

Konfigurowanie WooCommerce

Czy znasz już WordPress i wiesz, jak korzystać z wtyczek, widżetów i motywów? Kolejnym krokiem jest rozszerzenie istniejącej witryny lub bloga WordPress o sklep internetowy? W tym wypadku trafiłeś we właściwe miejsce! WooCommerce to wszechstronna wtyczka do WordPress, która daje każdemu z niewielką wiedzą na temat WordPressa możliwość założenia własnego sklepu internetowego. Jeśli nie znasz w ogóle WordPress, ten tekst nie jest pierwszym, który powinieneś przeczytać. Nie martw się jednak, WordPress nie jest trudny do nauczenia się i istnieje mnóstwo internetowych możliwości bardzo szybkiego poznania rozwiązania WordPress. Lub po prostu przejdź do jednej z wielu drukowanych książek na WordPress, które są dostępne. Oto tematy, które omówimy:

- * Instalowanie i aktywowanie WooCommerce
- * Dowiedz się wszystkiego o prawidłowej konfiguracji WooCommerce

Przygotowanie do startu

Zanim zaczniemy, pamiętaj, że możesz zainstalować własne wtyczki tylko wtedy, gdy pracujesz we własnej instalacji WordPress. Oznacza to, że użytkownicy prowadzący witrynę na WordPress.com nie będą w stanie śledzić. W tym środowisku po prostu niemożliwe jest samodzielne instalowanie wtyczek. Chociaż instalacja WooCommerce na WordPressie nie jest trudna, zdecydowanie zalecamy najpierw skonfigurowanie środowiska testowego. Nie wchodząc zbyt głęboko w to, co musisz zrobić:

- * Utwórz kopię zapasową całego środowiska WordPress za pomocą FTP. Alternatywnie użyj wtyczki, aby automatycznie zapisać kopię w folderze Dropbox. Dostępnych jest wiele rozwiązań, wystarczy wybrać swój ulubiony. UpDraftPlus jest jedną z możliwości i zapewnia kompletne rozwiązanie do tworzenia kopii zapasowych:

<http://wordpress.org/plugins/updraftplus/>.

- * Nie zapomnij również wykonać kopii zapasowej bazy danych WordPress. Możesz to zrobić za pomocą narzędzia takiego jak phpMyAdmin i stamtąd utworzyć eksport. Ale także w tym przypadku istnieją wtyczki, które ułatwiają życie. Wspomniana wcześniej wtyczka UpDraftPlus może również wykonywać to zadanie.

- * Po zakończeniu tworzenia kopii zapasowych zainstaluj XAMPP na lokalnym komputerze (Windows), który można pobrać ze strony <http://www.apachefriends.org>. Chociaż XAMPP jest dostępny dla użytkowników komputerów Mac, MAMP jest szeroko stosowaną alternatywą dla tej grupy. MAMP można pobrać ze strony <http://www.mamp.info/en/index.html>. Przywróć kopię zapasową WordPress na serwerze testowym i zacznij śledzić pozostałą część tej książki w nowym środowisku testowym.

- * Alternatywnie zainstaluj kopię witryny WordPress jako tymczasową subdomenę u swojego dostawcy hostingu. Na przykład jeśli Twoja strona internetowa to <http://www.example.com>, mógłbym łatwo utworzyć kopię mojej witryny w <http://test.example.com>. Możliwości mogą się różnić w zależności od pakietu, który masz u swojego dostawcy hostingu.

- * Jeśli w Twojej sytuacji nie trzeba dodawać WooCommerce do istniejącej witryny WordPress, oczywiście możesz również zacząć od zera. Wystarczy zainstalować WordPress na lokalnym serwerze testowym lub zainstalować go u swojego dostawcy hostingu.

Po przygotowaniu będziemy mogli zrobić następny krok i zainstalować wtyczkę WooCommerce. Rzućmy okiem na nasz backend WordPress. W naszej sytuacji możemy to otworzyć, przechodząc do <http://localhost/wp36/wp-admin>. W zależności od dokonanych wcześniej wyborów dla środowiska

testowego adres URL może być inny. Cóż, to wszystko powinno już być dla Ciebie znane. Ponownie Twoja sytuacja może wyglądać inaczej, w zależności od motywu lub liczby aktywnych wtyczek dla Twojej witryny.

Instalowanie WooCommerce

Instalowanie wtyczki jest dość prostym zadaniem:

1. Kliknij Wtyczki w menu po lewej stronie i kliknij Dodaj nowe.
2. Następnie wystarczy wpisać woocommerce w polu wyszukiwania i kliknąć Search Plugins.
3. Sprawdź, czy poprawna wtyczka jest widoczna u góry i kliknij Zainstaluj teraz. Potwierdź wyświetlony komunikat ostrzegawczy, klikając przycisk OK.
4. Kliknij Aktywuj wtyczkę. Nowe wersje pojawią się dość szybko.
5. WooCommerce musi mieć określoną liczbę stron WordPress, które automatycznie skonfiguruje dla Ciebie. Wystarczy kliknąć przycisk Zainstaluj strony WooCommerce i nie zapomnij o tym kroku!

Wskazówka

Domyślnie WooCommerce jest już dostarczany w wielu językach. Oznacza to, że instalacja będzie automatycznie śledzić język instalacji WordPress. Jeśli potrzebujesz czegoś innego, po prostu przejrzyj katalog wtyczek na WordPress.org, aby znaleźć dodatkowe tłumaczenia.

6. Po utworzeniu niezbędnych stron pojawi się ekran powitalny WooCommerce i zobaczysz nowy element menu dodany do menu głównego po lewej stronie.
7. W międzyczasie wtyczka utworzyła niezbędne strony, do których można uzyskać dostęp, klikając opcję Strony w menu po lewej stronie.

Pamiętaj, że jeśli otworzysz stronę automatycznie utworzoną przez WooCommerce, zobaczysz tylko krótki kod, który służy do wywołania wymaganej funkcjonalności. Nie usuwaj skrótów gdyż WooCommerce może przestać działać. Nadal jednak można dodawać własne treści przed lub po krótkim kodzie na tych stronach.

Uwaga

WooCommerce dodał również kilka widżetów do pulpitu WordPress, dając przegląd najnowszych statystyk produktów i sprzedaży. W tej chwili wszystko jest oczywiście puste.

Konfigurowanie WooCommerce

WooCommerce jest już gotowy do użycia od razu po wyjęciu z pudełka. Ale w tej sekcji omówimy prawie każdy parametr konfiguracji, którego możesz użyć do kontrolowania swojego sklepu internetowego. Przeglądanie wszystkich ustawień może na początku być przytłaczające, ale pomoże ci odkryć możliwości WooCommerce.

Karta Ustawienia ogólne

Kliknij WooCommerce w lewym menu, a następnie kliknij Ustawienia. Pojawi się nowa strona z różnymi kartami z ustawieniami. Pierwszą widoczną jest zakładka o nazwie Ogólne.

* Pole Podstawowa lokalizacja zawiera kraj Twojego sklepu. Ustawienie domyślne może się różnić w zależności od kraju i ustawień językowych środowiska WordPress. Po prostu zmień go w razie potrzeby.

Pamiętaj, że pole kraju będzie używane jako domyślny kraj do obliczania podatków. Będzie również używany jako domyślny kraj dla klientów, którzy sprawdzają lub zakładają konto.

* W razie potrzeby zrób to samo w polu Waluta. Pamiętaj, że Twój sklep internetowy WooCommerce domyślnie obsługuje tylko jedną walutę.

* Idąc dalej, będziemy musieli podjąć wiele decyzji. Pierwszy to kraje, na które chcemy pozwolić. To znaczy, czy eksportujemy nasze produkty, czy po prostu prowadzimy nasz sklep dla jednego kraju? Ustaw poprawną wartość w polu Dozwolone kraje. Jeśli chcesz ograniczyć sprzedaż do określonych krajów, wybierz także te kraje w polu Określone kraje.

* Jeśli od razu zainstalowałeś WooCommerce na działającej stronie internetowej - co nie jest zalecane - masz możliwość wyświetlenia ostrzeżenia użytkownikom. Po zaznaczeniu pola Powiadomienie o sklepie, pole Tekst powiadomienia o sklepie staje się dostępne, co daje możliwość napisania własnego tekstu, który będzie wyświetlany na górze strony.

* Podczas przewijania nieco w dół na zakładce Ogólne istnieje szereg ustawień na wyższym poziomie, aby kontrolować zachowanie WooCommerce. Pierwszy to Włącz kupony, który jest domyślnie zaznaczony. Jeśli nie planujesz korzystać z kuponów rabatowych, możesz je wyłączyć. Zobaczysz, że gdy tylko będzie dostępne takie pole, klienci prawie oczekują kuponu rabatowego i zaczną go szukać. Posiadanie pola kuponu, które nie jest aktywnie wykorzystywane, jest więc prawdziwym zabójcą konwersji.

* Następnie istnieją trzy pola do kontrolowania procesu realizacji transakcji. Po pierwsze, czy chcesz zmusić swoich klientów do założenia konta w swoim sklepie? Jeśli nie masz pewności, zalecamy zachowanie wartości domyślnej. Drugie pole daje klientowi możliwość dodania uwagi lub pytania do zamówienia. Wreszcie sprawdzenie ostatniego pola wymusza bezpieczne połączenie SSL podczas realizacji transakcji. Jeśli ją włączysz, będziesz potrzebować certyfikatu SSL dla swojej witryny. Nie należy włączać tego w lokalnym środowisku testowym.

Wskazówka

Nie wiesz, co to jest certyfikat SSL i jak korzystać z niego w swojej witrynie? Tej zasady nie da się wyjaśnić w kilku zdaniach, ale używając certyfikatu SSL w swojej witrynie, będziesz mógł zaoferować odwiedzającym bezpieczne połączenie podczas realizacji transakcji. Istnieje wiele firm oferujących certyfikaty SSL. Verizon jest ważnym graczem, ale równie dobrze możesz poprosić dostawcę usług hostingowych o pomoc. Zwłaszcza, jeśli chcesz mieć możliwość zbierania informacji o karcie kredytowej bezpośrednio na swojej stronie internetowej, korzystanie z certyfikatu SSL jest koniecznością. W przypadku korzystania z dostawcy usług płatniczych w większości przypadków nie jest on potrzebny.

* W sekcji Rejestracja można zdecydować, gdzie użytkownicy mogą założyć konto. Można to zrobić na stronie kasy, na stronie Moje konto lub na obu stronach. Następnie można zdecydować o użyciu adresu e-mail jako nazwy użytkownika lub pozwolić klientom wybrać własną nazwę użytkownika. Zalecamy włączenie go, aby można było użyć adresu e-mail do logowania.

* Kolejna sekcja o nazwie Konta klientów zapewnia możliwość zablokowania klientów przed administratorem WordPress. Zwykle nie trzeba ich tam mieć, więc włącz to. Następne ustawienie pozwala wyczyścić koszyk, jeśli klient się wyloguje. Pozostaw to wyłączone. Wreszcie możesz dać swoim klientom możliwość odkupienia istniejącego zamówienia. Zwłaszcza w sklepach typu business-to-business często ma to sens, więc włącz ją, jeśli nie masz konkretnych powodów, aby ją wyłączyć.

* Przechodzimy dalej do sekcji Style i skrypty. Pozwala to kontrolować domyślne kolory, ale jeśli częściej korzystałeś z WordPress, będziesz wiedział, że zwykle jest to kontrolowane przez Twój motyw. Na razie możesz zachować wartości domyślne.

* Ostatnia część tej karty dotyczy produktów do pobrania. Pomyśl o e-bookach, zdjęciach, filmach lub innych produktach cyfrowych. Jeśli nie planujesz ich sprzedawać, nie martw się i pomiń tę sekcję. Jeśli będziesz sprzedawać produkty do pobrania, możesz rzucić okiem na ustawienia. Omówimy jednak tego rodzaju produkty bardziej szczegółowo w rozdziale 3, Inne typy produktów.

* Pamiętaj, aby kliknąć Zapisz na dole!

Karta Ustawienia katalogu

Przechodzimy do następnej karty o nazwie Katalog. W tej zakładce dokonamy ustawień, które będą miały wpływ na prezentację naszych produktów

Zaczynamy od opcji katalogu.

Przed wszystkim użycie pola Domyślne sortowanie produktów pozwala zdecydować, w jaki sposób będą sortowane produkty. Istnieją różne możliwości, po prostu wybierz to, co pasuje do Twojej sytuacji. Ustawienie domyślne jest dobre, ponieważ daje ci kontrolę. Korzystając z ustawienia domyślnego, możesz kontrolować kolejność sortowania elementów jeden po drugim. Następnie są dwa ustawienia, które określają, co będzie wyświetlane na stronie produktów i na stronach kategorii. Domyślnie będą wyświetlać tylko produkty, co w większości przypadków jest w porządku.

* Włączenie pola Przekieruj na stronę koszyka po udanym dodaniu jest szczególnie przydatne, gdy sprzedajesz tylko jeden (lub kilka) produktów, a istnieje duże prawdopodobieństwo, że klient kupi tylko jeden. W takim przypadku chcesz je jak najszybciej przekierować do kasy. Włączenie tego pola pomoże ci to zrobić.

* W sekcji Dane produktu możesz ustawić niektóre ustawienia, które są ważne dla Twojego katalogu produktów. Na początku widzimy cztery pola, które wszystkie są domyślnie włączone, co daje maksymalne możliwości tworzenia nowych produktów.

Uwaga: SKU oznacza jednostkę magazynową, zwaną także kodem produktu lub numerem artykułu. Jeśli jednak nie sprzedajesz produktów wymagających wagi lub wymiarów, możesz wyłączyć te pola. Ponadto możliwe jest przechowywanie masy i wymiarów bez pokazywania ich użytkownikom.

* Następnie zdefiniuj jednostki miary dla swoich produktów. Po prostu wybierz odpowiednie dla regionu, w którym sprzedajesz. Czy sprzedajesz produkty do różnych regionów o różnych jednostkach miary? Niestety nie jest to opcja w WooCommerce, więc w takim przypadku nadal musisz wybrać najlepsze dopasowanie.

* Wybierz, czy chcesz pracować z ocenami produktów, a jeśli tak, jak chcesz to zrobić. Zalecamy zachowanie wartości domyślnych i pozostawienie tych pól włączonym.

* Przewijanie w dół prowadzi nas do sekcji Opcje cenowe. Te ustawienia będą miały wpływ na sposób wyświetlania cen użytkownikom. Gdzie chcesz, aby pojawiał się znak waluty (\$, € itd.)? Powinieneś także sprawdzić, czy separator tysięcy i separator dziesiętny są odpowiednie dla twojego regionu. Następnie zdecyduj, czy chcesz wyświetlać ułamki dziesiętne, czy nie.

* Ustawienie opcji obrazu to coś, co prawdopodobnie powinieneś pominąć w tym momencie. Te pola będą określać rozmiary zdjęć produktów, w których będą wyświetlane. Jednak zanim je ustawisz, dobrze jest najpierw wybrać lub zbudować motyw WooCommerce, a następnie wrócić tutaj, aby

wprowadzić prawidłowe ustawienia. Na razie zachowujemy wartości domyślne. Pamiętaj, że ważne jest, aby wrócić tutaj i sprawdzić, czy musisz wprowadzić zmiany przed utworzeniem wszystkich produktów!

* Pamiętaj, aby ponownie kliknąć Zapisz na dole karty.

Wskazówka

Jeśli musisz zmienić rozmiary obrazu po uruchomieniu sklepu i gdy masz już dostępnych wiele produktów, jest mały problem. Twoje nowe ustawienia wpłyną tylko na nowe produkty, istniejące pozostaną niezmienione. Jest na to rozwiązanie: wtyczka, która może pomóc w odtworzeniu wszystkich miniatur. Wtyczka nosi nazwę Regenerate Thumbnails i można ją znaleźć pod adresem: <http://wordpress.org/plugins/regeneratethumbnails/>.

Karta Ustawienia stron

Karta o nazwie Strony zawiera wszystkie odniesienia do stron WordPress, które zostały utworzone po instalacji, jak wspomnieliśmy wcześniej. Zalecamy, aby ich nie zmieniać, jeśli nie masz bardzo konkretnych powodów, aby to zrobić. Jest jednak jedno pole, które domyślnie nie ma wartości, identyfikator strony Warunki. Jeśli ustawisz to pole, klienci będą proszeni o potwierdzenie warunków podczas przetwarzania zamówienia. Aby skorzystać z tej funkcji, oczywiście musisz najpierw utworzyć stronę z Twoimi warunkami, przechodząc do Pages | Dodaj nowy w menu po lewej stronie.

Karta Ustawienia zapasów

Ta karta zawiera tylko kilka ustawień, które pomagają kontrolować poziomy zapasów.

* Najpierw zdecyduj, czy chcesz śledzić zapasy w swoim sklepie, czy nie. Użyj pola Włącz zarządzanie zapasami, które jest domyślnie włączone. Możemy wymyślić kilka powodów, dla których nie chcesz tego robić:

- Gdy sprzedajesz tylko produkty do pobrania lub wirtualne.

- Gdy sprzedajesz tylko kilka przedmiotów, których i tak nigdy nie zabraknie.

* Ustawienie Hold Stock (minuty) określa liczbę minut jakie zapasy są zarezerwowane dla klienta. Dopóki zamówienie nie zostanie opłacone, potrzebne elementy są zarezerwowane dla tego klienta, aby upewnić się, że klient może bezpiecznie dokonać kasy. Zwłaszcza, gdy masz ograniczony poziom zapasów, ważne jest, aby zwrócić uwagę na to ustawienie. Jeśli nie chcesz przechowywać żadnych zapasów dla swoich klientów, możesz usunąć istniejącą wartość. Puste pole wyłącza tę funkcję.

* Następnie możesz zdecydować, czy chcesz otrzymywać ostrzeżenie, gdy jeden z twoich produktów jest na wyczerpaniu, a nawet całkowicie wyprzedany. Możesz także ustawić poziomy progowe dla tych komunikatów ostrzegawczych. Oznacza to, że otrzymasz wiadomość e-mail, gdy tylko poziom zapasów osiągnie próg. Nie można ustawić tych pól na poziomie produktu, więc jeśli masz wiele różnych produktów, może to stanowić problem.

* Zdecyduj, czy chcesz pokazać lub ukryć produkty przed klientami jeśli są niedostępne

* Skorzystaj z pola Format wyświetlania zapasów, aby zdecydować, czy chcesz pokazywać poziom zapasów swoim klientom, ukrywać je, czy też pokazywać tylko w przypadku wyczerpania zapasów. To twój wybór, ale z perspektywy konwersji wykazanie niskiego poziomu zapasów niektórych produktów może zwiększyć poczucie pilności u klienta, a tym samym zwiększyć sprzedaż.

* Pamiętaj, aby ponownie kliknąć Zapisz na dole karty.

Karta Ustawienia podatkowe

Ostatnią kartą, którą omówimy tu, jest karta Ustawienia podatkowe. Oczywiście nie jest możliwe podejście „jeden rozmiar dla wszystkich”. Przepisy podatkowe i obliczenia różnią się w zależności od kraju i regionu. Poza tym istnieje duża różnica w obsłudze podatków przy sprzedaży towarów konsumentom lub innym firmom. W tym miejscu zajmiemy się tylko podstawami, wyjaśniając funkcje dostępne w WooCommerce. Od Ciebie zależy, jak należy wykonać obliczenia podatkowe w konkretnej sytuacji.

* Przede wszystkim zdecyduj, czy chcesz włączyć podatki i obliczenia podatkowe. Nie zawsze konieczne jest wyświetlanie podatków w swoim sklepie klientom. Jeśli zdecydujesz się go wyłączyć, możesz zignorować wszystkie inne pola wymienione poniżej tej opcji.

* Następnie, zakładając, że włączyłeś wspomniane wcześniej pole, zdecyduj, czy chcesz wprowadzić ceny sprzedaży z podatkiem czy bez niego w polu Ceny wprowadzone z podatkiem. Łącznie z podatkami jest dość powszechne w sklepie zorientowanym na konsumenta, ale znowu jest to różne w zależności od regionu.

* W zależności od przepisów podatkowych w Twoim kraju, musisz ustawić pole Oblicz podatek na podstawie. Czasami podatki należy obliczać na podstawie adresu wysyłki klienta. W naszym przykładzie użyto adresu bazowego naszego sklepu, co oznacza, że wszyscy klienci zapłacą tę samą stawkę. Stosując pokazane ustawienie, zastosowana stawka podatku będzie zależeć tylko od produktu, a nie od adresu klienta.

* WooCommerce domyślnie działa ze „standardową stawką podatkową”. Nie można go usunąć. Możesz dodać dodatkowe stawki, jeśli ich potrzebujesz, dodając opis w polu Dodatkowe klasy podatkowe. Opcje obniżonej dawki i zerowej dawki zostały już zdefiniowane.

* Po zakończeniu kliknij link Standard u góry ekranu, aby ustawić domyślną stawkę podatku. Kliknij Wstaw wiersz. Wystarczy wpisać stawkę% i ustawić nazwę podatku, która ma sens dla klientów. Pamiętaj, że można ustawić stawki dla kraju, stanu, a nawet na podstawie kodu pocztowego. Pamiętaj, że zadziała to tylko wtedy, gdy zdecydujesz się oprzeć obliczenia podatkowe na adresie swojego klienta! Domyślnie stawka podatku zostanie również wykorzystana do kwoty wysyłki. Wreszcie, korzystając z pola Związek, możesz zastosować wiele stawek podatkowych jednocześnie (podatek od podatku). Nie zapomnij kliknąć przycisku Zapisz!

* Następnie ustaw również inne stawki, które mogą być potrzebne, takie jak Obniżona stawka, Zero Rate lub wszelkie inne stawki, które sam dodałeś.

Wskazówka

Obliczenia podatkowe mogą być czasem dość skomplikowane i przytłaczające. Zapraszam do powrotu do tej części, gdy stworzysz później niektóre produkty. Ułatwi to sprawdzenie, czy ustawienia podatkowe zostały wykonane poprawnie. W niektórych krajach, na przykład w USA, można uzyskać dużą tabelę obliczeń, co daje złożony i niezadowolający wynik.

Zauważysz, że nie obejmowaliśmy jeszcze wszystkich kart ustawieniami. Zapoznaj się teraz z tymi kartami, ale omówimy konfigurację wysyłki i metod płatności później

Podsumowanie

Na razie omówiliśmy najważniejsze ustawienia i jesteśmy gotowi przejść do następnego kroku. Nauczyliśmy się: Jak skonfigurować środowisko testowe i zainstalować WooCommerce ,Jak korzystać

z ustawień WooCommerce, aby skonfigurować nasz sklep w sposób odpowiadający naszym potrzebom
W następnym rozdziale stworzymy nasz pierwszy produkt

Tworzenie pierwszych produktów

Teraz, gdy WooCommerce jest uruchomione i przyjrzelśmy się jego ustawieniom, czas zacząć tworzyć kilka produktów i zapisać nasz sklep internetowy. WooCommerce oferuje kilka możliwości stworzenia katalogu produktów. Nauczysz się tu o:

- * Kategorii konfiguracji
- * Stworzeniu swojego pierwszego produktu
- * Ustawieniu kategorii, tagów i obrazów dla swojego produktu

Konfigurowanie kategorii

Podczas konfigurowania katalogu produktów często sensowne jest tworzenie kategorii dla swoich produktów, nawet jeśli nie ma ich zbyt wiele. Korzystanie z przejrzystej struktury kategorii ułatwia odwiedzającym nawigację i wyszukiwanie w sklepie. Ponadto możesz używać tagów i atrybutów w katalogu produktów. Kategorie i tagi działają w taki sam sposób, w jaki jesteś przyzwyczajony, z samego WordPressa. Atrybuty są ważne w przypadku bardziej złożonych typów produktów. Na przykład, jeśli mam kategorię damskich sukienek, mógłbym dodać atrybuty rozmiaru i koloru. Omówimy to bardziej szczegółowo później. Poza tym atrybuty mogą być również używane do dodawania dodatkowych informacji do prostych produktów. Na razie skonfigurujemy strukturę kategorii. Załóżmy, że będziemy sprzedawać odzież w naszym sklepie. W takim przypadku moglibyśmy zacząć od trzech głównych kategorii: kobiet, mężczyzn i dzieci. Jeśli jesteś przyzwyczajony do pracy z kategoriami postów (blogów) w WordPress, nie będziesz mieć problemu z tworzeniem ich dla swoich produktów.

Wykonamy następujące kroki:

1. Kliknij menu po lewej stronie Produkty | Kategorie. Zostanie otwarty formularz, który umożliwia natychmiastowe utworzenie nowej kategorii.
2. Wystarczy wpisać nazwę swojej kategorii. Jeśli chcesz, możesz zmienić pole Slug, które służy do utworzenia łącza do kategorii produktu. Jeśli nie wpiszesz Slug, zostanie on automatycznie utworzony dla Ciebie. W takim przypadku używana jest nazwa kategorii, w której spacje są zastępowane myślnikami.
3. Zachowaj pole Parent jako None. Jest to pierwsza kategoria, którą tworzymy, więc automatycznie to pole nie daje innego wyboru.
4. Możesz używać opisu do własnych celów. Czasami są motywy, które aktywnie wykorzystują opis kategorii, ale nie jest to zbyt częste.
5. Można również dodać obraz miniatury do kategorii. Również tutaj zależy od tego, czy ten obraz zostanie użyty na stronie kategorii produktu. Nadal masz wątpliwości? Nie martw się, zawsze możesz tu wrócić później i dostosować ustawienia swoich kategorii.
6. Kliknij przycisk Zapisz, aby zapisać kategorię.

Po utworzeniu naszej pierwszej kategorii łatwo jest dodać więcej. Możemy również utworzyć następny poziom, wybierając jedną z najlepszych kategorii dla pola Parent.

Tworzenie pierwszego produktu

Po utworzeniu niektórych kategorii nadszedł czas, aby rozpocząć nasz pierwszy produkt. Przejdź do produktów | Dodaj produkt w menu po lewej stronie. Patrząc na kategorie, które stworzyliśmy, większość produktów będzie również wymagać zmiany rozmiaru i kolorów. O tym będziemy dyskutować później, więc na razie stworzymy prosty damski pas w Kategorie akcesoriów.

W poniższym przykładzie zobaczysz, że już wstępnie wypełniliśmy wiele informacji, aby dać wyobrażenie o polach, od których musisz zacząć. Przyjrzyjmy się bliżej wszystkim dostępnym polom:

* Zaczynaj od nazwy produktu na górze. Upewnij się, że używasz ważnych słów kluczowych w tym polu. Link bezpośredni zostanie utworzony automatycznie, tak jak w przypadku zwykłych postów WordPress, ale możesz go zmienić, jeśli chcesz.

* W edytorze poniżej możesz wpisać opis swojego produktu. Pamiętaj, że jest to „długi opis”, który będzie wyświetlany na dole strony produktu! Krótki opis produktu jest ważniejszy, ponieważ będzie wyświetlany obok przycisku Dodaj do koszyka. O dziwo, to pole można znaleźć na dole tej strony. Możesz przenieść go w inne miejsce na stronie, przeciągając go, ale nie możesz przenieść go powyżej długiego opisu. Ponadto w obu polach opisu upewnij się, że podano ważne słowa kluczowe, aby poprawić ranking w wyszukiwarkach. Sensowne jest wypełnienie obu pól opisu jednocześnie i kontynuowanie wszystkich innych danych produktu po tym.

* Pod polami opisu znajduje się obszar zawierający wiele pól, które należy zrozumieć. Korzystając z tego obszaru, możesz kontrolować, jak zachowa się twój produkt.

Wskazówka

Jeśli chcesz zrobić więcej na temat optymalizacji sklepu internetowego pod kątem wyszukiwarek, zalecamy korzystanie z wtyczki SEO Joost de Valk (Yoast). Jest to ogólna wtyczka SEO do WordPress, ale działa również dobrze z WooCommerce. Możesz go znaleźć na stronie <http://wordpress.org/plugins/wordpress-seo/>.

Ogólne dane

Pierwsza karta w obszarze z danymi produktu jest domyślnie aktywna i nazywa się Ogólne. Tuż powyżej zauważysz, że można wybrać typ produktu i dostępne są dwa pola wyboru:

* Wirtualny i do pobrania. Są to wszystkie elementy, które zostaną omówione za chwilę. W tym momencie będziemy trzymać się prostych produktów. Nadają się do wszystkiego, co jest zwykłym, fizycznym produktem, bez potrzeby wybierania opcji lub zmiennych przez kupującego. Przyjrzyjmy się bliżej dostępnym polom naszego prostego produktu

-SKU oznacza Magazynowanie, jest również określane jako pozycja lub numer artykułu. Możesz wybrać jeden sam lub po prostu użyć kodów używanych przez twój dostawcę. Pamiętaj, aby użyć unikalnego kodu. W większości tematów SKU jest również pokazywane klientowi.

-Pole Cena regularna to cena sprzedaży Twojego produktu, którą klienci zobaczą w interfejsie Twojego sklepu. W przypadku promocji możesz użyć Ceny sprzedaży, dla której można również wprowadzić harmonogram, aby oferta była ważna tylko w określonych terminach.

-W zależności od konfiguracji dokonanej wcześniej w celu obliczania podatków, należy wybrać, czy obliczanie podatków będzie miało zastosowanie do tego produktu przy użyciu statusu podatkowego. Jeśli produkt podlega opodatkowaniu, wybierz również odpowiednią klasę podatkową.

* Dane magazynowe

Przechodząc do następnej karty, znajdziemy kilka ustawień, które kontrolują sposób obsługi poziomów zapasów dla tego produktu.

* Najpierw zdecyduj, czy konieczne jest w ogóle zarządzanie poziomem zapasów dla tego produktu. Nie zawsze jest to konieczne, jeśli masz mały sklep z tylko kilkoma przedmiotami. Jeśli zaznaczysz Zarządzaj zapasami? w polu Ilość zapasów automatycznie staje się widoczna. Tam wprowadź poziom zapasów, który masz dostępny w momencie tworzenia przedmiotu.

* Następnie upewnij się, że stan towaru ustawiony jest na stan magazynowy.

* Zdecyduj, czy chcesz zaakceptować zaległości od klienta, jeśli produkt nie jest już dostępny w magazynie. Jeśli tak, weź pod uwagę, że klienci mogą zacząć zadawać pytania dotyczące terminu dostawy zamówionego przedmiotu.

* Wreszcie istnieje parametr o nazwie Sprzedawany indywidualnie. Jeśli to zaznaczysz, Twoi klienci będą mogli dodać tylko jeden z tych produktów do swojego zamówienia.

Dane do wysyłki

Czasami musisz mieć możliwość dodania dodatkowych informacji do swojego produktu, ponieważ możliwości wysyłki lub stawki mogą zależeć od wagi i rozmiaru produktu

* Po prostu wprowadź wagę i wymiary, jeśli są ważne dla wysyłki lub jeśli są ważne dla twoich klientów. Waga i wymiary są pokazane na stronie produktu klientowi. Pamiętaj, że jednostki miary wagi i wymiarów produktu można ustawić na stronie ustawień WooCommerce.

* Wybierz klasę wysyłki, jeśli stawki wysyłki zależą od sprzedawanego produktu.

Atrybuty

Będziemy często używać atrybutów w następnej części, kiedy będziemy omawiać bardziej złożone typy produktów. Jednak także w przypadku prostych produktów używanie atrybutów ma sens. Zamiast wprowadzać na przykład tkaninę jako tekst, możemy utworzyć dla niej atrybut. Zastosowanie tej metody da klientom więcej możliwości filtrowania katalogu produktów.

Zaawansowane dane

Ponieważ jest to nasz pierwszy produkt, możemy w tej chwili pominąć kartę Powiązane produkty i atrybuty. Wykorzystamy je później. Na karcie Zaawansowane jest jednak kilka interesujących pól

* Pole Nota zakupu zostanie dołączone do dowolnego zamówienia tego produktu. Pojawi się również w wiadomości e-mail z potwierdzeniem zamówienia, którą otrzyma klient.

* Korzystając z menu, możesz wpłynąć na sposób zamawiania produktów. Uwaga: ta funkcja zależy od ustawień wprowadzonych w części pierwszej.

* Upewnij się, że pole Włącz recenzje jest zaznaczone. Posiadanie dobrych i autentycznych recenzji w twoim sklepie jest ważnym powodem dla potencjalnych klientów do zakupu.

Konfigurowanie kategorii, tagów i zdjęć produktów

Jesteśmy już prawie na miejscu. W naszym obszarze z polami produktów istnieje możliwość użycia niestandardowych pól, które znamy również ze zwykłych postów WordPress. Nie potrzebujemy tego teraz, a ponadto, jeśli to zrobisz, zawsze najpierw spróbuj, czy możesz rozwiązać swoją potrzebę za pomocą standardowego, dostępnego atrybutu i tagów. Do tej pory korzystaliśmy tylko z lewej części formularza wejścia do produktu. Po prawej stronie są dobrze znane pola do opublikowania

przedmiotu. Ale zanim to zrobimy, musimy najpierw zająć się innymi danymi, zaczynając od kategorii produktów. Tak jak w przypadku każdego zwykłego wpisu WordPress, po prostu kliknij kategorie, do których należy twój produkt. Pamiętaj, że można dodać jeden produkt do wielu kategorii. Następnie ustaw Tagi produktów, wpisując je w polu i po prostu naciśnij enter. Nie używaj zbyt wielu tagów na produkt, trzymaj się kilku. Zbyt wiele tagów może prowadzić do zduplikowania treści, ponieważ w takim przypadku zwiększa się szansa na posiadanie wielu stron o tej samej treści. Poniżej tagów produktu znajdują się dwa obszary, które umożliwiają pracę z obrazami: Galeria produktów i Polecany obraz. Zanim zaczniemy korzystać z tych funkcji, wróćmy do pierwszej części. Pamiętaj, że przekroczyliśmy kilka ustawień, które wpływają na nasze rozmiary obrazu? Jeśli chcesz teraz tam wrócić, najpierw zapisz swój produkt jako wersję roboczą, a następnie przejdź do WooCommerce | Ustawienia | Katalog. Ustawienia obrazu znajdują się na dole tej zakładki. WooCommerce używa trzech rozmiarów obrazu:

* Opcja Katalog obrazów to obraz używany w Twojej kategorii i stronach tagów, gdy użytkownicy przeglądają Twoją stronę Katalog produktów.

* Obraz pojedynczego produktu jest pokazany na stronie produktu i pokazuje pojedynczy element.

* Miniatury produktów są widoczne tylko w koszyku i kasie.

Ważne jest, aby stosować ten sam współczynnik dla wszystkich trzech rozmiarów. Utrzymanie tej samej szerokości i wysokości nie jest obowiązkowe, często stosuje się również format pionowy (w którym wartość szerokości jest mniejsza niż wartość wysokości), szczególnie na stronach o modzie.

Wskazówka

Nie wiesz, jakich wartości użyć? Przed wprowadzeniem ostatecznych ustawień i rozpoczęciem wypełniania katalogu produktów dużą ilością elementów ważne jest, aby poprawnie ustawić te wartości. Jeśli kupujesz motyw do swojego sklepu, dokumentacja motywu często wyjaśnia, z czego korzystać. Jeśli sam tworzysz motyw, masz oczywiście pełną swobodę w wyborze. Czasami konieczne jest ponowne wygenerowanie wszystkich zdjęć produktów, tylko dlatego, że zmieniłeś powyższe ustawienia po utworzeniu produktów. Na szczęście jest do tego wtyczka: <http://wordpress.org/plugins/regenerate-thumbnails/>

Wracamy do naszego produktu, aby rozpocząć dodawanie naszych zdjęć. Pierwszym i najważniejszym obrazem jest wyróżniony obraz. Po prostu dodaj to, klikając link Ustaw polecany obraz. Spowoduje to otwarcie biblioteki multimediów, tak jak przyzwyczyłeś się do tworzenia postów lub stron WordPress. Kliknij Wybierz pliki i otwórz pojedynczy obraz z komputera lokalnego. Nie zapomnij ustawić tekstu alternatywnego i opisu! Następnie kliknij przycisk Ustaw polecany obraz po prawej stronie. Powrócisz na stronę konserwacji produktu. Jeśli masz dostępnych wiele zdjęć, zrób to i nie wahaj się również je dodać. Brak dobrych zdjęć produktów to z pewnością zabójca konwersji. Kliknij Dodaj zdjęcia z galerii produktów i dodaj dostępne zdjęcia. Ponownie, również dla tych obrazów, wypełnij pola Tekst alternatywny i Opis. Wykonaliśmy najważniejsze kroki dotyczące naszego produktu i możemy opublikować go w prawym górnym rogu, klikając przycisk Publikuj. Oczywiście chcemy również rzucić okiem na wynik w interfejsie naszego sklepu. Ponieważ używamy tutaj domyślnego motywu Dwadzieścia trzynaście, układ strony jest w porządku, ale można go poprawić. Mogłoby być lepiej, gdybyśmy użyli zoptymalizowanego motywu WooCommerce. Więcej na ten temat zostanie omówione w rozdziale 5, Praca z motywami WooCommerce.

Podsumowanie

Nauczyliśmy się tworzyć nasze pierwsze produkty WooCommerce. Widzieliśmy, jak używać najważniejszych pól WooCommerce do określania zachowania naszego produktu.

Inne typy produktów

Nasz pierwszy produkt jest dostępny i moglibyśmy z łatwością kontynuować tę samą metodę tworzenia wielu produktów w ten sam sposób. Jednak WooCommerce oferuje więcej możliwości, niż się właśnie nauczyliśmy. Omówimy następujące tematy:

- * Praca z tagami
- * Używanie atrybutów
- * Konfigurowanie produktów zmiennych
- * Zgrupowane, wirtualne, do pobrania i powiązane produkty

Praca z tagami

O wykorzystaniu tagów produktów już wspomnieliśmy. Używanie tagów działa dokładnie tak samo, jak przyzwyczaiłeś się podczas pisania postów WordPress. Dlatego nie chcemy spędzać zbyt dużo czasu na wyjaśnianiu tej koncepcji. Pamiętaj tylko, że tagi produktów i tagi postów są w rzeczywistości oddzielone od siebie. Tagi, których już użyłeś, możesz znaleźć, przechodząc do Produkty | Tagi w menu po lewej stronie ekranu. Pamiętaj, że tagi wprowadzone podczas tworzenia produktu pojawiają się tutaj. Poza tym możliwe jest natychmiastowe utworzenie listy tagów na ekranie Edytuj produkt i użycie ich później. Tagi są doskonałym dodatkiem do Twojego sklepu, ale nie przesadzaj! Posiadanie wielu tagów dostarczających ten sam wynik doprowadzi do powielania problemów z treścią i zaszkodzi twoim pozycjom w wyszukiwarkach.

Używanie atrybutów

Na pierwszy rzut oka atrybuty wyglądają jak tagi, gdy wchodzimy do funkcji za pomocą menu: Produkty | Atrybuty Jest jednak ważna różnica. Atrybuty zapewniają potężny mechanizm do tworzenia różnego rodzaju produktów. Poza tym praca z atrybutami jest często mądrzejsza niż praca z samymi kategoriami. Kategorie służą do organizowania całych produktów, podczas gdy atrybuty są sposobem organizowania właściwości produktu. Zacznijmy od przykładu, który to wyjaśni. Nasz prosty produkt, który stworzyliśmy wcześniej (brązowy pasek damski) można łatwo umieścić w strukturze kategorii, na przykład Kobiety | Akcesoria | Pasy Ale to dałoby nam wszystkie dostępne pasy, prawda? I nie tylko te brązowe. Ok, więc dodamy do tego kolejną kategorię! Ale nie, chociaż jest to możliwe, nie jest to najlepszy sposób, aby to zrobić. Używanie atrybutów w takiej sytuacji dla koloru jest znacznie potężniejsze. Umożliwi to odwiedzającym natychmiastowe jednorazowe odfiltrowanie wszystkich produktów brązowych które należą do kategorii akcesoriów, więc można je ze sobą mieszać. Używanie kategorii do opisywania koloru produktu jest naprawdę niemożliwe. Innymi słowy, kategoria to grupa, w ramach której zestaw produktów można łączyć. Atrybut jest specyficzną cechą produktu. Inne produkty mogą mieć tę cechę, na przykład wiele produktów może mieć „średni” rozmiar lub mieć „brązowy” kolor. Ponieważ użycie kolorów w naszym sklepie z modą jest czymś dla którego pewno będziemy musieli stworzyć ten atrybut.

1. Utworzenie atrybutu jest bardzo proste. Wystarczy wpisać nazwę atrybutu (kolor w naszym przykładzie).

2. Następnie upewnij się, że pole Typ jest ustawione na Wybierz. Jeśli ustawisz opcję Tekst, da to Twojemu klientowi możliwość dodania wartości tekstowej do samego produktu. Coś, co może się przydać podczas tworzenia produktów na zamówienie, ale w naszym przykładzie nie jest to potrzebne.
3. Pozostaw Domyślny porządek sortowania niestandardowy, abyśmy później mogli sortować nasze wartości atrybutów w sposób, jaki chcemy.
4. Kliknij przycisk Dodaj atrybut. Teraz, gdy nasz atrybut został utworzony, pojawia się w prawym górnym rogu ekranu.
5. Kliknij przycisk Konfiguruj warunki.
6. Następnie dodaj wszystkie kolory, których prawdopodobnie będziesz potrzebować w swoim sklepie. Nie martw się, zawsze można wrócić później i dodać więcej. Dla każdego koloru wystarczy wpisać nazwę i kliknąć przycisk Dodaj nowy kolor. Wkrótce dostępna będzie długa lista kolorów. Pamiętaj, że te kolory zostaną wykorzystane później, gdy tworzymy nowe produkty.
7. Po zakończeniu wróć ponownie do formularza atrybutów, klikając menu po lewej stronie. Teraz powtórz powyższe kroki i utwórz nowy atrybut o nazwie Rozmiar lub Rozmiar buta. Podczas pracy z rozmiarami istnieje wiele różnych możliwości, więc możesz rozróżnić rozmiary w zależności od produktów, dla których zamierzasz ich używać. Rozmiary butów tworzymy na poparcie naszego kolejnego przykładu.

Po utworzeniu niektórych atrybutów będziemy mogli utworzyć plik produkt Variable

Konfigurowanie produktów zmiennych

Właśnie stworzyliśmy nasze pierwsze atrybuty, których użyjemy, aby dodać buty do sklepu z modą dla kobiet. Oczywiście nie chcemy wyświetlać wszystkich rozmiarów jako pojedynczych produktów. Chcemy pokazać naszym odwiedzającym jeden produkt i pozwolić im wybrać odpowiedni kolor i rozmiar.

1. Zaczynaj od utworzenia nowego produktu. Dodaj długi i krótki opis, wybierz odpowiednią kategorię lub utwórz ją i przypisz kilka tagów. Ustaw wyróżniony obraz, który pojawi się na stronie kategorii produktu.
2. Następnie w obszarze Dane produktu wybierz Produkt zmienny jako typ produktu.
3. Zauważ, że niektóre pola zniknęły; nie można już tutaj dodać ceny produktu. Pole SKU jest nadal dostępne, ale zwykle pozostawiłbyś je puste i ustawiłbyś indywidualne jednostki magazynowe (SKU) na niższym poziomie. Zobaczmy za chwilę. Na karcie Zapasy zaznacz pole Włącz zarządzanie zapasami na poziomie produktu, ale nie ustawiaj pola Ilość zapasów. Na razie pomiń inne karty i przejdź do karty Atrybuty.
4. Pomiń na razie inne karty i przejdź do karty Atrybuty
5. Następnie sprawdź pola Widoczne na stronie produktu i Używane dla odmian. Dzięki temu nasi odwiedzający będą mogli zobaczyć ten atrybut i będziemy mogli tworzyć wiele wystąpień (odmian) naszego produktu przy użyciu różnych kolorów. Pamiętaj, że jeśli wybierzesz opcję Widoczny na stronie produktu, atrybut stanie się widoczny dla klienta jako właściwość tego produktu. Ale tylko jako informacja; nie możesz użyć tego atrybutu podczas tworzenia odmian swojego produktu.
6. Po prawej stronie kliknij pole Wartość (wartości) i wybierz kolory, których chcesz użyć dla tego produktu. Dla uproszczenia naszego przykładu wybraliśmy po prostu czarny i szary.

7. Powtarzamy te same kroki dla naszego atrybutu Rozmiar buta, ale teraz klikamy przycisk Wybierz wszystko, aby natychmiast wybrać wszystkie dostępne rozmiary butów.

8. Teraz przejdź do karty Odmiany. Zauważ, że WooCommerce wyświetla ostrzeżenie o brakujących atrybutach. Aby rozwiązać ten problem, kliknij przycisk Zapisz atrybuty w lewym dolnym rogu karty Atrybuty lub zapisz wersję roboczą produktu w prawym górnym rogu ekranu produktu

9. Wróć do karty Wariacje i zauważ, że teraz niektóre pola stały się widoczne. Kliknij przycisk Połącz wszystkie odmiany, aby przypisać wszystkie możliwe kombinacje kolorów i rozmiarów jednocześnie.

10. WooCommerce wyświetli komunikat ostrzegawczy, ponieważ może to stworzyć dużą liczbę kombinacji (dwa kolory o siedmiu różnych rozmiarach dają łącznie 14 odmian). Kliknij OK.

Wskazówka

Istnieje limit 50 odmian na bieg. Pamiętaj, że nie powinieneś tworzyć zbyt wielu odmian. Jeśli masz ich więcej niż 100, są duże szanse, że stworzysz złożony produkt dla swoich klientów. Poza tym możesz spodziewać się problemów z wydajnością. W przypadku bardziej złożonych produktów dostępne są dodatkowe wtyczki do ich obsługi

11. Wyświetli się teraz duży obszar ze wszystkimi odmianami. Pamiętaj, że teraz można ustawić osobno liczbę pól dla każdej odmiany. Cena może się różnić, dostępna ilość w magazynie może się różnić, a dla każdej odmiany możesz ustawić indywidualną jednostkę SKU. Możliwe jest również przypisanie innego obrazu do odmiany. Zaczynij wypełniać odmiany indywidualnie lub użyj wygodnej funkcji edycji zbiorczej u góry, aby zmienić pola dla wszystkich odmian.

12. Zwykle pracujemy w ten sposób, aby ustawić wszystko, czego potrzebujemy, ale twoja sytuacja może się różnić w zależności od twoich produktów:

* Ustaw pole Cena regularna dla wszystkich produktów jednocześnie, korzystając z funkcji edycji zbiorczej

* Kliknij mały obszar obrazu, aby ustawić osobny obraz produktu dla odmiany

* Ustaw obraz SKU i pola Ilość zapasów indywidualnie dla każdej odmiany, zakładając, że ilości zapasów nie są takie same

13. Poniższy zrzut ekranu pokazuje opcję edycji zbiorczej, aby zmienić atrybuty wszystkich odmian jednocześnie.

14. Ostatnim krokiem, jaki musimy zrobić, jest opublikowanie produktu w prawym górnym rogu ekranu.

Wskazówka

Jeśli popełnisz błąd przy tworzeniu odmian, możesz je indywidualnie usunąć za pomocą przycisku Usuń lub ponownie używając funkcji edycji zbiorczej, aby usunąć je wszystkie naraz. Nie można ustawić obrazu dla wszystkich odmian naraz, ale należy pamiętać, że w rzeczywistości wystarczy ustawić ten obraz dla odmian, w których obraz różni się od tego, który ustawiłeś wcześniej jako Obraz wyróżniony na głównym poziomie produktu! Jeśli nie ustawisz obrazu dla swojej odmiany, WooCommerce wyświetli po prostu wyróżniony obraz głównego produktu. Teraz, kiedy opublikowaliśmy nasz produkt, oczywiście chcemy zobaczyć efekt końcowy w interfejsie. Zwróć uwagę, że wyświetlany obraz jest aktualizowany automatycznie, jeśli użytkownik wybierze inny kolor. W tym sklepie demonstracyjnym przy użyciu domyślnego motywu 2013 przycisk Dodaj do koszyka jest nieco mały i przesunięty w dół na

stronie. Wkrótce nauczymy się jak dostosować wygląd i styl naszego sklepu. Prawdopodobnie zauważyłeś, że przycisk Dodaj do koszyka nie jest dostępny, jeśli nie wybrano jeszcze żadnej odmiany. Aby rozwiązać ten problem, możesz ustawić domyślną odmianę swojego produktu w backendzie, aby był on natychmiast wyświetlany.

Inne typy produktów

Z pewnością zauważysz, że w WooCommerce dostępnych jest jeszcze więcej rodzajów produktów. Oprócz prostych i zmiennych produktów, możemy tworzyć:

- * Zgrupowane produkty: Pomyśl o pakiecie, takim jak na przykład kompletny zestaw składający się z komputera, monitora i myszy
- * Produkty wirtualne: są używane do usług, a więc nie fizycznych produktów
- * Produkty do pobrania: są to e-książki, zdjęcia, muzyka lub pliki wideo
- * Produkty zewnętrzne / stowarzyszone: Jest to specjalny rodzaj produktu, który jest faktycznie sprzedawany na innej stronie internetowej

Zgrupowane produkty

Aby utworzyć zgrupowany produkt, wystarczy wybrać ten typ u góry obszaru Dane produktu. Pola, które nie są już potrzebne, zostaną usunięte. Niestety nie można ustalić ceny sprzedaży dla grupy. W katalogu produktów WooCommerce wyświetli „Od \$ xx”, gdzie xx to cena pojedynczego produktu o najniższej cenie sprzedaży. Ostateczna cena, którą płaci klient, zostanie obliczona automatycznie przez dodanie całkowitych cen sprzedaży poszczególnych produktów wybranych przez klienta. W rzeczywistości zgrupowany element wyświetli poszczególne elementy grupy razem. Twój klient nadal kontroluje przedmioty, które zostaną umieszczone w koszyku. Zakończ swój produkt i utwórz indywidualne (proste) produkty, które będą należeć do tej grupy. Tworząc poszczególne produkty dla swojej grupy, zwróć uwagę na następujące kwestie:

- * Czy chcesz sprzedawać ten prosty produkt indywidualnie, czy tylko jako część zgrupowanego produktu? W zależności od potrzeb ustaw odpowiednią wartość w polu Widoczność katalogu w prawym górnym rogu.
- * Aby połączyć swój indywidualny produkt z grupą, kliknij Połączony

Karta Produkty i wybierz odpowiedni zgrupowany produkt. Pamiętaj, że jeśli masz wiele zgrupowanych produktów, lista rozwijana wkrótce zostanie zaśmiecona, a funkcje oferowane przez WooCommerce w obszarze mogą być zbyt ograniczone. Istnieją dodatkowe wtyczki dostępne w celu rozwiązania tego ograniczenia.

Produkty wirtualne

Ten typ produktu jest używany do produktów niefizycznych. Użyj go na przykład do sprzedaży usług. Produkty wirtualne nie zostaną wysłane, a gdy tylko oznaczysz prosty produkt jako wirtualny, karta Wysyłka zniknie z obszaru Dane produktu. Poza tym, jeśli klient kupuje tylko jeden lub wiele produktów wirtualnych, adres wysyłki zostanie usunięty z procesu realizacji transakcji. Pole wirtualne można ustawić tylko dla prostych produktów.

Produkty do pobrania

Jeśli masz towary cyfrowe do zaoferowania swoim klientom, WooCommerce obsługuje to za pomocą typu produktu do pobrania. Często będziesz chciał oznaczyć te przedmioty jako Wirtualne, ponieważ

fizycznie niczego nie wyślesz. Z drugiej strony, jeśli twój przedmiot można pobrać tak jak dostarczono, nie powinieneś sprawdzać pola wirtualnego. Przykładem może być książka fizycznie wysłana, ale w której kupujący otrzymuje również kopię do pobrania. Po sprawdzeniu pola do pobrania nowe pola stają się dostępne na karcie Ogólne. Kliknij Wybierz plik, aby przestać i dołączyć plik cyfrowy do produktu. Możesz także ustawić limit pobierania, który określa, jak często klient może wracać, aby ponownie pobrać ten sam element. Poza tym możesz ustawić datę wygaśnięcia pobierania. Podaj liczbę dni, przez które pobieranie pozostaje dostępne dla Twojego klienta po zakupie. Domyślnie oba pola są puste, co oznacza, że nie ma żadnych ograniczeń, a klienci zawsze mogą wrócić, aby ponownie pobrać zakupione produkty. Gdy klient kupi plik do pobrania, link do pobrania elementu zostanie wysłany do klienta. Link będzie także dostępny w sekcji Moje konto dla tego klienta, w zależności od ustawień utworzonych dla plików do pobrania. Przejdź do WooCommerce | Ustawienia | Ogólne, aby sprawdzić ustawienia produktów do pobrania. Ogólnie rzecz biorąc, wartości domyślne są w porządku, ale możesz zmusić swoich klientów do utworzenia konta i zalogowania się, aby móc kupić elementy do pobrania.

Produkty zewnętrzne / stowarzyszone

Ten ostatni typ produktu, który oferuje WooCommerce, jest wyjątkowy. Jak zapewne wiesz, marketingowcy afiliacyjni promują produkty innych stron internetowych. Korzystając z tego typu produktu, możesz tworzyć produkty, które są faktycznie sprzedawane gdzie indziej. Jako właściciel witryny często zarabiasz procent sprzedaży. Ten typ produktu jest popularny wśród blogerów, ponieważ daje im możliwość zarabiania na swoim blogu bez konieczności tworzenia w pełni funkcjonalnego sklepu internetowego i samodzielnego utrzymywania stanów magazynowych. Podczas tworzenia takiego produktu adres URL produktu jest najważniejszym polem. Przekierowuje użytkownika do sklepu, w którym produkt jest faktycznie sprzedawany, w tym unikalny kod. Korzystając z tego kodu, sprzedawca będzie wiedział, że ten kupujący przyszedł z Twojej witryny i otrzymasz opłatę stowarzyszoną, jeśli klient zamknie sprzedaż. Jeśli użyjesz swoich produktów w ten sposób, kupujący nie będzie już mógł dodać produktu do koszyka. Zostaną po prostu przekierowane do oryginalnego sklepu.

Wskazówka

Jeśli chcesz używać WooCommerce do celów marketingu afiliacyjnego, istnieje wiele możliwości integracji z dużymi sieciami afiliacyjnymi. Każdy kraj ma swoich własnych partnerów stowarzyszonych. Więksi detaliści mają własne programy partnerskie, takie jak na przykład www.amazon.com. Przyjrzyj się również możliwości automatycznego importowania produktów do sklepu WooCommerce. Wtyczka WP All Import będzie na przykład zapewniać możliwość importowania danych produktu z XML i CSV

Podsumowanie

Nauczyliśmy się tworzyć bardziej złożone produkty WooCommerce. Potrzebujemy tego nie tylko do tworzenia produktów z kolorami i rozmiarami, ale także jeśli sprzedajemy usługi lub przedmioty cyfrowe. Teraz, gdy omówiliśmy już wszystko na temat korzystania z produktów, nadszedł czas, aby przyjrzeć się metodom wysyłki i płatności.

Płatności, wysyłka i kupony

Masz już wystarczającą wiedzę na temat możliwości produktu, które WooCommerce ma do zaoferowania. Możesz nadal dodawać wiele kategorii i produktów, aby wypełnić katalog produktów. Następnie musimy przyjrzeć się procesowi zakupów, który będzie oferowany klientom. W tym rozdziale przyjrzymy się bliżej:

- * Metody płatności i ustawienia
- * Metody wysyłki i ceny
- * Korzystanie z kuponów rabatowych

Metody Płatności

Wcześniej pominęliśmy obszary obsługi płatności i metod wysyłki. Oba są ważnymi tematami dla Twojego sklepu internetowego, które zasługują na dodatkową uwagę. Zacznijmy od metod płatności, które zaoferujesz swoim klientom.

Metody płatności, które należy zastosować

Przede wszystkim nie ma najlepszej odpowiedzi na to pytanie. Patrząc na rozwiązania płatnicze dostępne na całym świecie, możesz być zaskoczony. Istnieją dosłownie setki możliwości. Metody, które musisz zaoferować swoim klientom, będą się różnić w zależności od kraju. Zwłaszcza jeśli sprzedajesz lokalnie (w określonym kraju), musisz przygotować swój sklep na ten rynek. Jeśli nie masz pewności, jakie metody płatności powinieneś zaoferować, po prostu spójrz na metody oferowane przez inne sklepy internetowe na Twoim rynku. Oto niektóre możliwości, ale pamiętaj, że poniższa lista obejmuje tylko najważniejsze, szeroko stosowane możliwości płatności:

- *Karta kredytowa
- *Karta debetowa
- *Przelew bankowy
- *Płatność gotówką przy odbiorze
- * Zapłata po dostawie
- *Czeki

Portfele online

Ta lista wyjaśnia coś o metodach płatności, ale jeszcze nie o dostawcy usług płatniczych. Dostawca płatności to firma, która dba o to, aby transakcja online była obsługiwana poprawnie, a klientowi oferowano wystarczające możliwości płatności za pomocą wybranego przez siebie rodzaju lub karty. Oto niektóre z głównych graczy:

- * PayPal
- *Amazon
- * Google (Google Checkout i Portfel Google)
- * Alipay (Chiny)
- * Firmy obsługujące karty kredytowe Mastercard, Visa, American Express i

Odkryć

- * Authorize.net
- * I wiele, wiele innych

Ważne jest, aby zrozumieć różnicę między dostawcą płatności a bramą płatności. Dostawca płatności to firma oferująca jedną lub wiele metod płatności, które w WooCommerce są nazywane bramkami płatności. Na przykład PayPal jest dostawcą płatności, który oferuje bramki płatnicze, takie jak PayPal Pro, PayPal Express Checkout i PayPal Digital Goods. Często dostawca płatności oferuje wiele metod płatności. W przypadku Twojego sklepu prawdopodobnie musisz zaoferować kombinację możliwości płatności. Przyjrzyjmy się, co WooCommerce ma do zaoferowania domyślnie. Przejdź do WooCommerce | Ustawienia | Bramy płatnicze. Na poprzednim zrzucie ekranu widzimy następujące opcje:

*Bezpośredni przelew bankowy

*Zapłata czekiem

*Płatność gotówką przy odbiorze

*Karta kredytowa

* PayPal

W rzeczywistości są to wszystkie metody płatności offline, z wyjątkiem PayPal i karty kredytowej, gdzie płatności kartą kredytową są obsługiwane przez Mijireh Checkout. Jest to dostawca usług płatniczych oferujący wiele różnych możliwości płatności w prawie 70 krajach. Wszystkie inne wymienione wcześniej opcje to metody płatności offline. Oznacza to, że klient może skorzystać z tej metody, jeśli ją oferujesz, ale faktyczna płatność nie jest dokonywana natychmiast. Później musisz ręcznie sprawdzić, czy otrzymałeś pieniądze od klienta. Metody płatności online natychmiast wykonują transakcję płatności online, w momencie sprzedaży. W większości przypadków płatność jest weryfikowana automatycznie, a status zamówienia w WooCommerce zostanie odpowiednio zaktualizowany.

Co musisz wiedzieć o kartach kredytowych?

Jeśli chcesz akceptować karty kredytowe w swoim sklepie, wkrótce usłyszysz coś na temat zgodności z Payment Cards Industry (PCI). Problem polega na tym, że jeśli pozwalasz swoim klientom na wprowadzanie danych karty kredytowej bezpośrednio w witrynie, musisz być zgodny z PCI. Jeśli nie, prowadzisz nielegalną firmę. Minusem jest to, że uzyskanie zgodności z PCI w witrynie jest trudne. Szczególnie w przypadku małych sklepów lub przystawek jest to prawie niemożliwy cel. Jeśli chcesz dowiedzieć się więcej na ten temat, przydatna może być następująca witryna:

<http://www.pcicomplianceguide.org/>

Jak to rozwiążemy? Nadal musimy akceptować karty kredytowe w naszym sklepie. Na szczęście w tym miejscu wkraczają dostawcy usług płatniczych. Są to firmy zewnętrzne obsługujące transakcje płatnicze w bezpieczny sposób. Kasa Mijireh, o której właśnie wspomnieliśmy, to tylko jedna z wielu dostępnych opcji. Poza tym PayPal oferuje również możliwość akceptowania transakcji kartą kredytową. Ale jest coś więcej. Wystarczy odwiedzić stronę rozszerzeń WooCommerce, aby dowiedzieć się, co jest możliwe na twoim rynku:

<http://www.woothemes.com/product-zagory/woocommerceedextensions/>

Wybierz Payment Gateways i swój kraj, aby otrzymać przegląd dostępnych rozszerzeń płatności dla WooCommerce.

Rozszerzenia do obsługi dostawców usług płatniczych nie są bezpłatne, a ostatnio WooCommerce podniósł wszystkie ceny. Czasami wybrany dostawca usług płatniczych może zaoferować bezpłatne rozszerzenie WooCommerce podczas rejestracji. Upewnij się tylko, czy jest dostępne. Instalowanie

rozszerzenia działa w taki sam sposób, jak w przypadku każdej innej zwykłej wtyczki WordPress. Rozsądnie jest znaleźć odpowiedniego dostawcę usług płatniczych dla swojego rynku. Zwróć uwagę na stawki naliczane przez dostawcę usług płatniczych (a także opłaty transakcyjne jako stawki miesięczne) i sposób, w jaki zapłacą ci po transakcji. Zawarcie umowy z wybranym dostawcą usług płatniczych oraz sposób konfiguracji w WooCommerce są bardzo różne. Dlatego w poniższym przykładzie po prostu postanowiliśmy trzymać się domyślnej opcji WooCommerce.

Konfigurowanie PayPal

Konfiguracja PayPal w twoim sklepie WooCommerce jest bardzo prosta. Oczywiście najpierw musisz utworzyć konto PayPal, jeśli jeszcze go nie masz na stronie <http://www.paypal.com>. Oznacz to jako konto firmowe i wprowadź dane konta bankowego, aby móc przysyłać pieniądze z konta PayPal na zwykłe konto bankowe. Następnie w WooCommerce kliknij PayPal u góry karty Payment Gateways. Wpisz adres e-mail użyty do utworzenia konta PayPal:

Pamiętaj, że masz następujące możliwości:

* Użyj prefiksu faktury, który posłuży do utworzenia numeru transakcji. Domyślnie jest to WC (od WooCommerce), więc możesz chcieć użyć czegoś innego. Pamiętaj, że numer faktury zostanie wysłany do PayPal wraz z prefiksem. Jeśli prowadzisz wiele sklepów WooCommerce za pomocą jednego konta PayPal, musisz użyć innego prefiksu dla każdego sklepu.

* Używaj stylów stron zdefiniowanych na koncie PayPal, aby móc oferować niestandardowy wygląd strony kasy PayPal.

* Możesz użyć funkcji piaskownicy PayPal, aby przetestować swoje transakcje przed otwarciem sklepu dla klientów. Pamiętaj, że domyślnie ta piaskownica jest włączona, więc nie zapomnij o zmianie podczas uruchamiania sklepu! Aby uzyskać więcej informacji na temat funkcji piaskownicy w systemie PayPal,

Wskazówka

Niezależnie od dostawcy usług płatniczych, którego używasz, upewnij się, że dokładnie przetestowałeś konfigurację. Nie wahaj się i kup produkt w swoim sklepie. Ważne jest, aby dokładnie sprawdzić proces, zamiast zakładać, że zadziała!

W przypadku innych metod płatności offline wystarczy włączyć lub wyłączyć dowolnie. Możesz zmienić opis, który odwiedzający zobaczą dla każdej metody płatności. Metoda płatności za pobraniem umożliwia także połączenie jej z metodą wysyłki. Jest to przydatne, ponieważ możesz ustawić inną cenę za tę metodę, ponieważ płatność przy odbiorze jest często droгим wyborem

Metody wysyłki i ceny

Podobnie jak w przypadku metod płatności, musimy również pomyśleć o metodach wysyłki, które zamierzamy zaoferować Twoim klientom. Gdzie są wysyłamy do? Czy pobieramy za to opłaty od naszych klientów, a jeśli tak, to czy kwota zależy od adresu wysyłki, wagi przesyłki? produktu, czy obu? Również tutaj musimy pomyśleć o kilku aspektach:

* Z jakich nośników będziemy korzystać?

* Czy konieczna jest integracja naszych zamówień z tym przewoźnikiem, czy będziemy pracować ręcznie?

* Jakie są nasze ceny wysyłki i w jaki sposób obliczymy wysyłkę do naszych klientów?

* Patrząc na funkcje oferowane przez WooCommerce, widzimy podobny ekran jak w przypadku metod płatności. Jest kilka ustawień, które musimy sprawdzić.

* Przede wszystkim zdecyduj, czy w ogóle potrzebujemy wysyłki. Domyślnie pole **Włącz wysyłkę** jest zaznaczone, ale jeśli sprzedajemy tylko produkty do pobrania, możemy je wyłączyć.

* Następnie musimy zdecydować, czy chcemy wyświetlić kalkulator wysyłki na stronie koszyka. Jest to funkcja, która daje klientom możliwość sprawdzenia oczekiwanych kosztów wysyłki na wczesnym etapie. Moglibyśmy go wyłączyć, jeśli naliczilibyśmy tylko stałą kwotę lub korzystaliśmy z bezpłatnej wysyłki.

* Możliwe jest ukrycie kwoty kosztów wysyłki, o ile klient nie poda adresu. Przydatne, gdy korzystasz ze zmiennych kosztów wysyłki, w zależności od adresu klienta.

* Musimy również zdecydować, czy chcemy pokazywać metody wysyłki za pomocą przycisków opcji lub pól wyboru. Zazwyczaj przycisk opcji ma sens, ponieważ klienci wybiorą jedną z dostępnych opcji.

* Wreszcie musimy zdecydować, czy damy możliwość wprowadzenia (innego) adresu wysyłki w ogóle, czy tylko wysyłki na adres rozliczeniowy użytkownika. Nawet jeśli wyłączymy tę opcję, nadal domyślnie ma sens wysyłanie na adres rozliczeniowy. To jest po prostu wygodniejsze dla Twoich klientów. WooCommerce nie poprosi o adres wysyłki, jeśli nie będzie potrzebny. Jeśli nadal chcemy, aby ten adres był dostępny, możemy zaznaczyć pole **Odbierz adres wysyłki**, nawet jeśli nie jest to wymagane.

Poniżej ustawień znajdziemy wszystkie standardowe dostępne metody wysyłki. Oto, co WooCommerce ma do zaoferowania:

* **Ryczałt:** Jest to stała kwota kosztów wysyłki dla wszystkich zamówień.

* **Bezpłatna wysyłka:** To mówi samo za siebie. Pamiętaj, że ta metoda jest domyślnie włączona.

* **Dostawa międzynarodowa:** dotyczy klientów spoza naszej firmy i kraju. Podobne do wysyłki według stawki ryczałtowej. Kwota nie różni się od kraju.

* **Dostawa lokalna:** dotyczy klientów mieszkających w pobliżu. Możemy wprowadzić kody pocztowe, aby określić, kiedy ta metoda będzie dostępna

* **Lokalny odbiór:** Zamiast dostarczać zamówienie, nasi klienci mogą go oczywiście odebrać. WooCommerce zakłada, że w tym przypadku nasz klient nie pobiera żadnych opłat.

Przyjrzyjmy się bliżej metodzie ryczałtowej, aby sprawdzić, jak musimy ją skonfigurować. Wystarczy kliknąć łącze ryczałtowane u góry ekranu. Chociaż nazwa wysyłki ryczałtowana wydaje się ograniczona, ta metoda wciąż daje nam wiele możliwości. Metoda ryczałtowa obliczy jedną stawkę wysyłkową za zamówienie, niezależnie od wagi i wymiarów produktów w tym zamówieniu. Stawka ryczałtowa może się różnić w zależności od kraju, ale nie uwzględnia miasta ani kodu pocztowego klienta. Aby zademonstrować możliwości metody ryczałtu, wykorzystaliśmy niektóre dodatkowe funkcje.

* Przede wszystkim, musimy zaznaczyć pole **Włącz tę metodę wysyłki**, inaczej nic się nie wydarzy.

* Stawka 4,95 dolarów, którą stworzyliśmy, ma zastosowanie tylko w przypadku wysyłki na terenie USA.

* Stworzyliśmy dodatkową stawkę w wysokości 9,95 dolarów za dostawy ekspresowe. Również ta stawka jest stałą kwotą za pełne zamówienie, chociaż możliwe jest również ustawienie stawki na

podstawie klasy wysyłki lub linii produktów. Pamiętaj, że 9,95 dolara zostanie dodane do stawki ryczałtowej, co da wynikową kwotę 14,90 dolara bez podatku.

* Dodatkowo dodaliśmy dodatkowe koszty w wysokości 5 dolarów za zamówienie, jeśli zawiera ono produkty oznaczone jako Produkty o wysokiej wartości. Jest to klasa wysyłkowa, którą stworzyliśmy dla drogich produktów, które mogą być potrzebne do wysyłki za pomocą ubezpieczenia. Jak widać, ta metoda wysyłki zapewnia już większą elastyczność niż tylko jedna stawka ryczałtowa. Spójrz na następującą stronę, którą zobaczą nasi klienci podczas składania zamówienia

Patrząc na dostępne metody wysyłki, możemy sobie wyobrazić, że brakuje możliwości. Co jeśli potrzebujemy metody wysyłki, która oblicza stawkę dostawy na podstawie adresu dostawy i produktów, które wysyłamy? To już nie jest zryczałtowana stawka, a inne metody wysyłki nie oferują rozwiązania. W takiej sytuacji WooCommerce potrzebuje dodatkowych rozszerzeń. Dobrym i bardzo elastycznym, ale dość droгим rozszerzeniem byłaby wtyczka wysyłkowa Table Rate. Jest dostępny za 199 dolarów w sklepie WooCommerce: [http://www.woothemes.com/products/table-rateshipping-2 /](http://www.woothemes.com/products/table-rateshipping-2/)

Klasy wysyłki

Musiałeś wcześniej zauważyć, że korzystaliśmy z klasy wysyłki podczas konfiguracji naszej metody wysyłki. Klasa wysyłki to nic innego jak związek między produktem a określonym sposobem wysyłki. Innymi słowy, klasę wysyłkową można przypisać do produktu. Jeśli zdefiniujemy wiele klas wysyłki, łatwiej będzie zastosować różne stawki wysyłki dla różnych rodzajów produktów. Definiowanie klas wysyłki jest równie proste, jak tworzenie nowych kategorii. Po prostu przejdź w menu WordPress po lewej stronie do Produkty | Klasy wysyłki Po prostu wpisz nazwę i opis swojej klasy i kliknij przycisk Dodaj nową klasę wysyłkową.

Integracja z operatorem

Podobnie jak w przypadku metod płatności, na rynku jest wielu przewoźników oferujących integrację z WooCommerce, dzięki czemu nie będziesz musiał ręcznie obsługiwać transakcji wysyłkowych. Jest tu zbyt wiele możliwości, by o tym wspomnieć, ale zawsze potrzebne jest rozszerzenie, aby połączyć WooCommerce z określonym operatorem. Jeśli potrzebujesz zintegrować operatora, wróć na stronę WooCommerce, aby sprawdzić, czy jest dostępne rozszerzenie na

<http://www.woothemes.com/product-category/woocommerceextensions/>.

Dla głównych graczy, takich jak UPS i FedEx, dostępne są rozszerzenia, ale te rozszerzenia obliczą tylko prawidłowe stawki wysyłki dla tych przewoźników.

Korzystanie z kuponów rabatowych

Jest jeszcze jeden temat, który chcielibyśmy omówić. Praca z kuponami rabatowymi daje możliwość organizacji promocji dla obecnych klientów, subskrybentów lub dowolnej innej grupy docelowej. WooCommerce ma podstawową funkcjonalność na pokładzie, aby móc pracować z kuponami rabatowymi. Możesz je znaleźć w menu, przechodząc do WooCommerce | Kupony Aby dodać nowy kupon, kliknij przycisk Dodaj kupon u góry ekranu.

W poprzednim przykładzie stworzyliśmy prosty kupon, który daje 10% zniżki na cały koszyk dla wszystkich nowych subskrybentów. Aby włączyć nasz kupon, wystarczy teraz kliknąć przycisk Publikuj. Funkcja kuponu zapewnia kilka możliwości, przejdźmy kolejno przez pola.

* Przede wszystkim ustaw kod kuponu u góry ekranu. Jest to kod, który muszą wprowadzić Twoi klienci, aby otrzymać zniżkę.

- * Następnie wprowadź opis kuponu, aby później go rozpoznać.
- * Ważnym jest pole Typ rabatu. Możesz zdecydować o udzieleniu rabatu jako stałej kwoty na produkt, jako procent ceny sprzedaży na produkt, jako stałej kwoty dla całego koszyka lub jako procent dla całego koszyka. Użyliśmy tego ostatniego, ustawiając koszyk% rabatu.
- * Pod polem typu ustaw kwotę lub procent rabatu, który chcesz dać w polu Kwota kuponu.
- * Oprócz wspomnianych możliwości przyznania kwoty lub procentu rabatu, można również oferować bezpłatną wysyłkę do klientów za pomocą kuponu. Zaznacz pole Włącz bezpłatną wysyłkę, jeśli chcesz korzystać z tej funkcji. Pamiętaj jednak, że należy również włączyć metodę bezpłatnej wysyłki, którą widzieliśmy wcześniej, i ustawić ją tak, aby użyć kuponu.
- * Zaznacz pole Indywidualne użycie, jeśli chcesz uniemożliwić swoim klientom łączenie kilku kodów kuponów.
- * Określ, czy musisz udzielić rabatu przed obliczeniem podatku od sprzedaży czy po nim. Zaznacz to pole, jeśli chcesz obliczyć rabat na kwotę bez podatku od sprzedaży.
- * Czy Twoi klienci mogą wykorzystać kupon, aby kupić przedmioty, które są już w sprzedaży? Jeśli nie, zaznacz pole Wyklucz elementy sprzedaży.
- * Czasami możemy chcieć przeprowadzić taką promocję, jak Odbierz 20% zniżki na wszystkie zamówienia o wartości 100 USD i więcej. Użyj pola Minimalna kwota, aby ustawić taką minimalną kwotę zamówienia.
- * Następnie możemy ograniczyć nasz kod kuponu do niektórych produktów lub kategorii, a nawet wykluczyć niektóre produkty lub kategorie . Po prostu wybierz to, co najbardziej ci odpowiada.
- * Użyj pola Ograniczenia e-mail, jeśli chcesz udostępnić to pole tylko niektórym określonym klientom. Musisz znać adres e-mail , adres, którego będą używać do złożenia zamówienia, aby móc z tego skorzystać.
- * Na koniec są jeszcze dwa ustawienia, które ograniczają wykorzystanie naszego kuponu. Najpierw możemy ustawić, ile razy ten kupon może być użyty. Pamiętaj, że ustawienie limitu wykorzystania na poziomie sklepu nie powstrzyma konkretnego klienta przed wielokrotnym użyciem tego samego kodu kuponu do różnych zamówień. Możemy również nadać temu kuponowi datę wygaśnięcia, aby po osiągnięciu tej daty kupon przestał działać.

W koszyku lub kasie klienci zostaną poproszeni o podanie kuponu, jeśli go mają.

Pamiętaj, że sposób, w jaki to wygląda całkowicie, zależy od używanego motywu. Pamiętaj, że gdy tylko umożliwisz korzystanie z kuponów, potencjalni klienci, którzy go nie mają, mogą być rozproszeni i zostawić koszyk, aby rozpocząć wyszukiwanie. Czasami po prostu lepiej jest wyłączyć tę funkcję, jeśli nie prowadzisz żadnych promocji, w których potrzebne są kupony. Pamiętaj, że po dodaniu kuponu klient może ponownie usunąć kod kuponu, klikając link USUŃ. W zależności od ustawień kuponów korzystanie z wielu kuponów dla tego samego zamówienia będzie dozwolone lub zabronione. Jeśli jednak użyto wielu kuponów, kliknięcie łącza USUŃ usunie wszystkie z nich jednocześnie.

Podsumowanie

Nauczyliśmy się pracować z domyślną płatnością i możliwościami, jakie oferuje WooCommerce. Jednak każdy kraj jest inny i ważne jest, aby używać właściwego rozwiązania płatniczego w Twojej okolicy. Dowiedzieliśmy się również, jak korzystać z funkcji oferowanych przez WooCommerce do obliczania

kosztów wysyłki. Wreszcie pracowaliśmy z kuponami rabatowymi, które będą wykorzystywane do celów marketingowych. W następnym rozdziale zmienimy wygląd naszego sklepu. Przyjrzymy się bliżej motywom WordPress, dostosowanym do współpracy z WooCommerce.

Praca z motywami WooCommerce

Do tej pory byliśmy w stanie skonfigurować nasz sklep internetowy, dodać inny rodzaj produktów i podjąć niezbędne kroki, aby dodać metody płatności i wysyłki. Nasz sklep wciąż wygląda jednak bardzo „standardowo”, używając domyślnego motywu WordPress Twenty Thirteen. Czas zmienić wygląd naszego sklepu! Omówimy:

- * Tworzenie lub kupowanie motywu?
- * Znajdowanie i wybieranie motywów WooCommerce
- * Instalowanie motywu WooCommerce
- * Praca z ustawieniami motywu

Tworzenie lub kupowanie motywu

Wygląd twojego sklepu jest całkowicie kontrolowany przez Twój motyw WordPress. Zauważyliśmy już, że nawet standardowy motyw zapewnia akceptowalne wyniki. Ale lepiej jest użyć motywu, który ma zostać stworzony z myślą o WooCommerce. Mamy dwie możliwości:

- * Zaprojektuj i opracuj motyw od podstaw. Albo niech ktoś to dla nas zrobi.
- * Użyj motywu WooCommerce, który jest dostępny na rynku.

Po pierwsze, samodzielne tworzenie motywu nie jest czymś, co moglibyśmy zrobić z dnia na dzień. Wymaga dużej wiedzy na temat projektowania stron internetowych, WordPress, WooCommerce, PHP, HTML i CSS. Wystarczy wymienić tylko kilka, ale być może, jeśli chcielibyśmy mieć unikalny projekt, z którego nie korzysta żaden inny sklep, gdybyśmy mieli wystarczająco dużo czasu, a nasz budżet był wystarczająco duży, byłby to dobry wybór. Tworzenie własnego motywu WordPress lub WooCommerce to doświadczenie edukacyjne, jeśli nigdy wcześniej tego nie robiłeś. Z drugiej strony znajdujemy standardowe motywy. Niektóre z nich są nawet darmowe, ale potrzebujemy motywu, który został opracowany dla WooCommerce. Często okazuje się, że potrzebujemy motywu komercyjnego. Motywy komercyjne lub premium można znaleźć w przedziałach cenowych od 20 do 200 dolarów, przy czym większość motywów będzie oferowana poniżej 100 dolarów. Gdybyśmy mieli niewielki budżet, byłby to zdecydowanie dobry wybór, ponieważ istnieją setki tematów do wyboru. Pamiętaj, że zawsze można dostosować te motywy, aby wybrany motyw lepiej odpowiadał Twoim potrzebom. Czy zdecydowałeś się stworzyć własny motyw od zera? W takim przypadku więcej informacji znajdziesz w rozdziale 6, Dostosuj lub utwórz motyw WooCommerce.

Znajdowanie i wybieranie motywów WooCommerce

Jeśli zdecydujesz się użyć standardowego motywu, staniesz przed nowym wyzwaniem: który motyw spełni Twoje potrzeby? Na rynku dostępne są darmowe motywy, ale większość motywów WooCommerce to motywy komercyjne, za które trzeba zapłacić. Często są one nazywane motywami Premium. Te motywy są obsługiwane przez programistę i w większości przypadków zapewniają wiele funkcji. Szukaj motywów, które ułatwiają dostosowanie układu, kolorów i czcionek. Istnieje wiele zasobów dostępnych online, aby szukać motywów zgodnych z WooCommerce:

* Sama witryna WooThemes: <http://www.woothemes.com> pochodzi od twórców WooCommerce. W rzeczywistości WooThemes istnieje znacznie dłużej niż ich produkt WooCommerce, który jest stosunkowo młody. Pamiętaj, że nie każdy motyw może być odpowiedni dla WooCommerce. Istnieją również ogólne motywy WordPress. Obejrzyj demo, aby sprawdzić, jak będą wyglądały strony kategorii i produktów. Zaletą motywu stworzonego przez WooThemes jest to, że będzie to absolutnie motyw wysokiej jakości i kompatybilny z WooCommerce. WooThemes ostatnio zmienił strukturę cen. Ceny wzrosły do prawie 100 dolarów za motyw.

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

ThemeForest to rynek, na którym wielu programistów oferuje motywy do WordPress i innych rozwiązań. Dostępna jest szeroka gama motywów obsługujących WooCommerce. Pamiętaj jednak, że jakość może się różnić. Uważnie przyjrzyj się prezentacjom, komentarzom innych czytelników i ostatniej aktualizacji. Motywy w rozsądnej cenie od około 50 do 60 dolarów.

* Nawet tańsze motywy można znaleźć gdzie indziej w sieci. Na przykład w Tokokoo: <http://tokokoo.com/portfoliocategory/woocommerce-2> / lub Mojo Themes: <http://www.mojothemes.com/kategorie/wordpress/ecommercewordpress/woocommerce-themes/>.

Czasami możesz również znaleźć darmowe motywy. Najlepsze zasoby to WooThemes i witryna WordPress.org: <http://wordpress.org/themes/>. Wyszukaj WooCommerce, jeśli szukasz na WordPress.org. Ale bądź ostrożny, budując swój biznes z darmowym motywem. Chociaż wydaje się kuszące, jeśli masz niski budżet, bezpłatne motywy często nie są aktualizowane ani obsługiwane.

Rzeczy, na które należy zwrócić uwagę przy zakupie motywu

Jeśli nie znasz się dobrze na pracy z różnymi motywami WordPress, pomocne mogą być następujące wskazówki, aby dokonać dobrego wyboru:

* Zgodność przeglądarki: dla użytkowników nie zawsze jest to jasne, ale często starsze przeglądarki, takie jak Microsoft Internet Explorer 8 i starsze, nie są już obsługiwane. Oznacza to, że użytkownik korzystający z takiej przeglądarki zobaczy nieprawidłowo działającą stronę internetową. W zależności od odbiorców jest to lub nie stanowi problemu. Zwróć na to uwagę i upewnij się, że rozumiesz, w których przeglądarkach i wersjach będzie działać wybrany motyw.

* Kompatybilność ze smartfonami / tabletami: budując obecnie witrynę internetową, należy wziąć pod uwagę jej wygląd na urządzeniach mobilnych. Spełnij ten wymóg, szukając responsywnego motywu WooCommerce. Witryna zbudowana z responsywnego motywu będzie dobrze wyglądać na wszystkich urządzeniach, niezależnie od ich maksymalnej rozdzielczości ekranu. Motywy, które są również gotowe na Retinę, będą dobrze wyglądać na ekranach o wysokiej rozdzielczości, takich jak iPad 3. Zobacz poniższy przykład responsywnego motywu i tego, jak zmieni się wygląd i działanie, jeśli witryna zostanie odwiedzona za pomocą telefonu komórkowego (po prawej)

Wskazówka

Twórcy motywów prawie zawsze oferują stronę demonstracyjną, na której można sprawdzić wygląd motywu. Nie zapomnij również otworzyć tej strony demonstracyjnej za pomocą tabletu i telefonu komórkowego, aby zorientować się w układzie tych urządzeń.

* Czy motyw jest zgodny z najnowszą wersją WooCommerce? Sprawdź aktualną wersję wtyczki WooCommerce i sprawdź, czy programista motywów gwarantuje, że będzie działać. Również tutaj, przy zakupie motywu z WooThemes, nie powinno być problemów z niekompatybilnością.

* Kiedy motyw został zaktualizowany? Zwłaszcza przy zakupie od zewnętrznych deweloperów, takich jak na rynku ThemeForest, ważne jest, aby sprawdzić, czy programista aktualizuje motyw. Zaktualizowany motyw jest ważny. Starszy motyw może już nie być kompatybilny z najnowszymi wersjami WordPress i WooCommerce.

* Z funkcjonalnego punktu widzenia: jak elastyczny jest motyw? Czy na przykład będziesz w stanie łatwo zmieniać kolory? Czy możesz nieco zmienić układ motywu bez kodowania? Czy w nagłówek jest wystarczająco dużo miejsca na Twoje logo?

* Jakie inne funkcje są dostarczane? Również ważne: czy naprawdę potrzebujesz wszystkich funkcji dostarczanych w kompozycji? Często widzimy motywy z mnóstwem funkcjonalności. Korzystanie z takich funkcji jest przydatne, ale Twoja witryna może się zepsuć, jeśli kiedykolwiek zmienisz motyw. Na przykład: obecnie regularnie widzimy motywy z wbudowanymi funkcjami optymalizacji pod kątem wyszukiwarek (SEO). Jeśli zmienisz motyw w przyszłości, możesz nawet stracić takie dane! Nawet jeśli motyw oferuje taką funkcjonalność, lepiej skorzystać z osobnej wtyczki SEO. Zapobiegnie to utracie danych, jeśli kiedykolwiek będziesz chciał zmienić temat na inny.

Jest wiele rzeczy, na które musimy zwrócić uwagę przy zakupie motywu WooCommerce. Jednak podczas tworzenia motywu od podstaw musimy zwrócić uwagę również na niektóre z tych tematów. W takim przypadku musimy mieć lub zebrać wiedzę, aby móc ją poprawnie zbudować.

Instalowanie motywu WooCommerce

Jeśli kupiłeś komercyjny motyw zgodny z WooCommerce, będziesz musiał zainstalować go za pomocą panelu administracyjnego WordPress lub przesłać go za pomocą FTP. Zanim to zrobimy, rzućmy okiem na to, co faktycznie otrzymaliśmy. W prawie wszystkich przypadkach otrzymasz plik Zip zawierający różne foldery. Zawartość i nazwy folderów będą się różnić w zależności od motywu. Mimo to dobrze jest przyjrzeć się temu bliżej i zapoznać z komercyjnymi pakietami tematycznymi. Pamiętaj, że to tylko przykład pochodzący z motywu ThemeForest WooCommerce o nazwie Sprzedawca. Struktura folderów tego motywu pokazuje, że różni się on od zwykłego motywu WordPress. Istnieją osobne foldery zawierające zasoby, na przykład oryginalne pliki Photoshopa i dane demonstracyjne. Rzeczywiste pliki motywu, których potrzebujemy, aby zainstalować motyw, zostały umieszczone w folderze Pliki motywów i najpierw musimy wyodrębnić (rozpakować) cały pakiet, aby móc kontynuować instalację. Chociaż nazwy folderów będą się różnić w zależności od motywu, jest to podejście, które zobaczysz w przypadku wielu motywów premium. Zawsze szukaj folderu o nazwie Dokumentacja i zacznij go czytać, zanim zrobisz cokolwiek innego! Często widać, że dokumentacja jest oferowana w formacie HTML, zaczynając od index.html, który należy otworzyć za pomocą przeglądarki. Na poniższym zrzucie ekranu znajduje się przykład takiej dokumentacji. Aby zainstalować motyw, udajemy się do administratora WordPress, a następnie przechodzimy do Wygląd | Tematy. Kliknij Zainstaluj motyw, a następnie kliknij link Prześlij.

Kliknij Wybierz plik, a następnie przejdź do folderu, w którym przed chwilą rozpakowałeś pliki motywów. Otwieramy plik theretailer.zip z podfolderu o nazwie Pliki motywów i kliknij Zainstaluj teraz.

Następnie, ponieważ ten motyw już dostarcza motyw potomny, również go zainstalujemy. Powtarzamy powyższe kroki dla pliku theretailerchild.zip. Pamiętaj, że musimy to zrobić w tej kolejności: najpierw zainstaluj motyw główny lub nadrzędny, a następnie motyw podrzędny. Poza tym nie każdy motyw zawiera również motyw podrzędny. Często otrzymasz tylko jeden pakiet motywów. Praca z motywami potomnymi jest najlepszą praktyką, jeśli chcesz wprowadzić zmiany w motywie. Używając motywu nadrzędnego i podrzędnego, unikniemy utraty naszych zmian, jeśli programista kiedykolwiek będzie musiał zaktualizować motyw. Jeśli wybrany motyw nie zawiera motywu

potomnego w pakiecie, jego utworzenie nie jest trudne. Nie zapomnij aktywować motywu potomnego, klikając link po instalacji! Pamiętaj, że nasz motyw wymaga od nas zainstalowania kilku dodatkowych wtyczek. Otrzymujemy komunikat ostrzegawczy, że możemy to zrobić, klikając link. To, czy Twój motyw poprosi o podobne kroki, zależy całkowicie od sposobu, w jaki został skonfigurowany przez programistę. W razie wątpliwości dotyczących dalszych kroków zapoznaj się z dokumentacją swojego motywu. Pamiętaj, że po masowej instalacji wtyczek musimy również aktywować je, przechodząc do sekcji Wtyczki.

Wskazówka

Motywy premium są regularnie dostarczane, w tym treści demonstracyjne. Jeśli jesteś początkujący i trudno ci zacząć, często dobrym pomysłem jest zainstalowanie zawartości demonstracyjnej w środowisku testowym WordPress. Łącząc motyw i zawartość demo, łatwiej jest poznać motyw i jego funkcje. Użyj importera WordPress (Narzędzia | Importuj), aby zaimportować zawartość demonstracyjną.

Po zainstalowaniu motywów nadrzędnych i podrzędnych i aktywowaniu go, nasz sklep wygląda następująco na interfejsie użytkownika. Działa, ale strona główna nie jest jeszcze skonfigurowana.

Praca z ustawieniami motywu

Chociaż WordPress rozszerza standardowe funkcje do pracy z ustawieniami motywów od WordPress w wersji 3.4. Widzimy jednak, że w przypadku motywów premium możliwości są nadal zbyt ograniczone, a programiści nadal pracują nad własnymi rozwiązaniami. W naszym przykładzie możemy znaleźć ustawienia naszego motywu, przechodząc do Wygląd | Opcje motywu, ale równie dobrze możesz znaleźć nowy element menu wysokiego poziomu dla swojego motywu. Nasz motyw Sprzedawca oferuje rozszerzony panel opcji z wieloma opcjami konfiguracji sklepu i zmiany wyglądu. Oczywiście możemy przesłać własne logo, ale można również zmieniać kolory, czcionki, zawartość nagłówka i stopki i wiele innych. Nie ma sensu odkrywać tutaj wszystkich możliwości, ponieważ są one specyficzne dla danego tematu. Twoja sytuacja będzie inna, jeśli wybierzesz inny motyw

Wskazówka

Czy podoba Ci się wygląd motywu Detalista i jego elastyczność w zmienianiu wszystkich kolorów tak, jak potrzebujesz? Temat jest dostępny do zakupu na stronie <http://themeforest.net/item/the-retailerretina-responsive-woocommerce-theme/4287447>.

Jest jeszcze jeden przedmiot, który musimy omówić, który jest ogólny i tak naprawdę nie zależy od używanego motywu. Mimo że jest to podstawowe ustawienie WordPress, nadal widzimy, że wielu użytkowników jest zdezorientowanych. Po zainstalowaniu WordPress domyślnie zawsze wyświetla elementy blogu na stronie głównej. W przypadku sklepu internetowego, który nie jest odpowiedni. Chcesz pokazać produkty, suwak i może jakieś inne informacje, ale nie bloga. Jeśli nie wiesz, jak to zmienić, oto jak:

* Najpierw przejdź do strony i utwórz nową stronę o nazwie Strona główna. Nie wypełniaj żadnych treści, po prostu je opublikuj. Pamiętaj, że czasami musisz ustawić szablon strony na stronę główną lub pierwszą stronę, w zależności od motywu. Jeśli nie masz pewności, zapoznaj się z dokumentacją motywu.

* Powtórz ten krok i utwórz stronę o nazwie Blog.

* Przejdź do menu Ustawienia WordPress i kliknij Czytanie. Tutaj zmień wyświetlanie strony początkowej na stronę statyczną i wybierz właśnie utworzone strony. Poniższy zrzut ekranu pokazuje

przykład. Zapisz ustawienia i gotowe. W zależności od sposobu działania motywu zacznie on automatycznie wypełniać stronę główną suwakiem, produktami lub innymi elementami. Więcej informacji znajduje się w dokumentacji motywu.

Podsumowanie

Na rynku dostępnych jest wiele motywów zgodnych z WooCommerce. Widzieliśmy, że praca z nimi nie jest trudna, o ile poświęcisz czas na zapoznanie się z dokumentacją i poznanie swojego tematu. Dokładny sposób działania może się jednak różnić w zależności od tematu.

Dostosuj lub utwórz motyw WooCommerce

Praca ze standardowymi motywami to szybkie i skuteczne rozwiązanie, aby uruchomić sklep, ale wkrótce poczujesz potrzebę wprowadzenia zmian w używanym motywie. Lub nawet opuść standardowy motyw i sam stwórz nowy. Tu przedstawimy:

- * Ogólne wskazówki dotyczące zmiany lub tworzenia motywu WordPress

- * Wskazówki dotyczące zmiany lub tworzenia motywu WooCommerce

Od czego musimy zacząć

Przed wszystkim, zanim cokolwiek zrobimy, musisz zdawać sobie sprawę z faktu, że ten rozdział nie jest odpowiedni dla prawdziwych początkujących. Czy kiedykolwiek pracowałeś z HTML, CSS i PHP i miałeś doświadczenie w tych obszarach? Jeśli tak, możesz iść naprzód. Jeśli nie masz jeszcze wiedzy na te tematy, jeśli nie znasz jeszcze wspomnianych technik, w Internecie znajdziesz mnóstwo informacji, które pomogą Ci zacząć. Od krótkich samouczków po szkolenie online w zakresie wideo - wszystko już tam jest.

Ta część jest zbyt krótka, aby całkowicie omówić temat tworzenia motywów WordPress. Jak widzieliśmy, napisano pełne książki na te tematy. My zajmiemy się podstawami i dodamy do tego konkretne informacje WooCommerce. Zanim zaczniesz wprowadzać zmiany w motywie, dowiedz się, czy jest to naprawdę konieczne. WooCommerce oferuje wiele skrótów, których można łatwo używać w swoich postach i stronach, aby wywoływać potrzebne funkcje WooCommerce. Pełną listę i przykłady można znaleźć na stronie <http://docs.woothemes.com/document/woocommerce-shortcodes/>.

Narzędzia

Każdy projektant lub programista ma swoje ulubione narzędzia. W porządku, po prostu użyj tego, co lubisz. Jeśli dopiero zaczynasz, minimalne potrzebne narzędzia to:

- * Edytor obrazów: Adobe Photoshop jest na najwyższym poziomie, ale drogi. Elementy Photoshopa również by działały, podobnie jak darmowy Gimp z otwartym oprogramowaniem.

- * Zwykły edytor tekstowy: pomaga ci to z plikami HTML, CSS i PHP. Użytkownicy systemu Windows mogli spojrzeć na bezpłatny Notepad ++. Również Coda jest dobrym narzędziem dla użytkowników komputerów Mac.

- * Zestaw przeglądark i urządzeń do testowania pracy: Alternatywnie możesz skorzystać z usługi, aby wykonać to zadanie za Ciebie. Nie lekceważ tej części, naprawienie niektórych problemów związanych z określoną przeglądarką i wersją może być bardzo denerwujące i czasochłonne. Użytkownicy Firefoksa powinni również spojrzeć na wtyczkę Firebug; naprawdę pomaga podczas wprowadzania zmian w temacie, aby móc je natychmiast zobaczyć. Chrome i Safari mają takie wbudowane funkcje. Poniższy przykład pokazuje Google Chrome. Korzystając z funkcji Inspect element (wystarczy kliknąć prawym

przyciskiem myszy na swojej stronie), możesz zobaczyć, które style CSS zostały zastosowane. Możesz łatwo spróbować zmienić kod CSS, ale pamiętaj, że zmiany te nie zostaną zapisane i są przydatne tylko do ich przetestowania.

Podstawy motywów WordPress

Tworzenie motywów WordPress w krótkiej wersji jest wyjaśnione jako następuje:

* Każdy motyw WordPress ma własny folder, który można znaleźć w folderze wp-content / themes instalacji WordPress.

* Niezbędne minimum każdego motywu WordPress to plik index.php i plik style.css. Plik index.php określa wygląd strony głównej za pomocą tak zwanej pętli WordPress. Istnieją również inne możliwości strony głównej, które zobaczymy za chwilę. Plik style.css zawiera wszystkie style lub wywołania innych plików CSS. Zawiera także nazwę i autora motywu.

* Z pliku index.php można wywołać wiele różnych plików PHP.

Oto kilka najczęstszych, w tym ich znaczenie:

-header.php: ten plik zawiera logikę nagłówka motywu, która zawiera głównie takie elementy, jak logo, nazwa witryny, pasek wyszukiwania i menu. Zawiera także niezbędny kod głowy HTML.

-sidebar.php: ten plik zawiera definicję paska bocznego używanego do wyświetlania widżetów. Bardziej złożone motywy często dają możliwość korzystania z wielu pasków bocznych o różnych treściach.

- footer.php: ten plik zawiera niektóre znaczniki zamykające dla motywu. Poza tym dość powszechnie stało się definiowanie dodatkowych obszarów widżetów w stopce.

-home.php: tego pliku można użyć do wyświetlenia najnowszych postów na blogu na stronie docelowej bloga. Często jest to strona główna Twojej witryny, ale nie musi tak być. Jeśli WordPress jest skonfigurowany do używania strony statycznej jako strony głównej, nadal możesz używać home.php na swoim blogu.

-front-page.php: Jeśli ten plik istnieje, zostanie użyty jako strona główna witryny. Jeśli nie istnieje, WordPress wyszuka home.php. Jeśli oba nie istnieją, zostanie użyty plik index.php. Aby uzyskać głębsze wyjaśnienie, spójrz na http://codex.wordpress.org/Creating_a_Static_Front_Page.

-single.php: ten plik służy do wyświetlania jednego typu posta, często pojedynczego elementu blogu

-page.php: ten plik służy do wyświetlania pojedynczej strony WordPress.

-functions.php: ten plik jest ważny, ponieważ tutaj zdefiniujesz różnego rodzaju funkcje dla swojego motywu, takie jak na przykład pozycje widżetów, obsługa motywów dla miniatur postów i tak dalej. Również podczas tworzenia motywów WooCommerce; plik functions.php odgrywa ważną rolę.

* Jeśli wprowadzasz zmiany do istniejącego motywu WordPress, zawsze pracuj z motywem potomnym. Procedura jego utworzenia jest bardzo prosta. Wystarczy zapoznać się z tymi instrukcjami (<http://wp.tutsplus.com/tutorials/wp101-training/how-tocustomize-your-wordpress-theme-with-a-child-theme/>), jeśli nie wiesz, jak skonfigurować motyw podrzędny ..

* Istnieje wiele plików, takich jak comments.php, search.php, autor.php i category.php. Pamiętaj, że możesz używać tego rodzaju różnych rodzajów treści, ale nie są one obowiązkowe. Jeśli chcesz dowiedzieć się wszystkiego o tych plikach, zalecamy przeczytanie książki o tworzeniu motywów

WordPress. Innym doskonałym zasobem online jest kodeks WordPress, który można znaleźć na stronie http://codex.wordpress.org/Theme_Development.

Opracowywanie motywów WooCommerce

WooCommerce jest domyślnie dostarczany z kilkoma szablonami stron, które służą do prawidłowego wyświetlania wszystkich informacji o sklepie. To już zauważyliśmy wcześniej w tej książce. Nawet przy użyciu standardowego motywu 2013 strony WooCommerce już wyglądają całkiem nieźle. Dodanie dodatkowego CSS może wystarczyć, aby WooCommerce działało, nawet w przypadku motywu, który nigdy nie został zaprojektowany do współpracy z WooCommerce. Jeśli chcesz pójść dalej, oto rzeczy, które musisz wiedzieć: jak wspomniano, nie zmieniaj bezpośrednio istniejącego motywu, lepiej pracować z motywem potomnym. Korzystając z opisanej poniżej metody, możesz być pewien, że twoje zmiany nie zostaną nadpisane w przypadku aktualizacji wtyczki WooCommerce.

1. Znajdź domyślne szablony WooCommerce w `wpcontent / plugins / woocommerce / templates`. Przegląd wszystkich dostępnych pliki szablonów WooCommerce można znaleźć na stronie <http://docs.woothemes.com/document/template-structure/>.

2. Skopiuj te, które chcesz zmienić, na motyw podrzędny w `wpcontent / themes / child-theme-name / woocommerce`. Upewnij się i umieść tutaj swoje pliki bezpośrednio; nie używaj podfolderu szablonów widocznego w oryginalnym folderze WooCommerce. Jeśli wprowadzasz zmiany do istniejącego motywu WooCommerce, już masz tę strukturę.

3. Zachowaj nienaruszone podfoldery, na przykład jeśli pierwotnie plik `price.php` jest przechowywany w `wpcontent / plugins / woocommerce / templates / single-product`, lokalizacja zmienionej wersji pliku powinna znajdować się w `wpcontent / themes / child-theme-name / woocommerce / single-product`.

4. Oprócz plików motywów folder `woocommerce / templates` zawiera także podfolder zawierający wiadomości e-mail. Możesz je skopiować i zmienić w ten sam sposób na motyw podrzędny, aby móc dostosować treść wiadomości e-mail.

5. Po prostu dodaj / zmień HTML i PHP we właściwych plikach, w zależności od potrzeb, aby wpłynąć na wynik końcowy.

WooCommerce CSS

WooCommerce zawiera domyślne style CSS, które zapewniają niezbędne elementy przynajmniej trochę stylizacji. Te pliki CSS można znaleźć w katalogu `wpcontent / plugins / woocommerce / asset / css`. Również tutaj lepiej nie zmieniać istniejących plików, ponieważ zmiany zostaną zastąpione w przypadku aktualizacji wtyczki. Możesz po prostu dodać styl CSS do arkusza stylów motywu podrzędnego, aby zmienić kolory, czcionki i tak dalej. Arkusz stylów motywu podrzędnego powinien zostać udostępniony w pliku `wp-content / themes / my-childtheme / style.css`.

Na przykład użyj następującego kodu, aby zmienić kolor przycisków:

```
a. przycisk, przycisk. przycisk, przycisk wejściowy, # formularz podglądu  
#submit {background: green; }
```

Jeśli chcesz całkowicie wyłączyć stylizację WooCommerce CSS, możesz to zrobić na dwa różne sposoby:

* Korzystanie z ustawień WooCommerce z poziomu WordPress

* Użyj pliku `function.php` swojego motywu i dodaj następujący kod:

```
define („WOOCOMMERCE_USE_CSS”, false);
```

Haki i filtry WooCommerce

WooCommerce opiera się w dużej mierze na wykorzystaniu haków i filtrów. Daje to możliwość zastąpienia domyślnego wyjścia WooCommerce. Na przykład, jeśli chcesz przejąć kontrolę nad stroną kasy i dodać / usunąć pola, przechwytyj i filtruj to czego potrzebujesz. Jeśli temat używania haczyków i filtrów jest dla Ciebie wciąż nowy, możesz znaleźć dobry samouczek na ten temat na stronie <http://wpcandy.com/teaches/how-to-usewordpress-hooks>. Teraz weźmy następujący przykład, w niektórych krajach, w których pole Stan na stronie kasy nie ma sensu, ponieważ stany nie są aktywnie używane. W takim przypadku możesz usunąć pole ze strony kasy. Oto jak to zrobić. Dodaj następujący kod do pliku functions.php:

```
// Hook in  
add_filter( 'woocommerce_checkout_fields' ,  
'custom_override_checkout_fields' );  
  
// Our hooked in function - note that the $fields is  
passed via  
the filter  
function custom_override_checkout_fields( $fields )  
{  
unset($fields['shipping']['shipping_state']);  
unset($fields['billing']['billing_state']);  
return $fields;  
}
```

Co to robi? Przede wszystkim dodajemy własną funkcję niestandardową do filtra pól WooCommerce Checkout. W naszej funkcji niestandardowej po prostu usuwamy dwa pola za pomocą funkcji unset. Należy jednak pamiętać, że to tylko przykład. Usunięcie pola Stan może uszkodzić oparte na nim rozszerzenia. Poza tym powyższy kod nie sprawdza, czy pola są ustawione przed ich usunięciem. Zachowaj ostrożność podczas stosowania takich zmian i zawsze upewnij się, że kopie zapasowe oryginalnych plików są dostępne. Jest więcej do odkrycia na temat rozwoju własnego motywu WooCommerce, szczególnie podczas pracy z hakami i filtrami.

Podsumowanie

Omówiliśmy podstawy motywu WordPress. Poza tym przyjrzelśmy się konkretnym funkcjom dodanym przez WooCommerce i temu, jak wykorzystać pliki szablonów zawarte w WooCommerce. W następnym rozdziale skupimy się na prowadzeniu naszego sklepu, pracy z zamówieniami i danymi klientów.

Prowadzenie sklepu internetowego

Nauczyliśmy się pracować z motywami WooCommerce i zacząć wprowadzać w nich zmiany. Przyjrzelśmy się nawet tworzeniu własnych motywów, choć jest to temat wymagający głębszej wiedzy

na temat projektowania stron internetowych i technik kodowania. Po skonfigurowaniu naszego sklepu, metod płatności, produktów i motywu możemy rozpocząć działalność! Ale co będzie dalej? Jako właściciel sklepu ważne jest, aby całkowicie przetestować proces zakupu. Nie tylko, aby sprawdzić, co zobaczą i otrzymają Twoi klienci, ale także, aby wiedzieć, co się stanie, gdy zaczną pojawiać się pierwsze zamówienia. Tu nauczymy się:

- * Dostosuj powiadomienia e-mail
- * Praca z zamówieniami sprzedaży
- * Spójrz na dostępne raporty sprzedaży

Aby wszystko było jasne i zapobiec wprowadzaniu w błąd funkcji wbudowanych w nasz motyw, w dalszej części będziemy nadal używać domyślnego motywu Dwadzieścia trzynaście.

Dostosuj powiadomienia e-mail

Temat, o którym nie rozmawialiśmy, to wiadomości e-mail. Wróćmy do strony Ustawienia WooCommerce i kliknij kartę E-maile. Istnieje kilka opcji, które możemy ustawić, aby wpływać na wygląd wiadomości e-mail:

- * Użyj własnego logo firmy. Użyj programu do przesyłania multimediów, aby go przesać. Upewnij się, że utworzyłeś odpowiedni rozmiar, aby był odpowiedni dla tych e-maili. Logo jest wyśrodkowane nad e-mailem!
- * Użyj własnego tekstu stopki. Skorzystaj z tego, aby wprowadzić odpowiednie informacje, takie jak adres firmy i numer telefonu.
- * Zmień kolory wiadomości e-mail.

Po zapisaniu ustawień możesz użyć linku na środku strony ustawień e-mail, aby otworzyć przykład wiadomości e-mail, która zostanie wysłana. Już po dodaniu logo i zmianie niektórych kolorów mamy już dobry wynik. Pamiętaj, że oprócz ogólnych ustawień e-mail, każdy e-mail, który może wysłać WooCommerce, ma swój własny formularz z ustawieniami. Możesz użyć tego do całkowitego wyłączenia e-maila lub zmiany jego tematu i tytułu.

Wskazówka

Jeśli chcesz mieć pełną kontrolę nad szablonami e-mail, musisz skopiować pliki szablonów do własnego motywu. W ten sposób będziesz mógł całkowicie zmienić HTML swoich e-maili! Oczywiście musisz mieć trochę wiedzy na temat PHP i HTML, aby móc zrozumieć i zmienić pliki. Nie zmieniaj tylko oryginalnych szablonów e-mail WooCommerce, ponieważ w takim przypadku zmiany zostaną utracone, gdy pojawi się aktualizacja wtyczki WooCommerce. Jeśli chcesz skorzystać z tej możliwości, skopiuj szablony e-mail, które chcesz zmienić:

wp-content / plugins / woocommerce / templates / email

do folderu motywu:

wp-content / themes / your-theme-name / woocommerce / email

Aby uzyskać więcej informacji, zapoznaj się z:

<http://docs.woothemes.com/document/template-structure>.

Praca z zamówieniami sprzedaży

Teraz utworzymy kilka zamówień sprzedaży na podstawie własnych danych, aby przetestować proces, czy nasze metody płatności działają i czy wszystkie wysyłane e-maile działają zgodnie z oczekiwaniami. Po utworzeniu kilku zamówień możemy je znaleźć w backendzie WordPress przez nawigację do WooCommerce | Zamówienia. Odtąd możesz kontynuować przetwarzanie swoich zamówień. Podczas pracy z tego ekranu należy pamiętać o następujących kwestiach:

- * Status zamówienia jest oznaczony ikoną. Ważne jest, aby zwrócić na to uwagę, aby nie wysłać żadnych niezapłaconych zamówień. Zielona ikona z kropkami oznacza, że status zamówienia jest przetwarzany i możesz wysłać przedmioty. Jeśli ikona jest pomarańczowa, status jest „wstrzymany”. Zamówienie nie zostało jeszcze opłacone lub płatność nie powiodła się. Może być opłacony offline przelewem bankowym lub czekiem. Nie wysyłaj jeszcze zamówienia. Ikona z czerwonym krzyżem oznacza, że płatność została anulowana, to zamówienie nie powinno zostać dostarczone.

- * Możesz zmienić status zamówienia, klikając ikonę po prawej stronie wiersza zamówienia. W przypadku anulowanych zamówień nie jest to możliwe. Jeśli nadal musisz zmienić anulowane zamówienie, możesz to zrobić, otwierając zamówienie i edytując je z ekranu Edytuj zamówienie.

- * Wybierając wiele zamówień, możesz zmienić ich status naraz. Zachowaj ostrożność, ponieważ możesz łatwo usunąć wiele zamówień za pomocą funkcji zbiorczej na górze ekranu. Przypadkowo usunięte zamówienia zostaną przeniesione do kosza i można je przywrócić.

- * Po lewej od pola Data zamówienia znajduje się ikona, która zmieni kolor na żółty, jeśli klient pozostawi jakieś uwagi na temat swojego zamówienia.

- * Możesz sprawdzić szczegóły zamówienia, klikając numer zamówienia lub ikonę Widok po prawej stronie wiersza zamówienia.

Ekran Szczegóły zamówienia pokazuje wiele informacji. Możesz znaleźć wszystkie informacje adresowe, szczegóły dotyczące zamawianych produktów, w tym atrybuty oraz szczegółowe informacje podatkowe. W prawym dolnym rogu tego ekranu znajduje się lista Notatek o zamówieniach, zawierająca wszystkie zmiany statusu i inne informacje o procesie, przez który przeszło to zamówienie. Możliwe jest także samodzielne dodawanie notatek ręcznych. Istnieją dwa rodzaje notatek: Nota klienta zostanie wysłana do klienta e-mailem. Pamiętaj, że te wiadomości e-mail będą wysyłane tylko wtedy, gdy są włączone. Przejdź do WooCommerce | Ustawienia | Wiadomości e-mail | Nota klienta, aby to sprawdzić. Będzie to również widoczne, gdy klient spojrzy na szczegóły zamówienia, logując się ponownie. Prywatna notatka jest tylko dla ciebie lub twoich pracowników. Twój klient tego nie zobaczy. Ponadto w lewym górnym rogu tego ekranu można zmienić status zamówienia. Możesz ustawić go jako ukończony, na przykład po wysłaniu wszystkich przedmiotów. Niestety nie można wysłać tylko części zamówienia! Po zmianie statusu zamówienia musisz kliknąć Zapisz w prawym górnym rogu, aby upewnić się, że zmiana statusu została faktycznie zmieniona. W zależności od ustawień e-mail, WooCommerce może wysłać wiadomość do klienta, aby potwierdzić, że zamówienie zostało wysłane. Poza tym, korzystając z opcji Zamów akcje w prawym górnym rogu, możesz ręcznie ponownie wysłać e-maile z zamówieniem do klienta. Pamiętaj, że podczas ustawiania zwrotu pieniędzy nie ma bezpośredniego połączenia z bramą płatności. Musisz ręcznie upewnić się, że klient zwróci zapłaconą kwotę. Większość dostawców usług płatniczych oferuje funkcję zwrotu kwoty zamówienia.

Raportowanie

Nawigując w menu głównym do WooCommerce | Raporty będziemy mogli przyjrzeć się możliwościom raportowania dostępnym w WooCommerce. Dostarcza szereg znormalizowanych raportów, które już zawierają wiele informacji. Ale niestety nie ma dużej elastyczności w tym obszarze. Wystarczy

skorzystać z dostępnych zasobów, aby znaleźć alternatywne metody raportowania. Po otwarciu funkcji raportowania zobaczymy cztery główne obszary podzielone na zakładki:

- * Obroty
- * Kupony
- * Klienci
- * Magazyn

Obszary Sprzedaż i Kupony mają podmenu zawierające różne typy raportów. Wystarczy je sprawdzić jeden po drugim, aby zobaczyć, które raporty odpowiadają Twoim potrzebom. Ciekawe raporty, na które warto przyjrzeć się, to:

- * Sprzedaż Najlepsi sprzedawcy i najlepiej zarabiający, aby sprawdzić, które produkty są sprzedane najwięcej lub przynoszą największe przychody
- * Raport Przegląd kuponów (jeśli używasz kuponów rabatowych)
- * Raport o zapasach, aby sprawdzić, które produkty są na wyczerpaniu lub wyprzedane

Jeśli potrzebujesz więcej niż domyślnie dostępne, dodatkowe rozszerzenia mogą ci pomóc. W następnym ostatnim rozdziale zobaczymy, jak korzystanie z wtyczek dodatków może pomóc w przeniesieniu Twojego sklepu internetowego do następnego poziomu.

Podsumowanie

Nauczyliśmy się obsługiwać wiadomości e-mail generowane przez WooCommerce. Przyjrzelśmy się również możliwościom zarządzania zamówieniami. Wreszcie pracowaliśmy z możliwościami raportowania dostępnymi w WooCommerce. W następnym i ostatnim rozdziale rozszerzymy funkcjonalność naszego sklepu internetowego za pomocą dodatkowych wtyczek. Omówiliśmy już podstawy, ale dzięki wtyczkom WooCommerce oferuje znacznie więcej.

Więcej możliwości korzystania z wtyczek

Wiesz, że WooCommerce to wtyczka do WordPress. Choć może to zabrzmieć dziwnie, istnieje możliwość rozszerzenia funkcjonalności WooCommerce o dodatkowe wtyczki. Są to również zwykłe wtyczki WordPress, jak każda inna. Jediną różnicą jest to, że te wtyczki będą działały tylko wtedy, gdy WooCommerce zostało zainstalowane w prawidłowej wersji. W tym rozdziale omówimy:

- * Gdzie znaleźć odpowiednie wtyczki WooCommerce
- * Popularne i przydatne wtyczki

Gdzie znaleźć wtyczki WooCommerce

Już wcześniej zauważyliśmy w tej książce, że prawdopodobnie potrzebujemy dodatkowych wtyczek do obsługi wybranej przez nas metody płatności lub dostawcy usług płatniczych. Istnieją co najmniej trzy strony internetowe, które możemy sprawdzić, aby sprawdzić, czy potrzebna funkcjonalność jest dostępna:

- * WooThemes:

<http://www.woothemes.com/productcategory/woocommerce-extensions/>, oferowane tutaj rozszerzenia nie zawsze są opracowywane przez zespół podstawowy WooCommerce, ale przez

programistów zewnętrznych. Pamiętaj, że WooThemes ostatnio zmieniło strukturę cen i że kupowanie tutaj rozszerzeń stało się droższe, jeśli potrzebujesz wielu wtyczek. Należy jednak pamiętać, że programiści również będą musieli zarobić trochę pieniędzy. Pobierając opłatę za wtyczki, będą mogli nadal je wspierać, co jest ważne, jeśli Twoja firma internetowa będzie na tym polegać.

* WordPress: <http://www.wordpress.org/extend/plugins>. Wtyczki oferowane tutaj są bezpłatne lub mają przynajmniej dostępną (ograniczoną) wersję. Znaleźliśmy tłumaczenia, rozszerzenia do obsługi dostawców usług płatniczych oraz rozszerzenie z prośbą o wycenę wybranego produktu. W chwili pisania tego tekstu nie było wielu wtyczek dostępnych tutaj. Cennym źródłem komercyjnych, ale niedrogich wtyczek jest CodeCanyon:

<http://codecanyon.net/category/wordpress/ecommerce/WooCommerce>

Tutaj znajdziesz ponad 100 rozszerzeń dla WooCommerce. Ale uwaga: nie wszystkie będą aktualne i gotowe na WooCommerce. Podobnie jak w ThemeForest, CodeCanyon jest rynkiem oferującym 0 rozszerzeń wielu różnych programistów. Uważnie sprawdź podane oceny i komentarze innych użytkowników. Nie każda wtyczka jest obsługiwana przez programistów. Jeśli wsparcie jest słabe, bardzo prawdopodobne jest, że znajdziesz komentarze na temat jakości wsparcia w sekcji komentarzy. Oprócz tych zasobów będą też inni (lokalni) programiści, oferujący swoje produkty i usługi. Nie wszystkie wtyczki są wymienione na powyższych stronach. Jeśli nie możesz znaleźć tego, czego szukasz, wypróbuj również Google. Są programiści dostarczający wtyczki WooCommerce bezpośrednio z własnej strony internetowej. Jeśli szukasz rozszerzenia do obsługi dostawcy usług płatniczych lub operatora, nie zapomnij zapytać go, czy jest dostępny! Czasami możesz nawet dostać za darmo w ten sposób. Należy pamiętać, że wszystkie wymienione poniżej ceny były rzeczywistymi cenami w momencie pisania. Ceny wymienionych rozszerzeń mogą ulec zmianie.

Popularne i przydatne wtyczki WooCommerce

Teraz, gdy widzieliśmy, gdzie szukać rozszerzeń WooCommerce, które z nich będą przydatne w naszym sklepie? Mimo że WooCommerce oferuje już wszystkie podstawowe funkcje sklepu internetowego, zawsze jest dostępne coś, co możemy ulepszyć lub musimy zrobić inaczej.

Marketing online

Najpierw przyjrzymy się niektórym wtyczkom, które Ci pomogą na prowadzenie marketingu internetowego dla swojego sklepu na różne sposoby.

Integracja z Mailchimp

E-mail marketing jest lub powinien odgrywać ważną rolę w twoim biznesie online. Istnieje wiele rozwiązań, ale Mailchimp (<http://mailchimp.com>) jest bardzo popularnym wyborem ze względu na bezpłatny plan dla maksymalnie dwóch tysięcy subskrybentów. Za pomocą wtyczki integracji Mailchimp klienci będą mogli zarejestrować się na liście e-mail po przejściu do kasy. Poza tym wtyczka oferuje również ładny widget, który pokazuje statystyki subskrybentów. Jedno ostrzeżenie: wtyczka nie została ostatnio zaktualizowana. Ponieważ jest on oferowany na stronie WooCommerce, możemy założyć, że nadal będzie działał z najnowszą wersją. Wtyczkę możesz znaleźć na:

<http://www.WooThemes.com/products/newsletter-subscription/>

Wtyczka może również korzystać z funkcji Ecommerce360 Mailchimp, która daje możliwość indywidualnego śledzenia odwiedzających i klientów pochodzących z kampanii e-mail. Istnieje również tańsza alternatywa dostępna w Codecanyon, ale to rozszerzenie nie oferuje integracji Ecommerce360:

<http://codecanyon.net/item/WooCommerce-mailchimp-subscribepress-plugin/1329734>.

Czy pracujesz z innym rozwiązaniem e-mail marketingowym dla swoich biuletynów? Duża szansa, że dostępne są wtyczki integracyjne. Wystarczy sprawdzić różne witryny z rozszerzeniami i w razie potrzeby zapytać dostawcę poczty e-mail.

Kupony społecznościowe

Posiadanie standardowych przycisków społecznościowych i udostępniania w twoim sklepie to coś, bez czego nie możemy się obejść. Możemy użyć domyślnej dostępnej integracji ShareThis, ale istnieją lepsze alternatywy. Jednym z nich jest kupon społecznościowy do WordPress, dostępny na Codecanyon: <http://codecanyon.net/item/social-coupon-forwordpress/3417466>. Tym, co sprawia, że to rozszerzenie jest tak interesujące, jest to, że nasi użytkownicy mogą udostępniać stronę produktu w sieciach społecznościowych, aby uzyskać kod kuponu, z którego mogą natychmiast skorzystać. To może być idealny ostatni krok, aby przekonać odwiedzających do zakupu. Jeśli produkty będą często udostępniane, automatycznie spowoduje to nowy ruch w Twoim sklepie!

Zakupy w Google

Reklama będzie ważna, jeśli Twój sklep został właśnie uruchomiony i nikt nie będzie w stanie Cię znaleźć za pośrednictwem wyszukiwarek. Zalecamy przyjrzenie się temu obszarowi i nauczenie się korzystania z różnych możliwości. Poza dobrze znanymi zwykłymi reklamami Google Adwords, możesz również rozważyć użycie Zakupów Google. Więcej informacji można znaleźć w Google Merchant Center:

<http://www.google.com/merchants>.

Potrzebujesz wtyczki do WooCommerce, aby automatycznie połączyć produkty w Twoim sklepie z Google. Możesz kupić tę wtyczkę w: <http://www.w3bdesign.ca/woocommerce-google-merchant-feed/>.

Prowadzenie sklepu

Dostępnych jest wiele dodatkowych wtyczek do rozszerzenia funkcji dostępnych do prowadzenia sklepu. Od obliczeń wysyłki po fakturowanie i raportowanie, rozszerzenia są dostępne w każdym obszarze.

Tabela stawek wysyłki

Wspomnieliśmy wcześniej, że możliwości obliczania kosztów wysyłki w WooCommerce są nieco ograniczone. Czasami musisz przechowywać tabele z kwotami wysyłki, w oparciu o objętość lub wagę poszczególnych produktów lub całego koszyka. W tym przypadku pomocne będą rozszerzenia tabeli stawek. Na rynku dostępnych jest wiele wtyczek. Zacznijmy od rozszerzenia wysyłki Tabela stawek oferowanego na stronie internetowej WooThemes:

<http://www.woothemes.com/products/table-rate-shipping-2/>.

To stało się dość drogim rozszerzeniem z ceną 199 dolarów za jedną stronę internetową. Rozszerzenie jest elastyczne i łatwe w użyciu, ale może równie dobrze mogą działać inne alternatywy. Przedłużenie wysyłki stawki tabeli oferowane w CodeCanyon oferuje podobne funkcje za ok. 19 dolarów. <http://codecanyon.net/item/woocommercetable-stawka-wysylka/3796656>. Należy jednak pamiętać, że konfiguracja wysyłki stawek według tabeli może się skomplikować. Wsparcie oferowane przez WooThemes może być zatem jednym z powodów, dla których nadal należy wybierać tę wtyczkę.

Wskazówka

Dlaczego miałbyś zwracać sobie głowę używaniem rozszerzeń ze strony WooCommerce, jeśli wtyczki znalezione gdzie indziej są znacznie tańsze? Powód jest prosty: jeśli zaczynasz działalność online, oznacza to, że tworzysz coś na dłuższy okres. Zakup rozszerzenia w sklepie WooCommerce prawdopodobnie będzie aktualizowany na dłuższy okres. Mówimy „prawdopodobnie”, ponieważ nawet na stronie WooCommerce nie będziemy mieć pewności, że rozszerzenia będą zawsze aktualizowane i nadal będą obsługiwane. Na podstawie naszego doświadczenia możemy spodziewać się, że Twoje szanse są większe, gdy korzystasz z oficjalnych rozszerzeń WooCommerce, ale nie ma żadnych gwarancji. Widzieliśmy także przykłady rozszerzeń CodeCanyon, które są już dostępne od kilku lat i są aktualizowane. Ty decydujesz. Ostatnia uwaga: postaraj się maksymalnie ograniczyć liczbę rozszerzeń i używaj tylko tego, czego naprawdę potrzebujesz!

Fakturowanie

To trochę dziwne, ale WooCommerce domyślnie nie oferuje możliwości generowania faktur za nasz sklep. Oczywiście mamy e-maile, które zostaną wysłane, ale są to tylko potwierdzenia zamówień. Rozszerzenie faktur PDF dostępne na stronie WooCommerce robi tylko to, czego potrzebujemy. Jest w stanie utworzyć fakturę PDF i używać kolejnych numerów faktur. Plik faktury jest automatycznie dołączany na adres e-mail, który zostanie wysłany, gdy zamówienie zostanie oznaczone jako zrealizowane. Wtyczka jest dostępna na stronie <http://www.woothemes.com/products/pdfinvoices/>.

Subskrypcje

Często zadawaną funkcją jest możliwość korzystania z subskrypcji.

Załóżmy, że zapewnilibyśmy dostęp do zamkniętego obszaru naszej witryny z bardzo cennymi treściami. W takim przypadku chcielibyśmy, aby nasi klienci kupili subskrypcję i obciążyli ich co miesiąc. Domyślnie nie jest to możliwe w WooCommerce. Dzięki rozszerzeniu subskrypcji możemy. Wtyczkę można również kupić na stronie WooThemes za 199 dolarów:

<http://www.woothemes.com/products/woocommerce-subscriptions/>.

Pamiętaj, że aby móc obciążać klientów co miesiąc, nasza bramka płatności musi obsługiwać takie transakcje. PayPal jest obsługiwany z pudełka. W przypadku innych bram płatniczych zapoznaj się z przeglądem na stronie <http://docs.woothemes.com/document/paymentgateways/>.

Raportowanie

Wcześniej zauważyliśmy, że możliwości raportowania i zarządzania WooCommerce mogą być czasem nieco ograniczone. Nawet patrząc na dostępne rozszerzenia wybór jest nadal bardzo ograniczony. Rozszerzenie raportów koszyka dostępne na stronie WooCommerce rozszerza standardowe funkcje o kilka dodatkowych raportów. Dostarcza interesujących informacji na temat liczby porzuconych koszyków oraz produktów, które zostały porzucone podczas pobytu w koszyku. Jeśli koszyk został utworzony przez zalogowanego użytkownika, możemy nawet wysłać mu wiadomość e-mail na jego temat. Rozszerzenie jest dostępne pod adresem

<http://www.woothemes.com/products/woocommerce-cart-reports/>.

Kolejnym rozszerzeniem, które integruje się z funkcją raportowania WooCommerce, jest wtyczka Koszt towarów. Daje to możliwość sprawdzenia marż według daty lub produktu. Rozszerzenie jest dostępne na stronie <http://www.woothemes.com/products/woocommerce-cost-of-goods/>.

Dodatkowe możliwości produktu

Czasami potrzebujesz większej funkcjonalności niż oferty WooCommerce. Czasami potrzebujesz większej funkcjonalności niż oferty WooCommerce podczas tworzenia produktów. W takim przypadku przydatne będą następujące wtyczki:

Dodatki do produktów

Dość powszechną funkcją, której WooCommerce nie oferuje domyślnie, jest możliwość personalizacji produktów. Pomyśl na przykład o nazwie wygrawerowanej na pierścieniu. Lub wszelkie inne produkty, w których klient musi mieć możliwość wprowadzenia dodatkowych danych wejściowych. Wtyczka dodatków do produktu daje możliwość utworzenia takich dodatkowych pól w twoim produkcie: [http://www.woothemes.com/products/productadd-ons /](http://www.woothemes.com/products/productadd-ons/).

Katalog firm

WooCommerce można łatwo wykorzystać jako katalog online, ale ceny zawsze pozostaną widoczne. Jeśli chcesz ukryć swoje ceny i pokazywać je tylko uwierzytelnionym użytkownikom, ta wtyczka jest potrzebna: <http://www.woothemes.com/products/catalog-visibility-options/>.

Wtyczka oferuje również możliwość całkowitego ukrycia funkcji handlu elektronicznego, dzięki czemu Twój sklep będzie tylko katalogiem online.

Importowanie danych produktu

Jeśli mamy już dostępny katalog produktów, WooCommerce nie daje nam możliwości automatycznego importowania danych produktu. Pakiet importu produktu CSV dostępny w WooThemes może być narzędziem oszczędzającym w czasie rzeczywistym: <http://www.woothemes.com/products/product-csv-import-suite/>. Ponownie, w momencie pisania tego tekstu, wtyczka została wyceniona na 199 dolarów. Możesz łatwo utworzyć plik CSV za pomocą Excela. Jeśli obecnie używasz innego rozwiązania do przechowywania danych produktu, często istnieje możliwość wyeksportowania tych danych przy użyciu formatu pliku CSV. Wtyczka oferuje wystarczającą elastyczność, aby zamapować pola produktów na pola dostępne w WooCommerce.