

Funktionsbeskrivning e-line – Pyramid 4

Pyramid Business Studio

2019-09-09

Innehållsförteckning

Innehållsförteckning	2
Sökmotoroptimering	5
Automatisk sitemap	5
Strukturerad data	5
OG-taggar	5
Originallänk (canonical link)	6
Metadata - Keywords	6
Metadata - Title/Description	6
Breadcrumbs	7
Sökmotorvänliga länkar	7
Kunder/kontakter	8
Olika sortiment och behörigheter för olika kunder	8
Hantering av både B2B och B2C	8
Mitt konto-funktion med orderhistorik och fakturahistorik (tillval)	8
Bonussystem (tillval)	9
Prenumerationer (tillval)	9
Beställ prislistor med kundunika priser (tillval)	9
Dynamiska registreringsformulär och olika registreringsmöjligheter	9
Gäst/registreringsmallar med olika egenskaper	9
Produkter	10
Samla produkter i skyltningar (blanda artiklar från olika varugrupper)	10
Merförsäljning på produkt/varugrupp/skytning (Crossselling)	10
Merförsäljning tillbehör	11
Betyg/kommentarer	11
Delningsfunktioner via AddThis	11
Datumstyrd publicering/visning	11
Variantartiklar med olika valbara visningssätt (tillval)	11
Filterfunktioner vid visning av artikellistor	12
Produktfråga	12
Favoriter	12
Reaprisvisning	12
Saldovisning	12
Textinmatning	13
Min/max antal i korg	13
Antalsjusterare	13
Förpackningsstorlek och decimalhantering	13
Artikellänkar	13
Olika bilder på produktsida och i listor	13
Beskrivning på produkt/varugrupp/skytningar	13
Produktträd/produktnavigering	14
Bilder	15
Flera bilder/bildtexter per produkt	15
Generella bilder per varugrupp/skytning	15
Skytbilder (rea-, nyhet-, varumärkesikoner etc.)	15
Automatisk skalning till rätt storlekar	15
Enkel uppladdning av nya bilder	15

Bildförstoring	15
Olika bilder på olika varianter	15
Prissystem	16
Kundunika priser och kampanjer enligt Pyramids hela prissystem	16
Prioritera e-prislistor generellt och per kundkategori	16
Kampanjkodshantering	16
Internetrabatt	16
Kundrabatt	16
Reaprisvisning	16
Priser inkl/exkl moms generellt och per användare/kundkategori	17
Prisfiler	17
Lagerhantering	18
Saldovisning från angivet lager eller för alla lager	18
Saldovisning som siffror eller symboler	18
Lager från kundregister	18
Olika möjligheter för beräkning av saldo	18
Olika möjligheter för köp/visning av artiklar utan saldo	18
Betalningsalternativ	19
Kort- och bankbetalningar via Dibs	19
Fakturabetalning AfterPay via Dibs	19
Fakturabetalning via Klarna	19
Fakturabetalning via Ecster	19
Leverans- och betalningssätt	20
Frakt och betalningssätt styrs per land	20
Olika leverans- och betalningssätt för olika kundkategorier	20
Begränsa kontakter till vissa betalningssätt	20
Viktstafflade frakter	20
Kreditkontroll via Creditsafe vid fakturabetalning (tillval)	20
Kassasida	21
Snabbkassa	21
Adresshämtning	21
Valbart om order eller offert ska skapas	21
Välja eller ange olika leveransadresser	21
Använda bonuscheck som betalningsmedel	21
Välja attestant för ordern	21
Ange extra information på kassasidan	21
Order	22
Manuell eller automatisk inläsning av order i Pyramid	22
Automatisk order/offertbekräftelse och ordererkännande/offert via e-post	22
Order/offert- och fakturahantering i Pyramid	22
Minsta/högsta orderbelopp	22
Snabborder	22
Kreditupplysning via Creditsafe (tillval)	22
Koppling till Pyramids CRM/Säljstöd-system. (tillval)	23
Godsökning (tillval)	23
Internationell e-handel	24
Stöd för flera valutor (tillval)	24
Stöd för olika momssatser	24
Engelsk språkversion	24

Språkfiler för översättning till valfria språk	24
Olika leverans- och betalningssätt för olika länder	24
Styrning av land/språk/valuta och GeoIP	24
Övriga funktioner	25
Valfri startsida	25
Kundkorgen sparas mellan besök	25
Banners	25
Redigerbart kontaktformulär	25
Formulär för support/reklamation (tillval)	25
Sökfunktioner	25
Redigerbara och kundkategoristyrda menyer	26
Redigerbar och kundkategoristyrd fotmeny	26
Statistik och spårning via Google Analytics (e-commerce tracking)	26
Möjlighet att kräva inloggning innan e-handels innehåll visas	26
Serienummerfunktioner (tillval)	26
Prisjämförelsefiler	27
Google Merchant	27
Mobilversion	27
Cookievarning	27
Design	28
Standarddesigner	28
Responsiv design	28
Egna färginställningar	28
Egna designinställningar (hela designen CSS-styrd)	28
Egen favoritikon	28
Innehåll i produktlistor/visningar inställningsbart	28
Egen logotype	28
Alla bilder och ikoner kan bytas ut	29
Olika utseende för olika kunder	29

Sökmotoroptimering

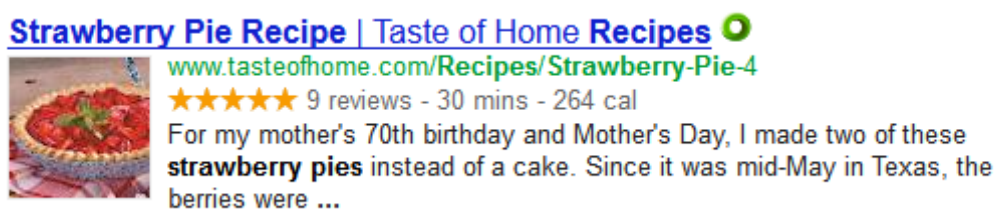
Sökmotoroptimering är ett samlingsnamn för de olika metoder och tekniker som används för att få en webbsida att synas så högt upp som möjligt bland resultaten vid sökningar i sökmotorer.

Automatisk sitemap

Genom att aktivera PTC-uppdraget "e-line Sökoptimeringsfil" i rutin 850 PTC Monitor skapas en sökoptimeringsfil automatiskt i angivet tidsintervall och skickas upp till webbservern.

Strukturerad data

Strukturerad data är ett sätt att i koden beskriva olika sorters information på en webbsida. Sökmotorerna förstår denna strukturerade information bättre och kan på så sätt presentera informationen på mer visuella sätt i sökresultatet.



Pyramids e-handel använder strukturerad data för produkt- och företagsinformation.

OG-taggar

OG-taggar är till för att specificera innehåll i sociala medier och finns för alla sidor i e-handeln. De OG-taggar som finns är:

- **og:title**
Finns SEO-titel angiven för specifik sida (produktsida, varugrupp, skyltning, vysida) används den, annars används den titel som är angiven för hela sajten i rutin 791 Egenskaper e-line, Layout och verktyg, fliken Sökoptimering.
- **og:description**
Finns SEO-beskrivning angiven för specifik sida (produktsida, varugrupp, skyltning, vysida) används den, annars används den beskrivning som är angiven för hela sajten i rutin 791 Egenskaper e-line, Layout och verktyg, fliken Sökoptimering.
- **og:image**
Lägg till en bild med namn "ogimage.jpg" i den lokala mappen "site" för att specificera en generell bild vid delning på sociala medier. Skicka sedan upp bilden till webbservern genom rutin 3972 Uppskick webserver. Denna bild används dock inte vid delning av produktsida, varugrupp och skyltning om det finns bilder angivna på dessa. Filen "ogimage.jpg" får inte överskrida 5MB och bör vara 1200px x 627px.
- **og:url**
Sidans adress används.
- **og:type**
Är hårdkodad till att vara "website", går inte att ändra.

Originallänk (canonical link)

För att undvika att sökmotorer uppfattar innehåll som duplicerat om en artikel förekommer på flera ställen i e-handeln, sätts en tagg på produktsidan som hänvisar till originalartikellänken. Vilken länk som anses som originallänk bestäms av artikelns högsta placering i navigeringsträdet. Om det skulle vara så att det ligger t ex. rea eller nyhetsskytningar överst i trädet som inte önskas som originallänk finns det möjlighet att via rutin 3913 Skytningar och egenskapen "Använd inte som originallänk" undanta artikeln i denna skytningen. Finns artikeln dock endast i denna skytning kommer ändå länken att användas.

Metadata- Keywords

På senare tid har sökordens betydelse för sökmotorerna fått mindre betydelse. De är dock inte helt irrelevanta och kan anges per artikel i rutin 3911 e-artiklar, fliken Sökoptimering och för navigeringsträdets vysidor i rutin 3915 Navigeringsträd.

Metadata- Title/Description

Titel på sidan och beskrivning av innehållet i e-handeln generellt anges i rutin 791 e-line Layout och verktyg, fliken Sökoptimering.

Motsvarande information för sortimentet anges:

- per artikel i rutin 3911 e-artiklar
- per varugrupp i rutin 728 Varugrupp
- per skytning i rutin 3913 Skytningar
- för navigeringsträdets vysidor i rutin 3915 Navigeringsträd

Breadcrumbs

Breadcrumbs är en länkrad som visar den närmaste vägen från startsidan till den sida man befinner sig på för tillfället. Länkarna till de tidigare sidorna går att klicka på för att snabbt ta sig tillbaka till en sida högre upp i strukturen. Breadcrumbs är inte bara bra för att förtydliga var du befinner dig, de är också bra för sökmotoroptimeringen då de gör det enklare för sökmotorerna att scanna av din e-handel.

[Start](#) > [Produkter](#) > [Möbler](#) > [Stolar](#) > [Myran](#) > [Myran Classic](#)



Myran Classic

Sökmotorvänliga länkar

Länkarna i e-handeln är beskrivande, vilket underlättar både för användare och sökmotorer. Om länkarna innehåller relevanta ord ger det användarna och sökmotorerna mer information om en sida än ett id eller en anonymt namngiven parameter gör. Användaren kan också lättare komma ihåg länken för att senare komma tillbaka eller dela den.

Kunder/kontakter

Olika sortiment och behörigheter för olika kunder

Användare kan kategoriseras i olika kundkategorier och kan genom dem ges olika egenskaper och behörigheter. Kundkategorin kan styra allt från design på e-handeln, tillgängligt sortiment, priser, pris- och saldobvisning, startsida till menyval, tillgängliga funktioner och navigeringsträd. Vilka kundkategorier som får se vilka artiklar anges antingen på artikelnivå i rutin 3911 e-artiklar eller på varugrupsnivå i rutin 728 Varugrupper.

Kundkategori anges på kontakten i rutin 726 Kontakter. Kundkategori kan även anges per kund i rutin 720 Kunder, och används då som standardvärde vid registrering av kontakter som kopplas till denna kund. För att användare automatiskt ska kopplas till en viss kundkategori vid registrering via internet, anges kundkategori på den registreringsmall som kopplas antingen generellt eller per gästkod i rutin 791 e-line Inloggning och registrering fliken Gästmallar. Kundkategorierna administreras i rutin 3916 Kundkategorier.

Hantering av både B2B och B2C

För att endast sälja till andra företag där kundkontakten redan är etablerad och ingen önskan finns att visa sortimentet för andra, finns möjlighet att via egenskap i rutin 791 e-line Inloggning och registrering ange att inloggning ska krävas för att komma in i e-handeln. Vill du ändå visa ditt sortiment avmarkerar du denna egenskap och ställer in en generell gästmall med egenskaper som t.ex. att köp och registrering av nya användare via e-handeln är spärrat, att priser från en speciell prislista ska visas eller att inga priser alls ska visas.

Ska försäljning ske både till företag och privatpersoner använder du dig med fördel av att dela in kunderna i olika kundkategorier för att ge dem olika egenskaper, priser, sortiment och behörigheter.

Vid registrering av nya användare via e-handeln finns möjlighet att välja vilken typ av kund man är och olika registreringsformulär kan då visas. De olika registreringsformulären administreras i rutin 791 e-line Inloggning och registrering fliken Registreringsformulär. Det är också möjligt att endast tillåta företag eller privatpersoner att registrera sig.

Mitt konto-funktion med orderhistorik och fakturahistorik (tillval)

Under Mitt konto finns möjlighet för användaren att se de uppgifter som lämnades tillsammans med registreringen. Vissa uppgifter kan ändras direkt här. Användare markerade som privatpersoner kan ändra fler uppgifter än företagskunderna, då företagskunderna kan ha flera användare som delar på dessa uppgifter. Vilka uppgifter som ska visas och ändras anges i rutin 791 e-line Listlayout, listorna Mitt konto, mina uppgifter privat och företag.

Under Mitt konto finns en avdelning för orderhistorik. Där visas användarens alla e-order med möjlighet att även se information om orderns ingående artiklar och vilka leveranser som skett på dessa. Om modulen e-kundtjänst är installerad, visas här även kundens alla andra order, oberoende av hur de har registrerats och vilken kontakt på företaget som står som referens på ordern. e-kundtjänstdelen av orderhistoriken kan spärras per kontakt i rutin 726 Kontakter eller för alla användare i rutin 791 e-line e-kundtjänst. Observera att användarens e-order alltid syns, trots denna spärr.

Om modulen e-kundtjänst finns installerad, finns under Mitt konto, även funktion för att se fakturahistorik. Om modulen Fakturaarkiv finns installerad visas fakturan i pdf-format.

Bonussystem (tillval)

Om modulen Kundbonus finns installerad och är aktiv kan användaren under Mitt konto se information om bonushanteringen, sin upparbetade bonus och vilka bonuscheckar som finns tillgängliga. I e-handels kassa kan sedan dessa användas som betalningsmedel.

Vid registrering av användare via e-handeln visas kryssruta som markeras av befintliga kunder med bonuskort, ett registreringsformulär med de uppgifter som behövs för att koppla ihop befintlig kund med den nyregistrerade e-handelsanvändaren visas då.

Beskrivande texter som visas under Mitt konto och i samband med registrering av ny e-handelsanvändare i e-handeln anges i rutin 791 Kundbonus. Under Mitt konto visas även bonusstegen som administreras i rutin 754 Bonusperioder.

Prenumerationer (tillval)

Om modulerna e-kundtjänst och CRM/Säljstöd finns installerade och är aktiva kan funktion för att anmäla och avanmäla sig till nyhetsbrev visas. Funktionen finns då tillgänglig via Mitt konto eller kan läggas ut direkt i menyn. Vilka nyhetsbrev som ska finnas tillgängliga för anmälan administreras i rutin 682 Mailingkoder.

Beställ prislistor med kundunika priser (tillval)

Om modulen e-kundtjänst finns installerad och är aktiv kan användaren under Mitt konto beställa prislistor med kundunika priser. Vilka prislistor, och vad de ska innehålla, administreras i rutin 3932 Prislistor. För att prislistan ska kunna skapas och skickas via e-post måste PTC-uppdraget E-line Import kundtjänst vara igång i rutin 850 PTC Monitor. Vilket grundformat och vilken skrivare som ska användas anges under inställningarna för ptc-uppdraget i rutin 850 PTC Monitor.

Dynamiska registreringsformulär och olika registreringsmöjligheter

Det finns många inställningsmöjligheter för hur besökare i e-handeln ska kunna registrera sig som användare. Registrering kan spärras helt, ske via formulär som skickas till angiven person som sedan registrerar användaren manuellt i Pyramid, eller via direktregistrering. Registrering kan vara tillgänglig för företag och privatpersoner eller endast för en av dem.

Hur registreringsformulären ska se ut och vilken information som ska matas in administreras i rutin 791 e-line Registrering och inloggning, fliken Registreringsformulär. Formulären kan se olika ut för företag och privatpersoner.

Vilka behörigheter och egenskaper en nyregistrerad användare ska få, styrs via generella registreringsmallar eller efter vilken gästmall som används.

Gäst/registreringsmallar med olika egenskaper

Om inte alla användare ska ha samma egenskaper och behörigheter och kundkategoriernas egenskaper inte räcker till, finns möjlighet att arbeta med olika gästmallar. Till en gästmall kan en användarmall och registreringsmallar för företag och privatpersoner kopplas. Dessa mallar består av kontaktposter med alla kontaktens inställningsmöjligheter och egenskaper. Gäst- och registreringsmallar administreras i rutin 791 e-line Inloggning och registrering fliken Gästmallar.

Produkter

Kategorisera produkter (varugrupper) Produkter med gemensamma attribut samlas med fördel i varugrupper. Varugruppen kan ges olika egenskaper, text, gemensam bild och upp till 10 beskrivande informationsfält. Artiklar som via rutin 710 Artiklar kopplas till varugruppen får i rutin 3911 e-artiklar tillgång till de informationsfält som aktiverats på varugruppen. I varu-gruppsrutinen 728 Varugrupper anges de ledtexter den aktuella varugruppens artiklar ska få på sina infofält i rutin 3911 e-artiklar. Hela varugrupper kan sedan enkelt kopplas och visas i navigeringsträdet som administreras i rutin 3915 Navigeringsträd.

En artikel kan endast ingå i en varugrupp.

Samla produkter i skyltningar (blanda artiklar från olika varugrupper)

Om behov finns att visa produkter som egentligen tillhör olika varugrupper tillsammans, görs detta genom att samla dem i skyltningar. Skyltningar registreras och administreras i rutin 3913 Skyltningar. Skyltningarna kopplas sedan till navigerings-trädet via rutin 3915 Navigeringsträd. Vid visning av produkter via navigeringsträdet går det inte att skilja på en visning av en varugrupp och en skyltning, de kan ges samma visningsegenskaper.

En skyltning kan också skapas utan att den kopplas till visning via navigeringsträdet. Till en skyltning kan t.ex. en så kallad skyltbild kopplas. Detta resulterar i att en liten bild/ikon visas tillsammans med produkterna som ingår i skyltningen, i vilket sammanhang de än visas i e-handeln. Det är användbart om t.ex. en logga eller varu-märkessymbol alltid ska visas i samband med produkten.

En skyltning kan också kopplas till en skylttyp. Detta möjliggör att skyltningar av denna typ kan tidstyras. I navigeringsträdet kopplas då skylttypen och inte skyltkoden. Registreras sedan flera skyltningar av denna typ med tidsintervall som löper efter varandra, hittar systemet automatiskt den skyltning av denna typ som är aktuell vid tidpunkten, och visar den och dess innehåll.

En artikel kan ingå i hur många skyltningar som helst.

Merförsäljning på produkt/varugrupp/skyltning (Crossselling)

Passa på att erbjuda kunden kompletterande varor när de tittar på en artikel eller en grupp av artiklar. Möjlighet finns att i anslutning till en artikel, varugrupp eller skyltning visa andra artiklar. Möjlighet finns att även visa en text tillsammans med merförsäljningsartiklarna. Denna text kan även användas för andra syften utan att merförsäljningsartiklar måste visas. Merförsäljningsartiklar och/eller text anges för artiklar i rutin 3911 e-artiklar, för varugrupper i rutin 728 Varugrupper och för skyltningar i rutin 3913 Skyltningar.

Artiklar för merförsäljning kan också skapas upp automatiskt med hjälp av PTC-uppdraget e-line Crossselling. Valbart antal artiklar hämtas då baserat på orderhistoriken valt antal dagar tillbaka.

För att visa samma rubrik för all crossselling och för att slippa lägga till detta manuellt för varje crossselling finns möjlighet att via spåkfilerna ange en generelle rubrik. Rubriken anges då i user-språkfil(erna) under tagg med språk-id "CrosssellingTitle". Läs vidare i Handboken om hantering av språkfiler.

Kontroll sker sedan på om Crosssellingtexten innehåller en h1- eller h2-tag. Om det finns, visas inte den generella rubriken. Detta för att kunna styra över standardrubriken på vissa sidor.

Merförsäljning tillbehör

Förutom merförsäljning i form av kompletterande artiklar finns också möjlighet att på produktsidan visa en lista med tillbehörsartiklar. Tillbehörslistan byggs upp i form av en skyltning i rutin 3913 Skyltningar och dess kod anges sedan i tillbehörsfältet på artikeln i rutin 3911 e-artiklar. Om alla artiklar i en varugrupp ska ha samma tillbehörs-skyltning kan den anges på varugruppen i rutin 728 Varugrupper och kommer då visas på produktsidan för alla varugruppens artiklar.

Betyg/kommentarer

Låt dina kunder tycka till om dina produkter och dela sina erfarenheter med andra. Detta ger dina kunder trygghet och gör det enklare att fatta beslut att handla. Användar-genererat innehåll kan också få positiva effekter på sökoptimeringen av en sida då sidans innehåll ändras och uppfattas som levande. Betyg kan visas i listor och på produktsidan. Kommentarer visas på produktsidan. Betyg och kommentar kan anges av inloggade användare. Egenskap för att spärra funktionen finns i rutin 791 e-line Produktinformation. Betyg och kommentarer kan granskas i rutin 8283 Betyg/kommentarer, där kommentarer också kan raderas om de skulle uppfattas som stötande.

Delningsfunktioner via AddThis

Låt dina kunder hjälpa dig att sprida dina produkter i sociala medier med hjälp av delningsfunktioner från AddThis. Delningsfunktionen visas på produktsidan och dess utseende och funktion bestäms helt från vilken knappsats som väljs på AddThis hemsida, www.addthis.com. Koden som genereras vid val av knappsats klistras in i rutin 791 e-line, Layout och Verktyg, fliken AddThis. För mer information se <http://www.addthis.com>.

Datumstyrd publicering/visning

Flera möjligheter finns för att i förväg förbereda publicering av artiklar och skyltningar ett visst datum. Enstaka artiklar kan datumstyras via rutin 3911 e-artiklar. Visning av en grupp av artiklar, en skyltning, kan datumstyras via rutin 3913 Skyltningar. Skyltningar som ska datumstyras måste kopplas till en skylttyp. Det är sedan denna skylttyp som används i t ex. navigeringsträdet. Systemet kommer då att leta fram den skyltning av den angivna skylttypen som är aktuell för tillfället. Om datumstyrningen sker via skyltningen, gäller den endast visningen som skyltning. Dess artiklar kommer ändå att kunna t ex. sökas fram.

Variantartiklar med olika valbara visningssätt (tillval)

Modulen Variantartiklar tillhandahåller funktioner för att registrera artiklar med olika varianter, t.ex. en T-shirt som finns i flera olika storlekar och färger. Modulens funktioner hjälper då till att hantera T-shirten som en produkt med olika varianter. I e-handeln behandlas då T-shirten som en artikel med en produktsida där de olika varianterna visas. Det går då att visa och välja de olika varianterna via en matris, en rullgardinsmeny eller två rullgardinsmenyer, en för var dimension (t ex. färg och storlek). Olika sorters visning kan väljas för olika kundkategorier. Visning ställs in i rutin 791 e-line Visning och texter, fliken Variantartiklar, eller rutin 3916 Kundkategorier.

Det finns också möjlighet att i produktlistor visa produktens olika första dimensioner (T-shirt Röd, T-shirt Blå osv) istället för bara grundartikeln (T-shirt). Detta anges i rutin 791 e-line Visning och texter, fliken Variantartiklar.

Filterfunktioner vid visning av artikellistor

Vid visning av artikellistor kan en ruta med funktioner för sortering och filtrering visas. Rutan innehåller information om antal poster i listan, möjlighet att byta typ av list-visning, byte av sortering, sökning i listan och möjlighet att filtrera i listan. Vilka sorteringsmöjligheter som ska vara tillgängliga för de olika listorna anges i rutin 791 e-line Listlayout. Där anges också vilka kolumner, vars innehåll, det ska vara möjligt att filtrera på. Kolumnens unika värden kommer då visas i en rullgardinsmeny, vid val av värde i rullgardinsmenyn visas endast de poster med detta värde i kolumnen. Det är inställningsbart i rutin 791 e-line Visning och texter vilka listvisningar som ska ha dessa filterfunktioner, och om det ska vara möjligt att byta typ av listvisning.

Produktfråga

Funktion som visas på produktsidan och ger kunden möjlighet att via ett formulär ställa en fråga om produkten. Funktionen är aktiverad om en e-postadress har angivits i rutin 791 e-line Produktinformation. E-postmeddelande med produktfrågan skickas sedan till denna adress.

Favoriter

För inloggade användare finns på produktsidan möjlighet att lägga produkter i favoritlistor. En produkt kan adderas i en befintlig lista eller en ny lista kan skapas. Möjlighet finns att spara hela kundkorgen till en favoritlista. Favoritlistorna administreras sedan av användaren under Mitt konto där listor kan redigeras, raderas och dess innehåll kan läggas i kundkorgen.

Reaprisvisning

Om en artikel i rutin 3911 e-artiklar markeras med egenskapen "Visa som rea" kommer dess pris i listor och på produktsidan visas med röd text. Grundpriset kommer också att visas på produktsidan. Vilket pris, grundpris eller jämförpris från rutin 710 Artiklar, som ska visas som grundpris anges i rutin 791 e-line Produktinformation, fliken Priser. Det är också valbart att visa skillnaden mellan reapriset och grundpriset, och om skillnaden då ska visas i kronor eller som procentsats. Möjlighet finns att markera och avmarkera en grupp av artiklar med egenskapen "Visa som rea" via knappen "Uppdatera artiklar" i rutin 3911 e-artiklar.

Artiklar med pris som kommer från en kampanj kommer också att hanteras på ovan sätt utan att de behöver märkas som rea-artiklar i rutin 3911 e-artiklar.

Saldovisning

Visa saldoinformation

Aktuellt artikelsaldo kan visas på olika sätt och skilja sig åt för olika användare. Saldo kan visas som det aktuella saldot i siffror, som symboler eller båda delar. Hur saldo ska visas styrs generellt i rutin 791 e-line Produktinformation, fliken Saldo. Om olika användare ska ha olika visning anges visning per kundkategori i rutin 3916 Kundkategorier. Det är på detta sätt också möjligt att visa saldo för vissa användare och dölja det för andra.

Om modulen Flerlager används är det möjligt att välja om saldo ska hämtas från ett visst lager, eller om saldot ska slås samman för alla lager.

Saldoberäkning

Hur saldot ska beräknas med hänsyn till lager, reservationer och beställningar anges i rutin 791 e-line Produktinformation, fliken Saldo.

Produkter med negativt saldo

Produkter med negativt saldo kan hanteras på olika sätt i e-handeln. De kan döljas, visas men inte köpas eller köpas på samma sätt som produkter med positivt saldo. Inställningarna görs per artikel i rutin 3911 e-artiklar, för en hel varugrupp i rutin 728 Varugrupper eller generellt i rutin 791 e-line Produktinformation, fliken Saldo.

Textinmatning

För vissa typer av produkter kan det vara önskvärt att kunden kan lämna ett meddelande i samband med att varan läggs i kundkorgen. Det kan vara önskan om en produkt från en viss batch, text som ska tryckas på produkten etc. Artikeln kan då i rutin 3911 e-artiklar märkas upp att textinmatning ska vara tillgänglig på dess produktsida. Vilken ledtext fältet ska ha och om det ska vara krav på att text ska anges, styr du generellt i rutin 791 e-line Kundkorg och kassa.

Min/max antal i korg

Om en produkt måste köpas i ett visst minimum eller maximum antal kan detta anges på artikeln i rutin 3911 e-artiklar.

Antalsjusterare

För att enkelt kunna välja antal innan varan läggs i kundkorgen finns möjlighet att visa plus- och minusknappar i samband med antalsfältet.

Förpackningsstorlek och decimalhantering

För produkter som säljs i förpackningar men där saldot hanteras i styck finns möjlighet att bara tillåta antal i korg som är delbart med förpackningsantalet. Under egenskaperna för förifyllt antal i rutin 791 e-line Kundkorg och kassa, markeras "Förpackningsantal". Förpackningsantalet anges i rutin 710 Artiklar i fältet "Optimal förpackning". Ska endast vissa kunder beröras av köp i hela förpackningar kan detta styras via kundkategori i rutin 3916 Kundkategorier.

Hur många decimaler som ett antal av en produkt som läggs i kundkorgen kan anges i, är inställningsbart. Vissa produkter kan kanske endast beställas i heltal, medan andra kanske säljs per meter med möjlighet att beställa decimetrar och centimetrar. Egenskapen finns per artikel i rutin 3911 e-artiklar, per varugrupp i rutin 728 Varugrupper och generellt i rutin 791 e-line Kundkorg och kassa.

Artikellänkar

På Produktsidan kan en uppsättning externa länkar enkelt visas genom att de anges på artikeln i rutin 3911 e-artiklar, fliken Länkar. Kanske det är önskvärt med monterings-anvisningar eller länk till tillverkarens beskrivning eller hemsida.

Olika bilder på produktsida och i listor

Det finns möjlighet att per produkt ange olika produktbilder som visas på produktsidan. Den första av dessa bilder visas i listor, utökad listvisning och fönstervisning. Det är dock möjligt att i listvisningarna ha en avvikande bild. Alla bilder anges på artikeln i rutin 3911 e-artiklar, fliken Bilder.

Beskrivning på produkt/varugrupp/skyltningar

Att beskriva sina produkter på ett inbjudande och informativt sätt är mycket viktigt. Att beskriva produkterna i första hand med sin kund i åtanke är det viktigaste. Men du bör också

tänka på hur sökmotorerna uppfattar texten. Det finns mycket bra information att söka fram och läsa på Internet, om hur produkttexter bör skrivas och formateras.

Produkttexten som anges på artikeln i rutin 3911 e-artiklar är den text som visas på produktsidan. Denna text visas också i listor med visningstyp Utökad listvisning. Texten som anges på en varugrupp i rutin 728 Varugrupper visas i huvudet på den lista som visar varugruppens artiklar via navigeringsträdet. På en skyltning kan en likadan generell text visas i listhuvudet när skyltningens artiklar visas via navigeringsträdet, men på en skyltning kan även en unik produkttext anges som bara visas när skyltningens artiklar visas i en fönstervisning. Huvud- och radtext till en skyltning anges i rutin 3913 Skyltningar.

Produktträd/produktnavigering

Det är viktigt att visa sitt produktsortiment på ett överskådligt och lättnavigerat sätt. Det är lätt att fastna i fällan och strukturera sitt sortiment på det sätt du själv använder när du arbetar internt, men i en e-handel är det viktigt att försöka sätta sig in i sina kunders förväntningar. Detta bör ha beaktats innan arbetet med struktureringen av sortimentet i varugrupper och skyltningar påbörjas.

Ett navigeringsträd byggs upp av dessa varugrupper, skyltningar och eventuellt skylttyper om du vill förbereda eller automatisera byte av artiklar under avdelningarna. Navigeringsträdets innehåll byggs upp i rutin 3915 Navigeringsträd. Olika kunder kan ges olika navigeringsträd genom att olika träd anges för olika kundkategorier i rutin 3916 Kundkategorier. Det generella navigeringsträdet anges i rutin 791 e-line Layout och verktyg. Designen på navigeringsträdet väljs i rutin 791 e-line Layout och verktyg. Olika utseenden för navigeringsträdet är tillgängliga beroende på vilken design på e-handeln som valts.

Bilder

Flera bilder/bildtexter per produkt

Det finns möjlighet att per produkt ange produktbilder med tillhörande bildtexter som visas på produktsidan. Den första av dessa bilder visas i listor, utökad listvisning och fönstervisning. Det är dock möjligt att i listvisningarna ha en avvikande bild. Alla bilder och bildtexter anges på artikeln i rutin 3911 e-artiklar, fliken Bilder.

Generella bilder per varugrupp/skyltning

När en produktlista visas finns möjlighet att visa en generell bild och text i listans huvud. För varugrupp anges bild och text i rutin 728 Varugrupper och för skyltningar i rutin 3913 Skyltningar.

Skyltbilder (rea-, nyhet-, varumärkesikoner etc.)

När en produkt visas i en lista eller sökresultat kan en mindre bild, en så kallad skyltbild, visas. Denna bild kan vara en rea-ikon, en logotype eller liknande. För att knyta en sådan bild till en grupp produkter skapas en skyltning innehållande de artiklar som ska ha skyltbilden. På denna skyltning kan skyltningens olika egenskaper med datumstyrning etc. användas. Skyltningen måste dock inte användas i navigeringsträdet, utan kan enbart vara till för visning av skyltbild på dess produkter när de visas i andra varugrupper, skyltningar eller sökresultat. Skyltningen skapas och skyltbild anges i rutin 3913 Skyltningar.

Automatisk skalning till rätt storlekar

Produktbilder visas i olika storlekar på olika ställen i e-handeln. De olika storlekarna skapas automatiskt vid uppskick av bilderna till webbservern. Vilka storlekar bilderna ska skalas om till kan ställas in i 791 e-line Kommunikation, fliken Lokala filer. Ursprungsbilden ska vara i den storlek som önskas när användaren klickar på bildförstoring på produktsidan. Bilderna ska inte vara mindre än storleken på bilden på produktsidan (som standard 250x250 pixlar), då de annars förlorar i kvalitet vid uppskick om de skalas upp av systemet.

Om produktbilderna är avlånga finns egenskap för att skala bilderna enligt höjd istället för bredd för att inte få extremt höga bilder. Egenskaper för bildskalning finns i rutin 791 e-line Kommunikation, fliken Lokala filer.

Enkel uppladdning av nya bilder

Vid uppstart av systemet kan alla produktbilder skickas till webbservern via rutin 3972 Uppskick webbserver. Under det löpande arbetet kan enstaka bilder skickas till webbservern från de rutiner där de anges. Uppskick av bilder för ett urval av artiklar kan göras i rutin 8280 e-artikelstudio.

Bildförstoring

Vid bildförstoring visas produktbilderna i dess originalstorlek. Det finns möjlighet att förhindra möjlighet till bildförstoring via egenskap i rutin 791 e-line Produktinformation.

Olika bilder på olika varianter

Om modulen Variantartiklar används kan det på produktsidan visas olika bilder för de olika varianterna. Bild på röd tröja när den varianten väljs, bild på blå tröja när den varianten väljs etc. De olika bilderna anges i rutin 3911 e-artiklar.

Prissystem

Kundunika priser och kampanjer enligt Pyramids hela prissystem

Kundavtal, prislistor och kampanjer, hela Pyramids prissystem används även i e-handeln. När dina kunder har unika priser, är det dessa priser som kunden ser efter inloggning i e-handeln. Om kunden lagt varor i korgen och sedan loggar in räknas priserna på produkterna i kundkorgen om till kundens priser.

Prioritera e-prislistor generellt och per kundkategori

Det finns möjlighet att ge företräde åt andra priser före Pyramids ordinarie prissystem i e-handeln. En speciell e-prislista anges antingen generellt i 791 e-line Produktinformation, eller per kundkategori i rutin 3916 Kundkategorier. Denna prislista kommer att ersätta kundens ordinarie priser. Dock har alltid eventuella kundavtal högst prioritet.

Kampanjkodshantering

Vid kampanjer finns möjligheten att ge ut kampanjkoder som måste anges för att aktivera erbjudandet. Kampanjen märks med aktiveringskod i rutin 715 Priskampanjer och ledtext för aktiveringsfältet. Det visas på kassasidan och anges i rutin 791 e-line Order och inläsning.

Internetrabatt

Möjlighet finns att ge en generell internetrabatt på order i e-handeln. Procentsats som ska dras av på orderbeloppet anges i rutin 791 e-line Order och inläsning, där också artikelkod för rabattraden som skapas på ordern anges. Om e-handeln innehåller produkter med olika momskoder rekommenderar vi inte att denna funktion används. Då rekommenderar vi istället att du använder e-prislista.

Kundrabatt

Om kunden har en kundrabatt angiven på sin kundpost i rutin 720 Kunder kommer denna rabatt att utgå även i e-handeln. Artikelkoden som ska användas för rabattraden som skapas på ordern, anges i rutin 791 Egenskaper försäljning. Om e-handeln innehåller produkter med olika momskoder rekommenderar vi inte att denna funktion används. Då rekommenderar vi istället att du använder e-prislista.

Reaprisvisning

Om en artikel i rutin 3911 e-artiklar markeras med egenskapen "Visa som rea" kommer dess pris i listor och på produktsidan att visas med röd text. Grundpriset kommer också att visas på produktsidan. Vilket pris, grundpris eller jämförpris från rutin 710 Artiklar, som ska visas som grundpris anges i rutin 791 e-line Produktinformation. Det är också valbart att visa skillnaden mellan reapriset och grundpriset och om skillnaden då ska visas i kronor eller som procentsats.

Möjlighet finns att markera och avmarkera en grupp av artiklar med egenskapen "Visa som rea" via knappen "Uppdatera artiklar" i rutin 3911 e-artiklar.

Artiklar med pris som kommer från en kampanj kommer också att hanteras på ovan sätt utan att de behöver märkas som rea-artiklar i rutin 3911 e-artiklar.

Priser inkl/exkl moms generellt och per användare/kundkategori

Hur priser ska visas, inkl. moms, exkl. moms, både inkl. och exkl. moms eller kanske inga priser alls, styrs generellt i rutin 791 e-line Produktinformation. Olika prisvisningar kan sedan anges för olika användare i rutin 726 Kontakter eller för en viss kundkategori i rutin 3916 Kundkategorier.

Prisfiler

Prisfiler kan skapas för att sedan användas av Prisjakt eller Pricerunner. Filer kan även skapas med artikeldata för användande i Google Merchant. Dessa filer skapas i önskat tidsintervall via PTC-uppdraget E-line Prisfil där även inställningar för filernas innehåll görs.

Lagerhantering

Saldovisning från angivet lager eller för alla lager

Om modulen Flerlager används är det möjligt att välja om saldo ska hämtas från ett visst lager, eller om saldot ska slås samman för alla lager. Inställningar för detta finns i rutin 791 e-line Produktinformation.

Saldovisning som siffror eller symboler

Aktuellt artikelsaldo kan visas på olika sätt och skilja sig åt för olika användare. Saldo kan visas som det aktuella saldot i siffror, som symboler eller båda delar. Hur saldo ska visas styrs generellt i rutin 791 e-line Produktinformation. Om olika användare ska ha olika visning anges visning per kundkategori i rutin 3916 Kundkategorier. Det är på detta sätt också möjligt att visa saldo för vissa användare och dölja det för andra.

Lager från kundregister

Om en användares kunduppgifter i 720 Kunder är märkt med lager, är det detta lager som en eventuell order kommer hamna på och vars saldo som visas i e-handeln. Kundens lager har högre prioritet än den generella egenskapen i rutin 791 e-line Produktinformation.

Olika möjligheter för beräkning av saldo

Hur saldot ska beräknas med hänsyn till lager, reservationer och beställningar anges i rutin 791 e-line Produktinformation.

Olika möjligheter för köp/visning av artiklar utan saldo

Produkter med negativt saldo kan hanteras på olika sätt i e-handeln. De kan döljas, visas men inte köpas, eller köpas på samma sätt som produkter med positivt saldo. Inställningarna görs per artikel i rutin 3911 e-artiklar, för en hel varugrupp i rutin 728 Varugrupper, eller generellt i rutin 791 e-line Produktinformation, fliken Saldo.

Betalningsalternativ

Kort- och bankbetalningar via Dibs

Via Dibs är det möjligt att i e-handeln erbjuda betalning via kort eller internetbank. De kort som stöds är Visa, Mastercard, Dancard och American Express. Vilka betalkort som ska vara aktiva bestäms av ditt avtal med Dibs och aktiveras sedan i rutin 791 e-line Order och inläsning, fliken Dibs.

Fakturabetalning AfterPay via Dibs

Via Dibs är det också möjligt att erbjuda fakturabetalning via AfterPay. Om detta betalningssätt ska vara tillgängligt bestäms av ditt avtal med Dibs och vilka egenskaper som angetts i rutin 791 e-line Order och inläsning, fliken Dibs.

Fakturabetalning via Klarna

Möjlighet finns att erbjuda fakturabetalning via Klarna. Dina användaruppgifter från Klarna anges i rutin 791 e-line Order och inläsning, fliken Klarna, där också länk till beställning av Klarna fakturabetalning finns.

Fakturabetalning via Ecster

Möjlighet finns att erbjuda fakturabetalning via Ecster. Dina användaruppgifter från Ecster anges i rutin 791 e-line Order och inläsning, fliken Ecster.

Leverans- och betalningssätt

Frakt och betalningssätt styrs per land

Vilka leverans- och betalningssätt som visas på kassasidan är beroende på vilket land ordern ska levereras till. I rutin 828 Leverans- och betalningssätt e-line, anges giltiga kombinationer av leverans- och betalningssätt per land.

Olika leverans- och betalningssätt för olika kundkategorier

Trots att ett leveranssätt är tillgängligt för ett land behöver inte alla användare med leveransadress i det landet ha möjlighet att välja det. Leveranssätten kan i rutin 820 Transportsätt styras med hjälp av kundkategorier eller urval på data från kund eller kontakt.

Begränsa kontakter till vissa betalningssätt

Även om ett visst betalningssätt är tillgängligt för ett leveranssätt är det möjligt att endast tillåta vissa kunder att använda det. Vilka betalningssätt som ska visas, om det finns som ett alternativ för leveranslandet och valt leveranssätt, bestäms via användaren i rutin 726 Kontakter.

Via rutin 9860 Ändra grupp av kontakter är det via knappen e-line möjligt att aktivera och avaktivera betalningssätt för ett urval av kontakter.

Betalningssättets tillgänglighet kan också styras via rutin 827 Betalningssätt med hjälp av kundkategorier eller urval på data från kund eller kontakt.

Viktstafflade frakter

Möjlighet finns att per leveranssätt i rutin 820 Transportsätt ange en fraktstege baserad på totala ordervikten. Överskrider ordervikten den högsta stafflingsnivån hämtas fraktavgiften från leveranssättet.

Kreditkontroll via Creditsafe vid fakturabetalning (tillval)

Om modulen Företagsupplysning finns installerad och är aktiverad finns möjlighet att direkt på kassasidan, innan ordern skickas till Pyramid, göra en kreditkontroll om användaren väljer betalningssätt faktura. Egenskaper för detta anges på betalningssättet i rutin 820 Transportsätt. Hur svaret från kreditkontrollanten ska kontrolleras och hanteras anges i rutin 791 e-line Kundkorg och kassa, fliken Kreditkontroll.

Kassasida

Snabbkassa

För att kunden enklare ska kunna skicka sin beställning finns det möjlighet att aktivera en snabbkassa. Den information som behövs från kunden för att registrera en order kan reduceras till ett minimum genom att på registreringsformuläret i 791 e-line Inloggning och registrering ange att vissa fält endast ska anges om kunden också väljer att skapa ett konto.

Adresshämtning

I kombination med snabbkassan går det att hämta kundens adress genom person- eller organisationsnummer. Om valt betalningssätt är Klarna Faktura så hämtas adressen via Klarna. Vill man erbjuda adresshämtning även för andra betalningssätt finns möjlighet att hämta adress via Creditsafe om sådant avtal finns. Observera att adresshämtning via Creditsafe medför en avgift.

Valbart om order eller offert ska skapas

Det finns möjlighet att per kundkategori ange om användarens order ska generera en order, offert eller om användaren på kassasidan själv ska få välja detta. Om användaren själv får välja om order eller offert ska skapas så anges detta i en egen sektion på kassasidan.

Välja eller ange olika leveransadresser

Olika egenskaper finns för hur leveransadress ska kunna anges. Antingen kan adress endast hämtas från registrerade leveransadresser på kunden i Pyramid eller så finns möjlighet att låta kunden ange en avvikande leveransadress för ordern.

Använda bonuscheck som betalningsmedel

Om modulen Kundbonus finns installerad och är aktiv och användaren har aktiva bonuscheckar visas dessa på kassasidan och kan där användas som betalningsmedel.

Välja attestant för ordern

Möjlighet finns att kräva attest innan en order från e-handeln godkänns för inläsning i systemet. När en användare, med "Attestering krävs" markerad i rutin 726 Kontakter, skapar en order måste ordern attesteras av en attestant som är kopplad till samma företag som orderläggaren, och har egenskapen "Attesträtt" markerad, innan den kan godkännas för inläsning i Pyramid. Användaren väljer önskad attestant på e-handelns kassasida under Övriga uppgifter. När ordern skickas till Pyramid får den valda attestanten ett meddelande om att det finns en order att attestera.

Ange extra information på kassasidan

På kassasidan kan inmatningsfält för önskat leveransdatum, eget ordernummer, och meddelande visas. Möjlighet finns också att definiera upp egna informationsfält som kopplas till ordern för inmatning på kassasidan. Detta görs i rutin 791 e-line Kundkorg och kassa, fliken Kassasida. Finns behov av att informera kunden om något i samband med köpet kan text för detta anges och visas på kassasidan. Texten redigeras i rutin 791 e-line Visning och texter, fliken Texter.

Order

Manuell eller automatisk inläsning av order i Pyramid

Order från e-handeln kan antingen läsas in automatiskt i systemet via ett PTC-uppdrag eller granskas och överföras manuellt via inläsningsrutinen 3920 Orderinläsning. Även om den automatiska inläsningen används kan undantag för automatisk inläsning anges. Det kan vara beloppsgräns, order från viss kund, order med meddelande, ett visst betalningssätt etc. Dessa inställningar anges i rutin 726 Kontakter och 791 e-line Order och inläsning.

Automatisk order/offertbekräftelse och ordererkännande/offert via e-post

När en order/offert sänds från e-handeln och hamnar i Pyramids inläsningsregister kan ett automatiskt e-postmeddelande skickas till kunden. E-postmeddelandet aktiveras och dess ämnesrad och textinnehåll anges i rutin 791 e-line Order och inläsning.

När ordern/offerten sedan läses in till Pyramids ordinarie orderregister kan ett automatiskt meddelande med bifogat ordererkännande/offert i pdf-format skickas. E-postmeddelandet aktiveras och dess ämnesrad och textinnehåll anges i rutin 791 e-line Order och inläsning, fliken Orderinläsning.

Order/offert- och fakturahantering i Pyramid

När e-handelsordern/offerten är inläst i Pyramid är det som vilken order/offert som helst och flödet fungerar precis som för order/offert registrerade i Pyramids orderrutiner.

Minsta/högsta orderbelopp

Om order under ett visst belopp inte önskas finns möjlighet att ställa in minsta tillåtna ordervärde. Det är då inte möjligt att skicka en order med belopp under det angivna värdet. Minsta orderbelopp kan anges i rutin 791 e-line Order och inläsning.

Det finns också möjlighet att per användare ange ett högsta tillåtna orderbelopp, detta görs i rutin 726 Kontakter.

Vid automatisk inläsning av order kan också kontroll ske på orderbeloppet och ordern stoppas för automatisk inläsning om beloppet överstiger vad som angetts i rutin 791 e-line Order och inläsning. Ordern får sedan kontrolleras manuellt och läsas in via rutin 3920 Orderinläsning.

Snabborder

Snabborder är ett menyval som leder till ett orderformulär. Om kunden beställer ofta och känner till vilka artikelkoderna är, kan detta vara ett snabbare sätt för kunden att beställa. Aktivering av funktionen och hur många rader formuläret ska innehålla anges i rutin 791 e-line Order och inläsning.

Möjlighet finns att ladda upp en beställningslista. Filen ska vara en semikolonseparerad textfil där varje rad innehåller information om en artikel i ordningen: artikelnummer;antal. Godkända filändelser är .CSV, .SKV och .TXT

Kreditupplysning via Creditsafe (tillval)

Om modulen Företagsupplysning finns installerad och är aktiverad finns möjlighet att direkt på kassasidan, innan ordern skickas till Pyramid, göra en kreditkontroll om användaren väljer betalningssätt faktura. Egenskaper för detta anges på betalningssättet i rutin 820 Transportsätt. Hur svaret från kreditkontrollanten ska kontrolleras och hanteras anges i rutin 791 e-line Kundkorg och kassa, fliken Kreditkontroll.

Koppling till Pyramids CRM/Säljstöd-system. (tillval)

När en order läses in i Pyramid, och modulen CRM/Säljstöd finns installerad och är aktiv, finns det möjlighet att samtidigt skapa ett uppdrag i Säljstödssystemet. Antingen skapas ett aktivt uppdrag som sedan följs upp, eller skapas uppdraget som avslutat för historik. Hur uppdraget ska skapas anges i rutin 791 e-line Order och inläsning.

Godssökning (tillval)

Om modulen Koppling TA-system finns installerad och är aktiv, samt att inställningar för godssökning gjorts i TA-systemet, finns möjlighet att spåra sändningen via en ikon som visas vid ordern i orderöversikten under Mitt konto.

Internationell e-handel

Stöd för flera valutor (tillval)

Om modulen Valutaorder finns installerad och är aktiv, kan flera olika valutor hanteras i e-handeln. Vilken valuta priserna visas i bestäms av inställning på användarens kontaktuppgifter i rutin 726 Kontakter. Ska användare som registrerar sig via e-handeln få en viss valuta anges detta på de registreringsmallar som registreras i rutin 791 e-line Registrering och inloggning.

Stöd för olika momssatser

Vilken momssats som används styrs enligt prioritetsordningen:

1. Momskod på artikel i rutin 710 Artiklar
2. Momskod på aktuell projekttyp i 781 Projekttyper
3. Momskod på kund i rutin 720 Kunder
4. Momskod på landet i rutin 823 Länder

Engelsk språkversion

e-handeln levereras med stöd för svenska och engelska. Alla fasta texter styrs via språkfiler där alla texter kan ändras. Produkttexter och annan data som hämtas från Pyramid översätts via Pyramid, oftast via texteditorn eller översättningsdialog där översättning för olika språk anges. Vilka språk som ska vara aktiva för e-handeln anges i rutin 824 Språk och aktiveras i rutin 791 e-line Layout och verktyg.

Språkfiler för översättning till valfria språk

Det är möjligt att manuellt översätta e-handeln till önskade språk. Handledning för detta finns i F1-hjälpen. Vilka språk som ska vara aktiva för e-handeln anges i rutin 824 Språk och 791 e-line Layout och verktyg.

Olika leverans- och betalningssätt för olika länder

Vilka leverans- och betalningssätt som visas på kassasidan beror på vilket land som ordern ska levereras till. I rutin 828 Leverans- och betalningssätt e-line anges giltiga kombinationer av leverans- och betalningssätt per land.

Styrning av land/språk/valuta och GeoIP

Det är möjligt att via land styra språk och valuta. Till det, i rutin 823 Länder, registrerade landet kan en gästmall kopplas. Gästmallen tillhandahåller språk och valuta.

När kunden kommer in i e-handeln kan kundens IP-adress jämföras med en databas (GeoIP) som ger aktuellt land.

Egenskaper för styrningen av land/språk/valuta finns i rutin 791 e-line Layout och verktyg, fliken Språk.

Övriga funktioner

Valfri startside

Förutom möjligheten att visa text, bild och produkter på startsidan genom att bygga en startskyltning i Pyramid, är det möjligt att bygga eller använda en helt egen extern sida och länka in som startside. Olika startsidor kan visas för ej inloggade och inloggade användare. Extern startside anges i rutin 791 e-line Layout och verktyg, fliken Startside.

Kundkorgen sparas mellan besök

För kunder som lägger varor i kundkorgen och sedan lämnar e-handeln sparas kundkorgen i två veckor och kunden kan återkomma vid ett senare tillfälle för att slutföra sin order.

Banners

En banner är ofta en annons, ibland en animerad gif-bild, som består av både bild och budskap. Bannern är till för att aktivera kunden till något och är oftast kopplad till en länk. Länken kan gå till en skyltning, varugrupp, produkt eller extern länk. Banners kan också användas för att göra andra budskap tydligare, t ex. frakter, leveranstider, kontaktuppgifter etc. Banners administreras i rutin 3917 Banners.

Redigerbart kontaktformulär

I kontaktformuläret kan olika mottagare anges. Kontaktformuläret kan sedan generera ett e-postmeddelande eller om modulen CRM/Säljstöd finns installerad och är aktiv, en aktivitet. Inställningar för mottagare och hantering av meddelanden från kontaktformuläret görs i rutin 3933 Kontaktpersoner.

Även fördefinierade ärenden för användaren att klicka i, kan anges. Detta görs i rutin 3934 Kontaktärenden. Om inget anges här visas istället ett inmatningsfält för ärende i kontaktformuläret.

Formulär för support/reklamation (tillval)

Om modulen CRM/Säljstöd finns installerad och är aktiv finns funktioner för support och reklamation tillgängliga. I ett formulär fyller användaren i sitt support- eller reklamationsärende som sedan skapar upp en aktivitet i CRM/Säljstödssystemet. Hur dessa aktiviteter ska skapas anges i rutin 791 e-line e-kundtjänst fliken Support/reklamation.

Sökfunktioner

Förutom via navigeringsträdet, kan produkter sökas fram via en fritextsökning.

Det går att aktivera fonetisk sökning, dvs. en sökning som tar hänsyn till stavningsvarianter. Detta görs i rutin 791 e-line Visning och texter, fliken Visning.

Första sorteringsbegrepp är alltid relevans. Relevansen beror på var i söksträngen träffen ges. Vilka fält som ska vara med i söksträngen och deras prioritet anges genom att sortera fälten för sökdata i rutin 791 e-line Visning och texter, fliken Sökdata. Om flera artiklar har samma "träffpoäng" sorteras de inbördes i artikelkods- eller benämningsordning beroende på egenskapen för sortering av sökresultat i rutin 791 e-line Visning och texter, fliken Visning.

Möjlighet finns att aktivera en snabbsöksvariant som när söksträngen matas in börjar föreslå sökresultat direkt. De nio högst rankade resultaten visas tillsammans med en presentation av i vilka vyer i navigeringsträdet dessa återfinns. Klick på länken "Visa alla" visar hela sökresultatet.

Snabbsöken använder sig av en sökmotor som heter Elasticsearch (<https://www.elastic.co/products/elasticsearch>). Denna sökmotor måste installeras enligt separat anvisning innan funktionen kan aktiveras i e-handeln.

För att snabbsöken ska aktiveras i e-handeln markeras egenskapen "Snabbsök" i sektionen Snabbsök i rutin 791 e-line Kommunikation. Snabbsöksfunktionen kräver att funktionen för att läsa artikeldata från webbservern är aktiverad.

I alla produktlistor och i sökresultat från fritextsökning går det sedan att sortera och filtrera vidare i urvalet av produkter.

Fritextsökningen kan stängas av per användare i rutin 726 Kontakter.

Redigerbara och kundkategoristyrda menyer

Menyn kan redigeras och byggas ut med egna externa länkar eller länkar till varugrupper, skyltningar, skylttyper eller standard menyval. Menyn kan byggas i önskat antal nivåer. Vilka användare som ska få se ett menyval kan styras med hjälp av kundkategorier. Menyn redigeras i rutin 791 e-line Menyner.

Här kan också hjälpmenyn och menyn för Mitt konto redigeras.

Redigerbar och kundkategoristyrd fotmeny

I e-handelns fot finns möjlighet att visa en egen meny med externa länkar, varugrupper, skyltningar, skylttyper och standard menyval. Det finns också möjlighet att även i foten visa huvudmenyn och en meny med alla hjälptexter lättillgängliga. Menyerna byggs i rutin 791 e-line Menyner och egenskaper för fotmenyerna anges i rutin 791 e-line Layout och verktyg.

Det finns också möjlighet att i foten visa valfri text och bilder. Dessa redigeras in via texteditorn i rutin 791 e-line Layout och verktyg.

Statistik och spårning via Google Analytics (e-commerce tracking)

Google Analytics är ett gratisverktyg för webbanalys. Där kan statistik ses över trafiken på e-handeln och rapporter skapas för analys av den. e-handeln hanterar även aktivering av spårning av e-handel, så kallad e-commerce tracking. Läs mer om Google Analytics på <http://www.google.com/analytics>.

När ett analyticskonto skapas erhålls ett kodstycke som ska klistras in i rutin 791 e-line Layout och verktyg, fliken Verktyg, för att data ska börja samlas för e-handeln.

Möjlighet att kräva inloggning innan e-handelns innehåll visas

Om e-handeln inte ska vara publik, finns det möjlighet att kräva inloggning för att se dess innehåll. Denna egenskap anges i rutin 791 e-line Inloggning och registrering.

Serienummerfunktioner (tillval)

Om modulen Serienummer/Serviceorder finns installerad och är aktiv finns en flik under Mitt konto där produkter med serienummer som är kopplade till användaren kan inspekteras. Där finns även funktioner för att boka service och rapportera mätarställning.

Prisjämförelsefiler

Prisjämförelsefiler för Prisjakt och Pricerunner. Filerna skapas av ett PTC-uppdrag, e-line Prisfil som aktiveras och administreras i rutin 850 PTC Monitor. I denna rutin görs även inställningar för filernas innehåll.

Google Merchant

Filer för uppladdning till Google Merchant. Filerna skapas av ett PTC-uppdrag, e-line Prisfil, som aktiveras och administreras i rutin 850 PTC Monitor. I denna rutin görs även inställningar för filernas innehåll.

Mobilversion

Mobilversionen innehåller valda delar av fullversionen men är i grunden samma applikation. Det är valbart för kunden att använda mobil- eller fullversionen i mobilen. Mobilversionen aktiveras i rutin 791 e-line Layout och verktyg, fliken Mobil, där det också finns möjlighet att ange avvikande egenskaper för navigeringsträd, skyltningar och crossselling.

Mobilversionen kan ha egna färger, logotyp, navigeringsträd, startskyltning, CSS och JavaScript-filer. För mer information se F1-hjälpen eller kundsidorna på unikum.se.

Mobilversionen utgår i version 4.13A då designen istället är responsiv och automatiskt anpassar sig till den enhet som används.

Cookievarning

När användaren kommer till e-handeln visas ett meddelande om att cookies används i e-handeln. Varningen visas överst på sidan och användaren måste aktivt trycka på acceptera för att stänga meddelandet. När användaren klickat på acceptera, kommer inte varningen att visas igen. Det är möjligt att stänga av varningen i rutin 791 e-line Kommunikation, fliken Administration.

Design

Standarddesigner

Det finns möjlighet att välja mellan olika standarddesigner. Till de olika designförslagen kan olika design på navigeringsträdet väljas. Egenskaper för design anges i rutin 791 e-line Layout och verktyg.



Under utveckling, endast två olika standarddesigner finns tillgänglig för Pyramid 4 i nuläget. Fler standarddesigner och navigeringsträd kommer.

Reponsiv design

Responsiv design innebär webbdesign som tillåter layouten att förändras beroende på vilken skärmstorlek och skärmapplösning besökaren har. Beroende på om en besökare använder dator, läsplatta eller mobiltelefon, anpassar sig sajten på olika sätt för att fungera optimalt på alla enheter.

Egna färginställningar

Vid köp av modulen erbjuds hjälp med enklare färginställningar för någon av standardutseendena. Se formulär för färginställningar för mer information om vad en färginställning innebär.

Det finns dock möjlighet att själv arbeta vidare med ytterligare justeringar då all färg och design styrs med hjälp av CSS.

Egna designinställningar (hela designen CSS-styrd)

Eftersom e-handels färger och design helt styrs med CSS finns det stora möjligheter att själv arbeta med förändring av e-handels utseende.

Egen favoritikon

Egen ikon som ska visas i webbläsarens adressfält och favoritlistor kan anges i rutin 791 e-line Layout och verktyg.

Innehåll i produktlistor/visningar inställningsbart

Via rutin 791 e-line Listlayout kan innehåll i olika listor ändras. För listvisningar kan kolumner läggas till, tas bort och få nya ledtexter. För fönster- och utökad listvisning, produktsida och crossselling kan inte fält läggas till, men de kan döljas eller få ny ledtext.

Egen logotype

Logotypen byts lätt ut i din e-handel genom att döpa din logotypbild till logo.png och lägga den i din lokala bildmapp i katalogen site och göra ett uppskick av bilderna i denna katalog via rutin 3972 Uppskick webbserver.

Alla bilder och ikoner kan bytas ut

Alla bilder och ikoner som hör till e-handelns design och funktion kan enkelt bytas ut. Exempel är förstoringsglasat som visas i sökrutan, ikoner för att byta visningstyp, logotypen etc.

Bilder

Vill du ersätta bilder, ska du spara en ny bild i Lokala filer/site, med samma namn som den som redan finns. För att ta reda på information som bildens namn och storlek kan du i de flesta webbläsare högerklicka på den aktuella bilden och välja "Visa bild" eller "Visa bildinfo".

Ikoner

Så kallade fontikoner används på en del ställen i e-handeln istället för bilder. En av fördelarna med att använda fontikoner är att det är lätt att ändra ex.vis storlek och färg på ikonerna utan att behöva behandla en bild. En fontikon är en symbol istället för text, men ändras som vilken annan text som helst på en hemsida, dvs genom CSS. I CSS-koden kan färg och storlek enkelt ändras. Det går även att ändra vilken ikon som ska användas. Är det en ikon ersätts den via justeringar i CSS-reglerna, i user.css.

Olika utseende för olika kunder

Det är möjligt att ge olika användare olika utseenden på e-handeln. Detta styrs genom att, på kundkategorin i rutin 3916 Kundkategorier, ange olika CSS-filer och bilder som ska gälla för de olika kundkategorierna. För mer information se handledning i förändring av e-handeln.