

COMMENT RÉUSSIR sa boutique en ligne



WebSelf.net

TABLE DES MATIÈRES

La préparation	3
Bien se préparer	3
Trouver le nom de votre boutique/domaine	3
Rassurer les clients	4
La gestion de votre boutique	4
La fiche produit	5
La valorisation du produit.....	5
Les tarifs	5
Les solutions de paiement	6
Trouver des fournisseurs fiables et reconnus	6
Les mentions légales / conditions d'utilisation	6
Honorer ses commandes / Négocier/ Trouver fournisseur de colis	6
La gestion des stocks	7
La gestion retour clients	8
La mise en marché	8
Efforts marketing	8
Le référencement	8
Configurer sa boutique WebSelf	10
Ajouter une boutique en ligne.....	10
Gérer votre boutique en ligne	10
Commandes	11
Catalogue	11
Produits	11
Catégories	13
Livraison.....	13
Paramètres.....	16
Général:	16
Taxes.....	18
Devises.....	20
Paiement	21
Pages.....	22
Détails d'un produit	22
Panier	24
Remerciement.....	25



Vous avez toujours rêvé d’avoir votre propre boutique en ligne? Vous désirez diversifier vos offres et vendre à l’international? Vous souhaitez augmenter vos revenus mensuels?

WebSelf vous propose le guide “Comment créer et réussir votre boutique en ligne” dans le but de vous accompagner dans tous les aspects de votre démarche! Prêt à commencer?

LA PRÉPARATION

Bien se préparer

Avant de commencer, il est important de regarder la concurrence présente sur votre marché et de l’étudier afin de voir quels sont les points de différenciation que vous pouvez amener. Analysez vos forces et vos faiblesses tout en mettant en place une stratégie performante afin de sortir du lot.

Avant de lancer officiellement votre boutique en ligne, assurez-vous d’avoir un portrait clair de votre entreprise: gestion de votre inventaire, budget, frais récurrents, livraison, modalités de paiement disponibles, publicité, clientèle cible, etc. Cela peut paraître beaucoup à planifier. Par contre, c’est crucial d’être très bien préparé avant de faire le grand saut!

Vous ne voulez pas vous retrouver dans des situations fâcheuses avec des clients mécontents dès le départ!

Un bon moyen de s’assurer d’être prêt à 100% est de créer un plan d’affaire avec un portrait clair de votre entreprise dès le départ. Faites également une étude de marché, pour observer vos concurrents et votre marché cible.

Trouver le nom de votre boutique/domaine

Une étape importante dans le développement de votre boutique en ligne est de trouver un nom pour votre boutique, ou pour votre nom de domaine. Idéalement, on devrait retrouver votre nom de boutique dans

votre nom de domaine, pour qu'il soit plus facile de vous trouver par de potentiels clients.

Cette étape devrait prendre du temps: faites un remue-méninge, réfléchissez à plusieurs idées, et parlez-en à votre entourage ou faites affaire avec une agence. Choisissez un nom de marque qui vous représente, et qui sera mémorable. Lorsque vous trouverez le nom idéal pour votre boutique, assurez-vous qu'il n'est pas déjà pris ou que le nom de domaine souhaité est disponible.

Rassurer les clients

Une partie non négligeable des consommateurs ne font toujours pas d'achat en ligne. Pourquoi? La plupart du temps ce n'est pas une question technologique, mais une question de confiance. Ils ont peur des problèmes liés à la livraison, sécurité de leurs informations bancaires ou encore ils ont peur de se faire arnaquer. Il est donc important de rassurer le client et d'instaurer un climat de confiance entre lui et vous. Il faut que le design de votre site soit professionnel afin de lui donner confiance, mais aussi, et surtout, il faut y retrouver certains éléments qui pourront le rassurer comme une description de votre entreprise, les politiques de remboursement, des avis des clients satisfaits, etc. N'oubliez surtout pas vos informations de contact: il est primordial d'y retrouver le nom de l'entreprise, une adresse, votre adresse e-mail, un téléphone. Ces éléments valident le sérieux de votre entreprise.

Un bon moyen de rassurer les clients dès le départ est de mettre en place une foire aux questions (FAQ) avec les questions fréquentes et leur réponse, accessibles à vos visiteurs. Cette page devrait être facile à accéder et répondre aux questions les plus pertinentes de vos potentiels clients. Par contre, vous devez également être disponible à répondre à toutes autres questions, que ce soit par chat, e-mail ou téléphone.

Le paiement est également un point névralgique pour les clients, il faut lui indiquer que celui-ci est sécurisé. On en reparlera plus en détail plus bas, sous l'onglet '**Le Paiement**'.

LA GESTION DE VOTRE BOUTIQUE



La fiche produit

L'élément central de votre boutique en ligne est le produit, qu'il soit physique ou numérique. Le produit se retrouve dans ce qu'on appelle une fiche produit, qui est une page plus détaillée. Cette fiche a un véritable rôle de "vendeur" pour votre site. Il faut qu'elle donne envie aux visiteurs de cliquer sur le bouton d'appel à l'action "Ajouter au panier". Sur cette page, vous devez mentionner toutes les informations obligatoires liées au produit incluant la taille et le prix, ainsi que d'autres informations pertinentes par exemple le matériel, la provenance, etc.

En plus du rôle de vendeur, les fiches produits sont la principale source pour le référencement (SEO) pour votre produit. Il est donc important de travailler les textes pour améliorer la position de vos produits dans les recherches. N'oubliez pas d'y insérer des mots-clés!

En résumé, cette page sert à séduire le client, le convertir, ainsi qu'à améliorer votre positionnement sur les moteurs de recherche!

La valorisation du produit

Comment valoriser le produit dans cette fameuse fiche? Il y a différents éléments à prendre en considération comme l'esthétique et les actions marketing.

Actions marketing: N'oubliez pas, cette fiche produit aura un rôle de vendeur de votre produit! Sans écrire des textes interminables, assurez-vous d'avoir toutes les informations nécessaires en prenant soin d'y glisser des mots-clés qui seront pertinents dans l'optimisation de votre référencement. Bref, lorsque vos clients voient cette fiche, ils ne devraient pas avoir de question supplémentaire pour ce qui est du produit en tant que tel. Soyez assidu et rédigez une fiche produit pour chacun de vos produits. C'est une tâche qui sera ardue, mais qui en vaudra certainement la peine.

Esthétique: Le visuel est très important. C'est pourquoi il faut que vos images représentent le sérieux et le professionnalisme de votre entreprise. Il vous faut donc des photos professionnelles, qui mette en valeur votre produit. Il est important notamment de faire détourner vos images. Il existe différents outils afin de faire cela, mais vous pouvez également passer directement par un photographe dont c'est le métier, afin de mettre en valeur votre marchandise.



Les tarifs

Vous devez être clair au niveau des tarifs dès le départ. Si votre fiche produit ne contient pas le prix, les clients iront tout simplement ailleurs. Le prix est un élément très important: les visiteurs de votre boutique préfèrent être avertis à l'avance que d'avoir la surprise une fois rendu au paiement. Il est donc important de mentionner vos prix et d'être clair dans vos offres. Si vous décidez d'offrir un rabais sur un certain produit, n'oubliez pas de l'inscrire dans la fiche produit (avec le prix initial), ou d'avoir une section entière consacrée aux soldes sur votre site! Il est préférable d'être honnête et clair au sujet des tarifs dès le départ pour éviter les clients mécontents, que ce soit au niveau de l'expédition, des taxes ou du prix du produit.

Les solutions de paiement

Pour assurer une bonne expérience client, vous devez offrir plusieurs solutions de paiement. De nos jours, la méthode la plus courante de payer en ligne, c'est par carte de crédit. Pas contre, ce n'est pas la seule. En fait, les gens aiment avoir le choix, donc si c'est possible pour vous, offrez-leur l'opportunité de payer par PayPal, chèques, etc.

Si vous offrez plusieurs méthodes de paiement, vous devez être assidu et bien organisé. Assurez-vous d'avoir bien reçu le paiement avant de gérer la commande et surtout, n'envoyez rien avant d'avoir le reçu le paiement, en totalité! Ceci peut éviter bien des cas de non-paiement ou de fraude.

Parlant de fraude, nous avons mentionné un peu plus haut que le paiement est un point qui fait hésiter beaucoup de gens à effectuer leur shopping en ligne. Voilà pourquoi vous devez de le sécuriser par tous les moyens possible, en commençant par mentionner que vous offrez des paiements sécurisés. Assurez-vous également que votre site ait le protocole https, ce qui rassurera le client que votre site web est sécuritaire. Établissez une bonne confiance dès le départ avec vos clients, et offrez-leur du soutien lorsqu'ils sont hésitants.

Trouver des fournisseurs fiables et reconnus

Pour éviter les problèmes, il est préférable de faire confiance à des fournisseurs fiables et reconnus, qui assureront un bon service pour vous et vos clients. Cette étape n'est pas à bâcler, car vous pouvez vous retrouver dans de fâcheuses situations. Commencez tranquillement en faisant des tests avant de vous embarquer avec un nouveau fournisseur: c'est une relation de confiance qu'il faut bâtir petit à petit.

Les mentions légales / conditions d'utilisation

Lorsqu'on a un site, et encore plus lorsqu'il s'agit d'une boutique en ligne, il y a des lois à respecter et qu'il faut mettre en place. Celles-ci diffèrent en fonction des pays, il est donc important de se renseigner sur les mesures à prendre.

Des éléments sont quasi obligatoires dans chaque pays, comme les conditions générales de ventes, le délai de rétractation, une information claire sur les tarifs et les méthodes de livraison, etc

Afin d'être sûr de respecter tous ces éléments, il est important de consulter les organismes qui gèrent ces aspects dans votre pays ou de consulter un avocat qui sera en mesure de vous indiquer toutes les mesures à prendre.

Honorer ses commandes / Négocier/ Trouver fournisseur de colis

Une fois que le client a payé, une autre aventure commence: la livraison. Après son paiement, le client n'a qu'une attente: être livré dès que possible et pour le coût le plus faible. Plus le client attend, moins il est

content. Il est donc crucial de réduire ce délai d'attente, et donc considérer la livraison comme un élément clé du succès de votre boutique.

Différentes approches peuvent exister, vous pouvez décider d'expédier chaque commande aussitôt qu'elle arrivera, mais cela demande beaucoup de temps. Vous pouvez aussi décider d'expédier toutes les commandes une à deux fois par semaine, ou encore à chaque 1^{er} et 15 du mois (tout dépend de votre activité et du contexte de ventes). Ici, c'est à vous de trouver le bon compromis à ce sujet. Peu importe le choix que vous faites, il faut garder en tête d'être transparent avec le client et d'expliquer les délais. Ainsi, les clients savent pourquoi ils vont acheter chez vous et combien de temps ils vont attendre.

Il faut aussi trouver le prestataire qui va s'en occuper. Il existe bien sûr les entreprises nationales comme La Poste en France, Poste Canada... En règle générale, si vous atteignez un certain volume d'envoi, il est possible et préférable de passer un contrat avec ces entreprises. Vous serez ainsi facturé une fois par mois, au lieu que cela soit à chaque envoi. Vous pouvez également passer par des entreprises spécialisées dans les livraisons rapides comme DHL, UPS, Fedex...

Il est pertinent dans la démarche de satisfaire le client, de lui proposer une variété de possibilités de livraison et ne pas se limiter à une seule, afin de satisfaire au maximum le client. Ces derniers pourront ainsi choisir selon leurs besoins, comme le lieu de livraison, la rapidité de l'envoi, la facilité des retours ou des échanges et le coût. La livraison à domicile reste de loin la méthode préférée des clients.

Pour l'image de votre magasin, il est important d'avoir des colis de qualité et de les soigner. Cela sera important en premier lieu pour sécuriser les envois, mais aussi pour dégager une image positive de votre site.



La gestion des stocks

La gestion des stocks est très importante dans l'e-commerce, elle exige de la rigueur. En effet, les problèmes de stock, tout comme dans un magasin physique, sont tout à fait possibles sur Internet. Sans oublier qu'une rupture de stock risque d'allonger le délai de livraison et de rendre les clients mécontents.

La solution la plus simple est de n'afficher un produit que lorsque vous avez du stock. Néanmoins, si vous l'enlevez puisqu'il est plus en stock, celui ne s'affiche plus et cela n'est pas bon pour le référencement de votre produit. Il est plus intéressant de le laisser présent, mais d'empêcher l'ajout au panier.

Si vous avez peur d'avoir une grosse commande, vous pouvez aussi désactiver l'achat du produit dès que vous avez atteint une faible quantité du produit. Cela limitera ainsi les risques.

Il faut éviter de tomber dans l'excès inverse et de tout avoir en surstock. Déjà parce que cela est associé à un coût, d'acheter plus de produits qu'il n'en faut, mais aussi parce qu'il faut avoir la capacité de le stocker. Et pour finir, le surstock d'un produit risque de vous contraindre à baisser les prix et/ou solder les articles en questions pour faire de la place, et par le fait même, réduire vos marges.

Finalement, il ne faut pas oublier qu'en fonction des pays (c'est le cas notamment en France) la loi fiscale oblige les entreprises à effectuer au minimum un inventaire par an. Ce dernier vous permet, à vous et à l'administration fiscale, de faire un état des lieux des actifs et des passifs de l'entreprise.

La gestion retour clients

Vous avez à coeur la satisfaction de vos clients et même si vous avez bien défini vos produits (le prix et les caractéristiques), attendez-vous à recevoir des demandes de remboursement. En effet, il peut arriver parfois des problèmes, soit avec le colis, le produit, etc. Dans ce cas, on entre dans le processus de gestion du retour client, avec en point de mire le fameux remboursement. Vous ne pouvez pas y échapper, c'est la loi. Le client dispose d'un délai de rétractation, qui peut varier en fonction du pays ou du type de produit, sans avoir à justifier de motifs ni à payer de pénalités. En France, ce délai est de 14 jours depuis 2014.

Il est donc crucial de mettre en place une politique de retours/échange simple et facile

LA MISE EN MARCHÉ

Efforts marketing

Vous avez beau travailler avec acharnement sur une boutique en ligne visuellement impeccable et fonctionnelle, si vous n'avez pas de trafic, vos efforts ne mèneront malheureusement à rien. Il y a plusieurs moyens d'amener les clients vers votre boutique et sachez que vous devrez faire quelques efforts au niveau du marketing pour y parvenir.

Réseaux sociaux: Il est bien important d'être présent sur d'autres plateformes que votre site web.

Vous pourrez donc y faire des liens entrants et sortants vers votre boutique, ainsi que d'annoncer à vos clients, qu'ils soient futurs ou présents, vos nouveautés, soldes, annonces spéciales, heures d'ouverture, politique de remboursement, etc.

Publicité: Il pourrait être bien de prévoir un budget pour la publicité, puisque de nos jours, on ne peut pas compter uniquement sur le bouche-à-oreille. Heureusement, il a plusieurs moyens très peu coûteux de faire de la publicité. Sur vos réseaux sociaux, par exemple, vous avez l'opportunité de faire des publicités, et vous avez le contrôle total sur le budget ainsi que sur le public qu'elle atteindra. Il y a également plusieurs forums ou pages Facebook où vous pourrez en faire la promotion: les gens doivent être au courant!

Concours-Promotions: Lorsque vous êtes une entreprise démarrage, votre but premier devrait être de vous faire connaître, plus spécifiquement auprès de votre public cible. Un bon moyen est d'offrir des promotions sur les premiers achats, des concours sur Facebook, ou des rabais sur les frais de livraison! Soyez créatif!

Le référencement



Dans le même ordre d'idée, si vous passez autant de temps à être certain que votre boutique en ligne est complète et fonctionnelle, vous devez vous assurer que les gens puissent y accéder facilement. Il y a, tout comme le marketing, beaucoup d'efforts à effectuer pour maximiser votre positionnement sur les résultats des moteurs de recherche.

Premièrement, assurez-vous d'avoir un titre et une petite description pour chacune de vos images, c'est ce qu'on appelle les Alt attribut. Puis, rédigez votre contenu soigneusement en y ajoutant des mots clés. Évitez à tout prix le contenu dupliqué, puisque Google et les autres moteurs de recherche vous puniront sévèrement! Si vous voyez qu'une boutique en ligne vend les mêmes produits que vous, ou si le fabricant du produit vend en ligne également, assurez-vous d'avoir une description de produit différente!

Augmentez les liens pointant vers votre site: ceci augmentera votre notoriété, et vous serez pris au sérieux par les robots des moteurs de recherche! Pour ce faire: formez des partenariats, collaborations, créez un blogue qui pourra être partagé, inscrivez-vous sur des annuaires ou répertoires en ligne, etc.

Pour plus d'articles sur le référencement, je vous invite à lire ces articles:

[Le référencement en 2018: quelles sont les priorités?](#)

[Ecommerce: Conseils incontournables pour améliorer votre référencement](#)

[Comment rédiger votre contenu de site web pour un meilleur référencement](#)

[Les erreurs à ne pas commettre en référencement](#)

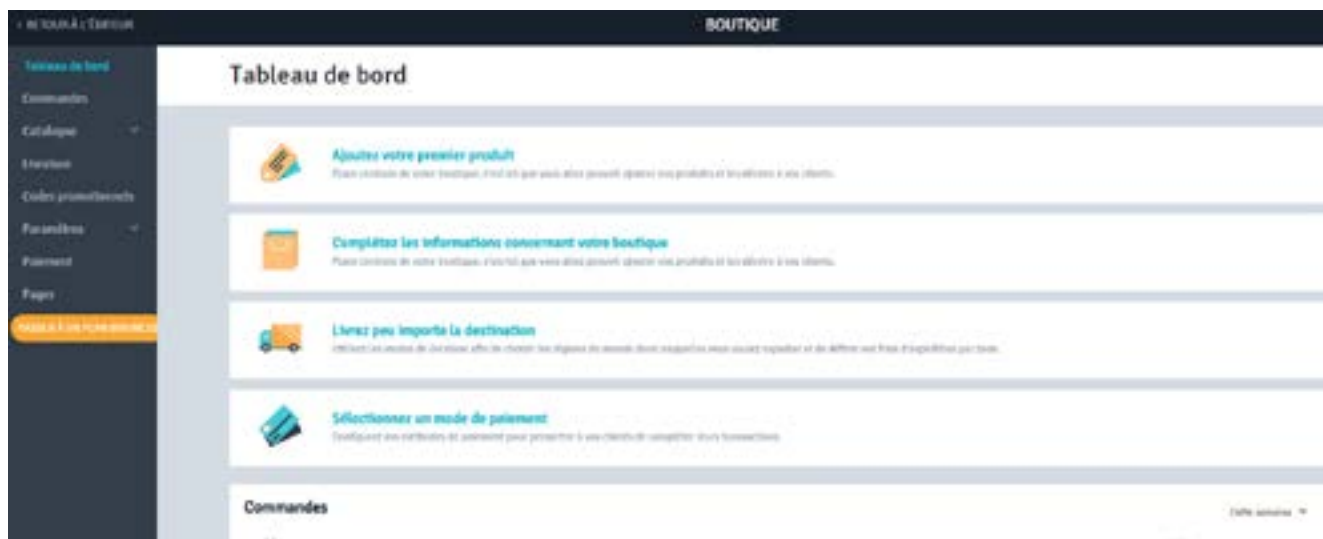
[Comment améliorer le référencement de votre site à l'aide d'images](#)

CONFIGURER SA BOUTIQUE WEBSLF

Ajouter une boutique en ligne

Avec WebSelf, créer une boutique en ligne facilement. Ajouter un élément Boutique à votre site vous permettra de faire la vente en ligne directement à partir de votre site WebSelf. Pour ajouter une boutique, cliquez sur l'onglet 'boutique' dans la Barre de gestion. Voilà, votre boutique en ligne a maintenant vu le jour! Ne reste plus qu'à y ajouter des items, des images, des méthodes de paiement, les devises souhaitées et gérer votre inventaire!

Veuillez noter que la page boutique aura, par défaut, 4 articles. Pour modifier ces articles, veuillez consulter la section ci-dessous, '**Gérer votre boutique en ligne**'.



Gérer votre boutique en ligne

Webself vous offre la possibilité de gérer votre boutique en ligne facilement à partir de votre tableau de bord. Dans l'onglet '**Boutique**', vous verrez, à votre gauche, tous les paramètres que vous pourrez gérer et modifier.

Tableau de bord: Consultez les étapes pour bien démarrer votre boutique. Vous pouvez également suivre vos commandes, vos top 5 produits et catégories ainsi que les tendances des ventes.

Commandes: Gérez vos commandes

Catalogue:

Produits: Modifiez ou ajoutez facilement des produits

Catégories: Modifiez ou ajoutez facilement des catégories

Livraison: Configurez les méthodes de livraisons pour vos produits

Codes promotionnels: Créez des codes de promotion pour vos produits

Paramètres: Paramétrez les informations générales de votre entreprise

Général:

Taxes: Paramétrez les taxes applicables sur vos produits

Devises: Paramétrez les devises

Stock: Paramétrer vos stocks

Paiement: Choisissez les modes de paiement de votre boutique

Pages: Personnalisez les informations pour la communication avec votre client

Commandes



Dans la section '**Commandes**' se trouve la liste de toutes vos commandes. Chaque fois qu'un client procède à une commande, une ligne sera ajoutée.

Dans la barre des paramètres de vos commandes, pour pouvez modifier les options suivantes:

1. Commandes par page: vous pouvez choisir le nombre de commandes à afficher par page dans la liste déroulante
2. Statut de la commande: vous pouvez filtrer vos commandes par: Tous, Annulé, En attente, Échec de paiement, Complété, Expédié
3. Barre de recherche: vous permet de faire la recherche d'une facture en particulier

Catalogue

Dans la section "**Catalogue**" voici vos options:

Produits

C'est dans ce paramètre que vous pourrez ajouter et modifier vos produits.



En premier lieu, vous devrez cliquer sur '**Ajouter un produit**'.

Informations de produit

NOM DU PRODUIT Français

PREX

0.00 € EUR

RÉDUCTION PRIX APRÈS RÉDUCTION

0.00 % 0.00 € EUR

DESCRIPTION

Rich text editor toolbar with options like Bold, Italic, Underline, Link, Unlink, Text Color, Background Color, Bulleted List, Numbered List, Indent, Outdent, Undo, Redo, and a Help button.

Puis, sous l'onglet '**Information de produit**' vous pourrez modifier les différentes informations de votre produit, notamment:

1. Nom du produit
2. Precio
3. Description du produit
4. Type de produit (physique ou numérique)
5. Code (Seulement si vous utilisez des codes pour identifier vos produits)
6. Le prix
7. Poids
8. Le nombre en inventaire
9. Appliquer la taxe (à cocher ou décocher)
10. Appliquer les frais de livraison (à cocher ou décocher)

Dans le sous-onglet '**Images**' vous pourrez sélectionner la ou les image(s) qui accompagneront votre produit. Vous avez l'option de choisir parmi des images depuis votre ordinateur ou depuis la bibliothèque d'images.

Dans l'onglet '**Catégorie**', vos catégories s'afficheront. Vous pourrez donc cocher la case de la catégorie, sous catégorie ou sous sous catégorie dans laquelle vous voulez que le produit soit affiché.

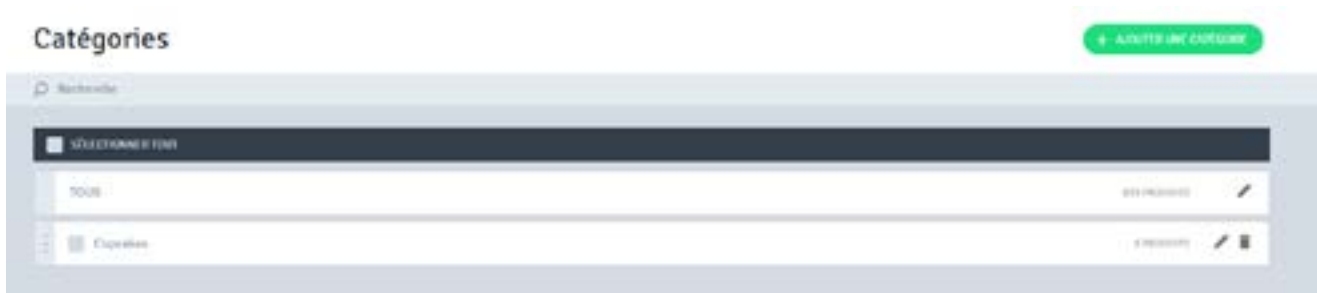
Dans le sous-onglet '**Options de produit**', vous pourrez ajouter une option pour configurer vos produits. Si désirez en ajouter une, simplement entrer un titre et un type (liste, couleur, grandeur), puis, sauvegarder.

Dans le sous-onglet '**Actions**' le bouton OUI sera coché par défaut. Par contre, il faudra cliquer sur non lorsque :

1. Vous voudrez cacher le produit si le stock est inférieur à
2. Lorsque le produit sera en rupture de stock

Dans le sous-onglet 'Activation du produit', c'est ici que vous cochez NON si vous voulez désactiver votre produit, sinon, il sera activé par défaut du moment que vous cliquez sur '**Enregistrer**'.

Catégories



Les catégories sont facultatives, mais lorsque vous vendez plusieurs produits, nous vous le suggérons fortement. Il sera plus facile pour vous de gérer votre inventaire ainsi qu'à votre client de trouver ce qu'il cherche. Dans la section catégorie, vous pourrez visionner les catégories de votre boutique, ajouter une catégorie, faire une recherche de produit ainsi qu'ajouter des produits directement dans une catégorie.

Pour créer une sous-catégorie, il vous suffit de faire le clic gauche et déplacer la catégorie vers la droite. Avec cette même technique, vous pouvez créer des sous-sous-catégories.

Livraison

C'est dans cette section que vous pouvez ajouter vos modes de livraison et configurer vos options de livraison.

Vous pouvez choisir parmi les trois choix suivants: par poids, fixe, ou gratuit.

- 1.** Par poids: Saisissez un nom pour l'option, puis un délai de livraison.
 - a.** Poids minimum: par défaut à 0.0000
 - b.** Poids maximum: saisissez un maximum de poids
 - c.** Coût: saisissez le coût
- 2.** Fixe: Saisissez un nom pour l'option, puis un délai de livraison.
 - a.** Condition: choisissez une condition pour cette option
 - b.** Par item: sélectionnez si vous voulez que votre client paye des frais de livraison par item
 - c.** Par commande: sélectionnez si vous voulez que votre client paye des frais de livraison par commande
 - d.** Coût: Saisissez des frais fixes pour cette option, dépendamment de la condition choisie.
- 3.** Gratuit: Saisissez un nom pour l'option
 - a.** Délai de livraison: saisissez le délai de la livraison pour cette option.
 - b.** Condition: choisissez une condition pour cette option
 - › Par prix: sélectionnez si vous voulez que votre client paye des frais de livraison à partir d'un certain montant dans le panier. Configurez le prix minimum, le prix maximum et le coût.
 - › Par poids: sélectionnez si vous voulez que votre client paye des frais de livraison à partir de certains poids (kg) dans le panier. Saisissez les poids minimums (kg), les poids maximums (kg), et le coût.

N'oubliez pas d'enregistrer l'option sélectionnée, en cliquant sur ajouter au bas de la page.

Codes promotionnels

Dans la section Codes promotionnels, vous pouvez définir des codes promos pour votre boutique en ligne. Le code peut être selon un pourcentage, un prix de réduction choisi et peut être paramétrable sur une période donnée, ainsi qu'un nombre d'utilisations limité.

The screenshot shows a dark-themed form titled "AJOUTER UN CODE PROMOTIONNEL" with a close button "X" in the top right corner. The form contains the following fields and options:

- Code:** A text input field containing "PROMO00140".
- Description:** A text input field containing "Soldes de Noël".
- Type:** A dropdown menu currently showing "Pourcentage".
- Rabais:** A text input field containing "10" followed by a percentage symbol "%".
- Montant minimum de la commande:** A text input field followed by "\$ CAD".
- La promotion s'applique à:** A dropdown menu currently showing "Au panier".

At the bottom of the form are two buttons: "Annuler" (grey) and "Ajouter" (teal).

Voici comment procéder:

- 1.** Ajouter un code promo: Cliquez sur ajouter un code promotionnel.
- 2.** Code: Entrez un nom pour votre code.
- 3.** Description: Choisissez une option parmi
 - a.** pourcentage
 - b.** montant fixe
 - c.** livraison gratuite
- 4.** Rabais: Selon le type d'option choisi, entrez le rabais soit en pourcentage, soit en montant fixe et le montant minimum requis pour appliquer le code de la promotion.
- 5.** La promotion s'applique à:
 - a.** Au panier
 - b.** Des catégories
 - c.** Des produits
- 6.** Cumulable avec d'autres rabais: Vous permet l'ajout de ce code promo à la commande même si elle contient des produits qui sont déjà sujets à d'autres rabais ou promotion.
- 7.** Disponibilité: Vous pouvez choisir le nombre d'utilisations de ce code promotionnel
- 8.** Date de début de validité: Ceci vous permet de limiter la période active pour ce code promotionnel.
- 9.** Date de la fin de validité: Vous pouvez également choisir une date de fin fixe pour votre promotion.

10. Activer le code de promotion: La case est cochée par défaut. Décochez cette case pour désactiver l'utilisation de ce code de promotion dans votre boutique.

Paramètres

Général:

Dans la section '**Général**', voici vos options:



The image shows a form titled "Coordonnées de votre entreprise" with the following fields:

- Nom de l'entreprise:
- Email:
- Adresse:
- Ville:
- État/Province:
- Pays:
- Code postal:
- Numéro de téléphone:

Dans la section '**Coordonnées de votre entreprise**', vous pouvez configurer les informations sur votre entreprise.

1. Nom de l'entreprise
2. Email
3. Adresse
4. Ville
5. État/province
6. Pays
7. Code postal
8. Numéro de téléphone



Dans la section '**Informations légales**', vous pouvez personnaliser les informations qui seront affichées sur la page de paiement.

1. Conditions d'utilisation
2. Politique de confidentialité
3. Politique de retour de remboursement
4. Politique d'expédition

Dans la section '**Général**' vous pouvez personnaliser votre numéro de facture en modifiant le préfixe, le numéro de départ ou encore le suffixe.

1. Unité de mesure: choisissez entre deux options:
 - a. Métrique
 - b. Impérial
2. Unité par défaut: selon l'unité de mesure choisie, vous pouvez choisir entre Kg et G ou Lb et Oz.

Dans la section '**Facture**' vous pouvez personnaliser votre numéro de facture en modifiant le préfixe, le numéro de départ ou encore le suffixe.

1. Logo: cliquez sur Parcourir pour télécharger le logo de votre entreprise
2. Message au haut de la facture
3. Message au bas de la facture

Dans la section '**Processus de paiement**' vous pouvez rendre obligatoires certains champs d'information du formulaire d'achat:

1. Nom d'entreprise: Le bouton NON est coché par défaut
2. Numéro de téléphone: Le bouton NON est coché par défaut
3. Région (sauf Canada et USA): le bouton «NON» est marqué par défaut.
4. Activez le panier par défaut: le bouton «OUI» est marqué par défaut.

Pour sauvegarder votre configuration, cliquez sur **Enregistrer**.

Taxes



Dans la section Taxes, vous pouvez manuellement gérer les taxes applicables sur vos produits ou encore choisir d'inclure automatiquement les taxes dans les prix que vous avez indiqués manuellement.

Voici vos options:

- 1. Ajouter une taxe:** Permet de configurer une taxe pour un autre pays. Choisissez le pays depuis la liste déroulante.
- 2. Mode de calcul:** Choisissez une de deux options: simple ou multiple
 - a. Simple:** entrez le nom et la valeur de la taxe
 - b. Multiple:** entrez le nom et la valeur de la taxe
- 3. Règle de calcul:** Choisissez entre
 - a. Appliquer au montant hors taxe**
 - b. Appliquer au montant après taxe**

Dans la section '**Paramètres**', voici vos options:

- 1. Taxes incluses dans le prix:** NON est coché par défaut. Taxe calculée sur
 - a. Adresse de livraison**
 - b. Adresse de facturation**
 - c. Adresse de la boutique**
- 2. Taxer la livraison:** NON est coché par défaut. Cliquez sur le bouton NON pour appliquer des taxes au

frais de livraison.

Pour sauvegarder cette configuration, cliquez sur **Enregistrer**.

Stock



Affichage

Affichage de l'état des stocks aux clients

MESSAGE LORSQUE LE PRODUIT EST EN STOCK

En stock

MESSAGE LORSQUE LE PRODUIT EST EN RUPTURE DE STOCK

En rupture de stock

La gestion des stocks permet de tenir à jour vos produits et de gérer les quantités de l'inventaire.

Dans la section '**Affichage**', voici vos options:

1. Affichage de l'état des stocks aux clients: Le bouton OUI est coché par défaut
2. Message lorsque le produit est en stock: saisissez votre texte pour afficher un message personnalisé, par exemple:
 - a. Disponible
 - b. Faites vite
 - c. pour un temps limité
3. Message lorsque le produit est en rupture de stock: saisissez votre texte pour afficher un message personnalisé.
 - a. De retour bientôt
 - b. Prochain arrivage le:
 - c. Non disponible



Actions

Cacher le produit si le stock est inférieur ou égal à

LORSQUE LE PRODUIT EST EN RUPTURE DE STOCK

Empêcher l'achat du produit

LORSQU'UNE OPTION DE PRODUIT EST EN RUPTURE DE STOCK

Empêcher l'achat de l'option de produit

Dans la section '**Actions**', voici vos options

1. Cacher le produit si le stock est inférieur ou égal à: en cochant la case, vous serez demandé d'insérer un chiffre. Les produits ayant un stock d'inférieur ou égal au chiffre indiqué de seront pas affichés.

2. Lorsque le produit est en rupture de stock: choisissez parmi les 3 options
 - a. Permettre l'achat du produit
 - b. Empêcher l'achat du produit
 - c. Cacher le produit

Notifications

- M'envoyer un email lorsque mon stock est inférieur ou égal à
- M'envoyer un email lorsque mon produit est en rupture de stock

Dans la section '**Notifications**', voici vos options:

1. M'envoyer un email lorsque mon stock est inférieur ou égal à: en cochant la case vous serez demandé d'insérer un chiffre. Vous recevrez une notification lorsque votre stock sera inférieur ou égal au chiffre indiqué
2. M'envoyer un email lorsque mon produit est en rupture de stock: en cochant la case, vous recevrez une notification lorsqu'un produit sera en rupture de stock.

Pour sauvegarder votre configuration, cliquez sur **Enregistrer**.

Devises



NOM	SYMBOLE	TAUX DE CHANGE	DEVISE PRINCIPALE
CAD	\$	1	EUR
AUD	\$	1	EUR

Si vous choisissez d'utiliser plusieurs devises dans votre boutique, vous pouvez en faire la gestion dans la section 'Devise'. Dans le sous-onglet '**Liste de devises**', voici vos options:

1. Ajouter une devise: cliquez pour pouvoir faire la configuration d'une nouvelle devise
2. Code: choisissez le code de la devise souhaitée dans la liste déroulante
3. Taux de change: saisissez l'équivalent de cette devise par rapport à votre Devise principale.

AJOUTER UNE DEVISE
X

Code

AFN (₡)

Taux de change

1.000

pour 1,00 \$ CAD

Annuler

Ajouter

Veuillez prendre note que la devise par défaut de votre site devient la Devise principale.

Pour modifier le taux de change, cliquez sur l'icône du crayon qui s'affiche à droite de la devise.

Pour définir une devise par défaut, cliquez sur l'icône étoile qui s'affiche à droite de la devise.

Pour supprimer la devise, cliquez sur l'icône poubelle qui s'affiche à droite de la devise.

Sélectionnez ensuite les devises souhaitées pour votre boutique en cochant les cases appropriées.

Paiement

Paiement

PAIEMENTS EN LIGNE

PayPal

- Acceptez les paiements via PayPal, cartes de crédit et cartes de débit.
- Frais de transaction: 3,4% + 0,35\$ par transaction.
- Vendus en 25 devises, dans 202 pays.
- Aucun frais de configuration.

ACTIVER

Carte de crédit

- Acceptez les paiements de clients acceptés du monde entier.
- Disponibles pour les commerçants d'Amérique du Nord et la plupart des pays d'Europe (France, Royaume-Uni, Belgique, Suède, Espagne, Allemagne, etc.).
- À partir de 2,9% + 0,30\$ par transaction.
- Frais de débit dans votre compte tous 2 à 7 jours.
- Aucun frais de configuration.

ACTIVER

Dans la section '**Paiement**', vous pourrez choisir les modes de paiement que vous souhaitez utiliser pour votre site.

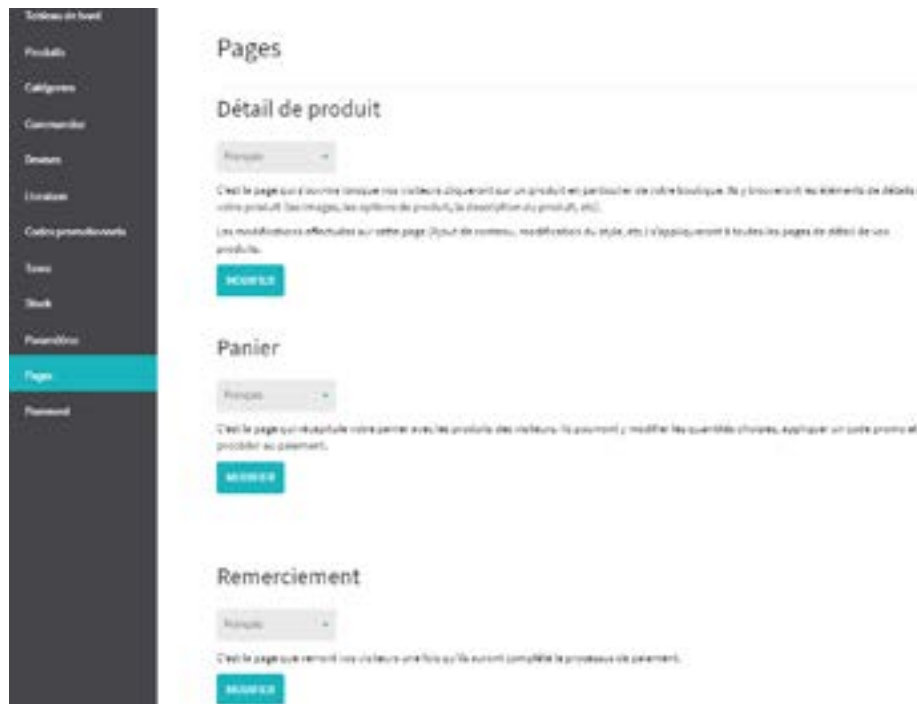
Stripe: Pour activer le mode de paiement Stripe, vous devez d'abord créer un compte Stripe. Pour plus d'informations, visitez www.stripe.com

PayMill: Pour activer le mode de paiement Paymill, vous devez d'abord créer un compte Paymill. Pour plus d'informations, visitez le: www.paymill.com/fr

PayPal: Pour activer le mode de paiement Paypal, vous devez spécifier votre identifiant PayPal. Il s'agit

du mail relié à votre compte. Pour plus d'informations, visitez le www.paypal.fr

Pages



Détails d'un produit

Ceci est la page qui s'ouvrira lorsque vos visiteurs cliqueront sur le lien '**Détails d'un produit**' en particulier dans votre boutique.

Pour personnaliser la page '**Gabarit de produit**', cliquez sur Modifier, dans la section '**Pages**'.



Faites le clic gauche pour accéder la section '**Paramètres**'. Voici les options par défaut:

1. Afficher le code: si vous utilisez des codes pour vos produits, ceci permet d'afficher le code de chaque produit.

2. Activer le zoom sur l'image: ceci permet d'activer le zoom sur l'image d'un produit pour donner la possibilité à vos clients de voir votre produit plus en détail.
3. Dans le sous-onglet '**Réseaux sociaux**': le bouton OUI est coché par défaut
 - a. Facebook
 - b. Twitter
 - c. Google
 - d. Pinterest



Dans l'onglet '**Style**', voici vos options:

Dans le sous-onglet '**Image**', voici vos options:

1. Proportion de vignettes: choisissez la proportion de la vignette que mieux s'adapte à votre produit. Le format 4:3 est coché par défaut.
2. Position des vignettes: choisissez la position de la vignette que mieux s'adapte à votre produit. En bas, en haut, à gauche, à droite.
3. Échelle de l'image: choisissez l'échelle de l'image que mieux s'adapte votre produit: ajouter ou remplir.

Dans le sous-onglet '**Bouton**', voici vos options:

1. Format d'affichage
2. Texte du bouton 'Ajouter au panier'

3. Couleur du bouton
4. Couleur du texte du bouton

Dans le sous-onglet '**Nom du produit**', '**Prix**' et '**Options de produit**' voici vos options:

Cliquez sur le bouton NON pour activer les options suivantes:

- a. Police
- b. Taille de la police
- c. Couleur de la police

Dans le sous-onglet, '**Description**', voici vos options:

Cliquez sur le bouton NON pour activer les options suivantes:

- a. Titre: choisissez la police, la taille de la police et la couleur de la police
- b. Texte: choisissez la police, la taille de la police et la couleur de la police

Pour sauvegarder cette configuration, cliquez sur **Enregistrer**.

Dans la section '**Style**' que vous pouvez configurer les paramètres, comme '**Forme et arrière-plan**' ainsi qu'ajouter des bordures, de l'ombre et des marges.

Pour sauvegarder cette configuration, cliquez sur **Enregistrer**.



Panier

La page '**Panier**' récapitule les commandes. Vos clients pourront y modifier les quantités choisies, appliquer un code promo et procéder au paiement.

Pour personnaliser cette page, cliquez sur le bouton '**Modifier**' à droite de '**Panier**', vous serez redirigé vers

le «Gabarit résumé commande».

Faites le clic gauche et cliquez sur '**Editer**', voici vos options:

1. Titre: police, taille de la police et couleur de la police
2. Bouton: forme, texte, couleur, arrière-plan
3. Autres paramètres:
 - a. Texte de la page
 - b. Couleurs de liens
 - c. Couleur du total
 - d. Couleurs de séparateurs

Pour enregistrer cette configuration, cliquez sur **Sauvegarder**.

Remerciement

C'est la page que verront vos visiteurs une fois qu'ils auront complété le processus de paiement.



Pour personnaliser la page '**Gabarit de remerciement**', cliquez sur Modifier, dans la section 'Pages'.

Faites le clic gauche pour accéder la section '**Éditer**'. Voici les options par défaut:

1. Titre "Merci de votre achat": entrez un titre.
2. Titre "Résumé de votre commande": entrez un titre.

Dans le sous-onglet '**Style du texte**', voici vos options:

Cliquez sur le bouton NON pour activer les options suivantes:

- a. Police
- b. Taille de la police

c. Couleur de la police

Dans le sous-onglet '**Bouton**', voici vos options:

Format d'affichage

a. Coins ronds

b. Coins carrés

c. Elipse

3. Couleur du bouton: choisissez la police, la taille de la police et la couleur de la police

4. Couleur du texte du bouton: choisissez la police, la taille de la police et la couleur de la police

5. Texte du bouton "**Retour à l'accueil**": entrez un texte.

Pour sauvegarder cette configuration, cliquez sur **Enregistrer**.



Faites le clic gauche pour accéder la section '**Style**'.

Dans la section '**Style**' que vous pouvez configurer les paramètres, comme '**Forme et arrière-plan**' ainsi qu'ajouter des bordures, de l'ombre et des marges.

Pour sauvegarder cette configuration, cliquez sur **Enregistrer**.

Maintenant, c'est à vous de jouer!