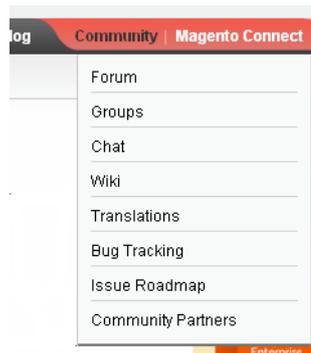


Figure A-10
Menu pour le téléchargement
des traductions, sur le site officiel

Language	Translation Method	Status	Maintainer	Download
 French (France)	Inline String list	100.00%	SeL	Full package Theme only

Figure A-11
État de la traduction officielle

French (France) Language Pack

Auteur : Sébastien Lepers (Meliweb)

Licence : Academic Free License (AFL) (libre et gratuite)

Langue : français



Figure A-12
Logo du French (France) Language Pack

► <http://www.meliweb.fr>

Cette extension libre et gratuite est présentée dans le chapitre 3, section « Magento en français ». Elle permet de traduire Magento en français de France.

Autres extensions utiles

osCommerce fixed migration tool

Auteur : Anton Aleksandrov

Licence : OSL (libre et gratuite)

À SAVOIR Et pour les autres pays francophones ?

Pour les autres pays francophones, à ce jour, seule une extension existe pour le québécois : le French (Canada) Language Pack, réalisée par pictogram, également en licence AFL.

► <http://anton.world.lv>

Edit osCommerce Profile :: My osCommerce Import ◀ Back

General Information	
Name *	<input type="text" value="My osCommerce Import"/>
IP or Hostname *	<input type="text" value="my_host"/>
Port (Default as 3306) *	<input type="text" value="3306"/>
DB Name *	<input type="text" value="my_db"/>
DB Username *	<input type="text" value="localhost"/>
DB Password	<input type="text"/>
Prefix	<input type="text"/>

Figure A-13
Paramètre de l'extension
de migration depuis OsCommerce

Voici l'exemplaire le plus populaire d'une catégorie d'extensions dédiées à la migration des données depuis d'autres systèmes de boutique en ligne. Ici, il s'agit de la migration depuis le logiciel libre OsCommerce, de plus en plus remplacé par Magento.

L'outil va se connecter à la base de données indiquée et y récupérer toutes les informations utiles (produits, images, clients...). Alors que la base de données de OsCommerce ne sera pas modifiée, celle de Magento sera augmentée.

Attention, il ne s'agit que du processus de migration minimal, pas d'une cohabitation avec synchronisation de deux systèmes. Vous devez donc, si vous projetez cette migration, réaliser les actions suivantes, dans cet ordre :

- 1 Créer le site Magento sur un hébergement sans nom de domaine et y installer l'ensemble des éléments, dont cette extension.
- 2 Interrompre les achats sur la boutique OsCommerce et y laisser un message d'avertissement aux clients.

- 3 Effectuer la migration des données grâce à cette extension.
- 4 Associer l'ancien nom de domaine à la nouvelle boutique (configuration chez le registrar s'il s'agit d'une machine différente, sinon, simple modification d'Apache).

Blog

Auteurs : aheadWorks

Licence : GNU GPL (libre et gratuite)

Langues : anglais, allemand, français, tchèque

► <http://ecommerce.aheadworks.com>



Figure A-14
Logo de l'extension Blog

Cette dernière extension montre la qualité de l'architecture interne de Magento, qui permet la création d'un ensemble fonctionnel lourd. Il s'agit ici d'un système de blog, c'est-à-dire des pages, comparables aux pages CMS, qui pourront être commentées par les lecteurs.

Elle est distribuée sous forme libre et gratuite (avec appel à donation).

Elle va ajouter un menu complet, qui met à disposition des pages d'administration, des articles du blog, leurs commentaires, et le tout en français !



Figure A-15
Menu du blog dans la partie d'administration

De plus, on obtient par la configuration un lien vers le blog dans l'entête des pages. Le résultat est très classique, mais utile pour fédérer vos clients autour d'une communauté avec une forte implication.

✓ L'article a bien été sauvegardé

Gestion des articles du blog [Ajouter un article](#)

Choisir une vue magasin: Toutes les vues magasin

Page 1 sur 1 page(s) | Vue 20 par page | Nombre d'enregistrements : 2 [Réinitialiser le filtre](#) [Rechercher](#)

Tout sélectionner | Tout désélectionner | Sélectionner les éléments visibles | Désélectionner les éléments visibles | 0 éléments cochés Actions [Valider](#)

	ID	Titre	Identifiant	Posteur	Créé	Mis à jour	Statut	Actions
Tous					Entre: <input type="text"/> Et: <input type="text"/>	Entre: <input type="text"/> Et: <input type="text"/>		
<input type="checkbox"/>	1	Hello World	Hello	Joe Blogs	6 sept. 2009	6 sept. 2009	Activé	Editer
<input type="checkbox"/>	2	Les recettes maisons - riz aux abricots	blog/riz_aux_abricots.html	admin admin	6 sept. 2009	6 sept. 2009	Activé	Editer

Figure A-16 Gestion générale des blogs

🔍 Votre recherche...

Default

[Mon compte](#) | [Blog](#) | [Ma liste d'envies](#) | [Mon panier](#) | [Réglér mes ach](#)

🌐 Votre langue :

Figure A-17 Menu augmenté pour les blogs

Riz Simples Riz épicés Ustensiles

[Accueil](#) / [Blog](#)

Les recettes maisons - riz aux abricots

di manche 6 septembre 2009 14:25:59 CEST

Présentation d'une recette Ouzbek.

[Read More](#)

Posted in [News](#) By admin admin

BLOG

Derniers articles

[Les recettes maisons - riz aux abricots](#)

Catégories

[News](#)

Figure A-18 Affichage de la première page des blogs