
Guide de la boutique en ligne votresite.ca

Boutique v1

Besoin d'aide?

Consultez les chroniques et vidéos de notre zone de conseils et modes d'emploi. Vous y trouverez une foule de contenus pour vous aider avec votre boutique, attirer des clients et stimuler vos ventes.

zone.votresite.ca

L'équipe votresite.ca est également là pour vous aider!

Lundi au vendredi de 9h à 18h

Sans frais: 1 855 550-SITE (7483)

Montréal: 514 312-1372

equipe@votresite.ca

Introduction

Le présent guide réunit tous les modes d'emploi, conseils et ressources dont vous avez besoin pour créer, configurer et gérer votre boutique en ligne avec les outils votresite.ca.

Les parties 1 à 9 correspondent au contenu de l' *Atelier de fabrication de boutiques en ligne* de votresite.ca. La partie 10 montre les réglages pour personnaliser sa boutique en fonction de besoins spécifiques.

Copyright © 2015 votresite.ca

Toute représentation ou reproduction, intégrale ou partielle, sans le consentement de votresite.ca est illicite. Cette représentation ou reproduction illicite, par quelque procédé que ce soit, constituerait une contrefaçon.

Mises à jour

Ce guide est régulièrement mis à jour. Notez la version en bas de page et accédez en tout temps à la plus récente version par ce lien: votresite.ca/documents-formateurs/guide-boutique-en-ligne-v1.pdf

Outils et ressources pour vous aider

Service client



votresite.ca

À un clic du succès!

Service client
1 855-550-SITE (7483)

Pour obtenir de l'aide directe dans la création de votre boutique en ligne ou pour une assistance technique, contactez le service client votresite.ca. L'équipe est disponible pour tous: aux utilisateurs de l'essai gratuit, aux membres et aux formateurs. N'hésitez pas à la contacter!

Service client votresite.ca


Lundi au vendredi de 9h à 18h

Sans frais: 1 855 550-7483

Montréal: 514 312-1372

equipe@votresite.ca

Formation en ligne



L'expert Web vous livre ses conseils pour réaliser votre site, en faire un succès, attirer des visiteurs, etc.

Gratuit! WebElixir qui signale les erreurs de français et d'anglais ainsi que les liens brisés.

Une consultation gratuite de 30 minutes avec un avocat et 10% de rabais par la suite.

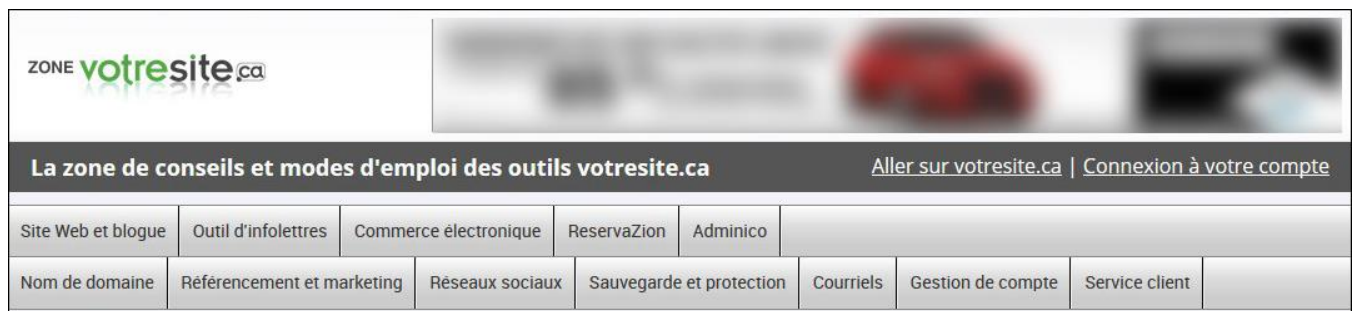
Outil de boutique en ligne

- [Cours, conseils et modes d'emploi](#)
- [Gérez votre boutique en ligne](#)

[Paiement par Internet Desjardins](#) [Entreposage et gestion des livraisons](#) [Entreposage et gestion des livraisons](#)

En complément de l'atelier de fabrication de boutiques en ligne et du présent Guide, vous pouvez suivre la formation gratuite «Apprendre à faire votre boutique en ligne» sur Internet. Le cours est donné sur vidéo par François Charron et est d'une durée approximative de 75 minutes divisées en 19 clips de deux à sept minutes chacun. Vous pouvez y accéder par ce lien: [Formation en ligne gratuite «Apprendre à faire votre boutique en ligne»](#). Créez-vous un compte et visionnez dès maintenant le cours en entier ou les clips qui vous intéressent.

Conseils et modes d'emploi



ZONE **votresite.ca**

La zone de conseils et modes d'emploi des outils votresite.ca [Aller sur votresite.ca](#) | [Connexion à votre compte](#)

Site Web et blogue	Outil d'infolettres	Commerce électronique	ReservaZion	Adminico					
Nom de domaine	Référencement et marketing	Réseaux sociaux	Sauvegarde et protection	Courriels	Gestion de compte	Service client			

La zone votresite.ca est un site Web qui réunit nos modes d'emploi pour créer/gérer votre boutique en ligne: zone.votresite.ca/commerce-electronique. Vous y trouverez aussi des chroniques et vidéos contenant de précieux conseils de François Charron sur le référencement, les réseaux sociaux, le marketing Web, les noms de domaine, les courriels, le traitement des images, la vidéo, la protection de données, les lois qui régissent le Web, etc.

Plusieurs des hyperliens en référence dans ce cahier mènent à des chroniques de cette zone. Certaines sont réservées aux membres, mais la majorité est disponible pour tous.

Table des matières

	Comprendre le commerce électronique	6
	Les motivations des Québécois à choisir un site d'achats	7
	Avoir un site Web ou une boutique en ligne?	8
	Branchement à l'outil d'administration de la boutique	9
	Installer la boutique	10
Partie 1	Configuration de la boutique	11
1.1	Configuration > Paramètres > Général	11
1.2	Configuration > Paramètres > Boutique	13
1.3	Configuration > Paramètres > Thème	16
1.4	Configuration > Paramètres > Localisation	16
1.5	Configuration > Paramètres > Gestion des options	17
1.6	Configuration > Paramètres > Logo et taille des images	22
1.7	Configuration > Paramètres > Courriel	23
1.8	Configuration > Paramètres > Serveur	24
1.9	Gestion des fonctions > Modules	25
1.10	Planifier la classification des contenus de votre boutique	27
Partie 2	Catégories et marques	27
2.1	Catalogue > Catégories > Général	28
2.2	Catalogue > Catégories > Données	29
2.3	Catalogue > Marques	31
Partie 3	Les produits	32
3.1	Catalogue > Produits > Général	33
3.2	Catalogue > Produits > Données	35
3.3	Catalogue > Produits > Gestion des options	41
3.4	Catalogue > Produits > Plus d'images	44
3.5	Catalogue > Produits > Liens	45
3.6	Vendre des fichiers téléchargeables	46
Partie 4	Modes de paiement	49
4.1	Gestion des fonctions > Modes de paiement > Chèque – Mandat	50
4.2	Gestion des fonctions > Modes de paiement > À la livraison	51
4.3	Gestion des fonctions > Modes de paiement > Desjardins	51
4.4	Gestion des fonctions > Modes de paiement > PayPal	55
4.5	Gestion des fonctions > Modes de paiement > PayPal Pro	57
Partie 5	Modes de livraison	58
5.1	Gestion des fonctions > Livraison > Postes Canada	59
5.2	Gestion des fonctions > Livraison > Purolator	61
5.3	Gestion des fonctions > Livraison > Livraison à taux fixe	63
5.4	Gestion des fonctions > Livraison > Cueillette en magasin	64
5.5	Gestion des fonctions > Livraison > Livraison gratuite	65
5.6	Gestion des fonctions > Livraison > Par article	66
5.7	Globex Courrier Express International	66
5.8	Politique de livraison: une question de marketing	68
5.9	Expédier une commande	69
Partie 6	Textes légaux	71

6.1	Politique de confidentialité	71
6.2	Modalités et conditions	72
6.3	À propos	73
6.4	Aide d'un avocat	74
Partie 7	Réductions, promotions et coupons de réduction	75
7.1	Réductions	75
7.2	Promotions	77
7.3	Coupons de réduction	78
Partie 8	Infolettres et courriels	80
8.1	Ventes et marketing > Infolettre et courriel	80
8.2	Les infolettres et la loi anti-pourriel	82
8.3	L'outil d'envoi d'infolettres PARMAIL	82
8.4	Conseils pour des infolettres efficaces	83
Partie 9	Prise, rapports et traitement des commandes	83
9.1	Prise des commandes dans le tableau de bord	83
9.2	Rapports	84
9.3	Traiter une commande	86
Partie 10	Personnaliser la configuration de votre boutique	88
10.1	Créer des utilisateurs	88
10.2	Créer un groupe clients	90
10.3	Personnaliser la facturation	91
10.4	Configuration > Réglages > Langues	94
10.5	Configuration > Réglages > Devises	95
10.6	Configuration > Réglages > États des stocks	95
10.7	Configuration > Réglages > États des commandes	96
10.8	Configuration > Réglages > Pays	96
10.9	Configuration > Réglages > Zones	97
10.10	Configuration > Réglages > Zones géographiques	97
10.11	Configuration > Réglages > Classe des taxes	98
10.12	Configuration > Réglages > Journal d'erreurs	99
10.13	Configuration > Réglages > Sauver – Restaurer	99

Comprendre le commerce électronique*

* Source statistiques: publications du CEFRIO (cefrio.qc.ca).

Le Québec a longtemps été en retard dans les statistiques de commerce électronique. Heureusement, ce n'est plus le cas. Les acheteurs sont au rendez-vous. Le problème? Ce sont les commerçants qui n'y sont pas!

Résultat? Les Québécois achètent de plus en plus en Ontario, dans les autres provinces, aux États-Unis et ailleurs dans le monde.

Il y a plus de demande que d'offre, ce qui est une bonne nouvelle pour tout commerçant qui désire vendre en ligne. Si vous faites un bon travail avec votre boutique, vous pouvez penser obtenir de bons résultats.

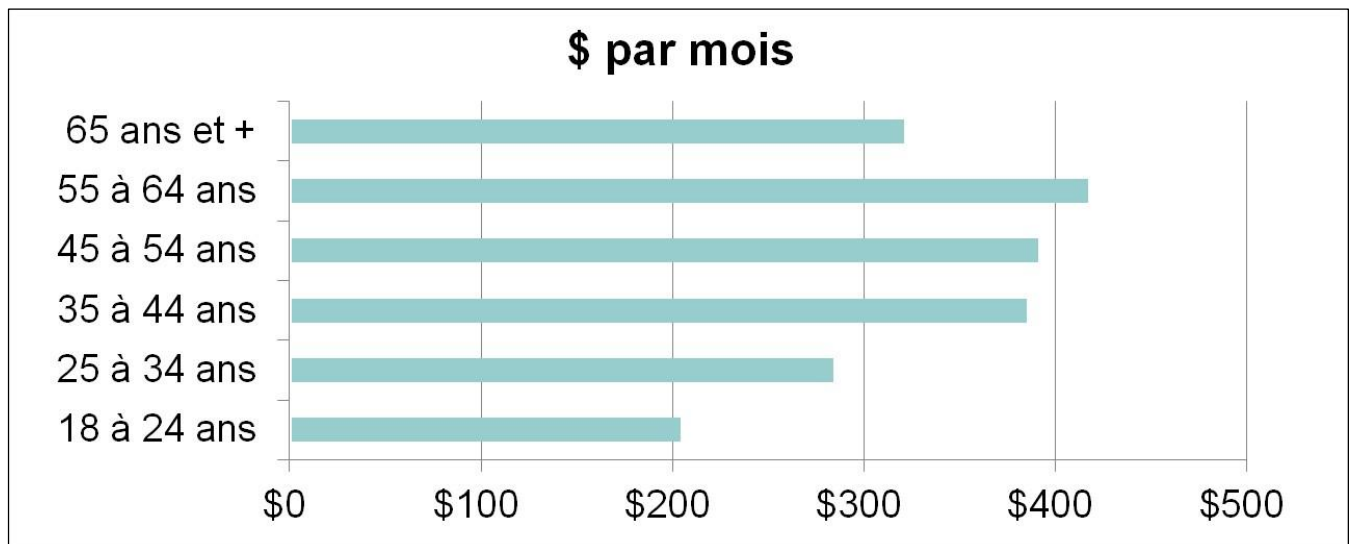
Les clients sont là...

- Les Québécois ont dépensé 7,3 milliards de dollars sur le Web en 2013.
- 85% des internautes québécois consultent au moins une source Web avant d'acheter en ligne ou en magasin.
- 53% visitent le site du fabricant ou du détaillant avant d'effectuer un achat.
- 56% des acheteurs d'une boutique ont déjà utilisé cette boutique auparavant.
- 70% des internautes québécois achètent sur le Web (moyenne 335\$/mois)

Les entreprises n'y sont pas...

- 88% des entreprises d'ici ne font pas de commerce électronique. Pour les PME de 5 employés et moins, la situation est encore plus dramatique: 8% seulement vendent en ligne!
- Seulement 1\$ sur 4 dépensés sur le Web par les Québécois va dans les coffres des entreprises d'ici.
- Lorsqu'une entreprise québécoise vend en ligne, le commerce électronique représente 23% de son chiffre d'affaires.

Répartition par tranche d'âges des montants dépensés en ligne par mois



Les motivations des Québécois à choisir un site d'achats

30% pour les prix concurrentiels

Les internautes peuvent facilement passer d'une boutique à une autre sur le Web. Il est donc facile pour eux de trouver qui vend au meilleur prix. La compétition est féroce et vous devrez malheureusement oublier les marges de profit du passé. Néanmoins, en vous assurant d'être parmi les plus compétitifs, vous vendrez davantage.

Trouvez une façon de donner un avantage à vos clients sur le Web avec des promotions exclusives, par exemple. D'ailleurs, faire des rabais sporadiques et des promotions occasionnelles (mais régulières) aura comme avantages d'animer votre site et d'augmenter le nombre de visiteurs.

22% parce qu'ils ont confiance en l'entreprise

Plusieurs internautes privilégient les boutiques en ligne qui ont bonne réputation ou qui leur inspirent le plus confiance. Comme petit joueur, c'est ici que vous pouvez tirer un avantage sur les gros.

Montrez votre capacité à être proche de votre clientèle, mettez de l'avant votre service après-vente et jouez la carte de l'achat local. La bonne nouvelle supplémentaire? Si vous créez un lien de confiance avec un acheteur en ligne, il reviendra!

17% vérifient la disponibilité des produits

Les internautes cherchent généralement un produit spécifique sur le Web et ils ne l'achètent pas toujours en ligne.

Combien de clients se présenteront à votre magasin pour acheter un produit qu'ils auront d'abord vu dans votre boutique en ligne? Même s'il sera difficile de le savoir, ce sera certainement plusieurs! Il est clair qu'une boutique en ligne aide à vendre des biens en magasin.

11% sont influencés par la politique de livraison

Les tarifs et délais de livraison influenceront à coup sûr le succès de vos ventes en ligne. Sur le Web, les acheteurs espèrent recevoir leur achat rapidement et à peu de frais.

Développez une politique de livraison qui, sans gruger tous vos profits, assurera à l'internaute une réception rapide et peu onéreuse de son achat en ligne. Vous devriez d'ailleurs traiter une commande en ligne aussi promptement qu'un achat en magasin.

7% par coup de cœur personnel

Certains tombent simplement sous le charme d'un produit ou d'une boutique en ligne et n'hésitent pas à acheter par élan personnel... ou suggéré! Pensez aux fameux «coups de cœur du personnel» exploités par nombre de marchands pour vendre certains produits. Pourquoi ne tenteriez-vous pas cette pratique dans votre boutique en ligne? Après tout, 67% des Québécois sont influencés par les commentaires des autres...

Autres raisons d'acheter en ligne

Gagner du temps

Dans vos communications et autres actions marketing, rappelez aux clients qu'ils pourront sauver du temps en magasinant en ligne dans votre boutique.

Avoir plus de choix

Une boutique en ligne n'a pas les contraintes d'un véritable magasin. Vous pouvez très bien y proposer des produits que vous n'avez pas sur le plancher. Profitez du Web pour offrir en commande spéciale des items que vous ne tenez pas en stock.

Certains commerçants utilisent le Web pour liquider leurs invendus tout en les retirant du plancher. C'est une bonne façon d'écouler de l'inventaire sans enlever de la valeur aux produits à prix régulier dans votre commerce. N'hésitez pas à indiquer que c'est une «exclusivité Web».

Comparer les produits et les marques

Si l'internaute a un doute sur les caractéristiques d'un produit, il ne l'achètera pas. En ligne, mettez donc le plus d'informations possible sur chaque produit que vous vendez. Une bonne fiche de produit devrait répondre à toutes les questions concernant celui-ci. Plus il aura de détails, plus le client pourra valider si le produit répond à ses besoins.

Avoir un site Web ou une boutique en ligne?

Certains seront tentés de mettre en ligne uniquement une boutique. De grandes entreprises (Sears, Future Shop, etc.) peuvent se le permettre, car leur notoriété est assez forte, mais la plupart des PME, même de grande taille, ont davantage à avoir un site Web **et** une boutique en ligne.

Le site Web servira à:

- Faire connaître l'entreprise sur le Web.
- Communiquer vos messages à vos clients.
- Être mieux indexé sur Google et les moteurs de recherche (mots-clés).

La boutique en ligne servira à:

- Faire des ventes en ligne.
- Dire à vos clients que vous avez tel item en inventaire.
- Aider vos clients à se renseigner sur vos produits.
- Faire du marketing et des promotions auprès de vos clients.
- Améliorer votre indexation sur Google grâce aux nombreuses fiches de produit.

Quant à la question de savoir s'il est mieux d'avoir un site Web ou une boutique en ligne en premier, cela revient au dilemme de l'œuf et la poule. Si on a des produits à vendre, on ne devrait pas s'empêcher d'avoir une boutique en ligne parce qu'on n'a pas encore de site Internet. **Peu importe par quoi vous commencez, le plus important est d'avoir une présence sur le Web le plus rapidement possible.**

Vous avez beaucoup de produits?

Commencez plus petit, mais lancez-vous! N'attendez pas d'avoir entré tous vos produits avant de lancer votre boutique en ligne. Commencez avec une offre modeste, de 10 à 20 produits vedettes, par exemple.

Vous pourrez concentrer vos efforts pour produire des photos impeccables et des textes bien référencés. Vous vous donnerez le temps de mettre en place votre mécanique de traitement et de livraison des commandes, puis d'intégrer la gestion au quotidien que requiert le commerce électronique. Il sera ensuite plus aisé d'ajouter vos autres produits au fil de votre expérience.

Branchement à l'outil d'administration de la boutique

1. Cliquez sur votresite.ca/zone-client-votresite-abonnes.



Essais gratuits et formateurs

2. Cliquez sur **Entrée pour essai gratuit et formateurs**.
3. Entrez votre **Nom de projet** et cliquez sur **Allez!**
4. Entrez votre **Nom de projet** dans le champ **Nom d'utilisateur**, puis le **Mot de passe** que vous avez reçu par courriel. Vous serez redirigé dans le panneau de gestion votresite.ca. C'est à partir de cette interface que vous pouvez accéder aux outils de création de votre boutique en ligne ainsi qu'aux autres outils et ressources votresite.ca.
5. Repérez la zone ombragée à droite sous **Outil de boutique en ligne**. Si vous voyez le lien **Installez votre boutique en ligne**, c'est que vous n'avez pas encore activé celle-ci. Suivez alors les instructions de la partie suivante pour **Installer la boutique**.

Membres votresite.ca

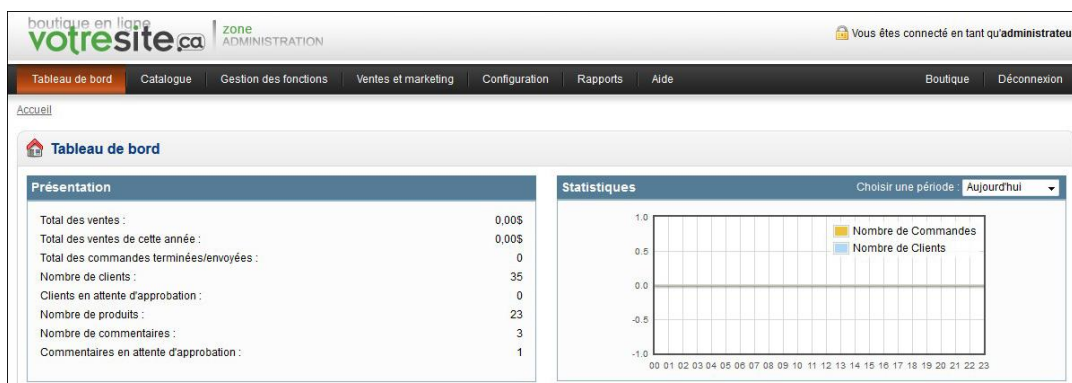
2. Cliquez sur **Entrée des membres**.
3. Entrez votre **Nom de domaine** et cliquez sur **Allez!**
4. Entrez votre **Nom d'utilisateur**, puis votre **Mot de passe**. Vous serez redirigé dans le panneau de gestion votresite.ca. C'est à partir de cette interface que vous pouvez accéder aux outils de création de votre boutique en ligne ainsi qu'aux autres outils, avantages et ressources votresite.ca.
5. Repérez la zone ombragée à droite sous **Outil de boutique en ligne**. Si vous voyez le lien **Installez votre boutique en ligne**, c'est que vous n'avez pas encore activé celle-ci. Suivez alors les instructions de la partie suivante pour **Installer la boutique**.



Si vous avez déjà installé votre boutique, vous verrez le lien **Gérez votre boutique en ligne**. Cliquez dessus.



L'outil d'administration de la boutique s'ouvrira dans un nouvel onglet sur son **Tableau de bord**.



Installer la boutique

1. Dans votre panneau de gestion votresite.ca, cliquez sur le lien **Installez votre boutique en ligne** dans la zone ombragée à droite sous **Outil de boutique en ligne**.

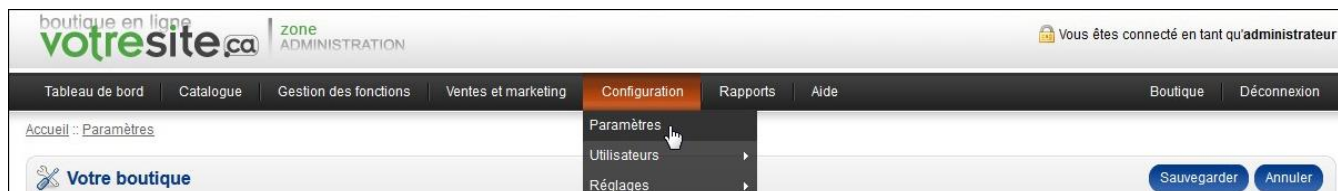
2. Vous serez redirigé vers une page intitulée **Bravo!** sur laquelle vous devez cocher la case **J'accepte les termes et conditions** avant de cliquer sur le bouton **Créer ma boutique!**

3. Une page intitulée **Installation de votre boutique en cours** (en rouge) apparaîtra dans un nouvel onglet. Attendez quelques minutes, puis retournez dans votre panneau de gestion.
4. Rafraîchissez la page de votre panneau de gestion en appuyant sur la touche **F5** de votre clavier. Le lien **Installez votre boutique en ligne** deviendra **Gérez votre boutique en ligne**, ce qui confirmera que votre boutique a bel et bien été installée.

1. Configuration de la boutique

Pour vous simplifier la vie, le système de boutique en ligne votresite.ca a été préconfiguré pour convenir aux besoins de la plupart des PME. Il est construit en français, en argent canadien, pour un site qui n'oblige pas les internautes à devenir membres pour faire un achat.

Sauf si les informations de votre entreprise changent, la configuration de la boutique ne se fait qu'une seule fois.



1.1 Configuration > Paramètres > Général



Indiquez ici les informations sur votre entreprise. Notez que les informations de cette page seront toutes publiques et apparaîtront, pour la plupart, sur la facture fournie au client.

* Nom de la boutique	<p>Le plus souvent on met le nom de l'entreprise suivi du mot <i>boutique</i>.</p> <p>En ligne, le Nom de la boutique s'affiche en page d'accueil dans le mot de bienvenue et en pied de page de la boutique.</p>
* URL de la boutique	<p>Au cours de l'essai gratuit, l'URL est une adresse par défaut. Laissez-le tel quel. Ne le changez pas pour votre nom de domaine avant d'être abonné à votresite.ca, sinon vous aurez des problèmes de visualisation avec votre boutique en ligne.</p> <p>Une fois que vous serez abonné à votresite.ca, l'URL sera constitué à partir de votre nom de domaine et prendra la forme de votre choix. Exemples: [http://nomdedomaine/boutique] ou [http:// boutique.nomdedomaine]</p> <p>Si votre site Web est hébergé ailleurs, vous pourrez relier votre boutique à votre site Web en suivant les quelques étapes décrites dans les chroniques suivantes:</p> <p>Boutique en ligne avec votresite.ca et site Web avec un autre fournisseur</p> <p>Relier votre boutique en ligne à votre site Web</p>
Hyperlien vers votre site Web	<p>En ajoutant l'URL de votre site Web dans ce champ, vous ferez apparaître, dans le coin supérieur droit de votre boutique en ligne, un lien menant à votre site Web. Les internautes pourront ainsi accéder directement à votre site par votre boutique.</p>

* Propriétaire de la boutique	Entrez le nom du propriétaire de l'entreprise ou du gestionnaire principal de la boutique en ligne. Vous pouvez aussi inscrire le nom d'une personne morale.
* Adresse et numéro de TPS et TVQ	<p>Comme on conseille aux internautes de faire affaire avec des entreprises facilement joignables, il est préférable que vous prouviez que vous avez pignon sur rue en affichant l'adresse de votre entreprise.</p> <p>Évitez autant que possible de mettre un casier postal ou aucune adresse, car ceci pourrait avoir un impact négatif sur les ventes.</p>
* Courriel	<p>Indiquez l'adresse courriel de l'administrateur de la boutique. C'est à cette adresse que les clients pourront correspondre et à laquelle seront envoyées les notifications de commandes, les redéfinitions de mot de passe, les formulaires <i>contactez-nous</i>, etc.</p> <p>Optez si possible pour une adresse comme [info@votreboutique.ca] reliée à votre nom de domaine et non pas une adresse Hotmail, Gmail ou provenant de fournisseurs Internet comme Bell, Vidéotron, Cogeco, etc. Vous montrerez davantage de crédibilité.</p> <p>⚠ Important: cette adresse courriel doit être la même que celle vous utiliserez pour activer les modes de paiement Desjardins et PayPal.</p>
* Téléphone / Fax	Entrez les numéros par lesquels vous voulez que les clients vous joignent.
Code pour relier votre boutique à votre site	Il s'agit de codes à copier/coller dans votre site Web pour créer un bouton (lien) menant à votre boutique en ligne (choix de trois boutons).
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cliquez sur Sauvegarder pour enregistrer les informations! ✓ Les champs marqués d'un * sont obligatoires pour enregistrer la fiche. ✓ Les informations marquées d'un * apparaissent sur la facture fournie au client. ✓ Cliquez sur Boutique (bande noire en haut à droite) pour voir votre boutique telle qu'elle est en ligne. 	

Note importante concernant la langue de votre boutique

Par défaut, les options de langues **Français** et **English** sont installées et activées dans le système, ce qui vous permet de créer votre boutique en ligne dans les deux langues.

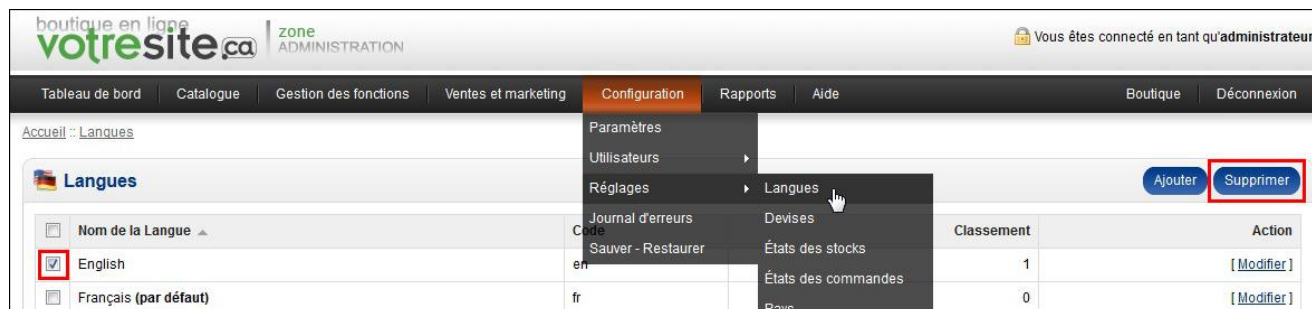
En conséquence, les onglets **Français** et **English** apparaissent dans plusieurs sections de l'outil d'administration de votre boutique, ce qui vous oblige à remplir tous les champs marqués d'un * dans l'onglet **English** pour que vos données s'enregistrent, même celles en français.



Si vous voulez une boutique uniquement en français

Vous pouvez gagner du temps en supprimant l'option **English**:

- Allez à l'onglet **Configuration > Réglages > Langues**.
- Cochez la case à gauche de **English**.
- Cliquez sur le bouton bleu **Supprimer** en haut à droite.



⚠ Important: en supprimant l'option **English**, vous ne pouvez plus offrir votre boutique en anglais aux internautes. Si vous changez d'idée, il est possible de réinstaller l'option en contactant notre service client.

Si vous voulez une boutique bilingue

Si vous avez l'intention d'offrir éventuellement votre boutique en français et en anglais, gardez la programmation par défaut du système et **ne supprimez pas** l'option **English**.

Vous pouvez désactiver l'option **English** pour que les internautes ne puissent pas consulter votre boutique en anglais. Vous n'avez qu'à aller à l'onglet **Configuration > Réglages > Langues**, cliquer sur **Modifier** à la ligne **English**, sélectionner **Désactivé** au champ **État** et cliquer sur **Sauvegarder**.




⚠ Important: en désactivant l'option **English**, vous devrez quand même absolument remplir tous les champs marqués d'un * de l'onglet **English** dans les sections qui l'exigent dans l'outil d'administration pour que vos données s'enregistrent, même celles en français.

Si vous gardez l'option **English** activée, assurez-vous que **l'ensemble des informations de vos fiches de produits soient complétées** (pas seulement les champs marqués d'un *), car les internautes pourront consulter votre boutique en anglais tout comme en français.

1.2 Configuration > Paramètres > Boutique



<p>* Titre</p>	<p>Entrez un Titre pour votre boutique. Celui-ci peut être identique au Nom de la boutique.</p> <p>En ligne, le Titre apparaît sur l'onglet du navigateur.</p>
<p>Balise méta «Description»</p>	<p>La Balise méta description est ce que Google affichera dans sa page de résultats de recherche sous le titre de votre boutique. Exemple:</p>

	<div data-bbox="570 174 1459 310" style="border: 1px solid black; padding: 5px;">  </div> <p>La Balise méta description s'adresse avant tout à l'internaute et peut l'amener à cliquer sur votre lien. Résumez en quelques mots les caractéristiques de votre produit. Soyez concis, vendeur et «punché»!</p> <p>Assurez-vous également d'y inclure des mots-clés qui serviront à référencer votre boutique dans Google.</p> <p>La Balise méta description doit compter 160 caractères maximum (espaces compris).</p>
<p>Message de bienvenue</p>	<p> À moins d'avoir désinstallé l'option English, le système exige d'inscrire quelques mots dans l'onglet English du Message de bienvenue. À défaut de quoi, les données de la fiche Boutique ne seront pas enregistrées.</p> <p>Le Message de bienvenue doit convaincre les internautes en cinq secondes de devenir clients en leur expliquant ce que vous proposez. Il se doit donc d'être court, mais «vendeur», en plus de contenir des mots-clés liés aux contenus de votre boutique pour l'indexation.</p> <p>Pensez à le mettre à jour régulièrement et à utiliser cet espace pour animer la boutique et faire connaître vos promotions en misant sur les visuels.</p> <p>L'outil d'édition fonctionne comme un Word. Vous pouvez donner au texte la forme voulue (police, taille, couleurs, etc.).</p> <p>Pour savoir comment y insérer des images, consultez la chronique Ajouter une image de bienvenue dans votre boutique en ligne.</p> <p>Il est également possible d'insérer une vidéo qu'on aurait préalablement mettre en ligne sur YouTube:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ouvrir la page YouTube où se trouve la vidéo. ▪ Copier l'URL contenu dans la barre du navigateur. ▪ Retourner dans la fiche Description et placer le curseur à l'endroit voulu (normalement en dessous du texte). ▪ Cliquer sur l'icône «vidéo» de l'outil d'édition:  ▪ Copier l'URL dans le champ File/URL. <p>Pour savoir comment mettre une vidéo sur YouTube, consultez la chronique YouTube: publier, faire un montage et monétiser vos vidéos.</p>
<p>Exemples de messages de bienvenue</p> <p>http://ideopicto.com/boutique/</p>	



CATÉGORIES

- › [ENSEMBLES TOUT-EN-UN](#)
- › [Ensembles combo](#)
- › [IDÉOmodule](#)
- › [Système de motivation magnétique](#)
- › [Pictogrammes magnétiques vendus à l'unité](#)
- › [Roulettes](#)
- › [Accessoires](#)
- › [Poupées](#)
- › [Surplus d'inventaire](#)

INFORMATIONS



<http://www.latelierduboisdamien.ca/boutique/>

L'ATELIER DU BOIS-DAMIEN

Nouveau projet de Carole Langlois sur notre cadre flottant.

Projet 2 en 1 dans le magazine Coup de pinceaux Vol. 10 no 5 d'Octobre 2014 "Brise d'automne, brise d'hiver".

Également le nouveau patron de Diane Brault sur notre boîte à patates.



Bienvenue dans la boutique en ligne de L'Atelier du Bois-Damien!

Nous fabriquons et vendons au gros et détail différents objets en bois non peints principalement assignés à la peinture décorative, l'antiquage, la décoration champêtre ou tout simplement à peindre selon ses goûts.

Horloges, petits bancs, mangeoires, patrons de peinture décorative, bancs de parc, bancs de quêtoux, tables à pique-nique, accessoires complémentaires à l'artisanat, découpes en bois, meubles de jardin; autant de choses que vous découvrirez à L'Atelier du Bois-Damien!

Vous y trouverez des pièces de bois de qualité fabriquées ici au Québec en Estrie.

- ✓ Cliquez sur **Sauvegarder** pour enregistrer les informations!
- ✓ Le champ marqué d'un * est obligatoire pour enregistrer la fiche.
- ✓ Cliquez sur **Boutique** (bande noire en haut à droite) pour voir votre boutique telle qu'elle est en ligne.

1.3 Configuration > Paramètres > Thème



The screenshot shows the 'Votre boutique' configuration interface. At the top right, there are 'Sauvegarder' and 'Annuler' buttons. Below the title, a navigation menu contains several tabs: 'Général', 'Boutique', 'Thème' (highlighted with a red box), 'Localisation', 'Gestion des options', 'Logo et taille des images', 'Courriel', and 'Serveur'.

C'est ici que vous choisissez le look de votre boutique. Pour ce faire, parcourez les choix de la galerie et cliquez sur le bouton **Sélectionner** de celui que vous préférez.



Les thèmes identifiés de ce logo sont «responsive design», c'est-à-dire conçus pour s'adapter au format d'affichage de tous les types d'appareils: PC ou Mac, tablettes (iPad, Android, BlackBerry, Windows) et téléphones intelligents (iOs, Android, BlackBerry, Windows).

Il est bon de privilégier un look épuré. Beaucoup ont compris (comme Simons) qu'une boutique sobre met mieux les produits en valeur et fait augmenter les ventes!

Les thèmes sont des modèles graphiques préconstruits et ne peuvent pas être modifiés.

Vous pouvez changer le thème de votre boutique en tout temps. Cela n'aura aucun impact sur le contenu.

1.4 Configuration > Paramètres > Localisation



The screenshot shows the 'Votre boutique' configuration interface with the 'Localisation' tab selected in the navigation menu. The 'Sauvegarder' and 'Annuler' buttons are visible at the top right.

<p>Pays / Département / Langue / Langue de l'administration / Devise / Actualisation auto du taux des devises</p>	<p>Conservez les paramètres par défaut qui sont définis pour une boutique située au Québec, opérant en français et affichant des prix en dollars canadiens.</p> <p>Vous pouvez personnaliser ces réglages (voir partie 10: Personnaliser la configuration de votre boutique).</p>
<p>Unités de longueur et de poids</p>	<p>Indiquez dans quelles unités doivent s'afficher par défaut les informations sur le poids et les dimensions des produits.</p> <p>Privilégiez, si possible, les normes actuelles (centimètre / kilogramme) qui sont plus précises et dont l'usage est plus répandu.</p>
<p>✓ Cliquez sur Sauvegarder pour enregistrer les informations!</p>	

1.5 Configuration > Paramètres > Gestion des options

Logo **Votre boutique** Sauvegarder Annuler

Général Boutique Thème Localisation **Gestion des options** Logo et taille des images Courriel Serveur

Synchronisation avec Adminico

Sélectionnez **Oui** si vous voulez, une fois membre votresite.ca, utiliser le logiciel de comptabilité intégré gratuit.

Pour qu'Adminico vous soit vraiment utile, il faut accepter de ne travailler dorénavant qu'avec ce logiciel comptable. Pour ceux qui utilisent Acoma, Sage 50, Avantage ou Dynacom: Adminico est doté d'un module qui permet d'importer vos données de votre logiciel actuel.

Ainsi, vous profiterez d'un système centralisé qui synchronisera automatiquement les transactions et l'inventaire de votre caisse et de votre boutique en ligne.

Sans logiciel comptable intégré, vous devez tenir la comptabilité et la gestion d'inventaire de votre boutique en ligne de façon distincte de celles de votre magasin. C'est une tâche que vous arriverez difficilement à faire à mesure que grandira le volume de vos ventes en ligne.

Pensez également aux erreurs qu'une double gestion d'inventaire pourrait engendrer!

Imaginez que vous vendiez sur le plancher le dernier item d'un produit que vous venez de vendre en ligne il y a quelques minutes sans que vous n'ayez eu le temps de vous en apercevoir.

Si vous n'avez pas de logiciel pouvant inscrire cette vente dans votre système à la caisse, vous devrez vous expliquer avec le client qui a acheté en ligne et qui avait déjà payé son produit. Vous risquez de le perdre définitivement, alors que de récupérer votre vente auprès du client au plancher aurait été autrement plus facile!





Adminico comprend toutes les fonctionnalités recherchées par la majorité des PME auxquelles il est possible d'ajouter des fonctions spécialisées vendues à la carte.


100% mobile, Adminico peut être utilisé sur ordi (PC ou Mac), tablette ou téléphone mobile (iOs/Android). Votre comptable peut donc y avoir accès en tout temps via son propre ordinateur.

Besoin de vous équiper en grand à peu de frais?

Téléchargez notre application gratuite et faites de votre iPad une caisse virtuelle connectée avec Adminico à laquelle vous pouvez connecter les accessoires dont vous avez besoin (lecteur de codes à barres, tiroir-caisse USB, etc.).

Pour plus de détails sur Adminico: votresite.ca/forfait-votresite/logiciel-comptabilite-pme-gratuit

<p>* Nombre d'articles affichés / page dans l'administration / page dans le catalogue</p>	<p>Déterminez le nombre de produits qui seront affichés par page dans l'outil d'administration et dans le catalogue (votre boutique en ligne).</p> <p> Conseil: en affichant moins de produits dans votre catalogue, vous pourriez augmenter la taille de vos images et par le fait même l'impact de celles-ci.</p>
<p>Afficher le prix T.T.C.</p>	<p>T.T.C. veut dire toutes taxes comprises.</p> <p>Sélectionnez Non parce qu'au Canada on doit afficher les prix et les taxes séparément.</p>
<p>Début du N° de facture</p>	<p>Déterminez le point de départ de la numérotation des factures liées à vos ventes en ligne.</p> <p> Conseil: favorisez votre crédibilité en évitant de débiter la numérotation à 0001. Privilégiez un nombre qui fera moins débutant!</p>
<p>Préfixe de la facture</p>	<p>Cette fonction ajoute des lettres au numéro de facture, une sorte d'abréviation pour en faciliter l'identification.</p> <p> Conseil: en inscrivant les lettres WEB, vous pourrez distinguer en un clin d'œil les factures provenant de vos ventes en ligne.</p>
<p>Groupe de clients</p>	<p>Sélectionnez Web pour ouvrir votre boutique à tous les internautes.</p> <p>Groupe client permet d'afficher la boutique par défaut à un groupe en particulier. Utile pour ceux qui font exclusivement de la vente en gros.</p>
<p>Cacher le prix</p>	<p>Sélectionnez Non pour que tous puissent voir vos prix.</p> <p>En indiquant Oui, les prix ne s'affichent que lorsque le visiteur est connecté dans son compte client de la boutique.</p>
<p>Approuver les clients</p>	<p>Sert à filtrer (ou pas) les nouveaux clients.</p> <p>Cochez Non si vous visez le grand public. Cochez Oui si vous préférez approuver les clients avant de leur permettre de faire des transactions dans votre boutique (exemple: dans le cas où vous faites de la vente en gros avec rabais).</p>
<p>Clients sans compte</p>	<p>Cochez Oui si vous désirez permettre aux clients de commander sans créer de compte. Ainsi, vous n'obligerez pas les internautes à s'inscrire au site pour faire une transaction, mais ils ne pourront pas consulter leur compte dans votre boutique.</p> <p> Le faire ou pas? On essaie toujours de laisser le plus de liberté à l'internaute. Certains préfèrent l'impression de rapidité d'une commande en</p>

	<p>mode invité. D'autres préfèrent avoir leur compte sur le site pour faire un suivi de leur achat. En cochant Oui vous laissez le choix au client.</p> <p>L'option Clients sans compte n'est pas disponible si vous installez le mode de paiement Desjardins. Pour des raisons de sécurité, l'institution financière requiert que tout internaute se crée un compte client pour compléter ses achats dans une boutique en ligne.</p> <p>L'option Clients sans compte n'est également pas disponible si un produit téléchargeable est dans le panier.</p>
Politique de confidentialité	<p>Gardez l'option Confidentialité pour obliger les internautes à accepter la politique de confidentialité avant de finaliser la création de leur compte client dans votre boutique.</p>
Modalités et conditions	<p>Gardez l'option Modalités et conditions pour obliger les internautes à accepter les modalités et conditions avant de compléter leur achat.</p>
Afficher le stock	<p>Indiquez Oui pour afficher les quantités disponibles d'un produit sur sa fiche.</p> <p> Le faire ou pas? Il n'y a pas de bonne réponse. Comme la plupart des PME ont de petits inventaires, certains pensent que cela donne une image négative de l'entreprise. D'autres affirment que voir une petite quantité disponible d'un produit crée un sentiment d'urgence et stimule les ventes.</p>
Voir l'avertissement de rupture de stock	<p>Indiquez Oui pour qu'un message d'avertissement s'affiche dans la page du panier du client en cas de rupture de stock.</p> <p>Pour que cette option soit opérante, il faut aussi que vous cochiez Oui au champ Commande en rupture. À défaut de quoi, le message d'avertissement sera affiché en permanence.</p>
Commande en rupture	<p>Indiquez Oui. Ainsi le client pourra effectuer une commande même si le produit est en rupture de stock et le message d'avertissement de rupture de stock s'affichera (si vous avez coché Oui au champ Voir l'avertissement de rupture de stock).</p>
État de la commande	<p>Sélectionnez le premier message que verra l'internaute pour l'informer du statut de sa commande une fois qu'il l'aura complétée.</p> <p>Le plus courant est de mettre En Attente ou En Cours.</p> <p>Vous pourrez changer ce message pour dire à votre client où en est rendue sa commande au cours du traitement de celle-ci (voir partie 9.3: Traiter une commande > Changer le statut d'une commande).</p>
État du stock	<p>Choisissez quel message s'affichera au client qui commande un produit se trouvant en rupture de stock.</p>

	<p>Le plus couramment utilisé est Rupture de Stock qui indique simplement l'indisponibilité du produit, mais on peut choisir d'autres options :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 2 – 3 jours: dans le cas où on est certain de pouvoir se procurer de nouveaux items du produit dans ce délai. ▪ En stock: indique que les produits sont <i>toujours</i> en stock, qu'il n'y a <i>jamais</i> de rupture. <ul style="list-style-type: none"> ⚠ Attention: si vous choisissez d'indiquer que le produit est En stock alors que vous n'en avez plus, assurez-vous de pouvoir en obtenir rapidement, car vous risquez de frustrer des clients qui s'attendent à recevoir le produit. Vous pourriez avoir à gérer des demandes de remboursement, etc. ▪ Sur Commande: pour les produits que l'on n'a pas en inventaire, mais qu'on est en mesure d'obtenir à la demande. <p>C'est une option intéressante pour tester la popularité d'un produit ou vendre un bien qu'on ne peut pas garder en inventaire. De plus, sachant qu'il s'agit d'une commande spéciale, le client acceptera un délai de livraison plus long.</p> <p>Le champ État du stock s'applique par défaut à tous les produits de la boutique, mais vous pouvez attribuer un statut différent pour chacun de vos produits en particulier en cas de rupture de stock (voir partie 2.2: Catalogue > Produits > Données).</p> <p>Il est possible de personnaliser les quatre messages proposés sous État du stock et d'en ajouter. (voir partie 10.6: Configuration > Réglages > États des stocks).</p>
<p>Permettre les commentaires</p>	<p>Sélectionnez Oui pour permettre aux clients d'émettre des commentaires sur les produits.</p> <p>Ils pourront alors le faire en cliquant sur l'onglet Commentaires dans les fiches de produit. Le formulaire les invite à inscrire leur nom, leur commentaire et donner une évaluation du produit.</p> <p>Rassurez-vous! Les commentaires émis ne sont pas automatiquement publiés sur la boutique en ligne. Ils sont envoyés dans l'outil d'administration de la boutique d'où vous pouvez les recueillir, puis les activer ou les désactiver (donc, les afficher ou pas dans votre boutique). Voici la façon de procéder:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Allez à l'onglet Catalogue > Commentaires. ▪ Cliquez sur Modifier à droite du commentaire concerné. ▪ Vous pouvez modifier le commentaire reçu, contenu dans le champ * Texte. <p>⚠ Attention: Même si vous êtes tenté de changer un commentaire, il est préférable de ne pas le faire. Il est acceptable de modifier les fautes d'orthographe, mais jamais le sens d'un message. Si vous avez un mauvais commentaire sur un produit, utilisez-le à votre avantage en contactant le client pour comprendre son mécontentement et tenter de corriger le problème auquel son commentaire fait référence, etc.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sélectionnez Activé dans la liste déroulante du champ État si vous voulez que le commentaire soit visible par les internautes dans votre boutique. Si vous ne voulez pas que le commentaire apparaisse dans votre boutique, sélectionnez Désactivé. ▪ Cliquez sur Sauvegarder lorsque vous avez terminé. ▪ Si vous voulez supprimer définitivement un commentaire, retournez dans la liste des commentaires reçus, cochez la case à la gauche de celui qui est concerné et cliquez sur le bouton bleu Supprimer en haut à droite. <p>Publier les commentaires ou pas?</p> <p>67% des internautes sont influencés par l'opinion des autres! Les commentaires peuvent donc favoriser les ventes.</p> <p>Quoi faire si un message est négatif?</p> <p>Chacun a sa façon de voir les choses. Certains le laissent, considérant qu'il pourra aider les gens dans leur sélection. Évidemment, vous n'afficherez pas un message totalement destructeur, mais comme aucun produit n'est parfait, certains commentaires peuvent aider les autres internautes à se faire une opinion.</p> <p>Vous pouvez aussi répondre à un commentaire en en écrivant un vous-même au nom du commerce. Vous agirez alors en transparence et les internautes apprécieront.</p> <p>Finalement, un ou des messages trop négatifs vous aideront peut-être à ne plus tenir en stock un produit jugé mauvais par vos clients. Votre boutique en ligne vous aidera ainsi à améliorer votre offre auprès de votre clientèle.</p>
<p>Permettre les téléchargements</p>	<p>Si vous ne vendez que de la marchandise tangible, cochez Non.</p> <p>Par contre, si vous voulez vendre des fichiers à télécharger (mp3, pdf, images, etc.) ou encore rendre disponible des manuels d'instructions pour accompagner vos produits, vous devez cocher Oui.</p> <p>Dans le cas d'un manuel d'instructions, vous devrez lui faire une fiche à part entière, au même titre qu'un produit régulier ou qu'un fichier à télécharger, mais l'offrir à 0\$.</p> <p>On vous montre comment faire une fiche de produit dans la partie 3: Les produits.</p> <p>On vous dit comment lier un manuel d'instructions gratuit au produit auquel il est associé dans la partie 3.6: Catalogue > Téléchargements.</p>
<p>État de la commande pour permettre de télécharger</p>	<p>Si vous vendez des fichiers à télécharger, déterminez le message que le client doit atteindre dans l'état de la commande avant qu'il ne soit autorisé à télécharger son fichier.</p> <p>Logiquement, cela devrait être le statut Terminé, soit le moment où sa commande aura été traitée et son paiement approuvé.</p>

Afficher le poids du panier	Sélectionnez Oui pour afficher le poids total de la commande dans le panier du client.
Utiliser la livraison en session	Laissez à Oui par défaut pour que les informations de livraison soient enregistrées dans la session du client.
<p>✓ Cliquez sur Sauvegarder pour enregistrer les informations!</p> <p>✓ Les champs marqués d'un * sont obligatoires pour enregistrer la fiche.</p>	

1.6 Configuration > Paramètres > Logo et taille des images



Logo de la boutique	<p>Demandez à l'infographiste qui a créé votre logo de vous le fournir en fichier .jpeg ou .png en bonne résolution.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Enregistrez votre logo sur votre ordinateur. ▪ Cliquez sur la caméra pour ouvrir le Gestionnaire d'images. ▪ Cliquez sur Charger pour ouvrir une fenêtre donnant sur votre ordinateur. ▪ Trouvez l'endroit où vous avez enregistré votre logo dans votre ordinateur, sélectionnez votre logo et cliquez sur Ouvrir (Open). ▪ Quand s'ouvre la fenêtre disant <i>Félicitations, votre fichier a été transféré avec succès</i>, cliquez sur OK. ▪ Votre logo se trouve maintenant dans le Gestionnaire d'images. Double-cliquez dessus et il se retrouvera dans l'outil d'administration de la boutique, à droite du champ Logo de la boutique. ▪ Cliquez sur Boutique dans la bande noire en haut à droite de l'outil d'administration de la boutique pour voir comment il s'affiche en ligne. <p>Selon la taille de son original, il se peut que votre logo soit trop gros. Il faut alors le redimensionner dans un outil d'édition d'images.</p> <p>On vous recommande picmonkey.com, un logiciel en ligne gratuit. Pour savoir comment l'utiliser, suivez les indications de la chronique Site gratuit pour redimensionner, retoucher, changer le format d'une image.</p> <p>Rapetissez votre logo graduellement dans l'outil d'édition d'images et entrez-le chaque fois dans la boutique tel que mentionné ci-haut pour voir ce que ça donne. Au besoin, retournez dans l'éditeur d'images pour diminuer encore votre logo et répétez jusqu'à obtenir la taille désirée dans la boutique.</p>
----------------------------	--

	<p>En entête de la boutique, un logo d'environ 125px de large et d'un poids de 20-30Kb (Ko) fait très bien l'affaire. Dans certains cas toutefois, un logo de plus grande taille donne un très bel effet.</p> <p>⚠ Conseil: pour assurer une bonne définition à votre image, évitez d'en agrandir l'original. Il est toujours mieux de partir d'un grand format et d'en diminuer la taille au besoin.</p>
Icône	<p>L'icône est un favicon, une image qui identifie et personnalise la boutique dans les onglets et la barre d'adresse du navigateur.</p> <p>La procédure pour l'ajouter est la même que pour le logo, mais l'image doit être au format .png. Quand vous la chargez dans l'outil d'administration de la boutique, elle sera redimensionnée automatiquement aux dimensions par défaut, soit 16px x 16px.</p>
* Taille des images	<p>Vous pouvez déterminer ici la grandeur des images qui s'afficheront dans la boutique.</p> <p>Pour un produit, par exemple, on n'aura qu'à insérer une seule image de 500 x 500 et le système créera automatiquement celles de 75 x 75, de 120 x 120, etc. correspondant aux différentes sections de la boutique (vignettes, listes, panier d'achats).</p> <p>⚠ Attention de respecter le ratio des images en changeant les valeurs! Ex. : 250 x 250 → 300 x 325 300</p> <p>Les pages des boutiques ont été pensées en fonction de ces grandeurs d'images. Changer ces dernières a un impact sur l'allure du site Web.</p> <p>On vous recommande de noter les dimensions de la configuration originale avant de faire des tests avec d'autres grandeurs pour pouvoir revenir en arrière si vos tests ne sont pas concluants.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cliquez sur Sauvegarder pour enregistrer les informations! ✓ Les champs marqués d'un * sont obligatoires pour enregistrer la fiche. ✓ Cliquez sur Boutique (bande noire en haut à droite) pour voir votre boutique telle qu'elle est en ligne. 	

1.7 Configuration > Paramètres > Courriel



Paramètres des courriels	Inscrivez l'adresse courriel où sera envoyée une copie de TOUS les messages générés par le système (notifications de commandes, redéfinition mot de passe, formulaire sur le site, etc.)
---------------------------------	--

	Normalement, ce devrait être la même adresse que vous avez inscrite dans la partie 1.2: Configuration > Paramètres > Général .
Alerte courriel pour les commandes	Cochez Oui pour que le système vous envoie un courriel à chaque nouvelle commande. Une fonction essentielle pour ne pas perdre une vente!
Alertes courriels additionnelles pour les commandes	Entrez des adresses courriel additionnelles (collègues, employés, associés, etc.) qui recevront aussi une alerte à chaque nouvelle commande. Séparez chaque adresse courriel d'une virgule dans la case. ⚠ Attention: Si vous inscrivez à nouveau l'adresse courriel de l'administrateur, ces alertes seront envoyées en double.
✓ Cliquez sur Sauvegarder pour enregistrer les informations!	

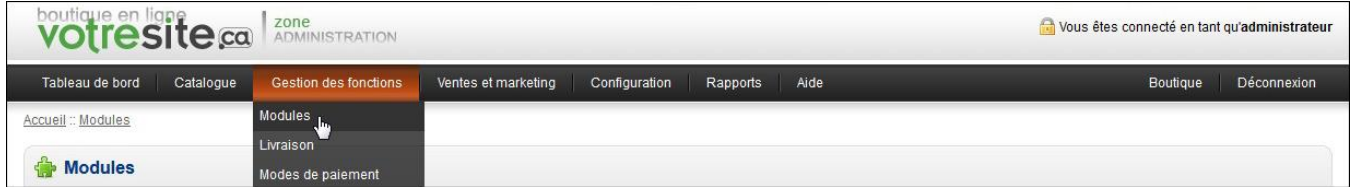
1.8 Configuration > Paramètres > Serveur



Utiliser le SSL	<p>Gardez la configuration par défaut à Non, car il n'est pas nécessaire d'associer un certificat de sécurité SSL à la boutique. En effet, c'est votresite.ca qui prend en charge la sécurité des boutiques qu'il héberge.</p> <p>Pour savoir ce qu'est un certificat SSL, consultez la chronique Qu'est-ce qu'un certificat SSL?</p>
Maintenance	<p>Si vous souhaitez empêcher temporairement la navigation dans votre boutique, vous pouvez la mettre «en maintenance». Il suffit de cocher Oui dans ce champ.</p> <p>Un message s'affichera dans votre boutique qui informera l'internaute que celle-ci est en maintenance. Il ne pourra donc pas naviguer dedans.</p> <p>⚠ Cependant, tant que la fonction Maintenance sera cochée, il vous sera également impossible de voir en ligne les changements que vous effectuez dans votre boutique.</p> <p>Il existe d'autres options avancées pour rendre votre boutique temporairement inaccessible. Vous pouvez les utiliser si vous êtes membre votresite.ca. Consultez la chronique Rendre votre boutique temporairement inaccessible.</p>
Utiliser des URL SEO	⚠ Important: laissez ce champ à Oui pour pouvoir attribuer un URL personnalisé à chaque section, produit et catégorie et ainsi permettre le référencement de votre boutique dans les moteurs de recherche.

- ✓ Laissez les champs **Afficher les erreurs** et **Écrire les erreurs dans le journal** tels quels.
- ✓ Cliquez sur **Sauvegarder** pour enregistrer les informations!

1.9 Gestion des fonctions > Modules



C'est ici que vous choisissez les blocs de contenus qui s'afficheront dans votre boutique et à quels endroits.

Vous êtes libre d'activer ceux que vous désirez, mais il est primordial de conserver au MINIMUM les modules **Panier**, **Informations** et **Catégories**. Les autres sont à votre discrétion.

Pour afficher un module dans votre boutique, cliquez sur **Installer**. En cliquant ensuite sur **Modifier**, vous pouvez programmer les éléments suivants:

- l'**État** du module (activé ou désactivé);
- la **Limite** (nombre) d'éléments que comptera le module;
- l'**Emplacement** (droite, gauche) du module;
- le **Classement** du module, soit l'ordre dans lequel il s'affichera par rapport aux autres.

Ces choix ne sont pas définitifs. Vous pouvez changer la disposition et le contenu des blocs quand bon vous semble. Exemple: mettre en évidence le bloc de promotion quand vous avez plusieurs rabais et le retirer à un autre moment de l'année.

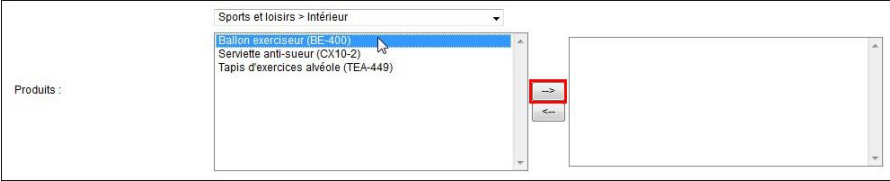
Vous pouvez retirer un module en cliquant sur **Désinstaller**.

⚠ Conseils:

- Évitez de saturer la boutique d'informations en affichant trop de modules.
- Selon le thème de boutique utilisé, on place normalement à droite les modules qui incitent à l'achat comme **Panier**, **À découvrir** et **Nouveautés** et à gauche, on dispose les modules des types **Catégories** et **Informations**.

Description des modules

En vedette	Les produits les plus vendus s'affichent automatiquement dans ce module. ⚠ Conseil: il vaut peut-être mieux attendre que vous ayez un certain volume de ventes avant d'installer ce module!
Panier	C'est le module par lequel le client aura accès à son panier d'achats. Il ne doit jamais être désinstallé! On le place habituellement en haut à droite de la boutique.

Catégories	Liste les catégories de produits de votre boutique et permet à l'internaute d'y accéder.
À découvrir	<p>Affiche les produits de votre choix.</p> <p>Au champ Produits:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Parcourez vos catégories à l'aide de la liste déroulante. ▪ Sélectionnez le(s) produit(s) que vous voulez inclure dans le module À découvrir. ▪ Cliquez sur la flèche pointant vers la droite pour amener les produits sélectionnés dans la case de droite. ▪ Cliquez sur Sauvegarder. 
Google Analytics	<p>Google Analytics est un outil gratuit qui compile les statistiques de fréquentation d'un site ou d'une boutique en ligne.</p> <p>On vous recommande fortement de l'installer pour être informé, entre autres, du nombre de visiteurs attirés par votre boutique et de leur provenance, des pages les plus visitées, de la durée moyenne des visites de vos internautes, etc. Ces informations vous seront très utiles pour mieux connaître vos visiteurs et ajuster vos stratégies pour en attirer davantage.</p> <p>Avant d'installer Google Analytics dans votre boutique, vous devez vous ouvrir un compte (gratuit). Pour savoir comment faire, consultez la chronique Google Analytics, des statistiques pour votre site!</p> <p>Une fois que vous avez le code lié à votre compte, copiez-le, cliquez sur Modifier vis-à-vis le module Google Analytics et collez-le dans le champ * Code de Google Analytics.</p>
Informations	Regroupe vos textes légaux et les renseignements à propos de votre entreprise. Il est primordial de garder ce bloc actif.
Nouveautés	Affiche automatiquement les derniers produits à avoir été créés dans votre boutique.
Marques	Liste les marques de votre boutique et permet à l'internaute d'accéder à vos produits selon leur marque.
Promotions	Montre les produits faisant l'objet d'une promotion que vous leur aurez attribuée.

- ✓ Cliquez sur **Sauvegarder** pour enregistrer les informations!
- ✓ Cliquez sur **Boutique** (bande noire en haut à droite) pour voir votre boutique telle qu'elle est en ligne.

1.10 Planifier la classification des contenus de votre boutique

Maintenant que votre boutique est configurée, il est temps d'organiser vos contenus!

Une boutique en ligne est ni plus ni moins une base de données qu'il convient de classer. Or, tout bon classement commence par un plan, lequel vous permettra d'avoir une vue d'ensemble sur vos contenus et facilitera grandement leur organisation dans l'outil d'administration de la boutique.

Prenez donc une grande feuille de papier et un bon vieux crayon!

- Faites l'inventaire des produits que vous voulez entrer dans votre boutique en ligne.
- Attribuez-leur un modèle (ou numéro de modèle).
- Regroupez-les sous les différentes marques que vous vendez.
- Créez des catégories (et sous-catégories si nécessaire) et associez-y vos différents produits.

Exemple de plan

Marques	Produits	Modèles
Soft sport	Ballon exerciseur	BE-400
Soft sport	Tapis d'exercice	TEA-449
Soft sport	Bermuda à carreaux	BD-0657
Tadam	Cerf-volant multicolore	RT-565
Extrême	Casque protecteur	Casque
Extrême	Blouson en cuir	Blouson
Extrême	Trottinette portative	MRG-X0001
Romane	Robe d'été	Robe

Catégories
Sports et loisirs
Intérieur
Ballon exerciseur
Tapis d'exercice
Extérieur
Cerf-volant multicolore
Casque protecteur
Trottinette portative
Vêtements
Femmes
Robe d'été
Hommes
Bermuda à carreaux
Blouson en cuir

2. Catégories et marques

The screenshot shows the administration interface for 'votresite.ca'. The top navigation bar includes 'Tableau de bord', 'Catalogue', 'Gestion des fonctions', 'Ventes et marketing', 'Configuration', 'Rapports', 'Aide', 'Boutique', and 'Déconnexion'. The 'Catalogue' menu is open, showing options for 'Catégories', 'Produits', 'Marques', 'Téléchargements', 'Commentaires', and 'Textes légaux'. The 'Catégories' page is displayed, showing a table with columns for 'Nom de la catégorie', 'Classement', and 'Action'. A 'bijoux' category is listed with a 'Classement' of 0 and a '[Modifier]' link. 'Ajouter' and 'Supprimer' buttons are visible at the top right of the table area.


Pour créer une **Catégorie**, rendez-vous à l'onglet **Catalogue > Catégories**, cliquez **Ajouter**, puis sur **Modifier**.

Vous devez créer vos sous-catégories comme des catégories dans un premier temps. On vous montre comment en faire des *sous*-catégories dans le champ **Catégorie parente** plus loin.


⚠ IMPORTANT: Le système vous permet de faire des catégories à l'infini, mais nous vous suggérons de ne pas en créer un trop grand nombre afin que les internautes se retrouvent facilement lors de leur navigation dans votre boutique.


2.1 Catalogue > Catégories > Général

<p>* Nom de la catégorie</p>	<p>Donnez un nom à la catégorie regroupant un ensemble de produits du même type.</p> <p>⚠ À moins d'avoir désinstallé l'option English, le système exige d'inscrire aussi le Nom de la catégorie dans l'onglet English. À défaut de quoi, vos données ne seront pas enregistrées.</p>
<p>Balise méta "Mots-clés"</p>	<p>Le système propose ici d'énumérer les mots-clés sur lesquels vous voulez miser pour référencer votre boutique dans les moteurs de recherche.</p> <p>⚠ Il n'est plus utile d'en faire la liste dans ce champ puisque Google n'en tient plus compte dans son analyse.</p> <p>Par contre, les mots-clés demeurent essentiels dans votre stratégie de référencement. Ce sont les bases à partir desquels vous allez rédiger les contenus (textes) de votre boutique.</p> <p>Ne faites donc pas la liste de vos mots-clés ici, mais énumérez-les dans un pense-bête à conserver dans vos dossiers. Vous pourrez vous y référer quand vous analyserez la performance de vos contenus dans les moteurs de recherche.</p> <p>⚠ Assurez-vous toutefois qu'on retrouve de ces mots-clés dans les textes des champs Balise méta "Description" et Description de cette section.</p> <p>Comment choisir vos mots-clés</p> <p>Choisissez des mots qui résument et décrivent de façon pertinente vos contenus, des mots qui sont les plus susceptibles d'être utilisés par les internautes pour trouver ce que vous proposez dans votre boutique.</p> <p>⚠ Conseil: au moment de choisir vos mots-clés, faites un petit sondage auprès de clients, collègues, amis, membres de votre famille, etc. en leur demandant «<i>Quels mots emploierais-tu dans Google pour trouver ce que j'offre?</i>». Faites la liste des mots reçus et misez sur ceux qui reviennent le plus souvent. Il y a de fortes chances que ce soient les bons!</p>

<p>Balise méta "Description"</p>	<p>La Balise méta description est ce que Google affichera dans sa page de résultats de recherche sous votre catégorie. Exemple:</p> <div data-bbox="571 268 1461 415" style="border: 1px solid black; padding: 5px;">  </div> <p>La Balise méta description s'adresse avant tout à l'internaute et peut l'amener à cliquer sur votre lien. Résumez en quelques mots les caractéristiques de votre produit. Soyez concis, vendeur et «punché»!</p> <p>Assurez-vous également d'y inclure des mots-clés qui serviront à référencer votre catégorie dans Google.</p> <p>La Balise méta description doit compter 160 caractères maximum (espaces compris).</p>
<p>Description</p>	<p>La Description de la Catégorie peut être une simple phrase courte et vendeuse qui décrit ce que vous proposez et qui contient des mots-clés.</p> <p>Par exemple, une catégorie <i>bijoux</i> peut avoir comme description «Les plus beaux bijoux de la planète!».</p> <p>L'outil d'édition du champ Description fonctionne comme un Word. On peut donner au texte la forme voulue (police, taille, couleurs, etc.).</p>
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cliquez sur Sauvegarder pour enregistrer les informations! ✓ Le champ marqué d'un * est obligatoire pour enregistrer la fiche. ✓ Cliquez sur Boutique (bande noire en haut à droite) pour voir votre boutique telle qu'elle est en ligne. 	

2.2 Catalogue > Catégories > Données

	
<p>Catégorie parente</p>	<p>C'est ici que vous déterminez si la catégorie que vous êtes en train de créer sera une <i>sous-catégorie</i>. Comme vous devrez associer cette dernière à une catégorie existante, il faut avoir terminé de créer toutes vos catégories avant.</p> <p>Si c'est une catégorie, choisissez Aucun dans la liste déroulante.</p> <p>Si c'est une sous-catégorie, choisissez dans la liste la catégorie sous laquelle elle doit se trouver.</p>

	<p>Exemple: pour la catégorie <i>Vêtements pour femmes</i>, on choisirait la Catégorie parente <i>Vêtements</i>.</p> <p>La catégorie <i>Vêtements pour femmes</i> deviendrait alors une sous-catégorie de <i>Vêtements</i> et apparaîtrait en ligne comme ceci:</p> <p>Vêtements Vêtements pour femmes</p>
<p>Boutiques</p>	<p>Ce champ s'adresse à ceux qui auraient plus d'une boutique. Il permet d'associer la catégorie à la bonne boutique.</p>
<p>SEO "Ré-écriture d'url"</p>	<p>Donnez un nom d'URL personnalisé (adresse de la page Web) et unique pour votre catégorie (ex: nom-de-la-categorie).</p> <p>En plus d'améliorer l'indexation de la boutique, cette adresse URL pointerait vers la catégorie et permettra d'y accéder directement.</p> <p>Si votre URL contient plusieurs mots, séparez-les par des traits d'union. N'utilisez pas de majuscules, d'accents, d'espaces, de barres de soulignement ou autres caractères spéciaux.</p> <div data-bbox="570 877 1463 982" style="border: 1px solid black; padding: 5px;">  <p>The screenshot shows a browser address bar with the URL <code>demo.votreboutique.ca/boutique sports-et-loisirs</code>. The text "sports-et-loisirs" is highlighted with a red box, indicating it is the category slug.</p> </div>
<p>Image</p>	<p>Vous pouvez insérer ici une image représentative de votre catégorie.</p> <p>L'image doit être en format .jpeg et la procédure pour l'insérer est la même que pour votre logo (voir partie 1.6: Configuration > Paramètres > Logo et taille des images > Logo de la boutique).</p> <p>Avant de charger l'image dans le Gestionnaire d'images, il faut s'assurer de renommer votre fichier .jpeg avec le nom de la catégorie pour favoriser son référencement dans Google.</p> <p>Si le nom de la catégorie contient plusieurs mots, séparez-les par des traits d'union. N'utilisez pas de majuscules, d'accents, d'espaces, de barres de soulignement ou autres caractères spéciaux.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bon exemple: nom-de-la-categorie.jpg ▪ Mauvais exemple: Nom_de_la_CATÉGORIE.jpg <p>Pour avoir une image de qualité optimale, assurez-vous que les dimensions de votre originale soient plus grandes que celles que vous avez déterminées pour vos catégories dans la partie 1.6: Configuration > Paramètres > Logo et taille des images > Taille des images. Le système la redimensionnera automatiquement dans ces paramètres.</p> <p>⚠ Attention toutefois que le poids de la photo ne dépasse pas 300Kb (Ko) pour maximiser son affichage et éviter d'alourdir la boutique.</p> <p>Attention à la propriété intellectuelle!</p>


	<p>La tentation peut être grande de prendre une photo sur Internet (des galeries Google, par exemple), mais ces images sont protégées par des droits d'auteur.</p> <p>Vous risquez une mise en demeure assortie d'une pénalité de 1 500\$ par photo si vous en utilisez une sans autorisation!</p> <p>Pour savoir comment acquérir vos propres images à peu de frais, voir la partie 3.2: Catalogue > Produits > Données > Image.</p>
État de la catégorie	Choisissez Activé pour mettre la Catégorie en ligne. Gardez Désactivé tant qu'elle n'est pas complétée à 100%.
Classement	Déterminez l'ordre d'affichage de la catégorie par rapport aux autres.
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cliquez sur Sauvegarder pour enregistrer les informations! ✓ Cliquez sur Boutique (bande noire en haut à droite) pour voir votre boutique telle qu'elle est en ligne. 	

2.3 Catalogue > Marques

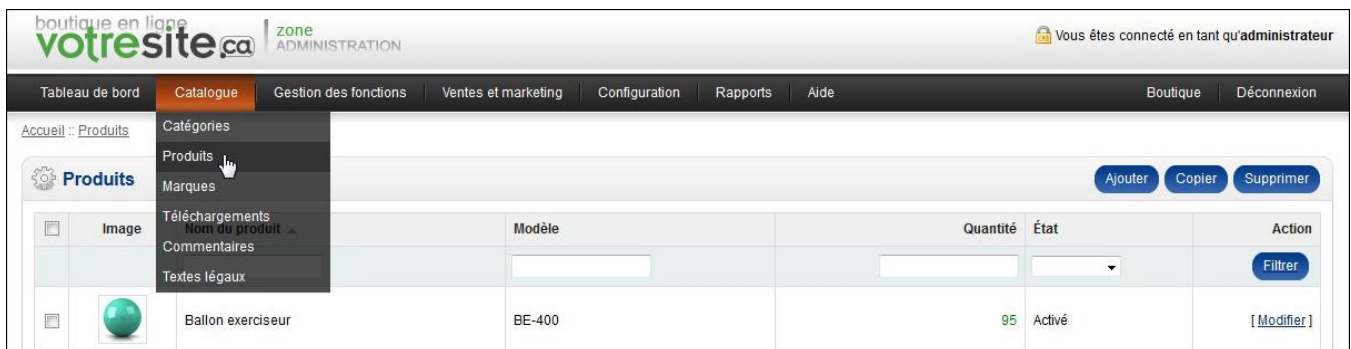
Les marques sont optionnelles, mais en en créant dans la boutique, on offre à l'internaute une façon supplémentaire de naviguer et de trouver des produits susceptibles de l'intéresser.

Pour créer une **Marque**, allez à l'onglet **Catalogue > Marques** et cliquez **Ajouter**, puis sur **Modifier**.

* Nom de la marque	Indiquez le nom de la marque qui réunit des produits que vous vendez sous cette bannière.
Boutiques	Ce champ s'adresse à ceux qui auraient plus d'une boutique. Il permet d'associer la marque à la bonne boutique.
SEO "Ré-écriture d'url"	<p>Donnez un nom d'URL personnalisé (adresse de la page Web) et unique pour votre marque (ex: nom-de-la-marque).</p> <p>En plus d'améliorer l'indexation de la boutique, cette adresse URL pointera vers la marque et permettra d'y accéder directement.</p>

	Si votre URL contient plusieurs mots, séparez-les par des traits d'union. N'utilisez pas de majuscules, d'accents, d'espaces, de barres de soulignement ou autres caractères spéciaux.
Image	<p>Vous pouvez insérer ici une image représentative de votre marque.</p> <p>L'image doit être en format .jpeg et la procédure pour l'insérer est la même que pour votre logo (voir partie 1.6: Configuration > Paramètres > Logo et taille des images > Logo de la boutique).</p> <p>Avant de charger l'image dans le Gestionnaire d'images, il faut s'assurer de renommer votre fichier .jpeg avec le nom de la marque pour favoriser son référencement dans Google.</p> <p>Si le nom de la marque contient plusieurs mots, séparez-les par des traits d'union. N'utilisez pas de majuscules, d'accents, d'espaces, de barres de soulignement ou autres caractères spéciaux.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bon exemple: marque-extreme.jpg ▪ Mauvais exemple: Marque_Extrême.jpg <p>Pour avoir une image de qualité optimale, assurez-vous que les dimensions de votre originale soient plus grandes que celles que vous avez déterminées dans la partie 1.6: Configuration > Paramètres > Logo et taille des images > Taille des images. Le système la redimensionnera automatiquement selon les paramètres qui y sont entrés.</p> <p> Attention toutefois que le poids de la photo ne dépasse pas 300Kb (Ko) pour maximiser son affichage et éviter d'alourdir la boutique.</p> <p>Attention à la propriété intellectuelle!</p> <p>La tentation peut être grande de prendre une photo sur Internet (des galeries Google, par exemple), mais ces images sont protégées par des droits d'auteur.</p> <p>Vous risquez une mise en demeure assortie d'une pénalité de 1 500\$ par photo si vous en utilisez une sans autorisation!</p> <p>Pour savoir comment acquérir vos propres images à peu de frais, voir partie 3.2: Catalogue > Produits > Données > Image.</p>
Classement	Déterminez l'ordre d'affichage de la marque par rapport aux autres.
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cliquez sur Sauvegarder pour enregistrer les informations! ✓ Le champ marqué d'un * est obligatoire pour enregistrer la fiche. ✓ Cliquez sur Boutique (bande noire en haut à droite) pour voir votre boutique telle qu'elle est en ligne. 	

3. Les produits



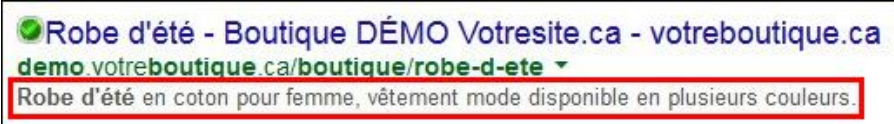
Voici la fonction de l'outil qui sert le plus souvent, celle où on entre un produit à vendre dans notre boutique. La fiche est simple à réaliser, mais il faut prêter attention aux détails!


Pour créer un nouveau **Produit**, rendez-vous à l'onglet **Catalogue > Produits**, cliquez sur **Ajouter** et sur **Modifier**.

3.1 Catalogue > Produits > Général





<p>* Nom du produit</p>	<p>Donnez un nom à votre produit.</p> <p>⚠ À moins d'avoir désinstallé l'option English, le système exige d'inscrire aussi le Nom du produit dans l'onglet English. À défaut de quoi, vos données ne seront pas enregistrées.</p>
<p>Référencement "Mots-clés"</p>	<p>Le système propose ici d'énumérer les mots-clés sur lesquels vous voulez miser pour référencer votre produit dans les moteurs de recherche.</p> <p>⚠ Il n'est plus utile d'en faire la liste dans ce champ puisque Google n'en tient plus compte dans son analyse.</p> <p>Par contre, les mots-clés demeurent essentiels dans votre stratégie de référencement. Ce sont les bases à partir desquels vous allez rédiger les contenus (textes) liés à votre produit.</p> <p>Ne faites donc pas la liste de vos mots-clés ici, mais énumérez-les dans un pense-bête à conserver dans vos dossiers. Vous pourrez vous y référer quand vous analyserez la performance de vos contenus dans les moteurs de recherche.</p> <p>⚠ Assurez-vous toutefois qu'on retrouve de ces mots-clés dans les textes des champs Balise méta "Description", Description et Balises du produit de cette section.</p> <p>Comment choisir vos mots-clés</p>



	<p>Choisissez des mots qui résument et décrivent de façon pertinente votre produit, des mots qui sont les plus susceptibles d'être utilisés par les internautes pour trouver votre produit.</p> <p>⚠ Conseil: au moment de choisir vos mots-clés, faites un petit sondage auprès de clients, collègues, amis, membres de votre famille, etc. en leur demandant «<i>Quels mots emploierais-tu dans Google pour trouver ce que j'offre?</i>». Faites la liste des mots reçus et misez sur ceux qui reviennent le plus souvent. Il y a de fortes chances que ce soient les bons!</p>
<p>Balise méta "Description"</p>	<p>La Balise méta description est ce que Google affichera dans sa page de résultats de recherche sous votre produit. Exemple:</p> <div data-bbox="570 573 1459 695" style="border: 1px solid black; padding: 5px;">  </div> <p>La Balise méta description s'adresse avant tout à l'internaute et peut l'amener à cliquer sur votre lien. Résumez en quelques mots les caractéristiques de votre produit. Soyez concis, vendeur et «punché»!</p> <p>Assurez-vous également d'y inclure des mots-clés qui serviront à référencer votre produit dans Google.</p> <p>La Balise méta description doit compter 160 caractères maximum (espaces compris).</p>
<p>Description</p>	<p>La description du produit doit idéalement comporter un minimum de 300 mots. Les mots-clés liés à votre produit doivent s'y retrouver et se répéter aux 100 mots environ.</p> <p>Un petit truc pour bien doser vos mots-clés est d'utiliser des synonymes, d'autant que ceux-ci rendront vos textes plus riches et plus pertinents aux yeux de Google.</p> <p>Pour le contenu texte, le site du fabricant ou du distributeur est d'une très grande aide. Par contre, comme Google priorise l'auteur original d'un contenu dans ses résultats de recherche, vous ne voulez pas copier et coller intégralement les informations d'une fiche de produits du site du fabricant ou du grossiste sur votre boutique. Utilisez alors la technique de la réécriture pour produire rapidement un texte original à partir de celui du fabricant. C'est tout à fait légal!</p> <p>Allez sur le site de fabricant ou du grossiste, copiez la fiche du produit et collez-la dans un Word. Sortez votre dictionnaire des synonymes et changez plusieurs mots ici et là. Allongez une phrase, raccourcissez-en une autre. Inversez des paragraphes. Vous aurez rapidement un texte original.</p> <p>Pour ce qui est de la fiche technique du produit, ne vous cassez pas la tête et reproduisez-la telle quelle. Une fiche technique est une fiche technique, rien ne sert de tenter d'y mettre de l'originalité ou de la personnaliser.</p>


	<p>RAPPEL: Dans la rédaction de votre description de produit, pensez toujours aux mots-clés, aux mots que les internautes entreraient dans un moteur de recherche comme Google pour chercher votre produit.</p> <p>L'outil d'édition du champ Description fonctionne comme un Word. On peut donner au texte la forme voulue (police, taille, couleurs, etc.).</p> <p>Il est également possible d'insérer une vidéo. Par exemple, une démo du fabricant du produit qui serait disponible sur YouTube:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ouvrir la page YouTube où se trouve la vidéo. ▪ Copier l'URL contenu dans la barre du navigateur. ▪ Retourner dans la fiche Description et placer le curseur à l'endroit voulu (normalement en dessous du texte). ▪ Cliquer sur l'icône «vidéo» de l'outil d'édition :  ▪ Copier l'URL dans le champ File/URL. <p>Pour savoir comment et pourquoi mettre soi-même une vidéo sur YouTube avant de l'insérer dans sa boutique, lire: YouTube: publier, faire un montage et monétiser vos vidéos.</p>
<p>Balises du produit</p>	<p>Les Balises du produit sont des <i>tags</i>, des hyperliens qui dirigent vers d'autres produits.</p> <p>Dans la boutique, ces mots apparaissent en bleu en bas de page du produit et sont cliquables. Chacun dirige vers un ou d'autres produits ayant la même balise.</p> <p>Par exemple, dans le cas d'une montre pour femme de couleur rouge, vous pourriez décider que les Balises du produit seraient les mots <i>femme</i>, <i>montre</i> et <i>rouge</i>. Celles-ci renverraient à d'autres produits portant eux aussi l'une ou l'autre des balises <i>femme</i>, <i>montre</i> et <i>rouge</i>.</p> <p>Les Balises du produit produisent des liens internes qui favorisent le référencement de votre boutique et facilitent la navigation de l'internaute.</p> <p>Dans le champ Balises du produit, écrivez-les normalement, avec accents (s'il y a lieu), mais sans majuscule et en les séparant par une virgule.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cliquez sur Sauvegarder pour enregistrer les informations! ✓ Le champ marqué d'un * est obligatoire pour enregistrer la fiche. ✓ Cliquez sur Boutique (bande noire en haut à droite) pour voir votre boutique telle qu'elle est en ligne. 	

3.2 Catalogue > Produits > Données



<p>Ajouter un bouton Facebook pour ce produit (J'aime)</p>	<p>Sélectionnez Oui pour que le produit ait un bouton <i>J'aime</i> sur sa fiche. L'internaute pourra ainsi, s'il le désire, propager votre produit sur son réseau social.</p> <p>Sachez que les publications que vous partagez à partir de votre page Facebook Entreprise sont vues par seulement 16% de vos amis en moyenne par mois. Le retour sur investissement est plutôt pauvre!</p> <p>À l'inverse, quand une personne «aime» un de vos produits à partir de votre boutique, c'est 100% des amis de son Facebook qui y sont exposés!</p> <p>Les boutons de partage social sont donc de puissants et incontournables outils marketing... et ils ne coûtent rien!</p>
<p>* Modèle</p>	<p> Le système exige d'inscrire le Modèle du produit. À défaut de quoi, les données de la fiche de produit ne seront pas enregistrées.</p> <p>Si le produit ne possède pas de nom ou de numéro de modèle, vous pouvez répéter ici le nom du produit.</p>
<p>État</p>	<p>Choisissez Activé pour mettre le Produit en ligne. Gardez Désactivé tant que la fiche de produit n'est pas complétée à 100%.</p> <p>Vous pouvez activer maintenant la fiche d'un produit que vous voulez rendre disponible plus tard, à condition d'inscrire la date de sa disponibilité dans le champ Date de disponibilité (voir plus bas dans ce tableau).</p>
<p>Prix H.T.</p>	<p>Entrez le prix de détail du produit avant taxes (H.T.= hors taxes).</p>
<p>Coût</p>	<p>Pour votre propre gestion interne, vous pouvez indiquer ici le prix coûtant (brut) du produit.</p> <p>Cette information est optionnelle et n'apparaît pas en ligne.</p>
<p>Type de taxe</p>	<p>Si le produit est taxable (ce qui est le cas pour presque tout au Canada), choisissez l'option Biens Taxables Canada pour activer le calculateur de taxes.</p>
<p>Quantité</p>	<p>C'est dans cette case que vous gérez l'inventaire du produit. Entrez la quantité d'items en stock au moment de la mise en ligne (ou de la mise à jour) de la fiche du produit.</p> <p>À mesure que le produit se vendra, le système ajustera automatiquement ce chiffre à la baisse. Vous n'avez donc pas à l'ajuster manuellement, sauf pour en rajouter lorsqu'il y a de nouveaux items disponibles.</p> <p> Attention! Pour que cette fonction soit opérationnelle, il faut choisir Oui au champ Soustraire du stock.</p>

	<p>Si vous ne désirez pas avoir à gérer les quantités en inventaire et toujours rendre disponible pour la vente tous les produits affichés sur la boutique, vous pouvez cocher Non au champ Soustraire du stock, mais assurez-vous alors de ne pas créer de frustration au client qui a payé pour un bien que vous n'avez pas en stock et qui prendrait du temps à vous être livré par votre fournisseur.</p>
Quantité minimum	<p>Il faut imposer une quantité minimum d'au moins 1 item. Inscrivez alors 1 dans la case.</p> <p>Dans d'autres cas, entrez le nombre minimal d'items de votre choix. Exemple: Vous vendez des clous, mais vous ne permettez pas à un internaute d'en acheter moins de 10 à la fois. Vous inscrivez donc 10 dans la case. L'internaute pourra donc en acheter 10, 11, 12, etc.</p>
Soustraire du stock	<p>Choisissez Oui pour que la quantité en inventaire s'ajuste automatiquement quand une vente en ligne est effectuée.</p> <p> Vous pouvez faire le choix de ne pas gérer les quantités en inventaire et de toujours rendre le produit disponible pour la vente en cochant Non, mais vaut mieux être certain que le produit sera toujours disponible pour ne pas créer de frustration chez un client qui, par exemple, aurait payé pour un produit que vous n'avez plus en stock et qui prendrait du temps à vous être livré par votre fournisseur.</p>
État si rupture	<p>Choisissez quel message s'affichera au client qui commande un produit se trouvant en rupture de stock.</p> <p>Le plus couramment utilisé est Rupture de Stock qui indique simplement l'indisponibilité du produit, mais on peut choisir d'autres options:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 2 – 3 jours: dans le cas où on est certain de pouvoir se procurer de nouveaux items du produit dans ce délai. ▪ En stock: indique que les produits sont <i>toujours</i> en stock, qu'il n'y a <i>jamais</i> de rupture. <ul style="list-style-type: none">  Attention: si vous choisissez d'indiquer que le produit est En stock alors que vous n'en avez plus, assurez-vous de pouvoir en obtenir rapidement, car vous risquez de frustrer des clients qui s'attendent à recevoir le produit. Vous pourriez avoir à gérer des demandes de remboursement, etc. ▪ Sur Commande: pour les produits que l'on n'a pas en inventaire, mais qu'on est en mesure d'obtenir à la demande. <p>C'est une option intéressante pour tester la popularité d'un produit ou vendre un bien qu'on ne peut pas garder en inventaire. De plus, sachant qu'il s'agit d'une commande spéciale, le client acceptera un délai de livraison plus long.</p> <p>Il est possible de personnaliser les quatre messages proposés sous État du stock et d'en ajouter. (voir partie 10.6: Configuration > Réglages > États des stocks).</p>

Livraison requise	<p>Cochez Oui quand le produit requiert d'être livré. À défaut de quoi, le calculateur des frais de livraison ne sera pas activé et les frais de livraison du produit n'apparaîtront pas au client.</p> <p>⚠ Important: cochez Non si votre produit est un fichier à télécharger.</p>
Fuso Logistiques ou Logi-Bel se chargera de la livraison de ce produit	<p>Sélectionnez Oui si vous voulez, une fois membre votresite.ca, profiter des services de Fuso Logistiques ou Logi-Bel pour ce produit.</p> <p>Vous devez d'abord créer un compte chez ces fournisseurs à partir des boutons Entreposage et gestion des livraisons de votre panneau de gestion.</p> <p>Ces spécialistes de la manutention vous louent des espaces d'entreposage, reçoivent et traitent les commandes provenant de votre boutique en ligne, puis gèrent l'expédition de vos produits.</p> <p>Logi-Bel propose en plus un service compétitif d'exportation vers les États-Unis.</p> <p>En tant que membre votresite.ca, vous profitez de rabais de 18% à 50% sur tous leurs services.</p> <p>Pour plus de détails: votresite.ca/forfait-votresite/avantages-exclusifs-aux-membres/entreposage-gestion-inventaire-livraison</p>
Référence "Gestion des stocks"	<p>Pour votre propre gestion interne d'inventaire. Ex: numéro de référence.</p> <p>Ces informations n'apparaissent pas en ligne.</p>
Localisation	<p>Pour votre propre gestion interne d'inventaire. Indiquez le lieu où se trouve le produit dans votre entrepôt ou l'endroit où il est entreposé.</p> <p>Ces informations n'apparaissent pas en ligne.</p>
SEO "Ré-écriture d'url"	<p>Donnez un nom d'URL personnalisé (adresse de la page Web) et unique pour votre produit (ex.: nom-du-produit).</p> <p>En plus d'améliorer l'indexation de la boutique, cette adresse URL pointera vers la catégorie et permettra d'y accéder directement.</p> <p>Si votre URL contient plusieurs mots, séparez-les par des traits d'union. N'utilisez pas de majuscules, d'accents, d'espaces, de barres de soulignement ou autres caractères spéciaux.</p> <div data-bbox="570 1644 1463 1745" style="border: 1px solid black; padding: 5px;">  <p>The screenshot shows a URL: "Ballon exerciceur - Boutique DÉMO Votresite.ca" followed by "demo.votreboutique.ca/boutique/ballon-exerciseur". The word "ballon-exerciseur" is highlighted with a red box.</p> </div>
Image	<p>C'est ici qu'on insère la photo principale du produit.</p>

L'image doit être en format .jpeg et la procédure pour l'insérer est la même que pour votre logo (voir **partie 1.6: Configuration > Paramètres > Logo et taille des images > Logo de la boutique**).


Avant de charger l'image dans le **Gestionnaire d'images**, il faut s'assurer de renommer votre fichier .jpeg avec le nom du produit pour favoriser son référencement dans Google.

Si le nom du produit contient plusieurs mots, séparez-les par des traits d'union. N'utilisez pas de majuscules, d'accents, d'espaces, de barres de soulignement ou autres caractères spéciaux.

- Bon exemple: nom-du-produit.jpg
- Mauvais exemple: Nom_du PRODUÎT.jpg

Pour un produit, vous n'avez qu'à insérer une seule image et le système la redimensionne automatiquement dans les différentes sections de la boutique (vignettes, listes, panier d'achats) en fonction des paramètres que vous avez déterminés dans la **partie 1.6: Configuration > Paramètres > Logo et taille des images**.

Pour avoir une image d'une qualité optimale, assurez-vous que les dimensions de votre originale soient plus grandes que la plus grande taille déterminée dans la **partie 1.6: Configuration > Paramètres > Logo et taille des images**.

 Attention toutefois que le poids de la photo ne dépasse pas 300Kb (Ko) pour maximiser son affichage et éviter d'alourdir la boutique.

Si vous avez besoin de redimensionner ou de retoucher votre image, on vous recommande d'utiliser le logiciel de traitement d'images en ligne gratuit picmonkey.com. Pour savoir comment l'utiliser, suivez les indications de notre chronique [Site gratuit pour redimensionner, retoucher, changer le format d'une image](#).

Attention à la propriété intellectuelle!

La tentation peut être grande de prendre une photo sur Internet (des galeries Google, par exemple) mais ces images sont protégées par des droits d'auteur. Vous risquez une mise en demeure assortie d'une pénalité de 1 500\$ par photo si vous en utilisez une sans autorisation!

Vous pouvez acheter, souvent à peu de frais, des photos génériques dans des banques comme istockphoto.com. Évitez toutefois de prendre des images qui ne seraient pas exactement la photo de votre produit, mais plutôt d'un produit semblable. Ceci pourrait occasionner de futurs problèmes auprès de clients qui prétendraient que vous les auriez dupés, que le produit livré n'était pas celui affiché sur votre site.

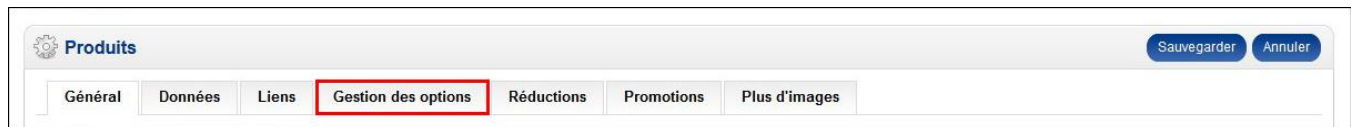
Vous pouvez aussi vous tourner vers le fabricant ou le distributeur du produit pour obtenir de belles images professionnelles. Renseignez-vous simplement sur les droits d'utilisation avant de vous en servir.

Bien sûr, vous pouvez prendre vous-même les photos, mais attention à la qualité. Un rendu amateur des images donne rapidement une apparence de «petites annonces» à une boutique!

	<p>Il existe un service de retouche d'images abordable qui peut donner une facture professionnelle à vos photos «faites maison». <i>Remove the background</i> fait du détourage et du traitement d'images selon des critères qu'on détermine soi-même d'avance. Le tarif est de 1,45\$ par image modifiée. Pour en savoir plus, lisez: Service de détourage d'images pour supprimer l'arrière-plan de vos photos. La chronique mène entre autres à un guide pour créer vous-même de belles photos de vos produits à peu de frais.</p> <p>Vous pouvez enfin faire appel à un photographe professionnel. Cela peut être moins cher que vous le pensez! Dénichez-en un qui acceptera de vous vendre des forfaits en lots de photos complètement libres de droits. Pour trouver un photographe près de chez vous qui connaît votresite.ca: http://www.votresite.ca/ressources/photo-video/</p>
Date de disponibilité	<p>Utile pour préparer des fiches de produit à l'avance!</p> <p>Sélectionnez la date à partir de laquelle le produit sera disponible. La fiche de ce produit apparaîtra dans la boutique uniquement à partir de cette date.</p> <p>Assurez-vous que l'option Activé soit sélectionnée dans le champ État pour que ça fonctionne.</p>
Classement	<p>Ordre d'affichage du produit par rapport aux autres.</p>
Dimensions (L x l x H)	<p>Entrez la longueur (L), la largeur (l) et la hauteur (H) du produit lui-même ou dans la boîte originale la plus près du «corps» du produit.</p> <p>⚠ Ces données sont particulièrement importantes puisqu'elles activent le calculateur de frais de livraison!</p> <p>Utilisez la même unité de longueur que celle configurée dans la partie 1.4: Configuration > Paramètres > Localisation pour assurer l'uniformité des données et éviter les erreurs de calcul.</p> <p>Privilégiez si possible la norme actuelle (centimètre) qui est plus précise et dont l'usage est plus répandu.</p>
Unité de longueur	<p>Entrez la même que dans la partie 1.4: Configuration > Paramètres > Localisation pour assurer l'uniformité des données et éviter les erreurs de calcul.</p> <p>Privilégiez si possible la norme actuelle (centimètre) qui est plus précise et dont l'usage est plus répandu.</p>
Poids	<p>Entrez le poids du produit lui-même ou dans la boîte originale la plus près du «corps» du produit.</p> <p>⚠ Cette donnée est particulièrement importante puisqu'elle active le calculateur de frais de livraison!</p>

	<p>Utilisez la même unité de poids que celle configurée dans la partie 1.4: Configuration > Paramètres > Localisation pour assurer l'uniformité des données et éviter les erreurs de calcul.</p> <p>Privilégiez si possible la norme actuelle (kilogramme) qui est plus précise et dont l'usage est plus répandu.</p>
Unité de poids	<p>Entrez la même que dans la partie 1.4: Configuration > Paramètres > Localisation pour assurer l'uniformité des données et éviter les erreurs de calcul.</p> <p>Privilégiez si possible la norme actuelle (kilogramme) qui est plus précise et dont l'usage est plus répandu.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cliquez sur Sauvegarder pour enregistrer les informations! ✓ Le champ marqué d'un * est obligatoire pour enregistrer la fiche. ✓ Cliquez sur Boutique (bande noire en haut à droite) pour voir votre boutique telle qu'elle est en ligne. 	

3.3 Catalogue > Produits > Gestion des options



Ici, vous pouvez attribuer une option à votre produit (couleur, taille ou saveur, etc.) et déterminer les choix possibles pour cette option.

Exemple

Produit	Chandail
<i>Option 1</i>	<i>Couleur</i>
Choix d'option	Rouge Bleu Jaune

⚠ IMPORTANT: il faut vous limiter à une seule option pour assurer une bonne balance d'inventaire. Même si le système permet de créer plusieurs options pour un même produit, il n'a pas «l'intelligence» requise pour en gérer plus d'une dans l'inventaire.

Dans le cas d'un produit ayant plus d'une option (comme couleur et taille), créez des produits différents pour chaque couleur afin de les vendre en différentes grandeurs.

Exemple

Produit	Chandail rouge	Chandail bleu	Chandail jaune
<i>Option</i>	<i>Taille</i>	<i>Taille</i>	<i>Taille</i>
Choix d'option	Petit Moyen Large	Petit Moyen Large	Petit Moyen Large

Vous pouvez aussi réunir vos différentes options ensemble.

Exemple

Produit	Chandail
<i>Option</i>	<i>Couleur/Taille</i>
Choix d'option	Rouge/Petit Rouge/Moyen Rouge/Large Bleu/Petit Bleu /Moyen Bleu /Large Jaune/Petit Jaune /Moyen Jaune /Large

Créer une option pour un produit

The screenshot shows the 'Produits' management interface. The 'Gestion des options' tab is active. On the left, there is a list of options with 'Couleur/Taille' selected. In the main area, the 'Ajouter une option' button is highlighted. The form fields are: 'Nom' (with a dropdown showing 'Couleur/Taille' and 'Color/Size'), 'Classement' (with a value of '1'), and buttons for 'Ajouter un choix à cette option' and 'Retirer'.

Cliquez sur le bouton **Ajouter une option**, puis remplissez les champs selon les indications suivantes.

Nom	Entrez le nom de votre option. Exemple: Couleur/Taille ⚠ À moins d'avoir désinstallé l'option English , le système exige d'inscrire aussi le Nom en anglais. À défaut de quoi, vos données ne seront pas enregistrées.
Classement	Précisez l'ordre dans laquelle apparaîtra l'option dans la fiche du produit.

Sélectionnez ensuite votre option dans la colonne de gauche en cliquant une fois dessus, puis cliquez sur le bouton **Ajouter un choix à cette option**.

Ajouter des choix à une option

Produits Sauvegarder Annuler

Général Données Liens **Gestion des options** Réductions Promotions Plus d'images

Couleur/Taille
Rouge/Petit Ajouter une option

Nom du choix d'option : Rouge/Petit
Red/Small

Quantité : 20

Soustraire du stock : Oui

Prix H.T. : 5.00

Préfixe : -

Classement : 1

Retirer

Cliquez sur le bouton **Ajouter une option**, puis remplissez les champs selon les indications suivantes.

Nom du choix d'option	<p>Entrez le nom de votre choix d'option. Exemple: Rouge/Petit</p> <p>⚠ À moins d'avoir désinstallé l'option English, le système exige d'inscrire aussi le Nom du choix d'option en anglais. À défaut de quoi, vos données ne seront pas enregistrées.</p>
Quantité	<p>Indiquez le nombre d'items offert dans le choix d'option mentionné (ex: 20 rouges/petits) sur la quantité totale du même produit que vous avez inscrite dans la partie 3.2: Catalogue > Produits > Données > Quantité.</p>
Soustraire du stock	<p>Sélectionnez Oui pour que se soustraie automatiquement de l'inventaire chaque item vendu dans ce choix d'option.</p>
Prix H.T. et Préfixe	<p>Au besoin, ajustez à la hausse (préfixe +) ou à la baisse (préfixe -) le prix de base du produit en fonction du choix d'option.</p> <p>Exemple:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Vous avez fixé le prix de base du produit sur l'option Rouge/Moyen. ▪ Vous offrez l'option Rouge/Petit 5\$ de moins que le prix de base. ▪ Vous inscrivez 5.00 au champ Prix H.T. et sélectionnez (-) au champ Préfixe. <p>Si le prix de l'option ne diffère pas du prix de base du produit, inscrivez 0.00 dans la case H.T.</p>
Classement	<p>Précisez l'ordre dans laquelle apparaîtra le choix d'option dans la fiche du produit.</p>

Pour entrer un autre choix d'option, sélectionnez le nom de votre option dans la colonne de gauche (Exemple: Couleur/Taille) en cliquant une fois dessus, puis cliquez sur le bouton **Ajouter un choix à cette option**.

Répétez les étapes ci-dessus pour chaque nouveau choix d'option que vous voulez créer.

Au besoin, vous pouvez supprimer une option ou un choix d'option en cliquant dessus, puis sur le bouton **Retirer**.

✓ ⚠ Lorsque vous avez créé l'ensemble de vos options et choix d'option, cliquez sur le bouton **Sauvegarder**.

Voici comment s'afficheront les options et choix d'option du produit dans votre boutique

The screenshot shows a product page for 'ROBE D'ÉTÉ'. On the left is a red dress image with a 'Cliquez pour agrandir' link. The product details include: Prix : 32,00\$, Disponibilité : 74, Modèle : Vêtements, and Évaluation : Aucune évaluation. There is a 'J'aime' button with a Facebook icon and a note: 'Soyez le premier de vos amis à indiquer que vous aimez ça.' Below this is a section titled 'Options disponibles :'. It contains a dropdown menu for 'Couleur/Taille' with the selected option 'Rouge/Petit - 5,00\$'. To the right, there is a 'PANIER' section showing 'Aucun article' and a 'EN VEDETTE' section with two items: 'Bracelets de perles 24,00\$' and 'Robe d'été 32,00\$', each with an 'AJOUTER AU PANIER' button. At the bottom right, it says 'Produit avec options'.

3.4 Catalogue > Produits > Plus d'images

The screenshot shows the 'Produits' management interface. At the top left is a gear icon and the word 'Produits'. On the right are 'Sauvegarder' and 'Annuler' buttons. Below is a horizontal menu with tabs: 'Général', 'Données', 'Liens', 'Gestion des options', 'Réductions', 'Promotions', and 'Plus d'images'. The 'Plus d'images' tab is highlighted with a red box.

C'est ici que vous pouvez télécharger des photos supplémentaires du produit. Dans la fiche du produit en ligne, elles s'afficheront sous l'onglet **Plus d'images**.

Dans une boutique en ligne, les images sont les principaux arguments de vente et les seuls moyens pour l'acheteur d'être en «contact» avec votre produit. Ne lésinez donc pas sur leur quantité et n'hésitez pas à y montrer le produit sous tous ses angles. Meilleures seront alors vos chances de le vendre!

L'image doit être en format .jpeg et la procédure pour l'insérer est la même que pour votre logo (voir **partie 1.6: Configuration > Paramètres > Logo et taille des images > Logo de la boutique**).

Avant de charger l'image dans le **Gestionnaire d'images**, il faut s'assurer de renommer votre fichier .jpeg avec des mots-clés liés au produit pour favoriser son référencement dans Google.

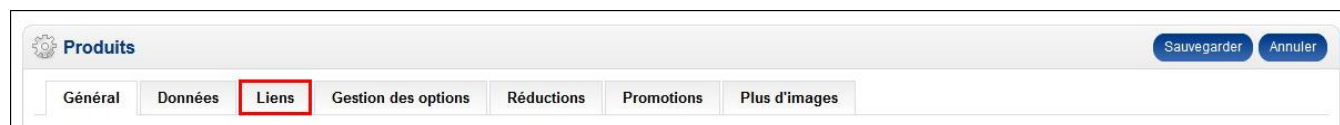
Pour avoir une image d'une qualité optimale, assurez-vous que les dimensions de votre originale soient plus grandes que la taille déterminée dans la **partie 1.6: Configuration > Paramètres > Logo et taille des images**

> **Taille des images supplémentaires pour les produits.** Le système la redimensionnera automatiquement dans ces paramètres.

⚠ Cliquez sur le bouton **Sauvegarder** pour enregistrer chacune des images supplémentaires du produit.

Suivez les autres conseils de la **partie 3.2: Catalogue > Produits > Données > Image.**

3.5 Catalogue > Produits > Liens



Associer un produit à une catégorie et/ou une marque

Une fois que vous avez créé toutes vos catégories (et sous-catégories), toutes vos marques et tous vos produits, vous devez les associer en retournant à l'onglet **Catalogue > Produits > Liens** dans chacune de vos fiches de produit.

C'est également ici que vous pouvez déterminer des produits complémentaires (apparentés) au produit principal que vous voulez suggérer aux internautes. Il s'agit d'une excellente façon de soutenir l'intérêt du visiteur et l'inciter à poursuivre son magasinage à l'intérieur de votre boutique!

Marque	Cochez la marque associée au produit.
Catégories	Cochez la/les catégorie(s) et sous-catégorie(s) associées au produit.
Téléchargements	<p>Si la présente fiche s'avère être un produit à télécharger (payant ou non), c'est ici qu'on l'associe au fichier qu'on aura préalablement ajouté au serveur (voir partie 3.6: Catalogue > Téléchargements).</p> <p>Cochez la case correspondant au fichier que vous voulez associer à la présente fiche de produit.</p>
Autres	<p>Pour suggérer des produits apparentés au produit de cette fiche, parcourez vos catégories dans la liste déroulante.</p> <p>En arrêtant votre choix sur l'une d'elles, vous faites apparaître dans la case de gauche les produits qui en font partie.</p> <p>Sélectionnez le(s) produit(s) que vous voulez suggérer en complément du produit principal de la fiche et cliquez sur la flèche qui pointe vers la droite.</p> <p>En ligne, tous les produits ajoutés à la colonne de droite s'afficheront sous l'onglet Autres de la fiche du produit.</p> <p>Pour enlever un produit de la case de droite, sélectionnez le produit et cliquez sur la flèche qui pointe vers la gauche.</p>

- ✓ Cliquez sur **Sauvegarder** pour enregistrer les informations!
- ✓ Cliquez sur **Boutique** (bande noire en haut à droite) pour voir votre boutique telle qu'elle est en ligne.

3.6 Vendre des fichiers téléchargeables



L'outil de boutique permet de vendre toutes sortes de fichiers à télécharger en ligne: photos, musique, logiciels, documents (pdf, PowerPoint...), etc.

Vous pouvez aussi rendre disponibles des fichiers gratuits reliés à vos produits comme des manuels d'instructions, des guides d'utilisation ou d'autres documents de service à la clientèle.

Pour vendre un fichier téléchargeable dans la boutique en ligne, il faut l'entrer à deux endroits différents. Voici ce qu'il faut faire.

Ajouter le fichier téléchargeable à l'inventaire de votre boutique

Dans l'outil d'administration de votre boutique, rendez-vous à l'onglet **Catalogue > Téléchargements** et cliquez sur le bouton **Ajouter**, puis sur **Modifier**.


* Nom du téléchargement	Entrez le nom de votre fichier (produit) téléchargeable, tel que vous voulez que les clients le voient dans la boutique.
Nom du fichier	Cliquez sur Parcourir pour téléverser le fichier de votre ordinateur à votre boutique. Un peu comme vous faites pour ajouter une pièce jointe dans un courriel.
Total de téléchargements permis	Indiquez le nombre de téléchargements permis pour ce fichier (produit) téléchargeable, que ce soit par des clients différents ou un seul client. À moins que pour des raisons particulières vous vouliez limiter le nombre de téléchargements, il est conseillé d'inscrire un nombre ridiculement élevé pour ne pas avoir à vous soucier du nombre de téléchargements offert pour les internautes.
Poussez aux clients précédents	En cochant cette case, cela aura pour effet de mettre à jour le fichier disponible dans le profil de vos clients ayant acheté ce fichier. Par la suite, vous pourrez utiliser le module Ventes et marketing > Infolettre et courriels pour choisir d'envoyer un message à tous ceux qui ont déjà acheté ce fichier pour les avertir de la mise à jour.

- ✓ Cliquez sur **Sauvegarder** pour enregistrer les informations!
- ✓ Le champ marqué d'un * est obligatoire pour enregistrer la fiche.

Ajouter le fichier téléchargeable au catalogue de produits de votre boutique

Après avoir téléchargé le fichier, vous devez lui créer une fiche de produit. Suivez les instructions de la **partie 3: Les produits**, en portant une attention particulière aux sections suivantes:

Rendez-vous à l'onglet **Catalogue > Produits** et cliquez sur le bouton **Ajouter**, puis sur **Modifier**.

Onglet Général	
* Nom du produit	<p>Entrez le nom de votre fichier (produit) téléchargeable, tel que vous voulez que les clients le voient dans la boutique.</p> <p> À moins d'avoir désinstallé l'option English, le système exige d'inscrire aussi le Nom du produit dans l'onglet English. À défaut de quoi, vos données ne seront pas enregistrées.</p>
Onglet Données	
Quantité	Inscrivez la même quantité que dans le champ Total de téléchargements permis sous l'onglet Catalogue > Téléchargements .
Livraison requise	Cochez Non , sinon le système cherchera à facturer la livraison du fichier comme si vous le faisiez parvenir par la poste!
Onglet Liens	
Téléchargements	Cochez la case correspondant au fichier (produit) téléchargeable tel qu'il a été nommé au champ * Nom du téléchargement de l'onglet Catalogue > Téléchargements .
Autres	<p>Lier un produit à un fichier gratuit à télécharger</p> <p>Si votre produit en téléchargement est un manuel d'instructions gratuit, assurez-vous d'en avoir fait une fiche de produit à 0\$, puis rendez-vous dans la fiche du produit auquel il est associé à l'onglet Catalogue > Produits > Liens > champ Autres.</p> <p>Parcourez vos catégories dans la liste déroulante. Arrêtez votre choix sur la catégorie à laquelle appartient votre manuel d'instructions (fichier à télécharger).</p> <p>Sélectionnez ce fichier qui devrait apparaître dans la liste de la case de gauche, puis cliquez sur la flèche qui pointe vers la droite.</p>

	<p>Cliquez sur le bouton bleu Sauvegarder en haut à droite.</p> <p>En ligne, votre manuel d'instructions s'affichera sous forme de produit en téléchargement gratuit sous l'onglet Autres de la fiche du produit auquel il est associé.</p>
<p>✓ Cliquez sur Sauvegarder pour enregistrer les informations!</p> <p>✓ Les champs marqués d'un * sont obligatoires pour enregistrer la fiche.</p>	

Modifier l'état pour permettre les téléchargements

Rendez-vous à l'onglet **Configuration > Paramètres > Gestion des options**.

Permettre les téléchargements	Assurez-vous d'avoir coché Oui!
État de la commande pour permettre de télécharger	<p>Pour ceux qui vendent des fichiers à télécharger, il faut déterminer ici le message que le client doit atteindre dans l'état de la commande avant qu'il ne soit autorisé à télécharger son fichier.</p> <p>Si on indique par exemple En Attente, le client pourra télécharger son fichier dès qu'il aura confirmé sa commande, soit AVANT que vous ayez reçu le paiement. Ce paramétrage s'applique aux fichiers téléchargeables gratuits comme des modes d'emploi, des documents informatifs sur les produits, etc.</p> <p>Si on choisit Terminée, le client pourra télécharger son fichier seulement lorsque le paiement aura été réglé. Ce paramétrage s'applique aux fichiers téléchargeables qui ne sont pas gratuits. On vous l'explique dans la partie 3.6.4 suivante.</p>
<p>✓ Cliquez sur Sauvegarder pour enregistrer les informations!</p>	

Changer le statut d'une commande pour permettre au client de télécharger

Il y a deux façons de configurer le téléchargement pour qu'il soit autorisé après le règlement du paiement (état **Terminée**): manuellement ou par défaut.

Configuration manuelle

Le client ne pourra pas télécharger le produit tant que vous ne changerez pas vous-même l'état de la commande, et ce, après avoir reçu le paiement.

Pour changer manuellement l'état de la commande, vous devez:

- aller à l'onglet **Ventes et marketing > Commandes**;
- cliquer sur **Modifier** à la ligne correspondant à la commande à traiter;
- aller à la section **Informations et commentaires** et modifier le champ **État de la commande** pour **Terminée**.

Le client pourra alors télécharger le fichier qu'il a acheté en accédant à son compte sur votre boutique en ligne.

Tant que vous ne changez pas le statut pour **Terminée**, le client ne pourra pas télécharger son fichier.

Configuration par défaut

Si votre boutique est exclusivement une boutique de vente de fichiers téléchargeables, il est possible, avec les modes de paiement Desjardins et PayPal, de configurer par défaut l'état de la commande comme étant terminé après le paiement.

Ceci permet le téléchargement du produit par le client dès que son paiement est approuvé. Le client n'attend pas et vous n'avez plus à effectuer un changement manuel de la facture.

Pour régler par défaut l'état de la commande comme **Terminé** dans les modes de paiement Desjardins et PayPal vous devez:

- aller à l'onglet **Gestion des fonctions > Modes de paiement**;
- cliquer sur **Modifier** à la ligne correspondant au mode de paiement (Desjardins ou PayPal);
- aller au champ **Statut de la commande après paiement** (pour Desjardins) ou **Commande Terminée** (pour PayPal) et choisir **Terminée** dans le menu déroulant.

Notes importantes pour les fichiers à télécharger

Si vous vendez à la fois des biens et des fichiers (produits) téléchargeables dans votre boutique, optez pour la **configuration manuelle**.

Dans les fiches de vos produits téléchargeables, indiquez clairement à l'internaute que vous lui livrez le fichier (produit) acheté dans son profil dès que vous aurez validé la transaction.

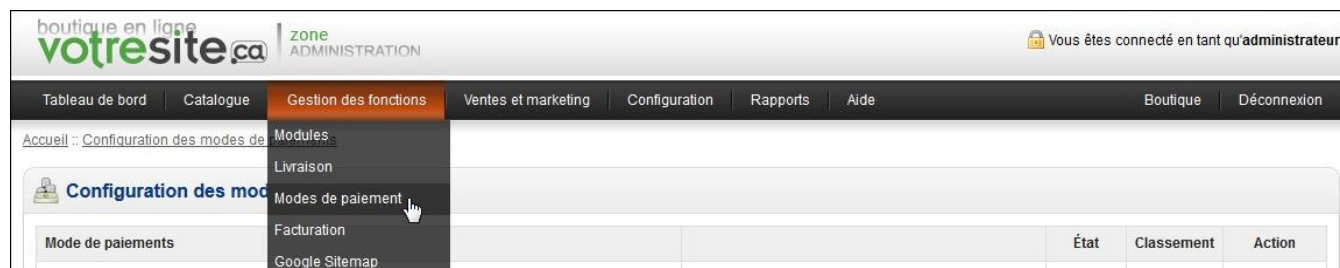
Pourquoi? Simplement qu'il est plus sage de ne pas compléter une transaction en ligne sans l'avoir validé.

Dans de rares cas, des clients moins honnêtes pourraient effectuer leur transaction pour ensuite l'annuler sans que vous ne puissiez remettre la main sur le bien livré.

⚠ Un conseil: certains administrateurs de boutiques en ligne appellent les clients qui commandent pour la première fois pour vérifier leurs informations et ainsi réduire les fraudes.

Toutefois, comme le prix d'un fichier est habituellement bas, que le taux de ce type de fraude est très bas, que la perte d'un fichier n'est pas comme la perte d'un bien, il est préférable de donner le fichier instantanément (payer/recevoir) à tous les clients.

4. Modes de paiement



The screenshot shows the administration interface for 'boutique en ligne votresite.ca'. The top navigation bar includes 'zone ADMINISTRATION' and a user status 'Vous êtes connecté en tant qu'administrateur'. The main menu has 'Gestion des fonctions' highlighted. A sub-menu is open under 'Gestion des fonctions', listing 'Modules', 'Livraison', 'Modes de paiement' (which is selected), 'Facturation', and 'Google Sitemap'. Below the menu, a table is partially visible with columns for 'État', 'Classement', and 'Action'.

Le système de boutique en ligne votresite.ca permet d'offrir jusqu'à quatre modes de paiement aux internautes.

⚠ Un conseil: installez-les tous! Ne supposez pas quels modes de paiement seront populaires auprès de la clientèle et ne décidez pas ce qui est le mieux pour elle. Laissez-la choisir!

Le manque de choix de modes de paiement ou l'absence d'un mode de paiement souhaité est une cause fréquente d'abandon du panier d'achats. Comme si le client magasinait dans votre boutique physique, amenait un panier plein à la caisse et le laissait sur place parce que vous n'offrez pas le mode de paiement qu'il désire.

L'abandon du panier d'achats est un phénomène fréquent que tout commerçant remarque quand il fait du commerce électronique et il convient de prévoir des stratégies pour le contrer au maximum. Offrir des modes de paiement variés en est une très simple qu'on vous conseille d'appliquer.

4.1 Gestion des fonctions > Modes de paiement > Chèque – Mandat

Chèque - Mandat postal	Désactivé	[Modifier] [Désinstaller]
------------------------	-----------	-------------------------------

Étonnant, mais il existe encore plusieurs personnes qui veulent payer leurs achats par chèque même si cela retarde grandement la livraison de leur achat!

Ce mode de paiement comporte un gros avantage pour vous. Puisque vous n'envoyez la commande que sur réception et encaissement du chèque, vous éliminez tout risque de fraude.

Pour configurer le mode de paiement par **Chèque – Mandat postal**, cliquez sur **Installer**, puis sur **Modifier**.

* Chèque au nom de	Inscrivez à quel nom le client doit adresser son chèque.
État de la commande	Sélectionnez le premier message que verra l'internaute pour l'informer du statut de sa commande une fois qu'il l'aura complétée. Normalement, vous devriez choisir À Valider pour indiquer que vous devez valider le chèque avant d'envoyer la commande. Vous pourrez modifier l' État de la commande une fois que vous aurez encaissé le chèque.
Zone géographique	Indiquez les territoires desquels vous voulez accepter les chèques: <ul style="list-style-type: none">▪ Toutes les zones – international: indique que vous acceptez les chèques de partout au monde.▪ Canada – Nom de la province: indique que vous acceptez les chèques provenant de la province sélectionnée. Au besoin, vous pouvez créer d'autres zones géographiques spécifiques (voir partie 10.10: Configuration > Réglages > Zones géographiques).
État	Choisissez Activé lorsque vous êtes prêt à offrir ce mode de paiement en ligne.
Classement	Ordre d'affichage de ce mode de paiement par rapport aux autres.

<p>✓ Cliquez sur Sauvegarder pour enregistrer les informations!</p> <p>✓ Le champ marqué d'un * est obligatoire pour enregistrer la fiche.</p>

4.2 Gestion des fonctions > Modes de paiement > À la livraison

À la livraison		Activé	[Modifier] [Désinstaller]
-----------------------	--	--------	----------------------------------

Avec le service de paiement à la livraison (ou COD pour Cash on Delivery), c'est le livreur qui perçoit le montant du produit expédié auprès du client et l'envoie au commerçant. À peu près tous les services d'expédition offrent ce service. Contactez-les pour connaître leurs tarifs.

En offrant ce mode de paiement, vous rejoignez les acheteurs en ligne plus craintifs qui préfèrent payer en main propre lorsqu'ils reçoivent leur achat, et ce, même si ça leur coûte des frais supplémentaires.

Pour configurer le mode de paiement **À la livraison**, cliquez sur **Installer**, puis sur **Modifier**.

État de la commande	<p>Sélectionnez le premier message que verra l'internaute pour l'informer du statut de sa commande une fois qu'il l'aura complétée.</p> <p>Vous pourrez modifier l'État de la commande une fois que vous aurez reçu le paiement.</p>
Zone géographique	<p>Indiquez les territoires desquels vous voulez accepter le paiement à la livraison:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Toutes les zones – international: indique que vous acceptez le paiement à la livraison de partout au monde. ▪ Canada – Nom de la province: indique que vous acceptez le paiement à la livraison provenant de la province sélectionnée. <p>Au besoin, vous pouvez créer d'autres zones géographiques spécifiques (voir partie 10.10: Configuration > Réglages > Zones géographiques).</p>
État	Choisissez Activé lorsque vous êtes prêt à offrir ce mode de paiement en ligne.
Classement	Ordre d'affichage de ce mode de paiement par rapport aux autres.
<p>✓ Cliquez sur Sauvegarder pour enregistrer les informations!</p>	

4.3 Gestion des fonctions > Modes de paiement > Desjardins

Solution de paiement par Internet Desjardins			
<p>La solution de paiement par Internet clés en main offerte par Desjardins ne requiert aucune connaissance technique de votre part puisqu'elle est préinstallée à la boutique en ligne!</p> <p>Avantages exclusifs aux membres votresite.ca:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Support gratuit à l'intégration de la passerelle de paiement (régulier: 150\$) • Taux privilégié sur transaction de 2,52% • Aucun frais mensuel (régulier: 31\$) • Aucun frais d'annulation ou de résiliation • Terminal virtuel inclus <p>Fonctionnement du formulaire de paiement sécurisé à l'extérieur de votre boutique en ligne:</p> <p>Lors du processus de paiement, votre client est redirigé vers un formulaire de paiement sécurisé pour saisir les informations de sa carte de crédit. Une fois le paiement accepté, votre client revient dans votre boutique. Cette option est la plus simple et la plus abordable, car le certificat SSL est préinstallé et gratuit!</p> <p>Note:</p> <p>Dans votre compte en ligne Desjardins, les transactions provenant de votre boutique s'afficheront avec les lettres VS suivi du numéro de facture. Ex:VS86523</p>		Désactivé	[Modifier] [Désinstaller]

Offre de solution de paiement en ligne Desjardins exclusive aux membres votresite.ca

- ✓ Taux par transaction: **2,52 %**
- ✓ Frais par transaction: **0,25 \$**
- ✓ Frais mensuels: **0 \$**
- ✓ Dépôt dans votre compte dans les **24 heures**
- ✓ Programmation de la passerelle (préinstallée) **gratuite**
- ✓ Aucun frais d'annulation ou de résiliation

En offrant le système de paiement en ligne de Desjardins, les boutiques membres de votresite.ca bénéficient d'un véritable symbole de confiance qui rassure le client lors de son processus d'achat.

En plus, Desjardins offre aux membres votresite.ca des taux concurrentiels et fournit des outils pour se protéger contre la fraude:

- ✓ système de vérification d'adresses (AVS),
- ✓ validation du code de sécurité,
- ✓ vérification de données négatives – numéros de cartes et courriels.

Le système repère et bloque automatiquement les comportements d'achat typiques de fraudeur, par exemple des transactions faites sur une même carte en très grande quantité dans un court laps de temps.

Le module d'administration de la solution de paiement en ligne Desjardins donne accès:

- ✓ au terminal virtuel pour procéder à des transactions d'achat, de remboursement, d'annulation, de préautorisation, de conclusion de préautorisation;
- ✓ aux relevés de compte et à des rapports de transaction variés pour faciliter votre conciliation bancaire.

Lors du processus de paiement, votre client est redirigé vers un formulaire de paiement sécurisé à l'extérieur de votre boutique en ligne pour saisir les informations de sa carte de crédit. Une fois le paiement accepté, votre client revient dans votre boutique. Cette option est la plus simple et la plus abordable, car le certificat SSL est préinstallé et gratuit! Pour savoir ce qu'est un certificat SSL, lisez [Qu'est-ce qu'un certificat SSL](#).

L'offre de base inclut les cartes Visa et MasterCard. Vous pouvez accepter la carte American Express en en faisant la demande auprès de la société Amex.



Vous n'avez pas à avoir de compte chez Desjardins pour adhérer à sa solution de paiement en ligne et il n'y a aucune obligation à en ouvrir un. Par conséquent, vous pouvez effectuer vos dépôts à l'institution financière de votre choix (moyennant des frais de 10\$ par mois).



Promotion pour les participants à l'atelier de fabrication de boutiques en ligne Frais d'ouverture de compte **0 \$** (valeur de 50 \$)

Pour en profiter, assurez-vous de faire votre demande d'adhésion avant la fin de votre essai gratuit et d'entrer dans le formulaire l'adresse URL de votre boutique en ligne tel qu'indiquer dans la partie suivante.

Demande d'adhésion à la solution de paiement en ligne Desjardins

Rendez-vous dans votre panneau de gestion et cliquez sur l'icône **Paiement par Internet Desjardins**.

Remplissez les champs du formulaire, ceux marqués d'un * étant obligatoires:

- Au champ **Adresse du site Internet relié à votresite.ca**: entrez l'adresse de votre boutique en ligne. Elle se trouve à l'onglet **Configuration > Paramètres > Général** au champ * **URL de la boutique**.
- Au champ **Indiquez votre numéro de marchand Desjardins**: seulement si vous avez déjà un compte de solution de paiement (autre que le paiement par Internet) avec cette institution financière.
- Cliquez sur le bouton **Soumettre la demande d'adhésion**.

Un conseiller Desjardins communiquera avec vous par téléphone dans les 48 heures ou au moment que vous aurez indiqué au champ **Meilleur moment pour vous joindre**. Il complètera alors votre demande d'adhésion avec vous.

Avant de recevoir cet appel, il est important de lire les chroniques suivantes:

[Étapes pour activer la solution de paiement en ligne Desjardins](#)

[Cinq points à considérer en installant votre module de paiement en ligne](#)


[Comment Desjardins évalue votre demande pour sa solution en ligne](#)

Récupérer vos codes d'activation du mode de paiement Desjardins

Une fois que votre demande d'adhésion est approuvée, Desjardins vous envoie par courriel les codes suivants:

- **Clé de sécurité**
- **TPE**
- **Code de société**






Vous devez récupérer et intégrer ces codes dans votre boutique, tel qu'indiqué dans la chronique [Étapes pour activer la solution de paiement en ligne Desjardins](#).

 **Important:** les trois codes n'étant actifs que durant 72 heures, veillez à les activer rapidement dans votre boutique, tel qu'indiqué dans la partie suivante.

Activer le mode de paiement Desjardins dans votre boutique en ligne

Retournez dans l'outil d'administration de votre boutique à l'onglet **Gestion des fonctions** > **Modes de paiement**.

À la ligne **Desjardins**, cliquez sur **Installer**, puis sur **Modifier**.

* Clé de sécurité	Entrez la Clé de sécurité tel que vous l'avez reçue.  Assurez-vous de ne pas entrer d'espace avant ou après le code!
* TPE	Entrez le numéro de TPE tel que vous l'avez reçu.  Entrez seulement les chiffres, pas les lettres T, P, E.  Assurez-vous de ne pas entrer d'espace avant ou après le code!
* Code société	Entrez le Code de société tel que vous l'avez reçu.  N'entrez pas les guillemets.  Assurez-vous de ne pas entrer d'espace avant ou après le code!
Autoriser les cartes de crédit	Cochez les cases VISA et MasterCard . Pour autoriser American Express , faites la demande auprès de la société Amex après avoir activé le mode de paiement Desjardins dans votre boutique.
* Politique de retour et remboursement	Insérer la politique de retour et remboursement contenue dans vos Modalités et conditions , tel que prescrit dans la chronique Cinq points à considérer en installant votre module de paiement en ligne .
Zone géographique	Indiquez les territoires desquels vous voulez accepter le mode de paiement Desjardins: <ul style="list-style-type: none">▪ Toutes les zones – international: indique que vous acceptez le paiement Desjardins de partout au monde.▪ Canada – Nom de la province: indique que vous acceptez le paiement Desjardins provenant de la province sélectionnée. Au besoin, vous pouvez créer d'autres zones géographiques spécifiques (voir partie 10.10: Configuration > Réglages > Zones géographiques).
Statut de la commande après paiement	Sélectionnez le message que verra l'internaute une fois que le paiement est effectué.

Classement	Ordre d'affichage de ce mode de paiement par rapport aux autres.
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cliquez sur Sauvegarder pour enregistrer les informations! ✓ Les champs marqués d'un * sont obligatoires pour activer le mode de paiement. 	

4.4 Gestion des fonctions > Modes de paiement > PayPal

PayPal / Paiements sur site marchand (cartes de crédit et PayPal) <small>Parfait pour la grande majorité des boutiques en ligne. Aucun frais mensuel.</small>		Activé	2	[Modifier] [Désinstaller]
---	--	--------	---	---------------------------

Ouvrir un compte PayPal

Le mode de paiement **PayPal / Paiements sur site marchand** est le plus utilisé par les petites entreprises. Il a l'avantage d'offrir un paiement dans un environnement sécurisé sans que vous n'avez à payer un certificat SSL ou un abonnement mensuel à PayPal comme il faut le faire pour un compte **PayPal / Paiements sur site marchand PRO**.

⚠ Pour ouvrir un compte PayPal et ainsi pouvoir intégrer ce mode de paiement dans la boutique, suivez les instructions contenues dans la chronique [Ouvrir un compte et accepter les paiements PayPal](#).

⚠ Pour votre crédibilité, il est préférable d'ouvrir un compte PayPal Entreprise (Business) pour que le nom de votre entreprise figure sur le relevé bancaire de vos clients. Vous pouvez recevoir des paiements PayPal avec un compte individuel (PayPal Personnel), mais c'est votre nom qui sera alors sur les relevés de vos clients.

Vous pouvez surclasser votre compte PayPal Personnel pour en faire un compte Commercial (Business). Pour savoir comment faire, lisez la chronique [Changer votre compte PayPal Personnel pour un compte Commercial](#).

Associer votre compte PayPal à votre compte bancaire

Avant de confirmer la création de votre compte, PayPal vous demande de procéder à une confirmation de sécurité. PayPal effectue deux dépôts de moins d'un dollar dans le compte bancaire que vous voulez associer à votre compte PayPal dans les trois à cinq jours suivants votre demande d'adhésion.

Lorsque ces montants sont déposés, vous devez vous connecter à votre compte PayPal et indiquer les deux montants du dépôt en cliquant sur **Confirmer un compte bancaire** sous la rubrique **Notifications**.

Pour tous les détails, référez-vous à la chronique [Ouvrir un compte et accepter les paiements PayPal](#).


Activer le mode de paiement PayPal dans votre boutique en ligne

Quand votre compte PayPal est approuvé et que votre compte bancaire y est associé, vous pouvez activer ce mode de paiement dans votre boutique.

Retournez dans l'outil d'administration de votre boutique à l'onglet **Gestion des fonctions > Modes de paiement**.

À la ligne **PayPal / Paiements sur site marchand**, cliquez sur **Installer**, puis sur **Modifier**.

* Courriel	Entrez l'adresse courriel associée à votre compte PayPal.

Mode de transaction	Choisir le mode Vente parce que le mode Autorisation valide les fonds (pré-autorisation), mais ne permet pas de compléter la vente et de toucher le paiement.
Zone géographique	Indiquez les territoires desquels vous voulez accepter le paiement PayPal: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Toutes les zones – international: indique que vous acceptez le paiement PayPal de partout au monde. ▪ Canada – Nom de la province: indique que vous acceptez le paiement PayPal provenant de la province sélectionnée. <p>Au besoin, vous pouvez créer d'autres zones géographiques spécifiques (voir partie 10.10: Configuration > Réglages > Zones géographiques).</p>
État	Choisissez Activé lorsque vous êtes prêt à offrir ce mode de paiement en ligne.
Classement	Ordre d'affichage de ce mode de paiement par rapport aux autres.
Mode débogage	Choisissez Activé . Cette fonction enregistre des informations supplémentaires dans le journal système.
Commandes	 Un conseil: sélectionnez À Valider pour tous les statuts de commande. Ainsi, le système vous «obligera» à valider manuellement chacune des étapes du traitement de la commande. Cette façon de faire est fortement recommandée pour filtrer les éventuelles tentatives de fraudes.
En cas de besoin, voici tout de même la définition de chaque statut.	
Commande Terminée	État du réglage lorsque le paiement a été effectué avec succès.
Commande En Attente	État du réglage lorsque la commande est en attente de paiement.
Commande Refusée	État du réglage lorsque vous refusez le paiement.
Commande Échouée	État du réglage lorsque le paiement a échoué parce que la transaction a été faite à partir de votre compte bancaire.
Commande Remboursée	État du réglage lorsque vous refusez le paiement.
Commande Retour	État du réglage lorsqu'un renversement a été annulé. Par exemple: vous avez remporté un litige avec le client et les fonds pour cette opération, qui avait été inversée, vous ont été retournés.

Commande Retournée	État du réglage lorsqu'un paiement a été annulé en raison d'un rejet de débit ou tout autre type d'inversion. Les fonds ont été débités de votre compte et retournés au client.
Commande Erreur non spécifiée	État du réglage lorsqu'une erreur non spécifiée survient.
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cliquez sur Sauvegarder pour enregistrer les informations! ✓ Le champ marqué d'un * est obligatoire pour activer le mode de paiement. 	

4.5 Gestion des fonctions > Modes de paiement > PayPal Pro

PayPal / Paiements sur site marchand Pro (cartes de crédit et PayPal)		Désactivé	[Modifier] [Désinstaller]
<small>S'adresse aux boutiques à fort volume. Frais mensuel et nécessite certificat SSL.</small>			

Ouvrir un compte PayPal Pro

Le compte PayPal Pro répond surtout aux besoins d'une boutique à fort volume. Celle-ci doit alors être mise en mode sécurisé HTTPS, même si la transaction se fait de manière invisible sur le site de PayPal.

Un compte PayPal Pro nécessite donc de vous procurer un certificat de sécurité SSL (125\$/an) et une adresse IP fixe (35\$/an). Ce compte entraîne également des frais mensuels et d'autres frais pour le terminal.

Pour débiter dans le commerce électronique, un compte PayPal / Paiements sur site marchand est amplement suffisant. D'autant qu'avec le système de boutique votresite.ca, c'est nous qui prenons en charge la sécurité (pas besoin de certificat SSL).

Pour savoir ce qu'est un certificat SSL, lisez [Qu'est-ce qu'un certificat SSL?](#)

Si vous voulez tout de même activer ce mode de paiement dans votre boutique en ligne, retournez dans l'outil d'administration de votre boutique à l'onglet **Gestion des fonctions > Modes de paiement**.

À la ligne **PayPal / Paiements sur site marchand**, cliquez sur **Installer**, puis sur **Modifier**.

En ouvrant votre compte PayPal Pro, vous recevez les codes suivants:

- **Nom de l'utilisateur API**
- **Mot de passe API**
- **Signature API**

Vous devez les entrer dans les champs appropriés:

* Nom de l'utilisateur API	Entrez le Nom de l'utilisateur API PayPal tel que vous l'avez reçu.
* Mot de passe API	Entrez le Mot de passe API PayPal tel que vous l'avez reçu.
* Signature API	Entrez la Signature API PayPal telle que vous l'avez reçue.

Mode de test	Indiquez Oui si vous voulez utiliser l'environnement de test Sandbox de PayPal pour effectuer des tests.
Mode de transaction	Indique si les transactions sont en mode Vente ou Autorisation . Le mode Autorisation ne produit pas de vente, mais valide si une carte de crédit est active ou non.
État de la commande	Indique l'état de la commande
Zone géographique	Indiquez les territoires desquels vous voulez accepter le paiement PayPal Pro: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Toutes les zones – international: indique que vous acceptez le paiement PayPal Pro de partout au monde. ▪ Canada – Nom de la province: indique que vous acceptez le paiement PayPal Pro provenant de la province sélectionnée. Au besoin, vous pouvez créer d'autres zones géographiques spécifiques (voir partie 10.10: Configuration > Réglages > Zones géographiques).
État	Choisissez Activé lorsque vous êtes prêt à offrir ce mode de paiement en ligne.
Classement	Ordre d'affichage de ce mode de paiement par rapport aux autres.
<p>✓ Cliquez sur Sauvegarder pour enregistrer les informations!</p> <p>✓ Les champs marqués d'un * sont obligatoires pour enregistrer la fiche.</p>	

5. Modes de livraison

Le système de boutique en ligne votresite.ca permet d'offrir plusieurs modes de livraison aux internautes.

⚠ Un conseil: installez-en le plus possible! Ne supposez pas quels modes de livraison seront populaires auprès de la clientèle et ne décidez pas ce qui est le mieux pour elle. Laissez-la choisir!

Le manque de choix de modes de livraison ou l'absence d'un mode de livraison souhaité est une cause fréquente d'abandon du panier d'achats. Comme si le client magasinait dans votre boutique physique, amenait un panier plein à la caisse et le laissait sur place parce que vous n'offrez pas le mode de livraison qu'il désire.

L'abandon du panier d'achats est un phénomène fréquent que tout commerçant remarque quand il fait du commerce électronique et il convient de prévoir des stratégies pour le contrer au maximum. Offrir des modes de livraison variés en est une très simple qu'on vous conseille d'appliquer.

⚠ Important: les modes de livraison que vous activerez s'appliqueront à l'ensemble des produits. Le système ne permet pas de choisir tel ou tel mode de livraison pour des produits spécifiques.

5.1 Gestion des fonctions > Livraison > Postes Canada

Postes Canada avec rabais exclusif	Activé	1	[Modifier] [Désinstaller]
<small>Avant d'installer, lire Calcul des frais de livraison Postes Canada dans votre boutique</small>			

Un des avantages de faire affaire avec Postes Canada est que vos clients n'auront pas à trop se déplacer s'ils ne sont pas à la maison lors de la livraison de leur achat. En effet, selon les règles internes de la société d'État:

- 78% des consommateurs ont un comptoir postal dans un rayon de 2,5 km.
- 88% des consommateurs ont un comptoir postal dans un rayon de 5 km.
- 98% des consommateurs ont un comptoir postal dans un rayon de 15 km.

Calculateur automatique des frais de livraison

Autre avantage, votresite.ca a doté le module de livraison Postes Canada de votre boutique en ligne d'un calculateur automatisé des frais de livraison qui s'alimente directement, en temps réel, à la grille tarifaire de Postes Canada.

Le calculateur affiche automatiquement le coût d'expédition d'une commande dans le panier d'achats du client lorsque celui-ci choisit ce mode de paiement.

Rabais sur frais de livraison avec Postes Canada

Les membres votresite.ca bénéficient de **tarifs «grandes entreprises»** avec Postes Canada. Il est donc d'autant plus avantageux d'offrir ce mode de livraison à vos clients.

⚠ Important: par défaut, votre rabais membre s'affiche dans le calcul du coût de livraison facturé au client.

Si vous voulez être compétitif et offrir les coûts de livraison les plus bas possible, laissez les réglages comme ils sont et chargez ce que vous payez.

Par contre, vous pouvez modifier les paramètres pour faire en sorte que le prix de livraison facturé au client soit plus ou moins cher que celui que vous payez. C'est une décision qui relève du marketing.



On vous montre comment vous pouvez ajuster les frais de livraison dans la partie suivante.

Activer le mode de livraison Postes Canada dans votre boutique en ligne

⚠ Avant d'activer ce module, vous devez lire la chronique [Calcul des frais de livraison Postes Canada dans votre boutique](#) pour comprendre comment fonctionne le calculateur et être en mesure d'estimer le plus précisément possible vos frais de livraison.

Retournez dans l'outil d'administration de votre boutique à l'onglet **Gestion des fonctions > Livraison**.

À la ligne **Postes Canada**, cliquez sur **Installer**, puis sur **Modifier**.

Statut	Choisissez En ligne pour activer ce mode de livraison dans la boutique.
Ordre	Déterminez l'ordre d'apparition de ce mode de livraison dans le panier d'achats.
* Code postal d'origine	<p>Entrez le code postal du lieu de départ des colis.</p> <p>De son côté, le client entrera son propre code postal dans sa commande. Ainsi, le calculateur pourra estimer la distance que parcourra le colis et déterminer les frais de livraison.</p>
* Services	<p>Indiquer les types de services de livraison Postes Canada qui s'offriront aux clients.</p> <p> Le rabais «grandes entreprises» aux membres votresite.ca s'applique exclusivement aux services suivants. Assurez-vous qu'ils soient sélectionnés:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Colis accélérés ▪ Xpresspost ▪ Priorité <p> Important: pour bénéficier de votre rabais, vous devez toujours imprimer vos étiquettes de livraison en passant par le formulaire disponible dans votre panneau de gestion votresite.ca à l'icône Rabais Postes Canada.</p>
Calcul de la livraison	Il n'y a que le choix Linéaire de disponible. C'est la seule méthode pour déterminer le calcul des frais de livraison.
Ajustement des frais de livraison	<p>Dans ce champ, on peut ajuster, à la hausse ou à la baisse, les frais de livraison qui sont affichés et chargés aux clients.</p> <p>Vous indiquez le montant (\$) ou le pourcentage (%) positif ou négatif de la modification que vous voulez apporter à vos frais de livraison (ex: 2%, 2.50, -3.75, -7%).</p> <p>L'ajustement s'appliquera à l'ensemble des produits de votre boutique. Le système ne le permet pas pour un produit spécifique.</p> <p>Comment fonctionne le calculateur de frais de livraison?</p> <p>Dans le cas d'un seul produit à livrer, le calculateur intégré au module Postes Canada estime les frais de livraison à partir des dimensions et du poids que vous avez entrés dans la fiche du produit. La marge d'erreur entre l'évaluation affichée au client par le calculateur et le coût estimé par Postes Canada est quasi nulle.</p>

	<p>Le calculateur est également très fiable pour une commande réunissant plusieurs produits. Le logiciel combine virtuellement leurs dimensions et poids à l'intérieur d'un cube parfait, comme si les items étaient broyés au mélangeur puis versés dans une boîte au volume idéal.</p> <p>Comme la boîte d'expédition parfaite n'existe pas, il peut arriver qu'il y ait un écart entre l'estimation du calculateur et celle de Postes Canada. C'est pourquoi on vous conseille de faire des tests avant de lancer votre boutique en ligne.</p> <p>Faites vos tests!</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Effectuez une série de fausses commandes combinant divers types de produits. Portez une attention particulière aux produits de format hors normes (ex: des skis). ▪ Notez l'estimation du calculateur de la boutique et comparez-la avec celle de Postes Canada. ▪ En cas de disparités constantes, procédez à un ajustement global de vos frais de livraison tel qu'indiqué ci-haut. <p>Pour savoir exactement comment procéder à vos tests, en apprendre plus sur les méthodes d'évaluation du calculateur et savoir comment Postes Canada évalue les frais de livraison, lisez la chronique Calcul des frais de livraison Postes Canada dans votre boutique.</p>
<p>Classe de taxes</p>	<p>Des taxes sont chargées sur les frais de livraison Postes Canada. On doit donc choisir l'option Biens taxables au Canada.</p> <p>Les taxes sur la livraison sont facturées en fonction du lieu de départ du colis. Le système est déjà programmé à cet effet.</p>
<p>Zone géographique</p>	<p>Zone géographique est liée à Classe de taxes. Précisez ici votre zone (lieu de départ du colis) pour déterminer la classe de taxes spécifique.</p> <p>Exemple: en choisissant Canada – Québec, les taxes québécoises s'ajouteront aux taxes canadiennes.</p> <p>Au besoin, vous pouvez créer d'autres zones géographiques spécifiques (voir partie 10.10: Configuration > Réglages > Zones géographiques).</p>
<p>✓ Cliquez sur Sauvegarder pour enregistrer les informations!</p> <p>✓ Les champs marqués d'un * sont obligatoires pour enregistrer la fiche.</p>	

5.2 Gestion des fonctions > Livraison > Purolator


<p>Purolator</p> <p>Avant d'installer, lire Calcul et ajustement des frais de livraison Purolator dans votre boutique</p>	<p>Désactivé</p>	<p>[Installer]</p>
--	------------------	----------------------

Calculateur automatique des frais de livraison

Le module de livraison Purolator est également doté d'un calculateur automatisé des frais de livraison qui s'alimente directement, en temps réel, à la grille tarifaire de Purolator.

Le calculateur affiche automatiquement le coût d'expédition d'une commande dans le panier d'achats du client lorsque celui-ci choisit ce mode de paiement.

Activer le mode de livraison Purolator dans votre boutique en ligne

 Avant d'activer ce module, vous devez lire la chronique [Calcul et ajustement des frais de livraison Purolator dans votre boutique](#) pour comprendre comment fonctionne le calculateur et être en mesure d'estimer le plus précisément possible vos frais de livraison.

Retournez dans l'outil d'administration de votre boutique à l'onglet **Gestion des fonctions > Livraison**.

À la ligne **Purolator**, cliquez sur **Installer**, puis sur **Modifier**.

Statut	Choisissez En ligne pour activer ce mode de livraison dans la boutique.
* Code postal d'origine	Entrez le code postal du lieu de départ des colis. De son côté, le client entrera son propre code postal dans sa commande. Ainsi, le calculateur pourra estimer la distance que parcourra le colis et déterminer les frais de livraison.
Classe de taxes	Des taxes sont chargées sur les frais de livraison Purolator. On doit donc choisir l'option Biens taxables au Canada . Les taxes sur la livraison sont facturées en fonction du lieu de départ du colis. Le système est déjà programmé à cet effet.
Zone géographique	Zone géographique est liée à Classe de taxes . Précisez ici votre zone (lieu de départ du colis) pour déterminer la classe de taxes spécifique. Exemple: en choisissant Canada – Québec, les taxes québécoises s'ajouteront aux taxes canadiennes. Au besoin, vous pouvez créer d'autres zones géographiques spécifiques (voir partie 10.10: Configuration > Réglages > Zones géographiques).
Ajustement des frais de livraison	Dans ce champ, on peut ajuster, à la hausse ou à la baisse, les frais de livraison qui sont affichés et chargés aux clients. Vous indiquez le montant (\$) ou le pourcentage (%) positif ou négatif de la modification que vous voulez apporter à vos frais de livraison (ex: 2%, 2.50, -3.75, -7%). L'ajustement s'appliquera à l'ensemble des produits de votre boutique. Le système ne le permet pas pour un produit spécifique. Comment fonctionne le calculateur de frais de livraison?

	<p>Dans le cas d'un seul produit à livrer, le calculateur intégré au module Purolator estime les frais de livraison à partir des dimensions et du poids que vous avez entrés dans la fiche du produit. La marge d'erreur entre l'évaluation affichée au client par le calculateur et le coût estimé par Purolator est quasi nulle.</p> <p>Le calculateur est également très fiable pour une commande réunissant plusieurs produits. Le logiciel combine virtuellement leurs dimensions et poids à l'intérieur d'un cube parfait, comme si les items étaient broyés au mélangeur puis versés dans une boîte au volume idéal.</p> <p>Comme la boîte d'expédition parfaite n'existe pas, il peut arriver qu'il y ait un écart entre l'estimation du calculateur et celle de Purolator. C'est pourquoi on vous conseille de faire des tests avant de lancer votre boutique en ligne.</p> <p>Faites vos tests!</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Effectuez une série de fausses commandes combinant divers types de produits. Portez une attention particulière aux produits de format hors normes (exemple: des skis). ▪ Notez l'estimation du calculateur de la boutique et comparez-la avec celle de Purolator. ▪ En cas de disparités constantes, procédez à un ajustement global de vos frais de livraison tel qu'indiqué ci-haut. <p>Pour savoir exactement comment procéder à vos tests, en apprendre plus sur les méthodes d'évaluation du calculateur et savoir comment Purolator évalue les frais de livraison, lisez la chronique Calcul et ajustement des frais de livraison Purolator dans votre boutique.</p>
Ordre	Déterminez l'ordre d'apparition de ce mode de livraison dans le panier d'achats.
<p>✓ Cliquez sur Sauvegarder pour enregistrer les informations!</p> <p>✓ Le champ marqué d'un * est obligatoire pour enregistrer la fiche.</p>	

5.3 Gestion des fonctions > Livraison > Livraison à taux fixe

Livraison à taux Fixe	Activé	1	[Modifier] [Désinstaller]
------------------------------	--------	---	---

Plusieurs internautes aiment le mode de **Livraison à taux fixe**. Ils ne se sentent pas pénalisés quand ils achètent beaucoup.

Attention toutefois de ne pas exagérer sur le montant! Pour demeurer compétitif en ligne, vous devrez accepter de réduire au minimum vos marges de profit, particulièrement sur les frais de livraison.

On vous montre plus loin quelques stratégies que vous pourriez adopter pour offrir des frais de livraison compétitifs tout en rognant au minimum vos marges de profit.

Pour activer le mode de livraison à taux fixe dans votre boutique en ligne, retournez dans l'outil d'administration à l'onglet **Gestion des fonctions > Livraison**.

À la ligne **Livraison à taux Fixe**, cliquez sur **Installer**, puis sur **Modifier**.

Coût	Indiquez le montant (en dollars) des frais pour chaque livraison.
Type de taxe	Des taxes sont chargées sur les frais de livraison. On doit donc choisir l'option Biens taxables au Canada . Les taxes sur la livraison sont facturées en fonction du lieu de départ du colis. Le système est déjà programmé à cet effet.
Zone géographique	Zone géographique est liée à Type de taxe . Précisez ici votre zone (lieu de départ du colis) pour déterminer la classe de taxes spécifique. Exemple: en choisissant Canada – Québec, les taxes québécoises s'ajouteront aux taxes canadiennes. Au besoin, vous pouvez créer d'autres zones géographiques spécifiques (voir partie 10.10: Configuration > Réglages > Zones géographiques).
État	Choisissez Activé pour activer ce mode de livraison dans la boutique.
Classement	Déterminez l'ordre d'apparition de ce mode de livraison dans le panier d'achats.
✓ Cliquez sur Sauvegarder pour enregistrer les informations!	

5.4 Gestion des fonctions > Livraison > Cueillette en magasin

Cueillette en magasin	Activé	4	[Modifier] [Désinstaller]
------------------------------	--------	---	-------------------------------

La cueillette en magasin connaît une très grande popularité et une croissance constante auprès des acheteurs en ligne. À preuve, des magasins à grande surface consacrent maintenant une partie de leurs pieds carrés à un comptoir dédié exclusivement à la cueillette des achats faits en ligne.

Fascinant de constater que beaucoup de consommateurs préfèrent dépenser en frais d'essence plutôt qu'en frais de livraison! Pourquoi ne pas en profiter vous aussi? Vous ferez quelques économies et satisferez la clientèle en ligne qui réclame ce moyen de récupérer leur achat.

Pour activer la cueillette en magasin dans votre boutique en ligne, retournez dans l'outil d'administration à l'onglet **Gestion des fonctions > Livraison**.

À la ligne **Cueillette en magasin**, cliquez sur **Installer**, puis sur **Modifier**.

Zone géographique	Indiquez les territoires où vous voulez offrir la cueillette en magasin:
--------------------------	--

	<p>Vous pouvez choisir Canada – Québec qui indique que n'importe quel client de la province pourra venir chercher sa commande en magasin.</p> <p>Vous voulez peut-être réduire ce territoire à une région ou une ville? Vous pouvez créer d'autres zones géographiques spécifiques (voir partie 10.10: Configuration > Réglages > Zones géographiques).</p>
État	Choisissez Activé pour activer ce mode de livraison dans la boutique.
Classement	Déterminez l'ordre d'apparition de ce mode de livraison dans le panier d'achats.
<p>✓ Cliquez sur Sauvegarder pour enregistrer les informations!</p>	

5.5 Gestion des fonctions > Livraison > Livraison gratuite

Livraison Gratuite	Activé	2	[Modifier] [Désinstaller]
---------------------------	--------	---	---

Le système vous permet d'offrir une politique de gratuité pour vos frais de livraison à partir d'une commande d'un montant déterminé. Un bon moyen de stimuler vos ventes en amortissant l'irritation des internautes face aux frais de livraison!

Pour activer le mode de livraison gratuite dans votre boutique en ligne, retournez dans l'outil d'administration à l'onglet **Gestion des fonctions > Livraison**.

À la ligne **Livraison gratuite**, cliquez sur **Installer**, puis sur **Modifier**.

Total	Entrez le sous-total que l'internaute doit atteindre avant que le module de livraison gratuite ne lui soit disponible.
Zone géographique	<p>Indiquez les territoires où vous voulez offrir la livraison gratuite:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Toutes les zones – international: indique que vous acceptez d'offrir la livraison gratuite partout au monde. ▪ Canada – Nom de la province: indique que vous acceptez d'offrir la livraison gratuite dans la province sélectionnée. <p>Au besoin, vous pouvez créer d'autres zones géographiques spécifiques (voir partie 10.10: Configuration > Réglages > Zones géographiques).</p>
État	Choisissez Activé pour activer ce mode de livraison dans la boutique.
Classement	Déterminez l'ordre d'apparition de ce mode de livraison dans le panier d'achats.

✓ Cliquez sur **Sauvegarder** pour enregistrer les informations!

5.6 Gestion des fonctions > Livraison > Par article

Par Article	Activé	[Modifier] [Désinstaller]
--------------------	--------	-------------------------------

Alors que la livraison à taux fixe établit un coût d'expédition unique pour une commande sans tenir compte de ce qu'elle contient, la livraison par article détermine un prix de livraison pour chaque item faisant partie de la commande. Ainsi, avec un coût par article fixé à 3,00\$, une commande composée de trois items coûtera 9,00\$ en frais de livraison.

À noter que ce module ne permet pas de fixer un coût d'expédition spécifique à chaque produit de votre boutique, mais bien un coût unique par article commandé, peu importe la nature de cet article.

Pour activer le mode de livraison par article dans votre boutique en ligne, retournez dans l'outil d'administration à l'onglet **Gestion des fonctions > Livraison**.

À la ligne **Livraison par Article**, cliquez sur **Installer**, puis sur **Modifier**.

Coût	Indiquez le montant (en dollars) des frais de livraison par article commandé.
Type de taxe	Des taxes sont chargées sur les frais de livraison. On doit donc choisir l'option Biens taxables au Canada . Les taxes sur la livraison sont facturées en fonction du lieu de départ du colis. Le système est déjà programmé à cet effet.
Zone géographique	Zone géographique est liée à Type de taxe . Précisez ici votre zone (lieu de départ du colis) pour déterminer la classe de taxes spécifique. Exemple: en choisissant Canada – Québec, les taxes québécoises s'ajouteront aux taxes canadiennes. Au besoin, vous pouvez créer d'autres zones géographiques spécifiques (voir partie 10.10: Configuration > Réglages > Zones géographiques).
État	Choisissez Activé pour activer ce mode de livraison dans la boutique.
Classement	Déterminez l'ordre d'apparition de ce mode de livraison dans le panier d'achats.
✓ Cliquez sur Sauvegarder pour enregistrer les informations!	

5.7 Globex Courrier Express International

Votresite.ca vous offre également la possibilité d'expédier vos ventes avec le courtier en transport Globex Courrier Express International en profitant d'un **rabais de 35%** sur toutes vos livraisons au Québec, au Canada, aux États-Unis et à travers le monde. Votre colis fait plus de 70 kg? Obtenez un rabais sur mesure supérieur à 35%!

Globex offre un service clés en main:

- Il choisit le transporteur le plus rapide en fonction de la destination de votre colis parmi des fournisseurs comme FedEx, DHL et autres.
- Il vous envoie le bordereau de livraison à imprimer et à apposer sur le colis.
- Il recueille le colis chez vous ou le fait par l'entremise d'un de ses fournisseurs, peu importe où vous vous trouvez au Québec.
- Il s'assure du suivi pour vous.
- Il s'occupe du dédouanement pour vos exportations.

Fournitures gratuites

Besoin de bordereaux d'expédition, d'enveloppes, de pochettes transparentes autocollantes ou d'autres fournitures? En tant que client de Globex, vous pouvez en commander à volonté tout à fait gratuitement!

[Liste des fournitures d'expédition Globex Courrier](#)

Demande d'adhésion aux services de Globex

Une fois membre de votresite.ca, rendez-vous dans votre panneau de gestion et cliquez sur l'icône **Rabais sur vos livraisons partout au monde**.

Remplissez les champs du formulaire, ceux marqués d'un * étant obligatoires.

Un conseiller chez Globex communiquera avec vous par téléphone dans les 24 à 48 heures ou au moment que vous aurez indiqué au champ **Meilleur moment pour vous joindre**. Il complétera votre ouverture de compte, puis vous fera parvenir votre grille tarifaire personnalisée qui inclue votre rabais votresite.ca de 35% sur toutes vos expéditions.

Service personnalisé

Dès que votre compte sera ouvert, le conseiller vous fera une démonstration par téléphone des outils disponibles en ligne à www.globexcourrier.com et vous expliquera le fonctionnement selon vos besoins spécifiques.

Vous débutez dans la vente hors Canada? On vous guidera pour que vous sachiez comment remplir les documents de douane.

Par la suite, pour la gestion quotidienne de vos expéditions avec Globex, le service à la clientèle du courtier sera en tout temps à votre disposition pour répondre à vos questions et vous aider avec le suivi de vos envois.

Quand choisir le mode de livraison Globex Courrier Express International?

Il n'y a pas de module Globex installé dans la boutique et lié à un calculateur automatisé. L'internaute n'aura donc pas la possibilité de choisir ce mode de livraison. C'est vous qui déterminerez s'il est plus avantageux pour vous, comme pour le client, d'utiliser les services de Globex.

Si l'internaute sélectionne Postes Canada ou Purolator, comparez les frais proposés par ces modules avec votre grille tarifaire personnalisée de Globex et choisissez le mode de livraison qui vous convient le mieux.

Une notice dans le panier d'achats prévient l'internaute que le service d'expédition requis pour sa commande peut différer de son choix. En constatant que ses frais de livraison finaux sont égaux ou inférieurs à ceux calculés dans son panier d'achats, le client ne devrait pas être dérangé par le fait que votre service d'expédition ne soit pas le même que celui qu'il avait choisi!

5.8 Politique de livraison: une question de marketing

85% des Québécois naviguent avant d'acheter. Ils cherchent et comparent. Quelques minutes leur suffisent pour trouver le produit qu'ils convoitent au meilleur prix. Pour contrer la compétition en ligne, vous devrez nécessairement réduire vos marges de profit.

D'autre part, vous ne devrez pas exagérer sur les frais de livraison. D'autant que le cachet de la poste, que l'acheteur voit, montre les frais de livraison réels du produit. Bien que l'internaute comprenne qu'ils soient incontournables, il ne veut surtout pas voir que vous faites du profit avec!

Dans l'image ci-dessous, on constate que c'est la détaillante en Ontario qui fait la meilleure offre. Non seulement elle vend le produit pratiquement au même prix que le fabricant aux États-Unis, mais elle réduit les frais de livraison au minimum.

Elle charge 10,00\$ pour une commande qui coûte au final 9,04\$ en frais de livraison vers Montréal. Elle fait un profit de 96 cents. Son profit sur le produit n'est peut-être pas énorme, mais nul doute qu'elle en vend davantage que son compétiteur de Montréal. En voyant l'étiquette de la poste, le client se serait senti floué par le marchand de Montréal et n'aurait sûrement plus jamais acheté auprès de lui.

USA		Montréal		Ontario	
					
Fantastic FACE WASH \$26.00	Fortifying FACE BALM \$36.00	URSA Major - Face Wash CAN \$30.00	URSA Major - Fortifying Face Balm CAN \$42.00	Face Tonic by Ursa Major \$26.95 CAD	Face Balm by Ursa Major \$36.95 CAD
Transport: 12,37\$ USD Total: 74,37\$ USD + douanes?		Transport : 20.00\$ CAD Total: 90.00\$ CAD		Transport: 10.00\$ CAD Total: 73.90\$ CAD	

Il est préférable de charger les frais de livraison réels à l'internaute, pas plus.

Encore mieux, trouvez des stratégies marketing vous permettant de mousser vos ventes et d'offrir une politique de livraison compétitive. Voici quelques idées...

Livraison gratuite à l'achat d'un item supplémentaire...

... ou sur toute commande de plus de x\$.

Par exemple, quelqu'un vend en ligne des logiciels sur DVD à 25\$ chacun. Afin de booster ses ventes, cette personne offre la livraison gratuite lorsque le panier d'achats atteint 40\$. Résultat? Alors que ce n'était pas dans

leurs intentions de départ, certains clients achetant un seul logiciel à 25\$ seront tentés d'ajouter un logiciel supplémentaire pour pouvoir profiter de la livraison gratuite.

Formule avant-gardiste

La boutique québécoise Frank & Oak connaît un succès que personne n'avait vu venir grâce à une formule qui redéfinit le commerce de la mode masculine.

La boutique les invite à remplir un formulaire pour connaître leurs goûts, puis leur fait parvenir une collection de trois vêtements chaque mois. Le client essaie, garde ce qu'il aime et retourne le reste. Les frais de livraison aller/retour sont payés par la boutique.

La formule Frank & Oak, bien qu'audacieuse, leur rapporte gros. Elle leur permet d'offrir une politique de livraison avantageuse qui incite la clientèle à acheter davantage. La boutique a engendré une roue positive qui fait tourner leurs affaires.


On l'a vu, le commerce électronique présente de nombreux défis à relever et peut amener certains à revoir complètement leur modèle d'affaires. La bonne nouvelle c'est qu'il offre également de nombreuses opportunités à saisir!

Une boutique en ligne est un outil avec lequel vous pouvez «jouer» pour développer de nouvelles idées et de nouvelles approches marketing qui augmenteront vos chances de faire croître vos bénéfices. N'hésitez pas à en tirer parti!

5.9 Expédier une commande

Le commerce électronique vous demandera de développer une mécanique d'envoi efficace. Plus vite vous prenez, emballez et expédiez vos commandes, meilleur sera votre service.

Soyez conscient qu'un internaute est impatient par nature. Même s'il sait que la livraison entraîne des délais, il s'attend à recevoir son produit rapidement et sera plus enclin à revenir acheter dans une boutique qui traite promptement ses commandes.

 **Conseil:** votre boutique en ligne devrait être ouverte en permanence sur un ordinateur portable placée à côté de la caisse de votre magasin.

- Rafraîchissez régulièrement le **Tableau de bord** pour voir les dernières commandes.
- Quand une nouvelle commande entre, traitez-la tout de suite. Vérifiez le paiement et changez le statut (état de la commande) pour que le client voie que vous vous en occupez rapidement.
- Préparez l'emballage et l'étiquette d'expédition.
- Allez porter ou faites ramasser votre colis la journée même en fonction des heures de cueillette du fournisseur de services de livraison.

Ces tâches peuvent paraître exigeantes, mais elles sont comparables aux soins qu'on apporte à préparer l'achat d'un client à la caisse. Au fil de votre pratique, l'emballage et l'envoi de vos ventes en ligne s'intégreront aisément à votre routine.

Et puis, un client en ligne doit être traité avec les mêmes égards qu'un client physique. Peut-être même devrait-il être satisfait en priorité dans certains cas. Après tout, un client en ligne paie son achat d'avance!

Répondre aux courriels

Assurez-vous de traiter les courriels provenant des clients en ligne avec autant d'importance et de rapidité que les appels téléphoniques ou les questions en personne à la caisse.

Il est prouvé qu'un client qui communique par courriel est plus «chaud» (plus près d'acheter) qu'un autre qui passe par le téléphone.

Parlons boîtes...

La boîte constituera, dans la majorité des cas, le seul rapport concret que vous aurez avec votre client en ligne. Elle sera une bonne partie de son expérience d'achat chez vous.

N'hésitez donc pas à y apporter un soin particulier! Personnalisez-la, mettez-y «de l'amour»! Évitez l'emballage quelconque (voire discutable!) de la première image ci-dessous. Inspirez-vous plutôt de Simons qui transpose dans ses boîtes la même attention qu'il déploie envers ses clients en magasin.



Pas besoin de dilapider votre budget marketing en boîtes imprimées, papiers et autocollants arborant vos couleurs et votre logo. Une boîte neuve, propre et même anonyme, du papier de soie et autres accessoires achetés à bas prix font le travail... pour peu que vous preniez le temps de soigner l'emballage.

Par exemple, une commerçante de vêtements pour enfants à Lac-Mégantic a décidé d'embaumer ses boîtes de quelques jets de parfum pour bébé. Imaginez l'émotion des clients en ouvrant la boîte!

Peu importe la façon dont vous entendez emballer vos ventes en ligne, l'idée est d'être soigné, attrayant et distinctif pour faire vivre une expérience positive au client et lui donner le goût d'acheter à nouveau chez vous.

Rabais sur les boîtes

Des boîtes d'expédition, c'est cher! Pour aider ses membres à amortir leurs dépenses de livraison, votresite.ca s'est associé avec Cartonek qui leur offre des boîtes de toutes les grandeurs à prix de gros (même en petite quantité) avec un rabais supplémentaire de 15% sur tout achat.

Une fois membre votresite.ca, rendez-vous dans votre panneau de gestion et cliquez sur l'icône **Rabais sur boîtes de carton**. En un clic, vous pourrez profiter de cet avantage.

Implantée en Beauce depuis 1980, Cartonek est une entreprise qui conçoit et fabrique des boîtes en se donnant pour mission d'embaucher en majorité des personnes vivant avec des limitations fonctionnelles.

Pour plus de détails: votresite.ca/forfait-votresite/avantages-exclusifs-aux-membres/boites-livraison/

Conseils d'emballage de vos colis

Votresite.ca vous propose dans ses conseils en ligne des façons d'économiser en emballant de façon stratégique vos biens.

[Dimensions et poids d'un colis: ce qu'il faut savoir](#)

[Trucs d'emballage pour économiser sur vos livraisons](#)

Vous voulez livrer des aliments? Pour vous assurer de le faire en conformité avec la loi, consultez la chronique que nous avons préparée avec l'aide du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ):

[Règles à suivre pour livrer des aliments réfrigérés/congelés \(MAPAQ\)](#)

6. Textes légaux

Titre des informations	Classement	Action
Confidentialité	2	[Modifier]
Modalités et conditions	3	[Modifier]
À Propos	1	[Modifier]

Les textes légaux comprennent votre politique de confidentialité, vos modalités et conditions et votre section À propos. Une fois activés, ils s'afficheront et seront accessibles automatiquement dans le module **Informations** de votre boutique en ligne.

6.1 Politique de confidentialité

Titre des informations	Classement	Action
Confidentialité	2	[Modifier]
Modalités et conditions	3	[Modifier]
À Propos	1	[Modifier]

Faire du commerce électronique implique que vous collectez des renseignements personnels dans votre boutique en ligne. Vous devez donc nécessairement y mettre une politique de confidentialité. Obligatoire au Canada, celle-ci vise à expliquer aux internautes ce que vous faites de leurs renseignements personnels.

Pour savoir comment en rédiger une dans les règles, on vous propose de lire notre chronique [Une politique de confidentialité dans votre site et votre boutique en ligne](#).

On vous montre comment la produire en utilisant un outil en ligne développé par la Chaire L.R. Wilson sur le droit des technologies de l'information et du commerce électronique de l'Université de Montréal, le [Générateur de politique de confidentialité](#).

Une fois le questionnaire du générateur rempli et la politique de confidentialité générée, copiez-la et retournez dans l'outil d'administration de votre boutique en ligne à l'onglet **Catalogue > Textes légaux**, puis cliquez sur **Modifier** à la ligne **Confidentialité**.

* Titre des informations	Vous pouvez inscrire Confidentialité ou Politique de confidentialité. ⚠ À moins d'avoir désinstallé l'option English , le système exige d'inscrire aussi le Titre des informations dans l'onglet English . À défaut de quoi, vos données ne seront pas enregistrées.
* Description	Copiez ici le texte de votre politique de confidentialité.

	<p>⚠ À moins d'avoir désinstallé l'option English, le système exige d'inscrire aussi votre politique de confidentialité dans l'onglet English. À défaut de quoi, vos données ne seront pas enregistrées.</p>
Boutiques	Ce champ s'adresse à ceux qui auraient plus d'une boutique. Il permet d'associer la politique de confidentialité à la bonne boutique.
SEO "Ré-écriture d'url"	<p>Donnez un nom d'URL personnalisé (adresse de la page Web) et unique pour votre politique de confidentialité (ex: politique-confidentialite).</p> <p>En plus d'améliorer l'indexation de la boutique, cette adresse URL pointera vers la politique de confidentialité et permettra d'y accéder directement.</p> <p>Si votre URL contient plusieurs mots, séparez-les par des traits d'union. N'utilisez pas de majuscules, d'accents, d'espaces, de barres de soulignement ou autres caractères spéciaux.</p>
État de la catégorie	Choisissez Activé pour mettre votre politique de confidentialité en ligne. Gardez Désactivé tant qu'elle n'est pas complétée à 100%.
Classement	Déterminez l'ordre d'affichage de la politique de confidentialité par rapport aux autres éléments du module Informations de votre boutique.
<p>✓ Cliquez sur Sauvegarder pour enregistrer les informations!</p> <p>✓ Les champs marqués d'un * sont obligatoires pour enregistrer la fiche.</p>	

6.2 Modalités et conditions

	Classement	Action
<input type="checkbox"/> Titre des informations ▲		
<input type="checkbox"/> Confidentialité	2	[Modifier]
<input type="checkbox"/> Modalités et conditions	3	[Modifier]
<input type="checkbox"/> À Propos	1	[Modifier]

C'est votre contrat de vente entre vous et l'internaute. Vous y déterminez les conditions de la vente comme le délai de livraison, les conditions de retour ou de remboursement, etc.

En plus d'être légalement obligatoire, ce texte rassure l'internaute. Par exemple, il est légal et acceptable de ne pas rembourser un achat, mais mieux vaut l'avoir établi par un contrat clair auparavant. C'est ce que permettent les modalités et conditions.

Pour vous aider à produire un texte de modalités et conditions qui respecte les lois québécoises, consultez la chronique que François Charron a écrite avec l'aide de l'Office de la protection du consommateur (OPC):

[Comment respecter les règles de l'OPC si vous faites de la vente en ligne](#)

Lisez aussi cette chronique, gracieuseté de M^e Benoît Trotier, avocat au cabinet Joli-Cœur Lacasse:

[Modalités et conditions d'utilisation de votre boutique ou votre site](#)

Une fois vos modalités et conditions écrites, copiez-les et retournez dans l'outil d'administration de votre boutique en ligne à l'onglet **Catalogue > Textes légaux**, puis cliquez sur **Modifier** à la ligne **Modalités et conditions**.

* Titre des informations	<p>Vous pouvez inscrire Modalités et conditions.</p> <p>⚠ À moins d'avoir désinstallé l'option English, le système exige d'inscrire aussi le Titre des informations dans l'onglet English. À défaut de quoi, vos données ne seront pas enregistrées.</p>
* Description	<p>Copiez ici le texte de vos modalités et conditions.</p> <p>⚠ À moins d'avoir désinstallé l'option English, le système exige d'inscrire aussi vos modalités et conditions dans l'onglet English. À défaut de quoi, vos données ne seront pas enregistrées.</p>
Boutiques	<p>Ce champ s'adresse à ceux qui auraient plus d'une boutique. Il permet d'associer les modalités et conditions à la bonne boutique.</p>
SEO "Ré-écriture d'url"	<p>Donnez un nom d'URL personnalisé (adresse de la page Web) et unique pour vos modalités et conditions (ex: modalites-conditions).</p> <p>En plus d'améliorer l'indexation de la boutique, cette adresse URL pointera vers les modalités et conditions et permettra d'y accéder directement.</p> <p>Si votre URL contient plusieurs mots, séparez-les par des traits d'union. N'utilisez pas de majuscules, d'accents, d'espaces, de barres de soulignement ou autres caractères spéciaux.</p>
État de la catégorie	<p>Choisissez Activé pour mettre vos modalités et conditions en ligne. Gardez Désactivé tant qu'elles ne sont pas complétées à 100%.</p>
Classement	<p>Déterminez l'ordre d'affichage de vos modalités et conditions par rapport aux autres éléments du module Informations de votre boutique.</p>
<p>✓ Cliquez sur Sauvegarder pour enregistrer les informations!</p> <p>✓ Les champs marqués d'un * sont obligatoires pour enregistrer la fiche.</p>	

6.3 À Propos

<input type="checkbox"/>	Titre des informations ▲	Classement	Action
<input type="checkbox"/>	Confidentialité	2	[Modifier]
<input type="checkbox"/>	Modalités et conditions	3	[Modifier]
<input type="checkbox"/>	À Propos	1	[Modifier]

C'est ici que vous vous présentez à vos clients. Il est extrêmement important que ce texte démontre au client qu'il fait affaire avec une entreprise fiable qui sera là pour l'appuyer en cas de problème ou autres.

Parlez de vous de façon simple. Ajoutez un lien vers votre section **Contactez-nous** et n'hésitez pas à y ajouter (encore) les coordonnées pour vous joindre ainsi qu'une carte Google (Google Maps) localisant votre commerce.

<p>* Titre des informations</p>	<p>Vous pouvez inscrire À propos.</p> <p>⚠ À moins d'avoir désinstallé l'option English, le système exige d'inscrire aussi le Titre des informations dans l'onglet English. À défaut de quoi, vos données ne seront pas enregistrées.</p>
<p>* Description</p>	<p>Entrez ici votre texte À propos.</p> <p>⚠ À moins d'avoir désinstallé l'option English, le système exige d'inscrire aussi votre À propos dans l'onglet English. À défaut de quoi, vos données ne seront pas enregistrées.</p>
<p>Boutiques</p>	<p>Ce champ s'adresse à ceux qui auraient plus d'une boutique. Il permet d'associer votre À propos à la bonne boutique.</p>
<p>SEO "Ré-écriture d'url"</p>	<p>Donnez un nom d'URL personnalisé (adresse de la page Web) et unique pour votre À propos (ex: a-propos).</p> <p>En plus d'améliorer l'indexation de la boutique, cette adresse URL pointerait vers votre À propos et permettrait d'y accéder directement.</p> <p>Si votre URL contient plusieurs mots, séparez-les par des traits d'union. N'utilisez pas de majuscules, d'accents, d'espaces, de barres de soulignement ou autres caractères spéciaux.</p>
<p>État de la catégorie</p>	<p>Choisissez Activé pour mettre votre À propos en ligne. Gardez Désactivé tant que ce n'est pas complété à 100%.</p>
<p>Classement</p>	<p>Déterminez l'ordre d'affichage de votre À propos par rapport aux autres éléments du module Informations de votre boutique.</p>
<p>✓ Cliquez sur Sauvegarder pour enregistrer les informations!</p> <p>✓ Les champs marqués d'un * sont obligatoires pour enregistrer la fiche.</p>	

6.4 Aide d'un avocat

Les membres votresite.ca profitent d'une consultation gratuite de 30 minutes avec un avocat du cabinet Joli-Cœur Lacasse. Profitez-en pour faire réviser vos textes légaux!

Une fois membre de votresite.ca, rendez-vous dans votre panneau de gestion et cliquez sur l'icône **Consultation gratuite avec un avocat**.

Remplissez les champs du formulaire, ceux marqués d'un * étant obligatoires. Le cabinet vous contactera au moment que vous aurez indiqué pour fixer avec vous une date de rendez-vous.

Regroupant une centaine d'avocats à Québec, Trois-Rivières et Montréal, le cabinet Joli-Cœur Lacasse couvre une multitude de domaines du droit tels que les affaires, la fiscalité, la propriété intellectuelle, le travail et l'emploi.

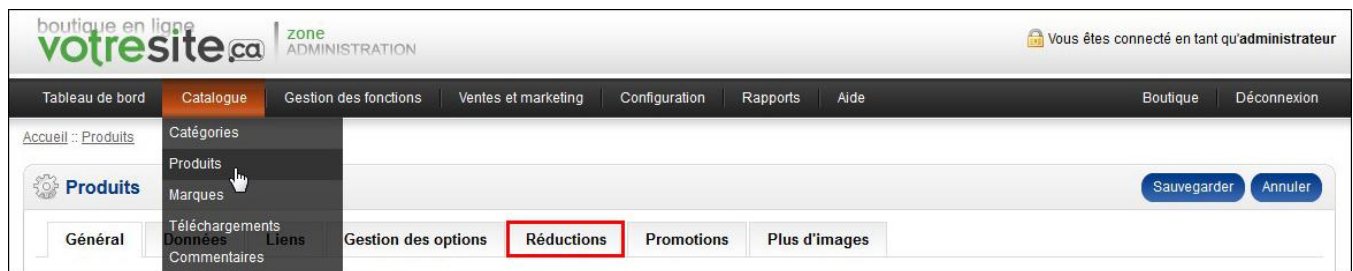
Pour plus de détails: <http://www.votresite.ca/forfait-votresite/avantages-exclusifs-aux-membres/consultation-gratuite-avocat/>.

7. Réductions, promotions et coupons de réduction

Avec ses fonctions **Réductions**, **Promotions** et **Coupons de réduction**, l'outil de boutique en ligne votresite.ca vous permet de faire plusieurs types de promotions:

- Rabais sur quantité
- Prix réduit (vente)
- Coupon de réduction (remise)
- Carte-cadeau
- Prix aux clients (groupes) privilégiés
- Livraison gratuite sur produit

7.1 Réductions



Cette fonction permet de programmer un rabais à l'achat d'une quantité minimum d'un produit donné.

Le système ne permet pas de créer une réduction pour tous les produits de votre boutique en une opération. Vous devez attribuer votre réduction PAR produit.

Vous pouvez attribuer des réductions du prix d'un produit à tous les internautes (Web) ou au(x) groupe(s) de clients de votre choix. Ces réductions peuvent être différentes pour tous vos groupes clients sur un même produit. Pour savoir comment créer un groupe client, voir la **partie 10.2: Créer un groupe client**.

Comme les internautes devront changer la quantité achetée pour voir le nouveau prix, vous devrez en faire la promotion dans le texte de la fiche du produit. Mettez bien en évidence votre rabais!

BALLON EXERCISEUR



[Cliquez pour agrandir](#)

Prix : 144,00\$
Disponibilité : En stock
Modèle : BE-400
Fabricant : [Extrême](#)
Évaluation : Aucune évaluation

 **J'aime** Soyez le premier de vos amis à indiquer que vous aimez ça.

Options disponibles :

Taile/Couleur:
 Petit

Réductions de prix par quantité :

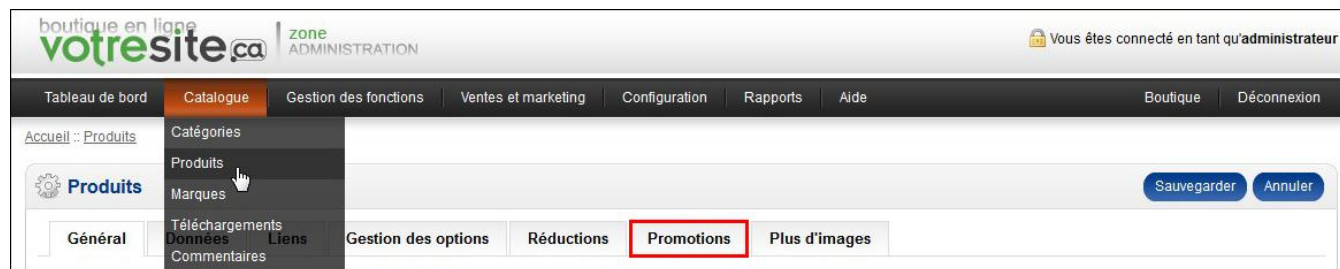
Quantité	Prix unitaire
2	130,00\$

Pour créer une réduction, allez dans l'outil d'administration de votre boutique en ligne à l'onglet **Catalogue > Produits**, puis cliquez sur **Modifier** à la ligne du produit qui fera l'objet d'une réduction.

Allez à l'onglet **Réductions** et cliquez sur le bouton bleu **Ajouter une réduction**.

Groupe client	Indiquez à quel groupe de clients vous voulez attribuer la réduction, l'option Web étant tous les internautes.
Quantité (min. 2)	Inscrivez à partir de quelle quantité commandée le client pourra profiter de la réduction (minimum 2).
Priorité	Dans le cas où vous voulez offrir plus d'une réduction à un même groupe client, la priorité indique l'ordre dans lequel s'affichera chaque réduction dans la fiche du produit.
Prix H.T.	Inscrivez le nouveau prix unitaire hors taxes du produit une fois la réduction appliquée (et non pas le montant de la réduction elle-même).
Date de début	Déterminez la date à partir de laquelle la réduction sera valide.
Date de fin	Déterminez la date à laquelle prendra fin la réduction.
✓ Cliquez sur Sauvegarder pour enregistrer les informations!	

7.2 Promotions



Cette fonction permet d'attribuer un nouveau prix réduit à un produit. Dans la fiche du produit en ligne, l'ancien prix est rayé d'un trait et le nouveau prix apparaît à côté en rouge durant la période de promotion déterminée.

Le système ne permet pas de créer une promotion pour tous les produits de votre boutique en une opération. Vous devez attribuer votre promotion PAR produit.

Vous pouvez attribuer la promotion à tous les internautes (Web) ou au(x) groupe(s) de clients de votre choix. Les promotions peuvent être différentes pour tous vos groupes clients sur un même produit. Pour savoir comment créer un groupe client, voir la **partie 10.2: Créer un groupe client**.

Vous pouvez aussi créer des promotions différentes pour tous vos groupes clients sur un même produit.

Si vous désirez offrir une promotion permanente (prix réduit permanent) à un groupe de clients (ex: pour faire de la vente en gros), vous n'avez qu'à déterminer une date de fin très lointaine et assigner la promotion aux clients de cette catégorie. Ceux-ci devront être branchés dans leur compte pour voir leurs prix spéciaux et seuls les membres de cette catégorie naviguant branchés dans la boutique pourront voir les prix spéciaux.



Pour créer une promotion, allez dans l'outil d'administration de votre boutique en ligne à l'onglet **Catalogue > Produits**, puis cliquez sur **Modifier** à la ligne du produit qui fera l'objet d'une promotion.

Allez à l'onglet **Promotions** et cliquez sur le bouton bleu **Ajouter une offre spéciale**.

Groupe client	Indiquez à quel groupe de clients vous voulez attribuer la promotion, l'option Web étant tous les internautes.
Priorité	Dans le cas où vous voulez offrir plus d'une promotion à un même groupe client, la priorité indique l'ordre dans lequel s'affichera chaque promotion dans la fiche du produit.

Prix H.T.	Inscrivez le nouveau prix unitaire hors taxes du produit une fois la réduction appliquée (et non pas le montant de la promotion elle-même).
Date de début	Déterminez la date à partir de laquelle la promotion sera valide.
Date de fin	Déterminez la date à laquelle prendra fin la promotion. Le produit reviendra alors à son prix régulier.
✓ Cliquez sur Sauvegarder pour enregistrer les informations!	


7.3 Coupons de réduction

The screenshot shows the administration interface for 'votresite.ca'. The user is logged in as an administrator. The navigation menu includes 'Tableau de bord', 'Catalogue', 'Gestion des fonctions', 'Ventes et marketing', 'Configuration', 'Rapports', and 'Aide'. The 'Ventes et marketing' menu is expanded, showing options like 'Commandes', 'Clients', 'Groupes clients', and 'Coupons de réduction'. The 'Coupons de réduction' option is highlighted, and a table with columns for 'Remise', 'Date de début', 'Date de fin', 'État', and 'Action' is visible. There are 'Ajouter' and 'Supprimer' buttons on the right.

Cette fonction permet de créer un coupon-rabais qui pourra être utilisé par tous les clients ou une carte-cadeau qui sera vendue et ne pourra être utilisée que par une seule personne.

Pour créer un coupon de réduction, allez dans l'outil d'administration de votre boutique en ligne à l'onglet **Ventes et marketing** > **Coupons de réduction**, puis cliquez sur le bouton bleu **Ajouter**.

* Nom du Coupon de réduction	<p>Donnez un nom à votre coupon ou votre carte-cadeau.</p> <p>⚠ À moins d'avoir désinstallé l'option English, le système exige d'inscrire aussi le Nom du Coupon de réduction dans l'onglet English. À défaut de quoi, vos données ne seront pas enregistrées.</p>
* Description du Coupon de réduction	<p>Décrivez brièvement les caractéristiques du coupon de réduction ou de la carte-cadeau.</p> <p>⚠ À moins d'avoir désinstallé l'option English, le système exige d'inscrire aussi une Description dans l'onglet English. À défaut de quoi, vos données ne seront pas enregistrées.</p>
* Code	<p>Générez le code (numérique ou alphanumérique) que le client devra entrer dans la boutique pour obtenir sa réduction.</p> <p>⚠ À moins d'avoir désinstallé l'option English, le système exige d'inscrire aussi le Code dans l'onglet English. À défaut de quoi, vos données ne seront pas enregistrées.</p>

Type	Déterminez s'il s'agit d'un rabais en pourcentage ou un montant fixe.
Rabais	Indiquez la valeur de la réduction accordée en fonction de son type. N'oubliez pas de choisir le type AVANT. Exemples: Si le type est «pourcentage» et le rabais est 25, vous offrez 25% de rabais. Si le type est « montant fixe» et le rabais 10.5, vous offrez 10,50\$ de rabais.
Connexion client	Cochez Oui pour exiger du client qu'il se connecte à son compte dans votre boutique pour utiliser le coupon de réduction.
Livraison gratuite	Votre coupon peut servir à offrir une livraison gratuite. Pour un coupon de livraison gratuite, cochez Oui et entrez 0 au champ Rabais . On vous rappelle que dans le module Livraison (partie 5.6: Gestion des fonctions > Livraison > Livraison gratuite) , vous pouvez déterminer un montant à partir duquel vous offrez la livraison gratuite sur tous les produits de votre boutique.
Produits	Sélectionnez les produits sur lesquels s'appliqueront le coupon de réduction ou la carte-cadeau: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Parcourez vos catégories à l'aide de la liste déroulante. ▪ Sélectionnez les produits concernés par le coupon. ▪ Cliquez sur la flèche pointant vers la droite pour amener les produits sélectionnés dans la case de droite. <p>Si votre coupon de réduction ou votre carte-cadeau est valide pour tous les produits de la boutique, n'indiquez alors aucun produit en particulier.</p>
Date de début	Indiquez la date à partir de laquelle le coupon de réduction ou la carte-cadeau sera valide.
Date de fin	Indiquez la date à partir de laquelle le coupon de réduction ne sera plus valide.  Important: dans le cas d'une carte-cadeau, assurez-vous de mettre une date de fin extrêmement loin (100 ans s'il le faut!), car la loi sur la protection du consommateur interdit de mettre une date de fin à une carte-cadeau si elle a été achetée par un client. En effet, on ne peut pas refuser un bien ou un service à un client qui a acheté une carte-cadeau sous prétexte que la date est expirée.

	<p>Par contre, la loi prévoit que si le prix d'un bien ou d'un service a augmenté depuis l'émission de la carte-cadeau, le client doit verser la différence entre la valeur inscrite sur celle-ci et le nouveau prix.</p> <p>Exemple: un client a obtenu l'an dernier une carte-cadeau pour un massage d'une valeur de 60\$. Il décide de profiter du service cette année alors qu'il est maintenant fixé à 70\$. Il devra verser la différence entre la valeur de la carte-cadeau et le prix actuel, soit 10\$.</p> <p>Dans certains cas, le client peut aussi demander un remboursement.</p> <p>Pour tous les détails, consultez la loi de l'OPC concernant la date d'expiration d'une carte-cadeau.</p>
Utilisation par Coupon de réduction	<p>Déterminez le nombre maximum de fois où le coupon de réduction (ou carte-cadeau) peut être utilisé par n'importe quel client.</p> <p>Laissez vide pour un nombre illimité.</p>
Utilisation par client	<p>Déterminez le nombre maximum de fois où le coupon de réduction (ou carte-cadeau) peut être utilisé par un seul client.</p> <p>Laissez vide pour un nombre illimité.</p>
État	<p>Choisissez Activé pour rendre disponible en ligne votre coupon de réduction ou carte-cadeau.</p>
<p>✓ Cliquez sur Sauvegarder pour enregistrer les informations!</p> <p>✓ Les champs marqués d'un * sont obligatoires pour enregistrer la fiche.</p>	

8. Infolettres et courriels

8.1 Ventes et marketing > Infolettre et courriel

The screenshot shows the administration interface for 'votresite.ca'. The top navigation bar includes 'Tableau de bord', 'Catalogue', 'Gestion des fonctions', 'Ventes et marketing' (highlighted), 'Configuration', 'Rapports', 'Aide', 'Boutique', and 'Déconnexion'. A user notification indicates 'Vous êtes connecté en tant qu'administrateur'. Below the navigation bar, a dropdown menu is open under 'Ventes et marketing', listing 'Commandes', 'Clients', 'Groupes clients', 'Coupons de réduction', and 'Infolettre et courriel' (which is highlighted by the mouse cursor). The main content area shows a 'Courriel' form with a 'De:' field and a 'Par défaut' dropdown menu. There are 'Envoyer' and 'Annuler' buttons on the right.

Le système de boutique en ligne possède un outil d'envoi de courriels de suivi ou d'infolettres.

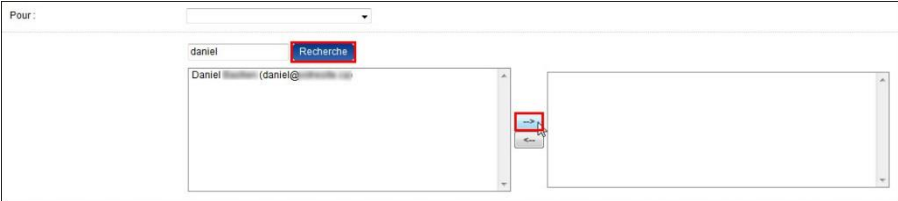
Lorsqu'un client veut faire un achat dans votre boutique, il a la possibilité de s'y ouvrir un compte. Quand il le fait, ses coordonnées sont automatiquement disponibles à l'envoi de courriels de suivi et d'infolettres. À noter que le système ne retient pas les coordonnées de ceux qui achètent en «invité» (sans se créer de compte).

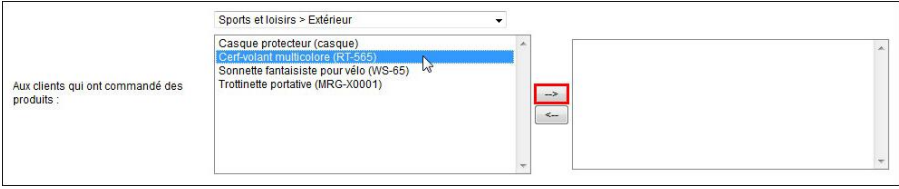
L'outil vous permet de choisir vos destinataires comme suit:

- aux clients ayant un compte chez vous,
- aux clients ayant souscrit à votre infolettre,
- à un/des client(s) en particulier,
- aux clients ayant acheté tel ou tel produit.

Cette dernière option est très intéressante, car elle vous permet de promouvoir un produit à un client ayant acheté un produit apparenté et qui pourrait être intéressé par votre nouvelle proposition. Un marchand dans un centre jardin pourrait sélectionner tous les fleurs et arbustes dans sa boutique pour faire la promotion d'un engrais au printemps! Un torréfacteur pourrait offrir une promotion sur son café à ses fournisseurs de machines à café, etc.

Pour préparer un courriel ou une infolettre, rendez-vous à l'onglet **Ventes et marketing > Infolettre et courriel**.

<p>De</p>	<p>Indique l'adresse émettrice de l'envoi, soit celle que vous avez entrée dans la partie 1.1: Configuration > Paramètres > Général au champ Courriel.</p>
<p>Pour</p>	<p>La bande déroulante vous donne le choix de destinataires entre Tous les clients ou Tous les souscripteurs à l'infolettre.</p> <p>Pour envoyer votre courriel à un/des client(s) spécifique(s), faites une recherche par nom.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Cliquez sur le bouton Recherche et si le nom inscrit dans le champ correspond à un client existant, le courriel de celui-ci apparaîtra dans la case des résultats (à gauche). ▪ Pour qu'un client devienne un destinataire de votre envoi, sélectionnez-le et cliquez sur la flèche pointant vers la droite pour le transférer dans la case de droite. ▪ Pour supprimer un client de la liste de destinataires, sélectionnez-le et cliquez sur la flèche pointant vers la gauche. 
<p>Aux clients qui ont commandé des produits</p>	<p>Ici, vous pouvez sélectionner des clients selon des produits spécifiques qu'ils ont commandés. Cette option est parfaite pour faire un suivi ou pour du marketing ciblé.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Parcourez vos catégories à l'aide de la liste déroulante. ▪ Sélectionnez le(s) produit(s) correspondant aux clients auxquels vous voulez envoyer votre courriel. ▪ Cliquez sur la flèche pointant vers la droite pour transférer le(s) produit(s) dans la case de droite.

	<ul style="list-style-type: none"> ■ Pour supprimer un/des produit(s) de la liste, sélectionnez-le(s) et cliquez sur la flèche pointant vers la gauche. 
<p>* Sujet</p>	<p>Entrez le Sujet (objet) de votre courriel ou infolettre.</p>
<p>* Message</p>	<p>Écrivez le contenu de votre courriel ou infolettre.</p> <p>L'outil d'édition vous permet, comme dans un document Word, d'intégrer des hyperliens et des images.</p> <p>⚠ Conseil: ne surchargez pas votre envoi avec trop d'images et assurez-vous qu'elles soient «légères».</p> <p>⚠ Important: insérez une phrase en bas de page afin de donner la possibilité aux gens de se désabonner de votre infolettre.</p> <p>Exemple: <i>Vous ne désirez plus recevoir notre infolettre? Branchez-vous dans votre compte de notre boutique en ligne pour cocher l'option se désabonner.</i></p> <p>Ceci vous permettra d'éviter de passer pour un polluposteur, mais surtout de respecter la loi anti-pourriel (on en parle davantage plus bas).</p> <p>Lorsque votre courriel est prêt, cliquez sur le bouton bleu Envoyer en haut à droite.</p>
<p>✓ Les champs marqués d'un * sont obligatoires pour activer le courriel.</p>	

8.2 Les infolettres et la loi anti-pourriel

Lorsqu'ils créent leur compte dans votre boutique, les internautes ont une case à cocher qui leur permet de s'abonner ou non à votre infolettre. Ils peuvent s'en désabonner en tout temps par la suite en cochant à nouveau leur choix dans le profil de leur compte. Ces fonctions vous permettent d'être en règle avec une partie de la loi anti-pourriel qui exige entre autres que vous donniez à l'internaute la possibilité de s'abonner et de se désabonner à votre infolettre.

⚠ Important: Il est de votre responsabilité de vous conformer aux règles de la Loi canadienne sur le pourriel et les autres menaces électroniques. On vous recommande fortement de prendre connaissance de l'intégralité du texte de loi pour appliquer les mesures qu'elle prévoit. Lisez notre chronique sur le sujet:

[Respecter la loi anti-pourriel C-28](#)

8.3 L'outil d'envoi d'infolettres PARMAIL

Les membres votresite.ca ont accès à PARMAIL, un outil de création et d'envoi d'infolettres pour PME.

Facile d'utilisation, PARMAIL vous permet de faire de belles infolettres parmi un choix varié de modèles en tout respect de la loi anti-pourriel. Vous pouvez y gérer vos listes de contacts, programmer des envois et consultez les statistiques de vos infolettres.

L'avantage membre votresite.ca lié à PARMAIL prévoit l'envoi gratuit d'un maximum de 10 000 infolettres par mois à un maximum de 1 000 contacts.

Pour activer PARMAIL dans votre compte votresite.ca, rendez-vous dans votre panneau de gestion à la section intitulée **Outil d'infolettres PARMAIL** et cliquez sur le lien **Gérez vos infolettres**.

Pour plus de détails: <http://www.votresite.ca/forfait-votresite/outil-d-infolettres-parmail>

8.4 Conseils pour des infolettres efficaces

Que vous utilisiez PARMAIL ou un système indépendant, la dernière chose que vous souhaitez est d'être considéré comme un polluposteur. Pour éviter d'être considéré comme étant un site qui envoie des courriels non sollicités, assurez-vous de ne pas envoyer trop souvent d'infolettres. Assurez-vous que chacune d'elles ait un réel avantage pour vos clients.

Aussi, n'abusez pas de photos ou d'éléments qui rendent votre envoi trop lourd. Une image vaut 1000 mots et on s'entend que votre logo et la photo d'un produit en promotion sont les meilleures façons de faire passer votre message, mais vous devez vous assurer de ne pas trop en mettre. Soyez bref et ayez un message clair!

Rappelez-vous que la plupart des internautes considèrent qu'ils reçoivent déjà trop de courriels et plusieurs ont de la difficulté à les gérer, donc... ils n'y accordent que très peu de temps.

Voici les éléments d'un bon courriel marketing:

- Votre logo
- Un titre accrocheur
- Une photo du produit (avec hyperlien vers sa fiche dans votre boutique)
- Une description invitante, mais courte
- Un hyperlien pour profiter de l'offre
- Des détails légaux en plus petits caractères (mais pas trop pour qu'ils demeurent lisibles)
- Les coordonnées pour vous joindre (site, courriel, téléphone, adresse, etc.)
- Les informations sur comment ne plus recevoir de courriel de votre part

9. Prise, rapports et traitement des commandes

9.1 Prise des commandes dans le tableau de bord

En vous branchant à l'outil d'administration de votre boutique, vous arrivez par défaut dans le **Tableau de bord** où vous trouvez un bref rapport statistique sur l'état de vos ventes, mais également la liste des dix dernières commandes effectuées dans votre boutique.

En cliquant sur **Modifier** au bout de chacune d'elles, vous pouvez en consulter les détails, y valider les infos laissées par le client et produire la facture. C'est également là que vous pouvez changer l'état (statut) de la commande en temps voulu.

boutique en ligne **votresite.ca** | zone ADMINISTRATION Vous êtes connecté en tant qu'administrateur

Tableau de bord | Catalogue | Gestion des fonctions | Ventes et marketing | Configuration | Rapports | Aide | Boutique | Déconnexion

Accueil

Tableau de bord

Présentation

Total des ventes :	137,97\$
Total des ventes de cette année :	0,00\$
Total des commandes terminées/envoyées :	1
Nombre de clients :	37
Clients en attente d'approbation :	0
Nombre de produits :	21
Nombre de commentaires :	3
Commentaires en attente d'approbation :	2

Statistiques

Choisir une période : Aujourd'hui

Les 10 dernières commandes

Réf.	Nom du Client	État	Date d'Ajout	Total	Action
173	xx xx	En Attente	18/10/2013	82,95\$	[Modifier]
170	al dd	En Attente	13/08/2013	344,93\$	[Modifier]

Il est primordial de visiter régulièrement cet écran, c'est votre comptoir-caisse virtuel. Les inscriptions qui s'y retrouvent sont des clients qui ont payé leurs produits et qui ont hâte de les recevoir!

L'idéal serait que vous ayez en tout temps, à côté de la caisse de votre magasin, un ordinateur portable ouvert sur votre tableau de bord. En «rafraîchissant» régulièrement la page du tableau de bord, vous pourrez récolter toutes nouvelles commandes en temps réel pour ensuite pouvoir les traiter et les expédier rapidement.

Toutes les commandes qui entrent dans votre boutique sont répertoriées sous l'onglet **Ventes et marketing** > **Commandes** où vous pouvez les chercher par numéro de commande, nom du client, date, total ou selon son état.

boutique en ligne **votresite.ca** | zone ADMINISTRATION Vous êtes connecté en tant qu'administrateur

Tableau de bord | Catalogue | Gestion des fonctions | **Ventes et marketing** | Configuration | Rapports | Aide | Boutique | Déconnexion

Accueil :: Commandes

Commandes

- Commandes
- Clients
- Groupes clients
- Coupons de réduction
- Infolettre et courriel

N° de commande	Nom du client	État	Ajouté le :	Total	Action
173	xxxx	En Attente	18/10/2013	82,95\$	[Modifier]
170	al dd	En Attente	13/08/2013	344,93\$	[Modifier]

Factures | Supprimer

Filtrer

9.2 Rapports

boutique en ligne **votresite.ca** | zone ADMINISTRATION Vous êtes connecté en tant qu'administrateur

Tableau de bord | Catalogue | Gestion des fonctions | Ventes et marketing | Configuration | **Rapports** | Aide | Boutique | Déconnexion

Accueil :: Rapport sur les ventes

Rapport sur les ventes

- Ventes
- Produits + consultés
- Produits achetés

Sous l'onglet **Rapports**, vous trouvez les listes détaillées de l'ensemble de vos **ventes**, des **produits les plus consultés** et des **produits** achetés de votre boutique.

Rapport sur les ventes

Date de début	Date de fin	Nombre de commandes	Total
---------------	-------------	---------------------	-------

À l'onglet **Rapports > Ventes**, vous pouvez consulter vos ventes pour la période de votre choix en sélectionnant une **Date de début** et une **Date de fin**. Vous pouvez regrouper vos ventes par année, mois, semaine ou jour et/ou en fonction de leur **État** (En Attente, En Cours, Terminée, etc.).

Une fois que vous avez choisi vos options, cliquez sur **Filtrer**.

Produits les plus consultés

Nom du produit	Modèle	Nombre de consultations	Pourcentage
Sonnette fantaisiste pour vélo	WS-65	157	13.42%

Ce rapport vous permet de voir combien de fois vos produits ont été consultés (**Nombre de consultations**) et dans quelles proportions (**Pourcentage**).

Produits les plus achetés

Nom du produit	Modèle	Quantité	Total
51-Exemple de produit	ModÃle XYZ	1	58,00\$

Vous pouvez voir le **Nom**, la **Marque** et la **Quantité** de chaque produit acheté sur votre boutique en ligne ainsi que la valeur totale (\$) des ventes pour chaque produit.

Exporter vos rapports dans un fichier Excel

Vous pouvez exporter facilement des rapports de votre boutique en ligne vers un fichier Excel si vous en avez besoin pour votre administration ou pour toute autre raison.

Que vous vouliez exporter un rapport de ventes, un rapport des produits les plus consultés ou un rapport des produits achetés, la procédure est la même.

Pour savoir comment faire, consultez la chronique [Exporter les rapports de votre boutique en ligne dans un fichier Excel](#).

9.3 Traiter une commande

Une fois à l'intérieur d'une commande, validez les informations de tous les onglets **Commandes**, **Produits**, **Adresse de livraison**, **Adresse de facturation** et **Informations et commentaires** SANS générer la facture tout de suite.

N° de commande :	#163
N° de facture :	FAC20
Client :	johanne gagnon
Groupe client :	Web
Courriel :	johann.gagnon@gmail.ca
Téléphone :	222-222-2222
Fax :	333-333-333
Nom de la boutique :	Boutique D'À MO Votresite.ca
Uri de la boutique :	http://votresite.ca/boutique/
Date d'ajout :	12/06/2013
Mode de livraison :	Taux fixe
Mode de paiement :	Chèque - Mandat poste
Total de la commande :	162,11\$
État de la commande :	En Attente

Assurez-vous que les informations concernant la commande, le/les produit(s) acheté(s), l'adresse de livraison, l'adresse de facturation ainsi que les commentaires soient complets. En cas de doute, on vous conseille de ne pas hésiter à communiquer avec le client par téléphone ou par courriel.

Valider le paiement

Prenez soin de valider que le paiement ait bel et bien été fait avant de livrer la marchandise en consultant le terminal virtuel de Desjardins ou PayPal selon le mode de paiement choisi par le client.

- **Indications concernant Desjardins:** prenez le temps de faire le tour de votre compte en ligne, il y a des options pour paramétrer la sécurité. Exemple: reconnaître qu'un internaute achète trop de choses en peu de temps, ce qui constitue un comportement suspect.
- **Indications concernant PayPal:** assurez-vous que le paiement a bel et bien été reçu avant de livrer le produit. Demandez au service client PayPal après combien de temps le client **ne peut pas** renverser son paiement pour que vous soyez en mesure d'identifier un fraudeur potentiel qui commande et annule son paiement **après** votre envoi.

Paypal et Desjardins sont VOS partenaires en affaires. N'hésitez pas à les appeler pour poser vos questions. Ils sauront vous guider dans la réduction des fraudes et l'utilisation avancée de leurs outils.

Changer le statut de la commande

Une fois que tout est en règle et que vous êtes prêt à livrer la commande, vous pouvez en modifier le statut sous l'onglet **Informations et commentaires** au champ **État de la commande**.

The screenshot shows a web interface for managing orders. On the left is a sidebar with tabs: 'Commandes', 'Produits', 'Adresse de livraison', 'Adresse de facturation', and 'Informations et commentaires' (which is highlighted with a red box). The main area displays order details for an order added on 12/06/2013, currently in 'En Attente' status, with the client notified. A 'Commentaire' section contains instructions for payment and shipping. Below this, the 'État de la commande' dropdown menu is open, showing a list of status options. The 'En Cours' option is selected and highlighted in blue. Other options include 'Annulée', 'Echouée', 'En Attente', 'Envoyée', 'Refusée', 'Rejetée', 'Remboursée', 'Retour', 'Retournée', and 'Terminée'. At the bottom right, there is a blue button labeled 'Mise à jour de la commande' (highlighted with a red box).

Selon les entreprises, chacun utilise à sa façon les différents états comme **En cours**, **Envoyée** ou **Terminée**. Sachez simplement que ces statuts s'affichent dans le profil du client et l'aident à savoir où en est le traitement de sa commande. De plus, en utilisant les bons états, vous vous aidez dans la gestion de votre boutique.

Statuts suggérés:

- **En attente:** par défaut, lorsque l'internaute achète dans la boutique.
- **En cours:** après que vous ayez validé la commande et avant de la poster.
- **Envoyée:** quand le produit est posté.
- **Terminée:** quand vous avez reçu votre confirmation de réception.

C'est également à l'onglet **Informations et commentaires** que vous pouvez insérer un message destiné au client dans le champ **Commentaires**.

Une fois la commande validée, son état modifié et vos commentaires ajoutés, cliquez sur le bouton bleu **Mise à jour de la commande** en bas à droite.

Générer la facture

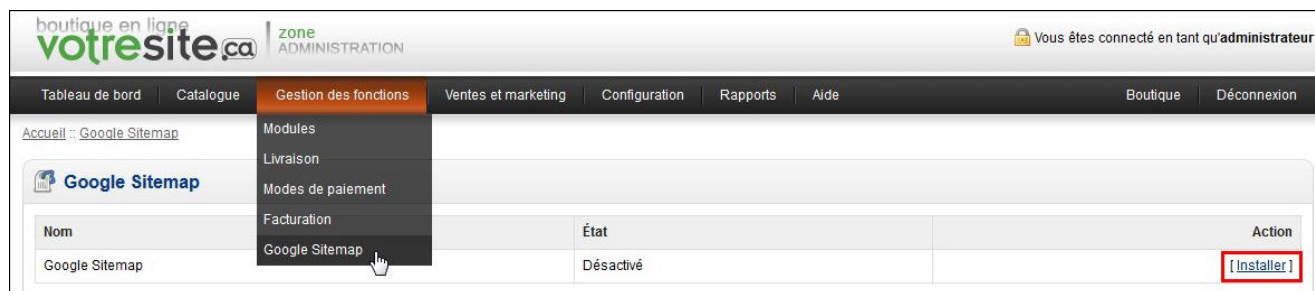
Pour transformer la commande en facture, vous n'avez qu'à cliquer sur le bouton bleu **Facture** en haut à droite de la fiche de la commande. La facture s'ouvrira dans un nouvel onglet de votre navigateur et vous pourrez l'imprimer pour votre envoi, vos dossiers et vous aider à faire votre étiquette d'expédition.

Une fois créée, la facture s'affichera automatiquement dans le compte du client qui pourra la consulter dans votre boutique en ligne et l'imprimer à sa guise. Ainsi, vous pourrez lui indiquer où elle se trouve s'il vous la demande.

Vous pouvez sortir une facture de n'importe laquelle des commandes répertoriées dans votre boutique à partir de l'onglet **Ventes et marketing > Commandes**. Cochez la case à gauche de la commande de votre choix et cliquez sur le bouton bleu **Factures** en haut à droite.

Quand votre boutique est terminée et prête à mettre en ligne...

Il vous reste une dernière fonction essentielle à activer. Allez à l'onglet **Gestion des fonctions > Google Sitemap**. Vis-à-vis le champ **Google Sitemap**, cliquez sur **Installer**, puis sur **Modifier**.



Nom	État	Action
Google Sitemap	Désactivé	[Installer]

Au champ **État**, sélectionnez **Activé** et cliquez sur le bouton bleu **Sauvegarder** en haut à droite.

Ce faisant, le système crée automatiquement un flux de contenus pour Google. Ces informations aideront le moteur de recherche à comprendre la structure de votre boutique et son contenu. Ceci est primordial pour l'indexation de votre boutique!

Testez votre boutique!

Avant de mettre votre boutique en ligne et d'en faire la promotion:

- Naviguez dans vos différents produits et faites l'achat de l'un d'eux.
- Faites de réelles transactions et assurez-vous que tout fonctionne, que le paiement se dépose bien dans votre compte Desjardins ou PayPal, que vous recevez bien la facture dans votre outil de gestion de boutique et que vous êtes à l'aise avec la gestion des ventes.

⚠ Un truc: créez un produit à 25¢ et achetez-le pour vrai!

10. Personnaliser la configuration de votre boutique

10.1 Créer des utilisateurs

Il est possible de créer des utilisateurs afin d'accorder à certaines personnes de votre entreprise des permissions pour qu'elles puissent gérer et/ou modifier certaines fonctions de votre boutique.

Pour créer un utilisateur, on doit l'associer à un groupe ayant différentes permissions. Il faut donc créer les groupes et indiquer leurs permissions AVANT de créer les profils utilisateurs.

En créant vos groupes d'utilisateurs, vous répartissez les tâches et les responsabilités dans la gestion de votre boutique en ligne.

Par exemple, vous pouvez composer un groupe chargé de créer et de mettre à jour les fiches de produit, puis un autre groupe ayant accès aux données financières réservé à vous et votre comptable.

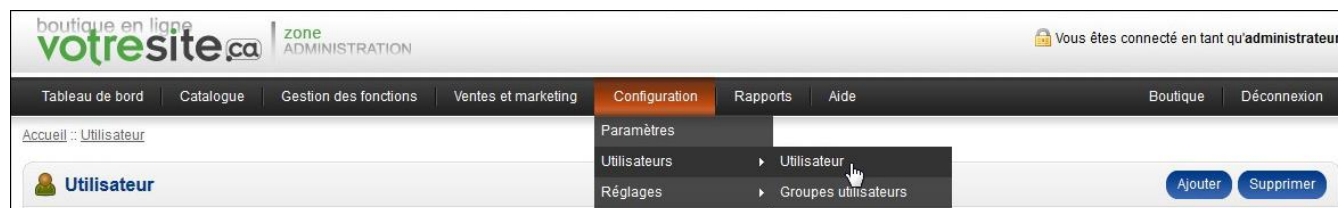
Pour créer un groupe d'utilisateurs, rendez-vous à l'onglet **Configuration > Utilisateurs > Groupes utilisateurs**, cliquez sur le bouton **Ajouter**.



* Nom du Groupe Utilisateurs	Donnez un nom au groupe en fonction du rôle qu'il aura dans la gestion de la boutique.
Droits en lecture	<p>Les Droits en lecture permettent aux utilisateurs du groupe de consulter les sections sélectionnées sans pouvoir les modifier.</p> <p>Cochez les sections de votre boutique que vous autorisez à être vues par les utilisateurs qui feront partie du groupe que vous êtes en train de créer.</p>
Droits en écriture	<p>Les Droits en écriture permettent aux utilisateurs du groupe de modifier le contenu des sections sélectionnées.</p> <p>Cochez les sections de votre boutique que vous autorisez à être modifiées par les utilisateurs qui feront partie du groupe que vous créez.</p>
<p>✓ Cliquez sur Sauvegarder pour enregistrer les informations!</p> <p>✓ Le champ marqué d'un * est obligatoire pour enregistrer la fiche.</p>	

Créer un utilisateur et l'associer à un groupe

Pour créer un profil d'utilisateur et lui accorder des permissions en fonction du groupe auquel il appartient, rendez-vous à l'onglet **Configuration > Utilisateurs > Utilisateur** et cliquez sur le bouton **Ajouter**.



* Nom d'utilisateur	À compléter.
* Prénom	À compléter.
* Nom	À compléter.
Courriel	À compléter.
Groupe d'utilisateurs	Associez la personne à un des groupes d'utilisateurs que vous avez créés. Ainsi, l'utilisateur assigné à un groupe aura exclusivement accès aux

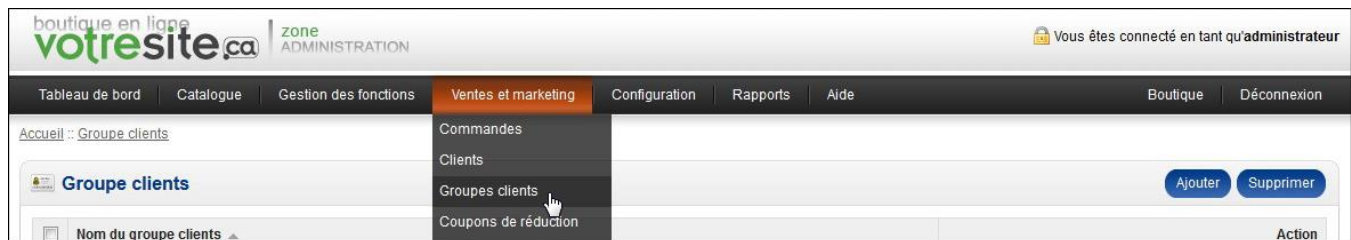
	sections permises dans ce groupe quand il sera dans l'outil d'administration de votre boutique.
Mot de passe	Nécessaire pour que personne d'autre que vous ne puisse modifier le profil.
Confirmation	Entrez à nouveau le mot de passe.
État	Sélectionnez Activé pour que le profil soit actif.
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cliquez sur Sauvegarder pour enregistrer les informations! ✓ Les champs marqués d'un * sont obligatoires pour enregistrer la fiche. 	

10.2 Créer un groupe clients

L'outil permet de créer et gérer des groupes clients. Une fois qu'un groupe est créé, on peut lui accorder des avantages.

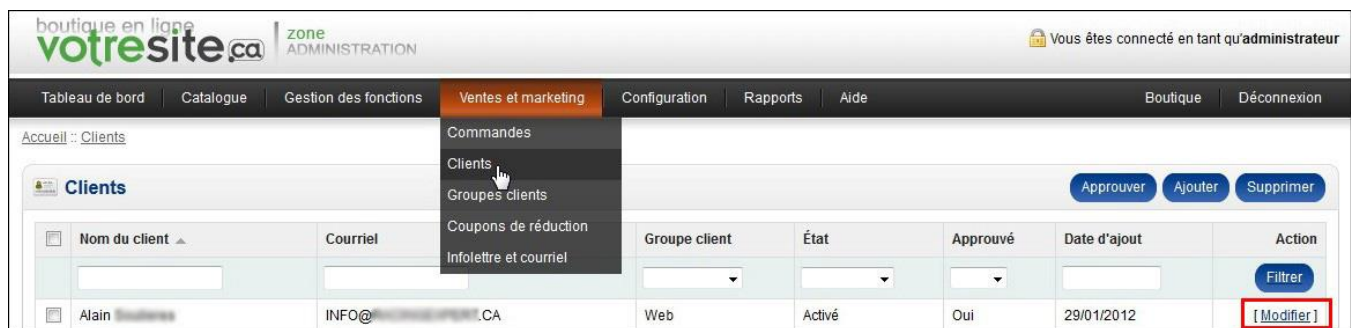
Il est donc possible, entre autres, de faire de la vente en gros et de la vente au détail avec la même boutique en ligne, sans que les clients d'un groupe puissent voir les prix accordés aux clients d'un autre groupe.

Il est aussi possible d'accorder des avantages, comme des rabais, à des clients privilégiés.



Pour créer un groupe clients, rien de plus simple! Allez à l'onglet **Ventes et marketing > Groupes clients**, cliquez sur le bouton **Ajouter** et donnez un nom à votre groupe. C'est tout.

Associer un client à un groupe



Pour associer un client à un groupe de clients, il faut d'abord qu'il ait un compte dans votre boutique. Rendez-vous ensuite dans sa fiche à l'onglet **Ventes et marketing > Clients** et cliquez sur **Modifier** à la ligne du client concerné.

Une fois dans sa fiche, sélectionnez le groupe auquel vous voulez le relier au champ **Groupe clients**, puis cliquez sur le bouton **Sauvegarder**.

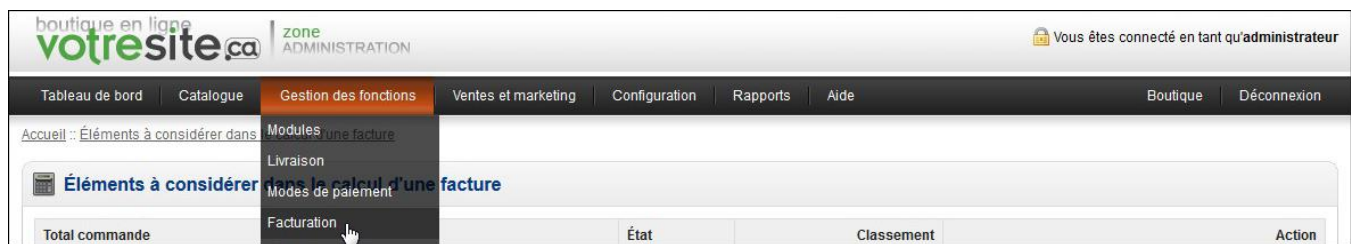
Si vous créez un groupe «privilège», vous pouvez suggérer au client de s'y inscrire pour en faire partie. Créez alors un formulaire d'inscription sur votre site Web, lequel contiendra les bonnes demandes d'informations vous permettant d'évaluer la candidature du client.

Si vous l'acceptez, il ne vous restera qu'à lui créer vous-même un compte en cliquant sur l'onglet **Connexion** de votre boutique en ligne, avec son adresse courriel et en lui choisissant un mot de passe au hasard. Vous pouvez ensuite l'ajouter à son groupe «privilège».

Enfin, envoyez-lui un courriel avec son nom d'utilisateur et son mot de passe pour qu'il accède à votre boutique en lui spécifiant qu'il pourra changer son mot de passe une fois branché dans son compte.

Vous pourriez aussi demander aux gens de s'inscrire eux-mêmes et vous n'auriez qu'à modifier leur fiche pour les jumeler à un groupe de clients.

10.3 Personnaliser la facturation



La section **Gestion des fonctions** > **Facturation** permet de choisir les éléments qui seront considérés dans le calcul de vos factures.

Pour chaque bloc que vous voulez inclure dans le calcul de vos factures, vous devez cliquer sur **Installer**, puis sur **Modifier** pour en régler les options.

Coupons de réduction ou cartes-cadeaux

Activez ou désactivez la possibilité d'entrer un code pour obtenir une réduction ou entrer une carte-cadeau. Pour créer des coupons de réduction ou cartes-cadeaux, voir la **partie 7.3: Coupons de réduction**.

État	Sélectionnez Activé pour que le bloc soit actif dans le calcul de la facture.
Classement	Le Classement détermine l'ordre des éléments entre eux dans le calcul, 1 étant tout en haut et 2 signifiant sous l'élément 1.
✓ Cliquez sur Sauvegarder pour enregistrer les informations!	

Frais de manutention

Il s'agit de frais que vous pourriez charger pour l'emballage et la préparation des commandes.

⚠ Remarque: les internautes n'aiment déjà pas payer de frais de livraison. Ils risquent de fuir en cas de frais de manutention! N'oubliez pas qu'il est facile pour le consommateur de comparer les prix. Soyez compétitif!

⚠ Conseil: oubliez les frais de manutention. À la limite, mieux vaut majorer le prix du produit. Après tout, chargez-vous vos clients en magasin pour avoir préparé et emballé leurs produits dans un sac?

Total de la commande	Montant à partir duquel vous chargez des frais de manutention.
Frais	Montant de vos frais de manutention.
Classe de taxe	Il y a de la taxe sur les frais liés à la livraison. Vous devez donc sélectionner Biens Taxables Canada .
État	Sélectionnez Activé pour que le bloc soit actif dans le calcul de la facture.
Classement	Le Classement détermine l'ordre des éléments entre eux dans le calcul, 1 étant tout en haut et 2 signifiant sous l'élément 1.
✓ Cliquez sur Sauvegarder pour enregistrer les informations!	

Frais sur petite commande

Vous pouvez charger un léger supplément pour les commandes en-deçà d'un certain coût.

⚠ Remarque: comme les frais de manutention et autres frais en sus, les frais sur petite commande peuvent être mal perçus par le client et être un frein à l'achat.

Si vous tenez à charger de tels frais, atténuez ses effets par une promotion positive qui incitera le client à passer une commande plus importante. Exemple: «*Commandez plus de 10\$ et obtenez 2\$ de rabais sur votre livraison!*»

Total de la commande	Montant au-delà duquel les frais sur petite commande ne sont plus chargés.
Frais	Montant de vos frais sur petite commande.
Classe de taxe	Il y a de la taxe sur les frais liés à la livraison. Vous devez donc sélectionner Biens Taxables Canada .
État	Sélectionnez Activé pour que le bloc soit actif dans le calcul de la facture.
Classement	Le Classement détermine l'ordre des éléments entre eux dans le calcul, 1 étant tout en haut et 2 signifiant sous l'élément 1.
✓ Cliquez sur Sauvegarder pour enregistrer les informations!	

Livraison

État	Gardez ce bloc Activé pour que le calcul des frais de livraison soit intégré à la facture.
Classement	Le Classement détermine l'ordre des éléments entre eux dans le calcul, 1 étant tout en haut et 2 signifiant sous l'élément 1.
✓ Cliquez sur Sauvegarder pour enregistrer les informations!	

Sous-total

État	Gardez ce bloc Activé pour qu'il soit actif dans le calcul de la facture.
Classement	Le Classement détermine l'ordre des éléments entre eux dans le calcul, 1 étant tout en haut et 2 signifiant sous l'élément 1.
✓ Cliquez sur Sauvegarder pour enregistrer les informations!	

Taxes

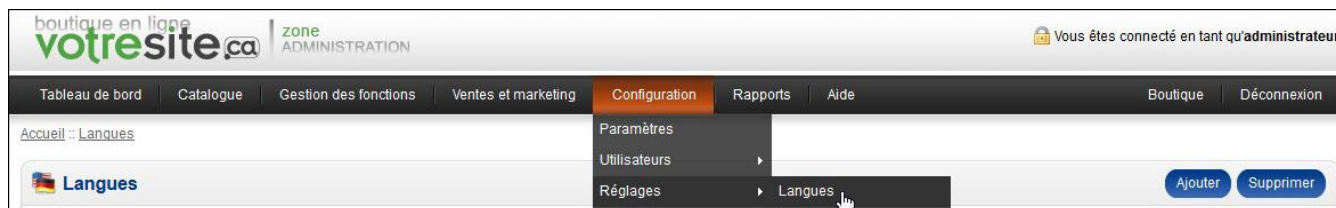
État	Il est important de garder ce bloc Activé , sinon le calcul des taxes ne se fera pas et le client ne paiera pas de taxes!
Classement	Le Classement détermine l'ordre des éléments entre eux dans le calcul, 1 étant tout en haut et 2 signifiant sous l'élément 1.
✓ Cliquez sur Sauvegarder pour enregistrer les informations!	

Total

Affiche le total de la facture.

État	Sélectionnez Activé pour que le bloc soit actif dans le calcul de la facture.
Classement	Le Classement détermine l'ordre des éléments entre eux dans le calcul, 1 étant tout en haut et 2 signifiant sous l'élément 1.
✓ Cliquez sur Sauvegarder pour enregistrer les informations!	

10.4 Configuration > Réglages > Langues



Par défaut, les options de langues **Français** et **English** sont installées et activées dans le système, ce qui vous permet de créer votre boutique en ligne dans les deux langues.

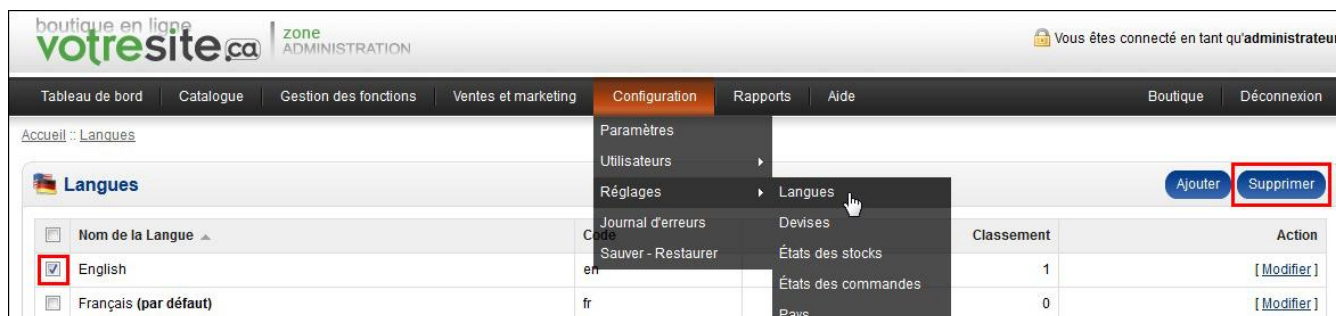
En conséquence, les onglets **Français** et **English** apparaissent dans plusieurs sections de l'outil d'administration de votre boutique, ce qui vous oblige à remplir tous les champs marqués d'un * dans l'onglet **English** pour que vos données s'enregistrent, même celles en français.



Si vous voulez une boutique uniquement en français

Vous pouvez gagner du temps en supprimant l'option **English**:

- Allez à l'onglet **Configuration > Réglages > Langues**.
- Cochez la case à gauche de **English**.
- Cliquez sur le bouton bleu **Supprimer** en haut à droite.



⚠ Important: en supprimant l'option **English**, vous ne pouvez plus offrir votre boutique en anglais aux internautes. Si vous changez d'idée, il est possible de réinstaller l'option en contactant notre service client.

Si vous voulez une boutique bilingue

Si vous avez l'intention d'offrir éventuellement votre boutique en français et en anglais, gardez la programmation par défaut du système et **ne supprimez pas** l'option **English**.

Vous pouvez désactiver l'option **English** pour que les internautes ne puissent pas consulter votre boutique en anglais. Vous n'avez qu'à aller à l'onglet **Configuration > Réglages > Langues**, cliquer sur **Modifier** à la ligne **English**, sélectionner **Désactivé** au champ **État** et cliquer sur **Sauvegarder**.

⚠ Important: en désactivant l'option **English**, vous devrez quand même absolument remplir tous les champs marqués d'un * de l'onglet **English** dans les sections qui l'exigent dans l'outil d'administration pour que vos données s'enregistrent, même celles en français.

Si vous gardez l'option **English** activée, assurez-vous que **l'ensemble des informations de vos fiches de produits soient complétées** (pas seulement les champs marqués d'un *), car les internautes pourront consulter votre boutique en anglais tout comme en français.

Langue par défaut

La langue principale de la boutique est Français (**par défaut**), mais vous pouvez la modifier dans la **partie 1.4: Configuration > Paramètres > Localisation**.

10.5 Configuration > Réglages > Devises



La devise principale de la boutique est Dollar canadien (**par défaut**), mais vous pouvez la modifier dans la **partie 1.4: Configuration > Paramètres > Localisation**.

Les autres devises activées dans le système sont l'euro, la livre sterling et le dollar américain. Cela fait en sorte que le client européen, anglais ou américain verra les prix de votre boutique dans sa monnaie, et ce, convertis au taux des marchés du jour. Le système met automatiquement à jour les valeurs des devises en se basant sur les taux du jour par Internet.

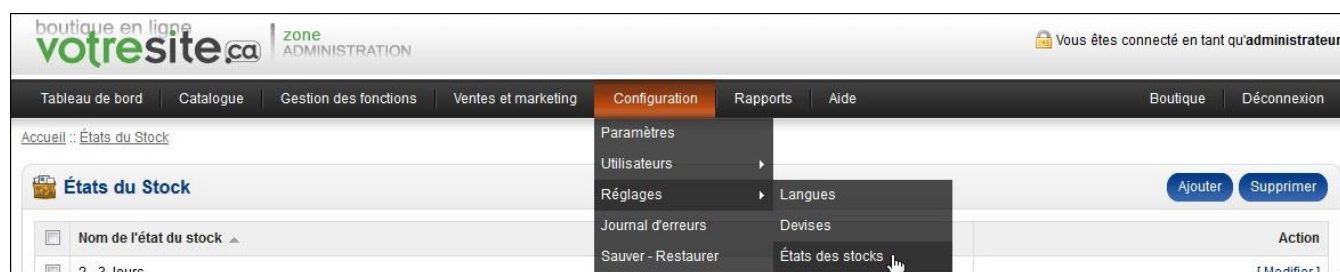
Si vous ne visez que le marché local, vous pouvez désactiver les autres en allant à l'onglet **Configuration > Réglages > Devises**, en cliquant sur **Modifier** vis-à-vis les monnaies de votre choix et en sélectionnant **Désactivé** au champ **État**. Vous n'avez pas à vous préoccuper des autres champs qui seront déjà adéquatement remplis si vous décidez de réactiver plus tard une devise désactivée.

Si vous pensez avoir des clients de l'extérieur, cette fonction aide grandement vos ventes, car elle évite à vos clients de calculer le solde et donne une allure internationale à votre boutique.

Les devises activées doivent correspondre à celles de votre passerelle de paiement en ligne. Par exemple: pour utiliser la solution de paiement en ligne Desjardins, le dollar canadien doit être activé.

Si vous avez un compte PayPal acceptant les devises américaines, celles-ci doivent être activées dans votre boutique pour permettre les transactions.

10.6 Configuration > Réglages > États des stocks



Les statuts d'états des stocks activés dans le système sont:

- **2 – 3 Jours**
- **En Stock**
- **Rupture de Stock**
- **Sur Commande**

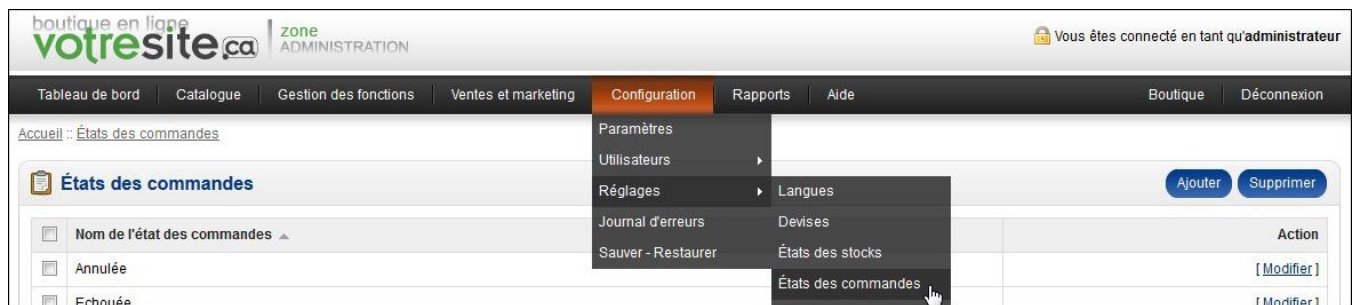
Vous pouvez créer vos propres états des stocks personnalisés:

- Allez à l'onglet **Configuration > Réglages > États des stocks**.
- Cliquez sur le bouton **Ajouter**, puis donnez le nom de votre choix à votre nouvel état de stocks.

Vous pouvez aussi **Modifier** ou **Supprimer** ceux existants.

Le statut par défaut, soit celui qui est affiché en cas de rupture de stock, est celui que vous avez déterminé dans la **partie 1.5: Configuration > Paramètres > Gestion des options** et vous pouvez le modifier à cet endroit.

10.7 Configuration > Réglages > États des commandes



The screenshot shows the administration interface for 'votresite.ca'. The user is logged in as 'administrateur'. The navigation menu includes 'Tableau de bord', 'Catalogue', 'Gestion des fonctions', 'Ventes et marketing', 'Configuration', 'Rapports', and 'Aide'. The 'Configuration' menu is expanded, showing options like 'Paramètres', 'Utilisateurs', 'Réglages', 'Journal d'erreurs', and 'Sauver - Restaurer'. The 'Réglages' sub-menu is also expanded, showing 'Langues', 'Devises', 'États des stocks', and 'États des commandes'. The 'États des commandes' page is active, displaying a table with columns for 'Nom de l'état des commandes' and 'Action'. Existing states include 'Annulée' and 'Echouée'. There are 'Ajouter' and 'Supprimer' buttons at the top right of the table.

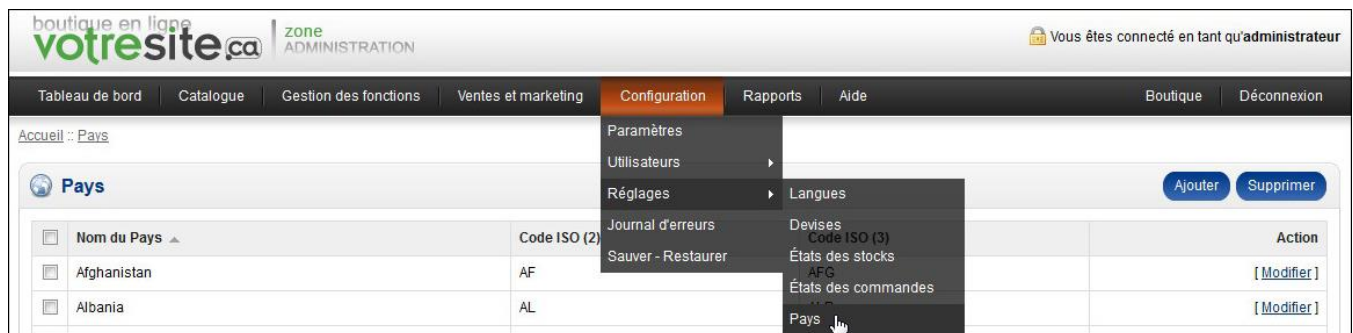
Vous pouvez créer vos propres états des commandes personnalisés:

- Allez à l'onglet **Configuration > Réglages > États des commandes**.
- Cliquez sur le bouton **Ajouter**, puis donnez le nom de votre choix à votre nouvel état des commandes.

Vous pouvez aussi **Modifier** ou **Supprimer** ceux existants.

Le statut par défaut, soit celui qui est affiché au moment où l'internaute achète dans votre boutique, est celui que vous avez déterminé dans la **partie 1.5: Configuration > Paramètres > Gestion des options** et vous pouvez le modifier à cet endroit.

10.8 Configuration > Réglages > Pays



The screenshot shows the administration interface for 'votresite.ca'. The user is logged in as 'administrateur'. The navigation menu is the same as in the previous screenshot. The 'Configuration' menu is expanded, and the 'Pays' option is highlighted. The 'Pays' page is active, displaying a table with columns for 'Nom du Pays', 'Code ISO (2)', and 'Action'. Existing countries include 'Afghanistan' (AF) and 'Albania' (AL). There are 'Ajouter' and 'Supprimer' buttons at the top right of the table.

Cette section sert à la gestion des taxes en fonction du pays où est hébergée votre boutique.

Le pays de votre boutique est Canada (**par défaut**) dans la **partie 1.4: Configuration > Paramètres > Localisation**.

⚠ Les entreprises canadiennes doivent impérativement conserver cette configuration, car le calcul des taxes canadiennes est préprogrammé!

10.9 Configuration > Réglages > Zones

Pays	Nom de la zone	Code de la zone	Action
Afghanistan	Badakhshan	BDS	[Modifier]
Afghanistan	Badghis	BDG	[Modifier]
Afghanistan	Baghlan	BGL	[Modifier]

Cette section sert à la gestion des taxes en fonction de la zone du pays où est hébergée votre boutique. La zone de votre boutique est Canada/Québec (**par défaut**).

⚠ Les entreprises québécoises doivent impérativement conserver cette configuration, car le calcul des taxes canadiennes et québécoises est préprogrammé!

10.10 Configuration > Réglages > Zones géographiques

Nom de la zone géographique	Description	Action
Canada - Alberta	Alberta	[Modifier]
Canada - Colombie-Britannique	Colombie-Britannique	[Modifier]
Canada - Manitoba	Manitoba	[Modifier]
Canada - Nouveau-Brunswick	Nouveau-Brunswick	[Modifier]

Les zones géographiques servent à gérer les taxes, le paiement et la livraison en fonction des territoires.

Vous pouvez ajouter vos propres zones géographiques personnalisées en allant à l'onglet **Configuration > Réglages > Zones géographiques**.

Cliquez sur le bouton Ajouter .	
* Nom de la zone géographique	Donnez un nom à votre nouvelle zone géographique. Exemple: États-Unis

* Description	Donnez une description pour préciser votre nouvelle zone géographique. Exemple: New York
Cliquez sur le bouton Ajouter une zone géographique .	
Pays	Sélectionnez votre nouvelle zone géographique dans la liste déroulante. Exemple: United States
Zone	Sélectionnez la zone précise de votre nouvelle zone géographique dans la liste déroulante. Exemple: New York
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cliquez sur Sauvegarder pour enregistrer les informations! ✓ Les champs marqués d'un * sont obligatoires pour enregistrer la fiche. 	

⚠ Attention de ne pas modifier ou supprimer les zones géographiques existantes!

Elles ont été programmées en fonction des taxes canadiennes. Tout changement de votre part pourrait affecter le bon fonctionnement du calcul des taxes dans votre boutique.

Contactez le service client si votre situation demande des ajustements particuliers concernant les zones géographiques.

10.11 Configuration > Réglages > Classe des taxes

The screenshot shows the administration interface for 'boutique en ligne votresite.ca'. The user is logged in as an administrator. The navigation menu includes 'Tableau de bord', 'Catalogue', 'Gestion des fonctions', 'Ventes et marketing', 'Configuration', 'Rapports', and 'Aide'. The 'Configuration' menu is open, showing options like 'Paramètres', 'Utilisateurs', 'Réglages', 'Journal d'erreurs', and 'Sauver - Restaurer'. A sub-menu is also visible with options: 'Langues', 'Devises', 'États des stocks', 'États des commandes', 'Pays', 'Zones', 'Zones géographiques', and 'Classe des taxes', which is currently selected. The main content area shows the 'Type de Taxe' configuration page with a table containing one entry: 'Biens Taxables Canada'. There are 'Ajouter' and 'Supprimer' buttons at the top right of the table, and a 'Modifier' link for the existing entry.

C'est dans cette section que sont programmés les taux des taxes pour chacune des provinces canadiennes et territoires.

Les taux des taxes canadiennes sont automatiquement ajustés en fonction de l'évolution des taux en vigueur sans que vous fassiez quoi que ce soit.

⚠ Conservez cette configuration!

Si vous en ajoutez, supprimez ou les modifiez, vous n'aurez pas les mises à jour des taux de taxes et deviendrez responsable de la gestion de celles-ci dans votre boutique.

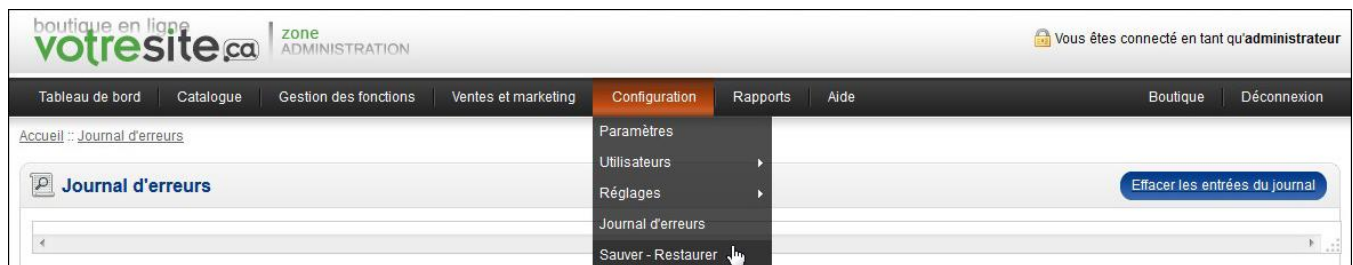
10.12 Configuration > Journal d'erreurs



Permet aux programmeurs de voir les erreurs du système.

⚠ Ne faites rien ici, les codes d'erreurs s'afficheront s'il y en a et serviront aux programmeurs.

10.13 Configuration > Sauver - Restaurer



Pour faire une sauvegarde, vous devez faire une sauvegarde de votre base de données à partir de l'outil de gestion de votre compte votresite.ca.

La restauration proposée ici ne doit être utilisée que si vous avez tout perdu. Une restauration ramène vos anciennes données (ex: l'inventaire ne sera plus le même, etc.).

Lisez la chronique [Sauvegarder votre compte \(faire un backup\): site, boutique, courriels, etc.](#) pour en savoir plus.