Backend eCom

Comment configurer — Parcours dans le backend web

- 1. Installation
  - Rôle et collaborateur eCom
  - Mise à disposition des données
- 2. Entretenir le marketing
  - Créer et positionner des conteneurs
  - Gérer les textes
  - Envoyer des visuels
  - Marquer les visuels comme générés par IA
- 3. Gérer les remises
  - Créer et analyser des bons d'achat
  - Créer des Remises exceptionnelles
- 4. Clients et notifications
  - Débloquer et gérer les enregistrements
  - Configurer les abonnements e-mail et gérer les modèles
- 5. Configuration supplémentaire
  - Développement du menu et gestion des motifs de contact
  - Activer le modèle de commande pour eCom
  - Gérer les valeurs des mandants pour eCom
  - Gérer la Configuration

1. Installation

Rôle et collaborateur eCom

Aperçu

Le système eCom nécessite un collaborateur dédié avec un rôle propre.

Ce rôle contrôle les fonctions offertes par la boutique — tout comme pour le client terrain.

Sans licence eCom, le point du menu principal **eCom** n'apparaît pas dans le backend web.

Procédure

1. Vérifier qu'une licence eCom est disponible.
2. Créer le collaborateur eCom sous *Configuration de base* > *Collaborateurs*.
3. Cocher la case **ECom obligatoire** pour ce collaborateur.
4. Créer un rôle et l'assigner au collaborateur eCom.
5. Attribuer les droits eCom pertinents dans ce rôle.

La case *ECom obligatoire*

Elle fait du collaborateur l'utilisateur sous lequel la boutique fonctionne. Sans elle, le système eCom ne reconnaît pas le collaborateur comme le sien — rôle et droits restent alors inefficaces, même si tout semble configuré.

> **Important :** La case ne doit être cochée que pour **un seul** collaborateur. Un second collaborateur eCom n'est pas prévu.

Droits à attribuer

Les droits eCom pertinents sont identifiables par le **symbole bleu du panier** à côté de l'entrée. Les droits sans ce symbole n'ont aucun effet sur la boutique.

Une liste complète avec l'effet respectif dans la boutique se trouve dans la description des fonctions à la page *Droits eCom en aperçu*.

> **Important :** Le rôle détermine l'**étendue des fonctions**, pas la question de savoir si une commande est autorisée. Un client avec accès peut toujours commander. Si un client ne doit pas pouvoir commander, il a besoin d'une **restriction au niveau client**. Il n'existe pas de droit correspondant dans le rôle, et il ne peut pas être défini dans le backend : il provient du **système ERP** et est fourni avec les données client.
>
> **Attention :** L'effet de la restriction dans la boutique est actuellement en cours d'examen. Il a été observé qu'un client restreint peut **envoyer** la commande et recevoir une confirmation sans qu'une commande soit créée. Ne comptez pas pour l'instant sur le fait qu'une restriction bloque proprement la boutique. Voir Finalisation de commande dans la description des fonctions.

Adresse e-mail du collaborateur

L'adresse e-mail enregistrée pour le collaborateur eCom a une signification particulière : **dans le système de test, tous les e-mails de la boutique sont envoyés à cette adresse**, pas au client. Cela concerne aussi l'e-mail avec le mot de passe visible lors d'une inscription.

L'adresse est gérée sous *Configuration de base > Collaborateurs*.

Mise à disposition des données

Aperçu

Les modifications de la configuration eCom ne prennent effet qu'après la mise à disposition des données.

Le système eCom récupère ensuite automatiquement les données mises à disposition — selon la configuration toutes les 15 ou 30 minutes.

Le processus est le même que pour un client normal.

Procédure

1. Modifier et enregistrer la configuration dans le back-end web.
2. Mettre les données à disposition.
3. Attendre que le système eCom ait récupéré les données.

Quand la case Visuels doit être cochée

Modification	Case Visuels
Configuration, Textes, Droits, Modèles de commande	pas nécessaire
Conteneur avec visuel nouveau ou modifié	**nécessaire**
Graphique de connexion ou logo du magasin	**nécessaire**

Sans cette case cochée, les visuels ne sont pas transférés, bien que le reste de la configuration soit reçu.

Cas d'erreur le plus fréquent

Un visuel envoyé n'apparaît pas dans la boutique. La cause est presque toujours l'une des deux suivantes :

- Après l'envoi, il n'a **pas été enregistré**. Un visuel envoyé se trouve d'abord uniquement dans le dossier temporaire ; ce n'est qu'en *enregistrant* qu'il est déplacé dans le dossier correct.
- La mise à disposition a été faite **sans cocher la case Visuels**.

2. Entretenir le marketing

Créer et positionner des conteneurs

Aperçu

Les conteneurs sont les espaces publicitaires de la boutique. Ils sont gérés sous *eCom \ Container*.

Un conteneur devient effectif en deux étapes : vous le créez, puis vous définissez comment la zone dans laquelle il apparaît est affichée.

Ce qu'est un conteneur, quels types de liens existent et quelles dimensions d'image s'appliquent sont décrits dans la fiche technique sur la page *Marketing-Container*.

Créer un conteneur

1. Ouvrir *eCom \ Container*. La liste affiche tous les conteneurs existants avec position, type, type de lien et statut. Cliquez sur **Neuen Container anlegen** pour en créer un nouveau, un clic sur une ligne ouvre un conteneur existant pour le modifier.
2. Choisir le **type de conteneur** : *Image*, *Image avec texte* ou *Texte avec image*. Voir ci-dessous.
3. Selon le type, ajouter une **Image** et un **Texte**. Si l'image a été créée par IA, cochez **Bild ist KI generiert** — voir Marquer les images comme générées par IA. Le texte peut être formaté via la barre d'outils du champ **Inhalt**. Les dimensions de l'image dépendent du mode d'affichage de la zone, voir ci-dessous.
4. Définir la **Priorität**. `1` apparaît en premier.
5. Si le conteneur doit apparaître uniquement pour certains clients, sélectionner une **Kundenliste**. Sans liste de clients, il apparaît pour tous.
6. Définir le **type de lien** et la cible correspondante.
7. Mettre le **Status** sur *Freigegeben* — seul ce statut rend le conteneur visible dans la boutique.
8. Enregistrer.
9. Fournir les données — **avec la case Images cochée**, sinon l'image manque dans la boutique.

Optionnellement, un **période d'affichage** peut être définie via **Von** et **Bis**, par exemple pour une action limitée dans le temps. Sans saisie, aucune limite ne s'applique.

Choisir le type de conteneur

Type	dans la zone flottante	dans le slider
Image	seulement l'image	seulement l'image
Image avec texte	Texte à droite de l'image	Texte en bas de l'image
Texte avec image	Texte à gauche de l'image	Texte en haut de l'image

Le champ **Inhalt** dispose d'une barre d'outils propre pour le formatage.

Lors du choix du type, considérez dans quel **Bereich** le conteneur apparaît : la même combinaison d'image et de texte est affichée côte à côte dans la zone flottante et superposée dans le slider. Un texte qui s'adapte à côté de l'image dans la zone flottante peut paraître différent au-dessus de l'image dans le slider.

Ajouter une image

Préparez l'image pour une **tuile flottante carrée de 900 × 900 pixels** — même pour les types avec texte. Une tuile avec texte est deux fois plus large, mais l'image reste de la même taille que dans une tuile sans texte. Vous n'avez donc pas besoin d'une image plus grande.

> **Attention :** Dans la zone flottante, l'image peut être **rognée à gauche et à droite**. Elle remplit la hauteur de la tuile, et si une tuile voisine contient beaucoup de texte, toute la rangée devient plus haute. Placez donc le motif **au centre** et laissez une marge latérale.

Règle générale : **des images plutôt larges pour le slider, carrées pour la zone flottante.**

Pour le **slider**, le format nécessaire dépend de l'activation du changement automatique :

Intervalle d'affichage	Taille d'image recommandée
`0` — pas de lecture automatique	au moins 630 pixels de haut, ratio entre environ 1:1 et 2,3:1, par exemple 945 × 630
plus grand que `0` — lecture automatique	1500 × 500 pixels (3:1)

Dans le slider, l'image **n'est pas rognée**. Si le ratio n'est pas adapté, l'image est ajustée plus petite et des bandes vides apparaissent — dans le slider en lecture automatique sur les côtés si l'image est trop haute, et en haut et en bas si elle est trop large. Un cadre plus grand ne résout pas cela, seul un ratio adapté convient.

> **Attention :** Si vous modifiez plus tard l'intervalle d'affichage, le format d'image nécessaire pour les conteneurs à cette position change aussi. Le tableau complet des dimensions se trouve dans la fiche technique sur la page *Marketing-Container*.

> **Attention :** Pour le type de Lien *Modèle de commande*, le modèle de commande choisi **et** les Articles qu'il contient doivent être activés pour eCom.
>
> Voir Activer le modèle de commande pour eCom.

Si un conteneur n'apparaît pas dans la boutique

Vérifiez dans cet ordre :

Vérifier	Contexte
Le **Status** est-il sur *Freigegeben* ?	Seul ce statut apparaît dans la boutique. *In Bearbeitung*, *Abgeschlossen* et *Gelöscht* restent invisibles.
Sommes-nous aujourd'hui dans la **période Von / Bis** ?	Les champs vides signifient aucune limite.
La **Kultur** correspond-elle à la langue du client ?	Dans une boutique multilingue, le conteneur doit être géré par langue.
Les données ont-elles été fournies **avec la case Images cochée** ?	Sans cette case, l'image manque.

Un conteneur qui ne doit plus être actif n'a donc pas besoin d'être supprimé — *Abgeschlossen* le retire de la boutique mais le conserve dans la liste.

Définir le mode d'affichage de la zone

1. Ouvrir *eCom \ Container*, sous-menu **Positionen**.
2. Pour **Art der Anzeige** à la position souhaitée — *Startseite oben* ou *Startseite unten* — choisir **Slider** ou **Float**.
3. Pour *Slider* : dans le champ **Anzeige Intervall**, définir si le changement est automatique. Voir ci-dessous.
4. Enregistrer et fournir les données.

Intervalle d'affichage

Ce champ apparaît uniquement pour *Slider*.

La valeur est saisie en **millisecondes** : `3000` correspond à trois secondes.

Valeur	Effet
`0`	Le slider ne change **pas** automatiquement. Plusieurs cartes sont affichées côte à côte, le client navigue avec les **flèches** gauche et droite.
plus grand que `0`	Le slider change automatiquement après ce temps. Une seule carte est **toujours visible**, avec une **barre de points** en dessous.

> **Attention :** Le temps s'applique **par image**, pas pour tout le cycle. Avec trois conteneurs et `3000`, chaque image reste trois secondes, un cycle dure neuf secondes.

Gardez à l'esprit lors de la définition : un intervalle court paraît agité, et un conteneur avec texte nécessite plus de temps pour être lu qu'une image seule.

Le changement s'arrête tant que le client survole le slider avec la souris ou l'a focalisé au **clavier**. S'il clique sur un point de la barre de points, le slider **s'arrête définitivement** sur cette image et ne redémarre pas automatiquement. Ne comptez donc pas sur le fait que chaque client verra tous les conteneurs — les contenus importants doivent être dans le premier conteneur ou dans la zone flottante.

Les deux positions sont librement attribuables : un slider en haut et une zone flottante en bas est la combinaison habituelle, mais l'inverse ou deux fois le même mode d'affichage est aussi possible.

Ordre de plusieurs conteneurs

Si plusieurs conteneurs se trouvent dans la même zone, la **Priorität** détermine l'ordre. Pour un slider, la boutique affiche alors des flèches et une navigation par points ; pour une zone flottante, les conteneurs sont empilés de gauche à droite.

Gérer les textes

Aperçu

Sous *eCom \ Texte*, vous gérez les textes que le client voit **dans la boutique** — textes juridiques, le message de cookies et les confirmations après une inscription.

> **Distinction :** Les textes des **e-mails** ne se trouvent pas ici, mais sous *Configuration de base \ Configuration \ Contenus e-mail*. Voir Configurer les abonnements e-mail et gérer les modèles.

Pour chaque bloc, vous pouvez soit enregistrer un **texte**, soit une **URL**. Si une URL est saisie, le texte n'est pas affiché, mais le lien est ouvert.

Les blocs de texte disponibles

La sélection se fait via le champ **Type** :

Bloc de texte	Où il apparaît dans la boutique
Mentions légales	Pied de page, toujours visible
Protection des données	Pied de page, toujours visible
CGV	Pied de page, uniquement si un contenu est enregistré
Cookies	Confirmation des cookies sur l'écran de connexion
Support Hotline	Pied de page, uniquement si un texte est enregistré
Newsletter	Pied de page, uniquement si un texte est enregistré
Pas encore d'accès Info	sous le lien *Pas encore d'accès ?*
Pas encore d'accès Confirmation	Message après l'envoi de la demande d'accès
Oublier le mot de passe Confirmation	Message après la demande d'un nouveau mot de passe
Réservation nouveau client Confirmation	Message après l'envoi du formulaire *Pas encore client ?*

Procédure

1. Ouvrir *eCom \ Texte*.
2. Dans le champ **Type**, choisir le bloc souhaité.
3. Saisir soit un texte **ou** une URL.
4. Enregistrer et mettre les données à disposition.

Les textes de confirmation sont vos textes

Quatre blocs déterminent ce que le client lit après une action : *Pas encore d'accès Confirmation*, *Oublier le mot de passe Confirmation*, *Réservation nouveau client Confirmation* et l'info sous *Pas encore d'accès*.

Les formulations citées dans la description du service sont l'**état de livraison**. Vous pouvez les remplacer entièrement par vos propres formulations — par exemple pour ajouter un numéro de téléphone pour une **Rückfrage**.

Quand une URL est plus judicieuse

> **Important :** *Protection des données* et *Mentions légales* apparaissent dans la boutique **toujours**, même sans contenu géré — le client arrive alors sur une page avec le texte de *Caractère de remplacement « Aucun contenu n'est actuellement enregistré pour ce domaine. »* Les deux sont des obligations et doivent être remplis avant la mise en ligne. Les **CGV** se comportent différemment : sans contenu, l'entrée n'apparaît pas du tout.

Pour **Mentions légales**, **Protection des données** et **CGV**, l'URL est avantageuse : en reliant les textes de votre page standard, vous n'avez à les gérer qu'à un seul endroit.

Pour **Support Hotline** et **Newsletter**, un texte est plus approprié. Ces deux éléments de menu n'apparaissent dans la boutique que si un texte est enregistré — sans texte, le menu est absent.

Bloc de texte « Pas encore d'accès Info »

Ce bloc est nécessaire si vous n'avez pas activé l'option *Pas encore client*. Alors, sur l'écran de connexion, seul *Pas encore d'accès ?* apparaît, et ce bloc remplit l'info correspondante — extensible avec des URLs.

Sans ce bloc, l'info reste vide.

Envoyer des visuels

Aperçu

Sous *eCom \ Bilder*, vous envoyez les deux graphiques fixes de la boutique :

- le **graphique sur la page de login**
- votre **logo pour la barre de menu**, qui apparaît après l'identification du client

Les dimensions requises figurent dans la description des prestations sur la page *Marketing-Container*.

Procédure

1. Ouvrir *eCom \ Bilder*.
2. Sélectionner le visuel et effectuer l'**Upload**.
3. **Enregistrer.** Cette étape est obligatoire — voir ci-dessous.
4. Mettre les données à disposition, **avec coche Visuels**.

Pourquoi trois étapes sont nécessaires

C'est le piège le plus fréquent :

Étape	Ce qui se passe
Upload	Le visuel se trouve dans le **dossier Temp**. Il n'est pas visible dans la boutique.
Enregistrer	Le visuel est déplacé dans le bon dossier.
Mettre à disposition avec coche **Visuels**	Le visuel est transféré dans la boutique.

Si l'une des deux dernières étapes est sautée, le visuel n'apparaît pas — bien que l'upload ait été une Réussite et que cela semble correct dans le backend.

Visuels créés avec IA

Si un visuel est marqué comme généré par IA, la boutique affiche au-dessus l'Info **AI GENERATED**. La coche **Visuel est généré par IA** est également disponible ici sous *eCom \ Bilder*, pas seulement dans le Conteneur. Voir Bilder als KI-generiert kennzeichnen.

Marquer les visuels comme générés par IA

Aperçu

À partir de la **version 19**, il est possible de marquer un visuel comme *créé par IA*. La boutique affiche alors automatiquement l'info **AI GENERATED** au-dessus du visuel.

Le marquage se fait avec la case à cocher **Visuel généré par IA** sous le visuel. Cette case se trouve à deux endroits : sous *eCom \ Conteneur* dans le conteneur individuel et sous *eCom \ Visuels* pour les graphiques fixes de la boutique.

L'apparence de l'info et les emplacements où elle apparaît sont décrits dans la fiche technique sur la page *Marketing-Conteneur*.

Procédure pour le conteneur

1. Ouvrir *eCom \ Conteneur* et modifier le conteneur.
2. Uploader le visuel via **Ajouter un fichier**, si ce n'est pas déjà fait.
3. Cocher la case **Visuel généré par IA** sous le visuel.
4. Enregistrer.
5. Mettre les données à disposition, **avec la case Visuels cochée**.

La case se trouve directement sous l'aperçu du visuel, entre **Upload du visuel** et **content**.

Procédure pour les graphiques fixes

Vous trouverez la même case sous *eCom \ Visuels* pour le graphique de login et le logo. La procédure est la même que pour l'upload — voir Uploader des visuels —, en cochant en plus la

case.

Le marquage s'applique toujours **par visuel**, pas une fois pour toute la boutique.

Si aucune info n'apparaît

Vérifiez	Contexte
La case est-elle cochée **et enregistrée** ?	Sans enregistrement, la modification reste dans le masque.
Les données ont-elles ensuite été mises à disposition **avec la case Visuels cochée** ?	Comme pour chaque visuel dans la boutique.
L'installation tourne-t-elle sur **version 19 ou plus récente** ?	Les versions plus anciennes ne connaissent pas ce marquage. La boutique affiche alors les visuels normalement, mais sans info.

Ce que cela signifie pour la sélection des visuels

L'info est placée **au-dessus** du visuel, dans le coin supérieur droit. Choisissez donc pour les visuels marqués un motif qui n'y porte rien d'important.

Voir Marketing-Conteneur dans la fiche technique.

3. Gérer les remises

Créer et analyser des bons d'achat

Aperçu

Les bons d'achat sont gérés sous *eCom \ Gestion bons d'achat*.

Un bon d'achat est enregistré dans la commande DeDeSales en tant que **Remise d'en-tête**. Les règles d'utilisation et l'effet dans la commande sont décrits dans la fiche technique à la page *Bons d'achat et Remise exceptionnelle*.

Créer un bon d'achat

1. Ouvrir *eCom \ Gestion bons d'achat* et Ajouter un bon d'achat.
2. Choisir la règle d'utilisation — unique, multiple, uniquement pour la première commande ou une fois par client.
3. Définir la valeur de la remise et indiquer si elle est calculée en **Pourcentage** ou en **valeur fixe**.
4. Déterminer si le bon d'achat est **combinable avec une Remise exceptionnelle**. Voir ci-dessous.
5. Limiter la période si nécessaire.
6. Enregistrer et mettre les Données à disposition.

Ce que vous définissez lors de la création

Outre le code et la remise, quatre champs déterminent pour qui et quand le bon d'achat est valable :

Champ	Effet

Depuis / Jusqu'au	Période de validité. En dehors, la boutique affiche *« Le bon d'achat a expiré ! »*
Valeur de commande minimale	Le bon d'achat s'applique uniquement à partir de cette valeur du Panier. `0` signifie aucune limite.
Type de sélection de client	restreint le groupe de Clients, par exemple *Tous les clients*
Utilisation	combien de fois le code peut être utilisé — unique, multiple, multiple uniquement pour la première commande ou multiple une fois par client

La remise est accordée **uniquement en Pourcentage** — le champ s'appelle *% de remise*.

Combinable avec une Remise exceptionnelle

Valeur	Comportement dans la boutique
Oui	Les deux remises sont additionnées ; la somme est prise comme Remise d'en-tête dans la commande.
Non	Le bon d'achat est refusé si la Remise exceptionnelle est supérieure à la remise du bon d'achat.

Pour **Non**, une comparaison est donc faite, pas une interdiction générale : si le bon d'achat est meilleur que la Remise exceptionnelle en cours, il est accepté. Ce n'est que si la Remise exceptionnelle est supérieure que la boutique refuse le bon d'achat — le client conserve alors la Remise exceptionnelle la plus avantageuse.

Pour que le client puisse utiliser le bon d'achat

De plus, la Configuration **Gutscheineingabe** sous *eCom \ Configuration* doit être activée. Elle active le champ de saisie dans le Panier.

> **Attention :** Les deux paramètres fonctionnent indépendamment. Sans la Configuration *Gutscheineingabe*, il n'y a pas de champ de saisie — le bon d'achat créé ne peut alors pas être utilisé, même s'il est valide.

Pour que la remise soit prise en compte dans le système ERP

> **Attention :** La Remise d'en-tête est prise en compte dans votre système ERP uniquement si votre interface ou votre connecteur la considère. Vérifiez également comment l'interface est définie : les montants fixes sont transmis différemment des valeurs en Pourcentage.

Analyser qui a utilisé un bon d'achat

1. Ouvrir *eCom \ Gestion bons d'achat*.
2. Sélectionner le bon d'achat souhaité.
3. Passer à l'onglet **bons d'achat générés** à gauche.
4. À droite, tous les bons d'achat utilisés apparaissent.

Créer des Remises exceptionnelles

Aperçu

Les Remises exceptionnelles sont gérées sous *eCom \ Remises exceptionnelles*.

Contrairement à un bon, une Remise exceptionnelle agit **automatiquement** — le client n'a rien à saisir. Elle s'applique à tous les clients et à tous les articles pendant la période indiquée.

Procédure

1. Ouvrir *eCom \ Remises exceptionnelles* et Ajouter une Remise exceptionnelle.
2. Définir la valeur de la Remise et la Période.
3. Enregistrer et mettre les Données à disposition.

Ce qu'il faut garder à l'esprit

- La Remise exceptionnelle ne peut **pas être limitée à certains Clients ou Articles.** Si vous souhaitez cela, vous avez besoin d'un bon avec Liste de clients ou d'un Modèle de commande.
- Elle est enregistrée comme une **Remise d'en-tête** dans la COMMANDE DeDeSales, tout comme un bon, et est soumise aux mêmes restrictions lors du transfert au système ERP.

Si un bon est utilisé en parallèle

Le comportement n'est pas contrôlé par la Remise exceptionnelle, mais par le **bon**. Pour chaque bon, il est défini s'il peut être combiné avec une Remise exceptionnelle :

Bon combinable	Comportement
Oui	Les deux remises sont additionnées ; le total est appliqué comme Remise d'en-tête dans la commande.
Non	Le bon est refusé si la Remise exceptionnelle est plus élevée.

Lorsque vous commencez une Remise exceptionnelle, vérifiez donc les bons en cours — c'est là que se décide si les remises s'additionnent.

4. Clients et notifications

Débloquer et gérer les enregistrements

Aperçu

Sous *eCom \ Kundenregistrierung*, vous gérez les accès de vos clients.

Le domaine comporte deux listes : **enregistrements ouverts** et **enregistrements terminés**.

Le fonctionnement du modèle d'accès et les e-mails déclenchés sont décrits dans la fiche de service sur la page *Zugangsmodell*.

Enregistrements ouverts

Voici les clients qui **n'ont pas pu être enregistrés automatiquement**, car il y avait des divergences lors de l'inscription par rapport aux données de base issues du système ERP.

Deux possibilités :

Action	Résultat
Débloquer le client quand même	Le client reçoit l'e-mail *Enregistrement - Nouveau mot de passe* et peut se connecter.
Supprimer l'enregistrement	L'entrée disparaît, le client n'a pas accès.

Une cause fréquente est une adresse e-mail manquante ou syntaxiquement incorrecte dans les données de base du client. Il est plus propre que de débloquer de **corriger l'adresse dans le système ERP**. Le client demande ensuite l'accès à nouveau.

Enregistrements terminés

Voici tous les clients enregistrés. Trois possibilités :

Action	Quand c'est utile
Modifier l'adresse e-mail	Le client n'a plus accès à son adresse enregistrée.
Réinitialiser le mot de passe	Le client ne peut pas se connecter et *Oublier le mot de passe* ne fonctionne pas.
Supprimer l'enregistrement	L'accès doit être retiré.

Particularités concernant les numéros client

> **Pas encore vérifié :** Les deux points suivants n'ont pas été contrôlés.

- Si vos numéros client contiennent des **lettres**, les noms sont affichés lors de l'enregistrement sans distinction entre majuscules et minuscules.
- Les numéros client enregistrés avec un **espace** apparaissent sans espace.

Les deux pourraient être une cause possible qu'une entrée semble manquer lors de la recherche.

Pour que vous soyez informé des demandes

L'abonnement e-mail **eCom - Kundenregistrierung** doit être configuré. Sans cet abonnement, vous ne saurez pas qu'un enregistrement est en attente ou qu'une adresse doit être corrigée dans le système ERP.

Configurer les abonnements e-mail et gérer les modèles

Aperçu

L'envoi d'e-mails de la boutique a deux leviers, et en cas de problème, c'est presque toujours l'un des deux qui en est la cause :

Levier	Emplacement	Contrôle
Abonnement	*Gestion \ E-mail abonnement*	**qui** reçoit un e-mail
Modèle	*Configuration de base \ Configuration \ Gérer les contenus e-mail*	**ce que** contient l'e-mail

Configurer les abonnements

Pour eCom, deux groupes d'abonnements sont pertinents, et c'est la distinction la plus importante dans ce chapitre.

Abonnements spécifiques à eCom

Ils portent le préfixe `eCom -` :

Type d'abonnement	L'abonné reçoit	Obligation
`eCom - Formulaire de contact`	Demandes issues du formulaire de contact	
`eCom - Enregistrement client`	Demandes de nouveaux clients et enregistrements avec divergence des données de base	
`eCom - Notification en cas d'échec d'export ERP`	Notification lorsqu'une commande boutique n'a pas pu être traitée sur le serveur	**oui**

Type d'abonnement	L'abonné reçoit	Obligation
`eCom - Création de commandes`	Notification des commandes issues de la boutique, avec liste des lignes dans le texte de l'e-mail	

Abonnements généraux valables aussi pour eCom

Ils ne portent **pas** de préfixe, car ils s'appliquent à la boutique **et** au fonctionnement normal. Les plus connus sont :

Type d'abonnement	Déclenché par la boutique lors de
`Envoi des commandes avec Excel`	chaque commande — ajoute un fichier Excel à l'e-mail de commande
`Modification des données clients`	un changement d'adresse via *Mon profil*

> **Attention :** Qui filtre la liste des abonnements par « eCom » ne voit que le premier groupe. Les abonnements généraux sont alors exclus — ainsi que deux notifications que la boutique déclenche effectivement. Parcourez donc la liste sans filtre lors de la configuration.

Voici comment configurer un abonnement :

1. Ouvrir *Gestion \ E-mail abonnement*.
2. Choisir le type d'abonnement et assigner les destinataires responsables.
3. Enregistrer.

> **Attention :** L'abonnement pour **l'échec d'export ERP** est obligatoire. Sans cet abonnement, personne ne remarque qu'une commande client n'est pas arrivée dans le système ERP.

Gérer les modèles

Sous *Configuration de base \ Configuration \ Gérer les contenus e-mail*, sélectionnez via le champ **Type** le modèle à modifier.

Pour eCom, les modèles pertinents sont :

Type de modèle
Formulaire de contact
Commande
Enregistrement - Nouveau mot de passe
Enregistrement - Email nouveau
Oublier le mot de passe
Réinitialiser le mot de passe
Enregistrement d'un nouveau client
Modifier l'e-mail

Quel processus déclenche quel e-mail

Ce tableau est l'outil pour la question « pourquoi aucun e-mail n'arrive » ou « pourquoi le texte est incorrect » :

> **Info :** L'abonnement *Modification des données clients* est issu de la fusion de deux anciens abonnements.

Processus dans la boutique	Modèle	Envoi via	Au client	Au service sédentaire
Pas encore client	Enregistrement d'un nouveau client	Abonnement *eCom - Enregistrement client*		x
Pas encore d'accès, données de base divergentes	Enregistrement - Email nouveau	Abonnement *eCom - Enregistrement client*		x
Pas encore d'accès, données de base correctes	Enregistrement - Nouveau mot de passe	Abonnement *eCom - Enregistrement client*	x	x
Accès activé manuellement	Enregistrement - Nouveau mot de passe	Abonnement *eCom - Enregistrement client*	x	x

Processus dans la boutique	Modèle	Envoi via	Au client	Au service sédentaire
Mot de passe oublié	Oublier le mot de passe	sans abonnement	x	
Clic sur le lien dans cet e-mail	Réinitialiser le mot de passe	sans abonnement	x	
Commande	Commande	Abonnement *eCom - Création de commandes*	x	x
Formulaire de contact	Formulaire de contact	Abonnement *eCom - Formulaire de contact*		x
Commande erronée	—	Abonnement *eCom - Notification en cas d'échec d'export ERP*		x
Modification d'adresse dans la boutique	pas de modèle	Abonnement *Modification d'adresse*		x
Changer le mot de passe dans la boutique	—	pas d'e-mail		
Changer l'adresse e-mail dans la boutique	Modifier l'e-mail	sans abonnement	x	

Fichier Excel pour l'e-mail de commande

L'e-mail de commande peut inclure en pièce jointe les lignes de commande sous forme de **fichier Excel**. Cela nécessite **deux** abonnements :

Abonnement	Effet
`eCom - Création de commandes`	L'e-mail de commande est envoyé, avec liste des lignes dans le texte.
`Envoi des commandes avec Excel`	Le fichier Excel est généré et attaché.

Sans le second abonnement, l'e-mail arrive **sans Excel**.

La structure du fichier Excel est **fixe** et ne peut pas être configurée.

`Envoi des commandes avec Excel` fait partie des abonnements généraux sans préfixe — voir ci-dessus.

Pour de nombreux services sédentaires, le fichier Excel est celui avec lequel ils travaillent réellement. Si quelqu'un signale que l'e-mail de commande est inutilisable, le premier réflexe est de vérifier l'absence du second abonnement.

Comportement dans le système de test

Dans le système de test, les e-mails **ne sont pas envoyés au client**, mais à l'adresse e-mail du collaborateur eCom définie dans *Configuration de base* \ *Collaborateurs*. Cela vaut aussi pour l'e-mail contenant le mot de passe visible.

À quelle adresse les e-mails clients sont envoyés

Le destinataire est toujours la **Adresse e-mail de l'utilisateur eCom**, c'est-à-dire celle de l'accès boutique — pas celle du fichier client. Si le client la modifie dans la boutique via *Modifier l'e-mail*, à partir de la confirmation tous les e-mails suivants sont envoyés à la nouvelle adresse. Les données de base ne sont pas modifiées.

Cela est confirmé pour *Oublier le mot de passe* et la *Confirmation de commande*.

> **Dans le système de test**, tous les e-mails sont envoyés à l'adresse du collaborateur eCom. Le texte indique alors *« Les destinataires de l'e-mail ont été modifiés dans le système de test ! Les destinataires originaux étaient : … »* — ce qui permet de lire le destinataire réel sans avoir besoin d'une seconde messagerie.

Contenu de la confirmation de commande envoyée au client

Dans l'état de livraison, l'e-mail au client contient seulement un court remerciement — **pas de lignes, pas de totaux, pas de remise**.

Cela peut être modifié à deux niveaux :

Quoi	Où	Qui
Texte de l'e-mail	*Configuration de base* \ *Configuration* \ *Contenus e-mail*	Vous-même
Liste des lignes dans l'e-mail client	Modèle spécifique	Votre chef de projet chez DeDeNet

Les lignes peuvent donc être jointes — cela nécessite un modèle, que le chef de projet prend en charge. Contactez votre interlocuteur chez DeDeNet pour cela.

La notification **interne** au service sédentaire inclut par défaut les lignes.

Les objets des e-mails diffèrent des noms des modèles

Cela est illustré lors de la réinitialisation du mot de passe :

Modèle	Objet de l'e-mail
Oublier le mot de passe	*Demande - Réinitialiser le mot de passe*
Réinitialiser le mot de passe	*Confirmation - Mot de passe réinitialisé*

Qui veut associer un e-mail à un modèle via son objet doit donc chercher sous un autre nom. Pour les autres modèles, l'objet n'est pas enregistré.

5. Configuration supplémentaire

Développement du menu et gestion des motifs de contact

Aperçu

Deux petites configurations concernant le pied de page et le formulaire de contact de la boutique.

Créer des points de menu personnalisés

Via *eCom \ Développement du menu*, vous créez des points de menu supplémentaires pour la boutique. Ils apparaissent dans la **deuxième colonne du pied de page — séparément par langue**.

1. *eCom \ Développement du menu* ouvrir.
2. Choisir la Langue.
3. Créer et remplir le point de menu.
4. Enregistrer et fournir les Données.

Des exemples typiques d'un système en fonctionnement sont des points de menu comme *Manuel utilisateur eCom* ou *Newsletter*.

Gérer les motifs de contact

La liste de choix dans le formulaire de contact de la boutique provient d'un Tableau de codes.

1. *Configuration de base \ Tableau de codes* ouvrir.

2. Choisir le Domaine **eCom Kontaktgrund**.
3. Gérer les motifs de contact souhaités.
4. Enregistrer et fournir les Données.

Sans motifs de contact gérés, le Client n’a aucun choix dans le formulaire de contact.

Pour que les demandes vous parviennent, l’abonnement e-mail **eCom - Formulaire de contact** doit également être configuré.

Activer le modèle de commande pour eCom

Aperçu

Les modèles de commande n'apparaissent dans la boutique que si vous les activez. Cela se fait sous *Support pour la commande* \ *Modèle de commande* dans le domaine **eCom** du modèle concerné.

Pour qu'un Modèle de commande soit affiché dans la boutique, **le modèle ainsi que les Articles qu'il contient** doivent être activés pour eCom. Si l'un des deux manque, le modèle n'apparaît pas.

Les champs de ce domaine et leur signification sont décrits dans la description des prestations.

Procédure

1. Ouvrir *Support pour la commande* \ *Modèle de commande* et choisir le modèle.
2. Dans le domaine **eCom**, définir l'**Affichage** :

Valeur	Effet
néant	n'apparaît pas dans la boutique (standard)
Menu de démarrage	apparaît dans le menu des groupes de produit
Menu Les essentiels	apparaît dans le Menu de démarrage **et** dans le Menu Les essentiels

3. Si besoin, définir **Valide à partir du** et **Valide jusqu'au**. Cela contrôle la période dans la boutique indépendamment du client.
4. Si besoin, définir **Préfix** et **Désignation** pour l'affichage dans la boutique.
5. Enregistrer et mettre les données à disposition.

Pourquoi des rendez-vous propres pour la boutique sont utiles

Le service commercial voit généralement les actions quelques jours avant le début pour se préparer et planifier les rendez-vous. Pour la boutique, vous ne voulez généralement pas cela — l'action ne doit apparaître que le jour du début.

C'est précisément pour cela que **Valide à partir du** et **Valide jusqu'au** existent dans le domaine eCom : ils remplacent la période du client.

Pourquoi une désignation propre est utile

Si le modèle de commande porte une désignation destinée au service commercial — par exemple avec des remarques internes ou des indications de conditions — vous pouvez la remplacer par une désignation optimisée pour le client dans le champ **Désignation** pour la boutique.

Uniquement pour la boutique, pas pour le service commercial

Avec la case à cocher **pas pour les visites clients**, le modèle est disponible uniquement dans le système eCom.

Limiter l'assortiment à une liste d'articles

La case à cocher *Afficher dans le système eCom uniquement les articles de la liste d'articles pour les clients sélectionnés de cette liste de clients* agit comme une liste fermée : les clients de ce modèle ne peuvent appeler, rechercher et commander que les articles de la liste d'articles.

> **Attention :** Si un client figure dans **plusieurs** modèles de commande avec cette case cochée, le système eCom fait un **choix aléatoire** de celui qui doit s'appliquer. Un mélange de plusieurs listes d'articles n'est pas possible. Assurez-vous que chaque client ne figure que dans un seul modèle de ce type.

Ce qui n'arrive pas dans la boutique

Aucun **module** n'est disponible dans le système eCom. Les modules que vous avez assignés au modèle de commande ne sont pas affichés dans la boutique — quel que soit leur type.

Gérer les valeurs des mandants pour eCom

Aperçu

Certaines valeurs qui contrôlent la finalisation de la commande dans la boutique ne se trouvent pas dans eCom, mais sous *Configuration de base \ Mandants*.

La règle de base : **les valeurs des mandants s'appliquent à tous les canaux**, donc à la fois pour le Client et la Boutique — sauf si eCom déroge via un paramètre ultérieur.

Deux listes de valeurs font exception et portent une **marque eCom** propre.

Les deux listes de valeurs avec marque eCom

Sont concernées la **Limite franco de port** et les **Coûts d'expédition**. Les deux listes ont les colonnes `Valeur`, `Devise` et `eCom`.

> Si actif, la valeur s'applique uniquement à eCom. Si non actif, uniquement au Client DeDeSales.

> **Attention :** La marque est un **commutateur, pas un ajout.** Une ligne s'applique soit à la boutique, soit au client, jamais aux deux. Pour alimenter les deux canaux, il faut **deux lignes** — une avec la marque et une sans. Si la ligne eCom manque, la boutique n'a pas de valeur.

Les deux listes comportent une devise. En cas de plusieurs devises, vous avez donc besoin d'une ligne par devise — et cela pour chaque canal.

Procédure

1. Ouvrir *Configuration de base* \ *Mandants* et choisir le mandant.
2. Aller à la liste de valeurs **Limite franco de port** ou **Coûts d'expédition**.
3. Créer une ligne pour le Client — **sans** marque eCom.
4. Créer une ligne pour la Boutique — **avec** marque eCom.
5. Répéter pour chaque devise en cas de plusieurs devises.
6. Enregistrer et mettre les données à disposition.

Interaction entre Limite franco de port et Coûts d'expédition

En dessous de la Limite franco de port, les coûts d'expédition sont calculés, au-dessus non.

Les coûts d'expédition calculés apparaissent dans le panier comme une ligne propre — au-dessus de l'article que vous avez défini sous *eCom* \ *Configuration* comme **Article Coûts d'expédition**. Ce paramètre contient donc le **Numéro d'article**, pas le montant.

Valeurs sans marque eCom

Ces champs du mandant s'appliquent à tous les canaux :

Champ	Effet connu
Valeur de commande minimale	**Ne s'applique pas dans la boutique** — cette valeur générale n'est pas lue lors de la finalisation de la commande, mais seulement utilisée pour l'export. Pour la boutique, la valeur du **onglet eCom** s'applique. Voir ci-dessous.
Délai de livraison minimal en jours	Contrôle la date de livraison la plus proche possible.
Valeur de position maximale	Est calculée, mais le message n'atteint pas le client — c'est une question, et la boutique ignore les questions. Voir ci-dessous.

Champ	Effet connu
Alerte à partir d'une quantité	De même : est calculée, la question n'atteint pas le client. Voir ci-dessous.
ID de jour férié	**S'applique dans la boutique.** Détermine le calendrier des jours fériés pour le calcul de la date de livraison la plus proche — un jour est ajouté pour chaque jour férié concerné.
valeur minimale de commande (alerte)	**Ne s'applique pas dans la boutique** — la valeur n'est remplie nulle part et resterait de toute façon invisible comme question.
QuantitéCommandeMinimale	**Ne s'applique pas dans la boutique** — uniquement dans le client commercial. Voir ci-dessous.
UnitéCommandeMinimale	L'**unité** à laquelle se réfère la QuantitéCommandeMinimale — par exemple *Stk* ou *Krt*. Pas une valeur numérique. S'applique également uniquement dans le client.

La valeur de commande minimale apparaît deux fois

Dans le mandant, il y a la *Valeur de commande minimale* **deux fois** : une fois générale et une fois dans l'**onglet eCom**. Pour la boutique, seule la valeur dans l'onglet eCom compte — la valeur générale n'est pas lue lors de la finalisation de la commande.

Valeur	Effet dans la boutique
Valeur de commande minimale, **onglet eCom**	**appliquée**
Valeur de commande minimale, générale	aucune — uniquement pour l'export
Valeur de commande minimale du Débiteur	uniquement dans un cas particulier, voir finalisation de la commande
valeur minimale de commande (alerte)	aucune

> **Attention :** C'est la confusion la plus fréquente sur cette page. Ceux qui remplissent la limite de valeur pour la boutique dans le champ général s'étonnent que rien ne se passe — et trouvent l'erreur difficilement, car la valeur est bien enregistrée.

Pourquoi deux champs sont calculés mais rien n'apparaît

Valeur de position maximale et *Alerte à partir d'une quantité* sont effectivement évaluées côté serveur. Leur message est cependant une **question** — un message que quelqu'un dans le client commercial doit confirmer pour continuer.

Dans la boutique, personne ne peut le faire. La boutique **ignore donc systématiquement les questions**. C'est une décision consciente, pas une erreur.

Champ	Client commercial	ancienne boutique	nouvelle boutique
Valeur de position maximale	appliquée	message visible	invisible
Alerte à partir d'une quantité	appliquée	message visible	invisible

Ces champs ne sont donc **pas sans fonction** — ils n'agissent simplement plus là où le client les verrait. Ceux qui les remplissent pour la boutique doivent savoir qu'ils restent sans effet.

QuantitéCommandeMinimale : sans effet dans la boutique

Les deux champs vont ensemble — une vérification n'a lieu que si **les deux** sont remplis — et ils peuvent être combinés avec la valeur du débiteur. Mais rien de cela n'arrive dans la boutique :

- Lors du chargement du panier, la non-atteinte est **calculée** et un texte d'information est généré (*« La quantitéCommandeMinimale n'a pas été atteinte … »*).
- L'interface par laquelle le panier récupère ses informations ne transmet cependant pas ce texte. Il est donc perdu avant d'atteindre la boutique.
- La finalisation de la commande ne vérifie que la valeur minimale de commande en euros, pas la quantité. Une commande n'est donc jamais bloquée pour cette raison.

Ce n'est pas une particularité de la nouvelle boutique — cette lacune existe déjà dans l'interface web existante et s'appliquait donc aussi à l'ancienne boutique.

Pour la configuration, cela signifie : Les deux champs peuvent être remplis, mais ils n'agissent alors que dans la saisie de la commande du client commercial.

Gérer la Configuration

Aperçu

Sous *eCom \ Einstellungen*, vous configurez le comportement de la boutique.

Quelles configurations existent, quelles valeurs elles peuvent prendre et ce qu'elles produisent, est décrit dans la description des fonctionnalités sur la page *Configuration en aperçu*. Cette page décrit uniquement la procédure et les endroits où l'on se trompe.

Procédure

1. Ouvrir *eCom \ Einstellungen*.
2. Modifier la configuration.
3. Enregistrer.
4. Mettre les données à disposition.

Un changement prend effet au plus tôt après le prochain intervalle de récupération de la boutique, donc après 15 ou 30 Minutes.

Configurations qui ne fonctionnent qu'avec un autre endroit

C'est la source d'erreur la plus fréquente : la configuration est définie, mais le second endroit manque.

Configuration	Nécessite en plus
Saisie de bon	un bon créé sous *eCom \ Gestion bons d'achat*
Coûts d'expédition Article	Coûts d'expédition et Limite franco de port comme valeurs mandants **avec indicateur eCom**

Configuration	Nécessite en plus
Appliquer Valeur de commande minimale du Débiteur	données Débiteur fournies ; sinon la valeur mandants s'applique
Langue par défaut	Textes d'article et textes de Groupe de produit dans la Langue choisie
Pas encore Client, case décochée	le Bloc de texte *Pas encore d'accès – Info* sous *eCom* \ *Textes*

Changer les couleurs de la boutique via CSS

La coloration est disponible comme Texte libre dans le champ **CSS**. Les couleurs sont données comme variables CSS en notation HSL.

Pour passer à votre couleur maison, en général deux valeurs suffisent :

1. Définir `--primary` sur votre couleur maison — teinte foncée.
2. Définir `--primary-soft` sur le même angle de couleur, mais très clair.

La notation HSL est `hsl(angle de couleur saturation luminosité)`. Pour plus clair ou plus foncé dans la même couleur, vous ne changez que la **dernière** valeur. Les variables avec `var(--primary)` reprennent automatiquement la valeur de la couleur principale.

> **Attention :** Chaque couleur a une couleur `-foreground`, donc la couleur du texte dessus. Veillez à un contraste suffisant, sinon le texte dans la boutique devient illisible.

Le fond de page

L'arrière-plan de la boutique est constitué d'un **dégradé de couleur d'arrière-plan** avec deux points d'extrémité : `--verlauf-warm` et `--verlauf-kalt`. De plus, il existe la variable `--shop-hintergrund` pour une couleur d'arrière-plan uniforme.

Dans l'état de livraison, les deux points d'extrémité pointent vers `--shop-hintergrund`, qui lui-même pointe vers `--primary-soft` :

```
--shop-hintergrund: var(--primary-soft); --verlauf-warm: var(--shop-hintergrund); --verlauf-kalt: var(--shop-hintergrund);
```

Parce que les deux points d'extrémité ont **la même** valeur, aucun dégradé n'est visible dans l'état de livraison — l'arrière-plan est uni. Et parce que la valeur dépend de `--primary-soft`, elle s'adapte automatiquement à la couleur principale : celui qui modifie `--primary-soft` obtient l'arrière-plan correspondant.

Définir un autre arrière-plan uni. Une seule ligne suffit :

```
:root { --shop-hintergrund: hsl(0 0% 100%); }
```

Créer un dégradé. Définissez `--verlauf-warm` et `--verlauf-kalt` individuellement sur deux couleurs **différentes** et laissez `--shop-hintergrund` inchangé. La boutique fera alors une transition entre les deux points d'extrémité. Exemple :

```
:root { --verlauf-warm: hsl(27 87% 94%); --verlauf-kalt: hsl(215 100% 94%); }
```

> **Info sur le choix des couleurs :** Une couleur vive paraît beaucoup plus intense sur une grande surface que sur un bouton. L'arrière-plan standard dépend de `--primary-soft`, donc de la nuance **claire**, et reste ainsi discrète. Vérifiez toujours le résultat avec vos propres couleurs sur la boutique terminée avant de les fixer définitivement.

L'état de livraison et un contre-exemple

La boutique est livrée en **orange**. À côté, une palette bleue comme exemple de changement — les deux reposent sur **un** angle de couleur :

Variable	Orange (livraison)	Bleu (exemple)
`--primary`	`hsl(27 87% 49%)`	`hsl(215 100% 25%)`
`--primary-soft`	`hsl(27 87% 94%)`	`hsl(215 100% 94%)`
`--secondary`	`hsl(36 82% 50%)`	`hsl(211 100% 40%)`
`--accent`	comme `--primary`	comme `--primary`
`--ring`	comme `--primary`	comme `--primary`
`--shop-hintergrund`	`var(--primary-soft)`	librement choisissable
`--verlauf-warm`, `--verlauf-kalt`	les deux `var(--shop-hintergrund)`	les deux `hsl(0 0% 100%)` — blanc, donc pas de dégradé visible

De `--primary` à `--primary-soft`, l'angle de couleur et la saturation restent **identiques** ; seule la **luminosité** change — pour l'orange de 49 à 94 pour cent, pour le bleu de 25 à 94. C'est exactement ainsi que la notation est conçue : une couleur, deux luminosités.

`--secondary` diffère légèrement dans les deux cas — quelques degrés dans l'angle de couleur et un niveau plus clair. Cela suffit pour que les éléments secondaires se détachent, sans introduire une deuxième couleur.

> **Info :** `--accent` et `--ring` reprennent la couleur principale. Qui ne veut pas explicitement une autre couleur n'a pas besoin de les définir. En pratique, il y a donc **trois** valeurs : `--primary`, `--primary-soft` et `--secondary`.

La liste complète des variables se trouve dans la description des performances sur la Page Paramètres en un coup d'œil.