



B2B
Accelerator

Funkcionális bemutató az OANDER
Magento B2B Accelerator webáruház
termékcsomagjáról

OANDER Development Kft.
www.oander.hu



Bevezető

Egy ideje már szemtanúi vagyunk annak a folyamatnak, ahogyan az online értékesítés a B2B kereskedelmi piac egy niche szegmenséből fokozatosan a hagyományos csatornákkal egyenrangúvá, helyenként azokat felmúlulóvá válik. A közvetlen, személyes értékesítés ma már nem elegendő a viszonteladói igények kiszolgálására, amely a B2B kereskedőket az egyre inkább önkiszolgáló portálok bevezetésére ösztönzi.

Minden B2B vállalatnál egyre nagyobb a nyomás, hogy az értékesítését digitális irányban fejlessze. Ám ez nem egyszerű folyamat. A B2B beszerzési folyamatok hosszabbak, több döntéshozót érintenek és egyedibb testreszabásokat igényelnek, mint a fogyasztói vásárlások. Ez jellemzően komplexebb webáruházak, bonyolultabb ökoszisztémák és mélyebb automatizációk megalkotását igényli a nagykereskedőktől és fejlesztőcégektől egyaránt.

Magento B2B Accelerator



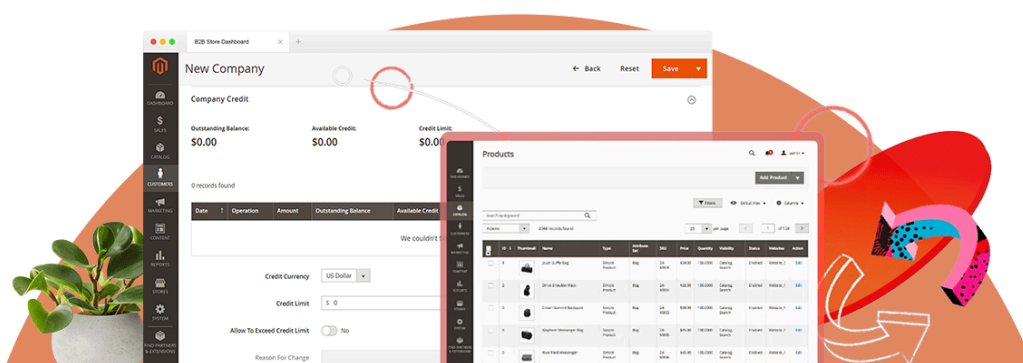
Azért, hogy könnyítsük a vállalatok B2B értékesítésének fejlődését, létrehoztunk egy termékcsomagot, amely kész keretrendszerre építve, kipróbált és bevált legjobb gyakorlatokat ötvözve kínál egy skálázásra, nemzetközi terjeszkedésre és szofisztikált online értékesítésre alkalmas B2B webáruház rendszert. A Magento B2B Accelerator a világ vezető webáruház motorján, a Magento-n alapszik, és magában foglalja azokat a kulcsfontosságú rendszerképeségeket, amelyek egy jól skálázható B2B webshophoz elengedhetetlenek.

“Short time to market” szemléletű megoldásunk egy előre felépített, könnyen adaptálható technológiai csomagot kínál, amely lehetővé teszi az ügyfelek számára, hogy azonnal elindítsanak egy teljesen működőképes e-kereskedelmi B2B portált, és szorosabb kapcsolatot teremtsenek ügyfeleikkel. Mindezt úgy, hogy nem kötik magukat hosszú távon gúzsba a bérelhető vagy dobozos webáruház szoftverek zárt rendszereivel és kötöttségeivel.

A rendszer komponensei

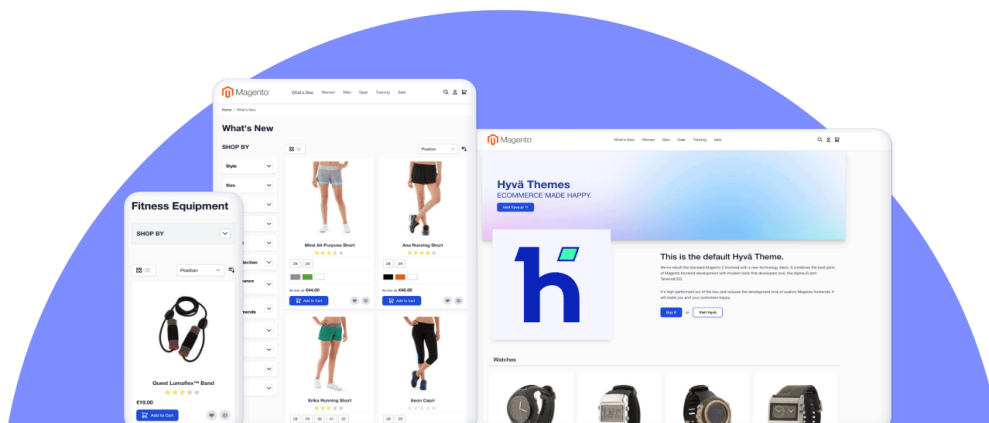
Magento webáruház

A Magento webshop motor kifejezetten a webes értékesítésre, kiemelkedő online vásárlási élmény kiszolgálására készült, jelentős nemzetközi fejlesztői bázissal, amelyet vállalatok tízezrei használnak. Nagyvállalati szintű webáruház technológia, amely szilárd alapot teremt a jövőbeli fejlődéshez és amelynek bevezetésében az OANDER csapata régiós piacvezető. Meggyőződésünk, hogy a legjobb választás komoly e-kereskedelmi üzletágak fejlesztéséhez, ugyanis olyan képességekkel és bővíthetőséggel rendelkezik, amelyeket a bérelhető "dobozos" webshop szoftverekkel és egyedi fejlesztéssel sem lehet elérni.



Hyvä frontend

A Hyvä egy modern, ultra gyors frontend megoldás Magento webáruházhoz, amely segítségével minden eddiginél gyorsabban működtethető és fejleszthető egy webáruház. A kiemelkedő performanciának köszönhetően pedig webshopunk zökkenőmentes vásárlási élményt nyújt felhasználóinknak. A Magento B2B Accelerator termékcsomag fronted megoldásaként azért a Hyvä-t ajánljuk, mert számos kompatibilis B2B modul érhető már el (köztük az OANDER saját moduljai is), illetve minden más Magento frontend megoldásnál gyorsabban és költséghatékonyabban testreszabható.



Magento bővítmények

A Magento nagy előnye, hogy rengeteg külső modul érhető el hozzá, így ha alapfunktionalitásán túlmutató igény merül fel, az megoldható egyedileg fejlesztett vagy vásárolt modulok implementációjával. Az OANDER-ben is számos Magento bővítményt fejlesztettünk abból a célból, hogy az egyedi igények minél szélesebb körben lefedhetők legyenek kész megoldásokkal. A Magento B2B accelerator csomag nemzetközi gyártók és általunk kialakított bővítményeket is tartalmaz.



A következő oldalakon ismertetjük a Magento B2B Accelerator webáruház fontosabb rendszerképességeit.

Partnerek kezelése

Kötelező bejelentkezés

Megszabhatjuk, hogy a látogatóknak be kell-e jelentkezniük az egész webáruház, vagy csak bizonyos oldalak vagy oldaltípusok megtekintéséhez. A funkció segítségével biztosíthatjuk, hogy csak B2B partnereink férhessenek hozzá nem publikus információkhoz.

Sikeres bejelentkezés után beállíthatjuk, hogy a korábbi oldalra, a nyitólapra, vagy egy tetszőleges oldalra irányítsuk át a partnereket.

Jóváhagyáshoz kötött B2B regisztráció

A B2B partnerek számára különálló regisztrációs űrlapot biztosíthatunk, melyben több adat megadását kérhetjük (pl. adószám, számlázási/székhely cím, stb.), mint egy hagyományos B2C regisztrációs folyamat esetén.

Az adatok megadása után lehetőség van arra, hogy az új partner fiókja csak adminisztrátori jóváhagyás után legyen használatba vehető – amíg nem történik meg a jóváhagyás, addig az új partner nem tud bejelentkezni a webáruházba, és egy tájékoztató üzenet jelenik meg ennek okáról.

Jóváhagyás esetén e-mail értesítést kap a partner, és használatba veheti a fiókját. Lehetőség van a regisztrációk elutasítására is, ebben az esetben szintén e-mailes tájékoztatást kap a partner, és a fiók nem használható bejelentkezésre.

Adminisztrátor oldalon azt is megadhatjuk, hogy minden, a B2B regisztrációs folyamat során létrejött felhasználó automatikusan egy, az általánostól eltérő vásárlói csoportba kerüljön.

A regisztrációs űrlap a Magento gyári CAPTCHA megoldásával védhető a robotoktól.

Nyilvános regisztráció tiltása

Lehetőségünk van akár a hagyományos publikus regisztráció teljes tiltására is. Vagyis csak a B2B partnerek számára tesszük lehetővé az – akár jóváhagyáshoz kötött – regisztrációt a webáruházba.

Céges fiókok és jogosultságok

Sok esetben egy partnerünknel nem csupán egyetlen személy, hanem egy teljes csapat foglalkozik a beszerzéssel, megrendelések lebonyolításával. A céges fiókok segítségével

egyetlen céghez több alfelhasználó tartozhat, miközben mindannyian ugyanazokat a termékeket, árakat és kedvezményeket érik el.

A céges regisztrációs – és igény szerint jóváhagyási – folyamat után az adott cég első felhasználója lesz a céghez tartozó fő adminisztrátori felhasználó. Ő hozhat létre különböző jogosultsági szinteket a további alfelhasználók számára, valamint hozhatja létre ezeket az alfelhasználókat.

A jogosultságok az alábbiak szerint alakulhatnak:

- Alapfunkciók
 - Fiókadatok megtekintése
 - Letölthető termékek megtekintése
 - Kívánságlista használata
 - Címek megtekintése és szerkesztése
- Haladó funkciók
 - Alfiókok és jogosultságok kezelése
 - Összes rendelés megtekintése
 - Alfiókok jelentéseinek megtekintése
 - Ajánlatkérés létrehozása
 - Ajánlatkérések megtekintése
 - Rendelések leadása
 - Rendelési igények leadása
 - Rendelési igények jóváhagyása

Amennyiben egy felhasználói csoport csak rendelési igényt adhat le, úgy egy rendelés minden esetben csak akkor jön létre ténylegesen, amikor egy olyan csoport tagja jóváhagyja, aki rendelkezik a megfelelő jogosultsággal.

Speciális partnertulajdonságok

Sok esetben előfordulhat, hogy a Magento által gyárilag biztosított vásárlói attribútumok mellett B2B partnereink esetében továbbiakra is szükség van – például cégjegyzékszám bekérésére, dokumentumok csatolására, vagy további belső azonosítók kezelésére egy későbbi ERP-integráció során. Ez a funkció erre biztosít lehetőséget.

Partnereinkhez tetszőleges számú további tulajdonságot rögzíthetünk, melyek az alábbi típusokból kerülhetnek ki: Text Field, Text Area, Date, Yes/No, Multiple Select, Dropdown, Checkbox, Radio Button, File (csatolmány).

A tulajdonságok esetében megadhatjuk, hogy ezek megjelenjenek-e a regisztrációs űrlapon, a felhasználói fiókban vagy a rendelési folyamatban.

(A Magento vásárló- és címkezelési sajátosságaiból adódóan megkülönböztetünk ún. Customer Attribute-okat és Customer Address Attribute-okat – a funkció segítségével mindkét típus kezelhető.)

Rendelések

Minimum teljes rendelési érték

A webáruházban általánosan beállítható, hogy mi legyen az a minimum teljes kosárérték, ami fölött a vásárlók leadhatják a megrendeléseiket. Meghatározható, hogy az összeghatár a listaárra, vagy az összes kedvezménnyel csökkentett árra vonatkozzon, illetve nettó vagy bruttó értékre.

Minimum és maximum rendelési mennyiség

Termékenként beállíthatjuk, hogy adott termékből mi az a minimális illetve maximális mennyiség, amelyet a vásárlóink a kosárba helyezhetnek. Meghatározhatjuk azt is, hogy milyen mennyiségi lépésekben vásárolható egy adott termék – például ha egy terméket darabonként készletezünk és árazunk, de több darab van egybecsomagolva, és nem akarjuk a csomagolást megbontani (kartonos termékek).

Gyorsrendelés

A B2B értékesítési modellben nem ritka, hogy egy-egy kosár lényegesen több tételsorból áll, mint a hagyományos B2C vevők esetében. A gyorsrendelés funkció abban segít, hogy a több különböző termék összeválogatása és kosárba helyezése ne legyen hosszadalmas és sok navigációt igénylő folyamat.

A funkció a kosár ikonja mellett jelenik meg, és egy saját oldalt kapott. Ezen az oldalon egy szövegmező segítségével a partnerek gyorsan kereshetnek termékekre a nevük vagy a cikkszámuk alapján. Amennyiben ismert a termékek cikkszáma, egy szövegdobozba egymás alá beírt cikkszám-mennyiség párokkal még gyorsabban helyezhető a kosárba egy rendelés minden tétele.

Végül pedig letölthető egy CSV-mintafájl is az oldalról, melybe nagy mennyiségű cikkszám-mennyiség páros helyezhető el, a fájl visszatöltésével pedig szintén a kosárba kerülnek a tételek.

Ajánlatkérés

Amennyiben engedélyezzük a funkciót, az általunk megszabott vevőcsoportok számára a hagyományos megrendelések mellett elérhetővé válik az ajánlatkérés. Megszabhatjuk, hogy minden termékre, vagy csak egyes kategóriákra illetve termékekre legyen aktív a lehetőség.

A megfelelő termékeknel a kategória- és termékoldalakon megjelenik egy ajánlatkérés gomb, mely az adott terméket a partner ajánlatkérési listájára helyezi.

Megszabható, hogy az ajánlatkérési lista mely minimumérték fölött adható be tényleges ajánlatkérésként. Egy ajánlatkérésen szerepelnek a termékek, ezek mennyisége, illetve a partner minden tételesorhoz megjegyzést fűzhet, valamint lehetősége van a teljes ajánlathoz is megjegyzést írni.

Az ajánlatkéresekéről a megadott e-mail cím(ek)en az adminisztrátor felhasználó(k) értesítést kap(nak). A Magento adminisztrációs felületén lehetőség van az ajánlatkérés elfogadására vagy elutasítására. Elfogadás esetén tételesoranként meghatározhatunk egy egységárat, valamint megjegyzést fűzhetünk az ajánlathoz. Az elfogadott ajánlatokat a partner könnyedén átviheti a pénztárba, és a kijánlott árakon adhatja le a rendelését.

Termékek

Terméktulajdonságok

A termékekhez korlátlan mennyiségű terméktulajdonságot tudunk rögzíteni. Egy attribútum típusa többek között lehet Text Field, Text Area, Text Editor, Date, Yes/No, Multiple Select vagy Dropdown, így gyakorlatilag bármilyen típusú tulajdonságot felvehetünk egy termékhez. A megfelelő típusú tulajdonságok esetében meghatározhatjuk, hogy megjelenjenek-e a termékoldalakon illetve szűrőként termékkategóriákban, valamint hogy kedvezménykezelési szabályokban alkalmazhatóak-e.

Attribútumcsoportok

A terméktulajdonságainkat attribútumcsoportokba rendezhetjük, így könnyen átláthatóak a különböző típusú termékekhez szükséges különböző tulajdonságok – más tulajdonságokra van szükség például egy póló és egy táska esetében. Ez egyrészt ad egy új dimenziót a termékek csoportosításában, másrészt a manuális adatbetöltést is megkönnyíti, hiszen mindig csak a szükséges terméktulajdonságokkal kell dolgozniuk az adminisztrátoroknak.

Terméktípusok

A Magento 2 különböző terméktípusokat kínál, amelyek lehetővé teszik a kereskedők számára, hogy széleskörűen és rugalmasan kezeljék kínálatukat az e-kereskedelmi platformon. Az alábbi terméktípusok érhetők el:

- Egyszerű termék (Simple Product): Ezek a leggyakoribb terméktípusok, melyek fizikai entitásokat képviselnek, és nincsenek variációik. Ideálisak egyedi termékekhez, mint például egy könyv vagy egy lámpa, ahol nincs szükség változatok kezelésére.

- Konfigurálható termék (Configurable Product): Ezek a termékek lehetővé teszik a vásárlók számára, hogy különböző opciók (szín, méret stb.) közül választhassanak. Minden kombináció egy egyszerű termékhez kapcsolódik az adatbázisban. Ez ideális például ruházati cikkek esetén, ahol a méret és szín variációkat is kínálni kell.
- Kötegetelt termék (Bundle Product): A kötegetelt termékek lehetővé teszik a vásárlók számára, hogy a terméket testreszabott konfigurációban állítsák össze. Például egy számítógép, ahol a vásárlók kiválaszthatják a kívánt alkatrészeket (memória, merevlemez stb.).
- Csoportos termék (Grouped Products): Egy csoportos termék több különböző, de kapcsolódó terméket tartalmaz, amelyeket együtt lehet megvásárolni, például egy edzőgép készlet.
- Virtuális termék (Virtual Product): Ezek nem fizikai termékek, mint például szolgáltatások, biztosítások. Nincs szükség szállítási információkra, mivel ezek letölthetők vagy elektronikus formában kerülnek kiszolgálásra.
- Letölthető termék (Downloadable Product): Ezek olyan digitális termékek, mint például e-könyvek, zene, videók, vagy szoftverek, amelyeket a vásárlók online tudnak megvásárolni és letölteni.

Egyedi termékopciók

A Customizable Options lehetőséget arra használhatjuk a Magento 2 rendszerben, hogy rugalmasan adjunk hozzá variációkat és kiegészítő választási lehetőségeket a termékekhez anélkül, hogy külön termékvariánsokat kellene létrehoznunk. Az opciók típusát a terméktulajdonságokhoz hasonló készletből választhatjuk ki. Ezek az opciók nem rendelkeznek saját készletadatokkal és egyéb tulajdonságokkal, de megadhatunk hozzájuk nevet és cikkszámot, valamint egy fix, illetve az eredeti termék árának bizonyos százalékát kitevő árat. Az opciók lehetnek szabadon választottak vagy kötelezőek, és minden esetben a főtermékkel együtt kerülnek a vásárlók kosarába.

Árak és kedvezmények

Vevőcsoportok szerinti árazás

Minden termék esetében a hagyományos ár (listaár) és akciós ár mellett megadhatjuk, hogy egyes vevőcsoportoknak milyen áron érhető el az adott termék. A vevőcsoporthoz rendelt ár lehet egy konkrét összeg, de az eredeti ár (listaár) bizonyos százalékkal csökkentett értéke is.

Mennyiségi kedvezmények

Megadhatóak mennyiségi kedvezmények tetszőleges mennyiségi sávok alapján. Amennyiben valamely kedvezményes sávba esik a kosárba helyezett termék mennyisége, úgy a kedvezményes egységár érvényesül az adott termékre. A mennyiségi kedvezményes ár lehet fix, vagy a listaár százalékosan csökkentett értéke. Ez a funkció együttesen is használható a vevőcsoportok szerinti árazással, vagyis egyes vevőcsoportoknak más és más mennyiségi kedvezményeik lehetnek.

Katalógus-árszabályok

Ezek a teljes katalógusra, vagy a katalógusból logikai paraméterek alapján meghatározott bizonyos (kategória vagy terméktulajdonságok alapján) szűkített termékcsoporthoz biztosított kedvezmények, melyek hozzárendelhetők a vevőcsoportokhoz. A kedvezmény lehet fix vagy százalékos, de egy konkrét összegre, vagy az eredeti ár konkrét százalékára is árazhatjuk a termékeket.

Kosárárszabályok

A katalógus-árszabályokhoz hasonlóan logikai paraméterek alapján meghatározott kedvezmények, azonban az aktuális kosártartalomra vonatkozóan. A szabályok társíthatók vevőcsoportokhoz. Tipikus használati esete az X-et fizet Y-t kap típusú akció.

Nettó vagy bruttó árak megjelenítése

Az adminisztrációs felületen megadható, hogy a kategória- és termékoldalakon megjelenített árak tartalmazzák-e az áfát.

Testreszabható árformátum

Meghatározhatjuk, hogy az árak hány tizedesjegyre kerüljenek kerekítésre, milyen ezres illetve tizedes tagolót mutassunk az egyes nyelvi nézetekben, valamint hogy milyen formában írjuk ki a pénznemet, és az az összeg elé vagy mögé kerüljön. Így a vásárlók minden esetben pontosan az általuk elvárt formátumban látják az árakat a teljes rendelési folyamat során.

Árak elrejtése

Elképzeltető, hogy a katalógusunkat szeretnénk publikusan elérhetővé tenni, azonban a termékek árait már csak a regisztrált partnereinknek akarjuk megjeleníteni – vagy vannak olyan vevőcsoportjaink, akik online nem adhatnak le rendelést, de a katalógust megtekinthetik.

Ebben az esetben lehet hasznos az árak és a kosárba helyezés funkció eltüntetése. Megadhatjuk, hogy mely vevőcsoportok esetében legyen aktív a funkció, illetve akár kategóriánként vagy termékenként is szabályozhatjuk a működését. A kosár gomb helyett megjelenő szöveget testre szabhatjuk, és linket is elhelyezhetünk rajta.

Készletek

Többraktáros készletkezelés

A Multi Source Inventory (MSI) a Magento 2 egyik alapfunkciója, amely lehetővé teszi, hogy egyetlen webáruházon belül kezeljünk több raktárhelyet (source). A "Source" egy fizikai raktárat jelent, ahonnan a termékek szállításra kerülnek. A "Stock" egy logikai entitás, amely egy vagy több Source-ot csoportosít össze, és ezt rendelhetjük hozzá egy vagy több Website-hoz.

A gyakorlatban lehet például egy cseh, egy magyar és egy EU-s webáruházunk egy Magento installáción belül két fizikai raktárral, eggyel Magyarországon eggyel pedig Csehországban. Így beállíthatunk összesen két Source-t és három Stockot: a magyar és cseh boltok csak a saját országjukban lévő raktár készleteit fogyasztják, az EU-s webáruház azonban a két raktár kombinált készletét látja.

A rendelés leadásakor a készlet befoglalásra kerül a teljes készletértékből, majd a rendelés teljesítésekor ténylegesen levonásra kerül az adott Source készletéből.

Készlethiányos termékek rendelése

Globálisan illetve termékszinten is meghatározhatjuk, hogy a készlethiányos termékek rendelhetőek-e. Amennyiben igen, úgy a készleteket engedjük „negatívba csúszni”, és a készleten nem lévő termékek is kosárba tehetők, megrendelhetők és kifizethetők.

Készletértesítő

Amennyiben egy termék nincs készleten, és nem engedélyezzük a készlethiányos termékek rendelését, úgy partnereink feliratkozhatnak a készletértesítő e-mailekre. A rendszer naponta egyszer, a beállított időpontban megvizsgálja, hogy a keresett termék készletre került-e, és ha igen, e-mailben értesíti a partnert.

Szállítási és fizetési módok

Egyszerű kiszállítás

A Magento 2 Flat Rate szállítási módjával egyszerű offline kiszállítási lehetőséget adhatunk a vásárlóinknak. Beállíthatjuk, hogy a szállítási költség fix legyen, vagy a rendelés értékének bizonyos százaléka, illetve azt, hogy ezt rendelésenként vagy rendelési tételenként alkalmazza-e a rendszer. A szállítási költség mellé fix, vagy a rendelés összértékének bizonyos százalékában meghatározott kezelési költséget is társíthatunk.

Paraméterezhető kiszállítás

A Table Rates szállítási móddal két paraméter kombinációja alapján sávosan határozhatunk meg szállítási költségeket. Az egyik paraméter minden esetben a szállítási hely (riányítószám) a másik pedig lehet a rendelés értéke, a termékek darabszáma vagy a rendelés össztömege. Így megadható például az, hogy Budapestre 0-10 kg között más szállítási költséget számolunk fel, mint Székesfehérvárra 11-20 kg között. A szállítási költség mellé fix, vagy a rendelés összértékének bizonyos százalékában meghatározott kezelési költséget is társíthatunk.

Banki átutalás

A Bank Transfer Payment segítségével egyszerű offline banki átutalásos fizetési módot biztosíthatunk partnereink számára. A fizetési módnál rövid instrukciós szöveget is beállíthatunk (pl. milyen számlaszámra milyen közleménnyel várjuk az utalásokat), illetve opcionálisan megadhatjuk, hogy milyen minimális és maximális rendelési érték között érhető el a fizetési mód.

Utánvét

A banki átutaláshoz nagyon hasonló offline fizetési mód, mely gyakorlatilag ugyanazokkal a beállításokkal rendelkezik. Használhatjuk utánvétre, de átnevezéssel akár egy második átutalásos fizetési módnak is, melyben hosszabb fizetési határidőt biztosítunk.

Vevőcsoportonkénti szállítási és fizetési módok

Meghatározhatjuk, hogy egyes vevőcsoportok milyen szállítási és fizetési módokat érhetnek el a pénztárban – vagyis adott módot adott csoport számára korlátozhatjuk vagy engedélyezhetjük. Hasznos, ha például több offline fizetési módot használunk a különböző fizetési határidővel rendelkező átutalásos fizetésekhez.

Vevőportál

Vevőadatok kezelése

A partnereink a fiókjukba belépve könnyen megváltoztathatják bejelentkezési adataikat (e-mail cím és jelszó) illetve nevüket. Egy praktikus irányítópulton könnyedén áttekinthetik a legfontosabb fiókinformációkat.

Címek kezelése

A profilban tetszőleges mennyiségű címet hozhatnak létre a partnerek, illetve szerkeszthetik vagy törölhetik azokat. Beállíthatják az alapértelmezett szállítási és számlázási címüket is, így a pénztárfolyamat még gyorsabbá válik.

Korábbi rendelések és újrendelés

A korábbi rendelések felületen egy listában partnereink láthatják az előzőleg leadott rendeléseik legfontosabb adatait. A listából lehetőség nyílik az egyes rendelések gyors újrendelésére, de megnyithatók a részletes rendelési adatlapok is, melyeken a rendelések összes információja és a megrendelt tételek is láthatók. A rendelési adatlapokat kinyomtathatják, illetve PDF-ben is letölthetik.

Kívánságlista

Itt tekinthetők meg a korábban a kívánságlistára helyezett termékek. A kívánságlista elemei szerkeszthetők vagy törölhetők illetve könnyedén a kosárba helyezhetők egyesével, de akár az összes tétel egyszerre is. A listák e-mailben megoszthatók másokkal.

Árajánlatok

Az ajánlatkérések a rendelésekhez hasonló felületen könnyedén áttekinthetők. A listában a partnereink látják az ajánlatkérések legfontosabb tulajdonságait és állapotát. Az egyes ajánlatkérések részletes nézetében módosíthatják és újra beküldhetik az ajánlatkérést, vagy rendeléssé konvertálhatják azt. Szükség esetén természetesen törölhetik is az ajánlatkérést, illetve megjegyzést fűzhetnek hozzá. Az árajánlatok PDF-ben letölthetők és nyomtathatók.

Többszágos működés

Webáruház struktúra

A Magento 2 komplex, többszintű webáruház struktúrát biztosít adminisztrációs oldalon. A leggyakrabban a B2B webáruházak esetén a Website és Store View szintek relevánsak. Ez a

struktúra kiválóan alkalmazható a nemzetközi piacokra történő bővülés esetén, ahol a lokalizáció és a rugalmas üzleti modellezés kulcsfontosságú.

A Website a magasabb szint, a gyakorlatban egy különálló webáruházat jelent saját pénznemmel, igény esetén külön felhasználói bázissal, egyedi sablonnal, saját termékkatalógussal, külön fizetési és szállítási módokkal. Például használhatjuk márkák elkülönítésére, ha a vállalkozásunk több márkát forgalmaz, és ezeket arculatban és domain szinten is szeretnénk megkülönböztetni egymástól. Arra használható még, hogy a különböző pénznemekben működő piacok eltérő webáruházat kapjanak (pl. HUF, EUR és USD website). Vagy kezelhetjük az országokat is külön-külön website-okként – ez akkor lehet kiemelkedően hasznos, ha az egyes országokban helyi leányvállalatokkal szervezzük meg a működést.

A Store View alacsonyabb szint, és a leggyakrabban a nyelvesítést segít megvalósítani, hiszen egy Website-on belül a Store View-k tartalma azonos, de létrehozhatunk egyet-egyet a különböző nyelveknek. A fenti példa esetén pl. az EUR Website rendelkezhet egy német, egy francia és egy olasz Store View-val, így a partnereink az anyanyelvükön érhetik el a kínálatunkat és tartalmainkat.

Fordítások, nyelvesítés

A Magentóban minden tartalom korlátlan nyelvi változatban képezhető le. A nyelvesítés alapja az, hogy a nyelveknek külön Store View-kat készítünk a weboldalstruktúrán belül. Ezután három szinten valósítható meg a nyelvesítés:

- **Sablon szint:** Ez a partnereink által látható felületen található általános elemeket jelenti, például a „Kosárba” gomb feliratát, az egyes blokkok címeit, és a felhasználói felület egyéb elemeit. A fordításokat egy CSV fájl segítségével tölthetjük fel az adminisztrációs felületen keresztül, a jelenlegi aktuális fordításfájl pedig könnyen le is tölthető.
- **Attribútumok szintje:** Minden olyan attribútum, mely értékkeszletekből épül fel (pl. Checkbox vagy Dropdown típusú) teljeskörűen kezelhető az adminisztrációs felületen, ideértve az attribútumok értékeinek fordítását is. Vagyis az értékek fordítását elég egyszer megadnunk (pl. piros – red), és innentől kezdve minden terméknél az aktuális nyelven jelenik meg az adott attribútumérték.
- **Entitások szintje:** Minden egyéb entitás, ahol folyószöveget vagy szöveges mezőket adunk meg, szintén az adminisztrációs felületről kezelhető az összes nyelvi nézetben. Vagyis a kategóriák elnevezését, a termékek nevét és leírását, de akár a tartalmi oldalakat és a fizetési és szállítási módok megnevezését is a Magento 2 intuitív adminisztrációs felületén kezelhetjük.

Pénznemek kezelése

Webáruházunkban összesen 168 db különböző pénznem kezelésére van lehetőségünk – vagyis gyakorlatilag a világ összes pénzneme rendelkezésünkre áll. A pénznemeket két szinten különböztetjük meg: az úgynevezett Base Currency (~elszámolási pénznem) és Display Currency (~megjelenített pénznem) szintjén.

A Base Currency a Website szinten állítható be. Ezen a szinten konkrét összegeket adhatunk meg termékenként (tehát nem egy árfolyamot, vagy „szorzót” egy másik pénznemhez képest), és az adott Website-ot használva a termékek elszámolása (kifizettetése, a rendelések kezelése, kedvezmények alkalmazása) minden esetben ehhez a bázishoz kötődik.

A Display Currency egy Store View szinten kezelt fogalom, és egy adott (automatikusan frissített vagy manuálisan megadott) váltószám alapján dinamikusan kerül kiszámolásra. Használata opcionális, és fontos szem előtt tartani, hogy amennyiben egy Website alatt egy Store View más Display Currencyvel rendelkezik mint a Base Currency, úgy online fizetés esetében a partnereink bankkártyáját mindenképpen a Base Currency pénznemében és az ott megadott összeggel terheljük, valamint a rendelésekhez is ez az összeg kerül elmentésre.

Marketing és tartalom

Kapcsolódó termékek

A Magento 2 háromféle kapcsolódó terméket kezel, melyek minden termékünkhöz beállíthatók. A Related Products termékek a termékoldalakon jelennek meg, és a legtöbbször a megtekintett termék kategóriájából vagy egyéb szempontból kapcsolódó további hasonló termékeket jelenítünk meg vele. Az Up-Sell termékajánló szintén a termékoldalakon jelenik meg, és általában magasabb árkategóriájú vagy minőségű termékeket jelenítünk meg a partnereknek ebben a blokkban. Végül pedig a Cross-Sell kifejezetten a kosároldalon megjelenő kiegészítő termékeket jelenti.

Oldalszerkesztő

A Magento 2 Page Builder egy intuitív drag-and-drop interfészt kínál a weboldal tartalmának kezelésére. Ez a funkció lehetővé teszi az adminisztrátorok számára, hogy gyorsan és könnyen hozzanak létre, szerkesszenek és frissítsenek tartalmi oldalakat, mint például termékoldalakat, főoldalakat és promóciós landing page-eket anélkül, hogy kódolási ismeretek birtokában lennének.

A Page Builder számos előre definiált tartalmi típust biztosít, mint például képek, videók, bannerek vagy termékajánlók, amelyeket a felhasználók egyszerűen húzhatnak és helyezhetnek el a szerkesztőfelületen. Emellett a dinamikus blokkok és a teljes szélességű elrendezések támogatása még nagyobb vizuális kontrollt és kreatív szabadságot biztosít. Haladó felhasználóknak adott a lehetőség teljes HTML-tartalmak beszúrására is (ezt használhatjuk Tailwind CSS és Hyvä UI komponensek beillesztésére is), így valóban totális szabadságot biztosít a megoldás.

A nemzetközi piacokra szabott webáruházak esetében a Page Builder segít a lokális tartalmak gyors adaptálásában és testreszabásában, így a különböző nyelvű Store View-k esetében is könnyedén kezelhető a tartalom. Ez nem csupán időt takarít meg számunkra a webáruház kezelése során, hanem hozzájárul a márka koherens és professzionális online megjelenéséhez is.

Tartalmi blokkok

A Magento 2 CMS Blocks funkciójával újrafelhasználható tartalmi blokkokat hozhatunk létre, és ezeket a blokkokat elhelyezhetjük a webáruház különböző felületein. Egy ilyen felület lehet például az egyes kategóriaoldalak teteje, a lábléc, de akár bármely más tartalmi oldal egy meghatározott pontja. A tartalmi blokkok természetesen nyelvenként külön kezelhetők.

Widgetek

A Magento 2-ben a Widgetek olyan komponensek, amelyek dinamikus tartalmi elemeket illesztenek be a webáruház különböző részeire anélkül, hogy közvetlenül be kellene avatkozni a weboldal kódjába. Widgeteket elhelyezhetünk tartalmi oldalakban, tartalmi blokkokban, valamint a webáruház meghatározott oldaltípusainak egyes pozícióiban is. Ilyen widget például egy termékajánló blokk, melyben adott kategóriából jeleníthetünk meg termékeket.

Google Tag Manager

A Google Tag Manager segítségével fejlesztői segítség nélkül injektálhatunk különböző mérő- és marketingtámogató kódokat a webáruházba. Ilyen mérőkód lehet például a Google Analytics 4 kódja. Az OANDER B2B Starter webáruház az összes e-kereskedelmi esemény mérését támogatja GTM+GA4 alapon, úgy mint: view_item, view_item_list, select_item, add_to_cart, remove_from_cart, view_cart, begin_checkout, add_payment_info, add_shipping_info, purchase.

SEO

A Magento 2 számos beépített SEO (Search Engine Optimization) funkcióval rendelkezik, amelyek segítenek optimalizálni a webáruházat a jobb keresőmotoros rangsorolás

érdekében. Ezek a funkciók segítik a webshop tulajdonosokat és a marketing szakembereket a weboldal láthatóságának növelésében azáltal, hogy több organikus forgalmat generálnak.

Lehetőségünk van a termék-, kategória- és tartalmi oldalak meta címének és leírásának egyedi beállítására, ami kulcsfontosságú a SEO szempontjából. A rendszer támogatja a keresőbarát URL-ek létrehozását, amelyek tartalmazzák a kulcsszavakat és könnyen érthetőek az emberi felhasználók számára is. Ez növeli az oldal relevanciáját bizonyos kulcsszavakhoz, és segít javítani a keresőmotorok rangsorolását. Az URL-eket minden entitás (termék, kategória, tartalmi oldal) esetében manuálisan is megszabhatjuk, URL megváltoztatása esetén pedig lehetőségünk van automatikus átirányítást beállítani.

A kanonikus tagek használata lehetővé teszi a webáruház számára, hogy megadjuk a keresőmotorok számára, melyik URL-t tekintsék az eredeti oldalnak, ha több hasonló tartalom létezik – például ha egy termék rendelkezik direkt, és kategóriastruktúrával rendelkező URL-lel is. Ez segít elkerülni a duplikált tartalom problémáját és az ebből adódó SEO hátrányokat.

Képek kezelése esetén mindig lehetőségünk van alternatív szöveg megadására – legyen szó a termékeknél a képgalériához hozzáadott, vagy a tartalmi oldalakra beillesztett képekről.

Végezetül, a Magento 2 automatikusan generál XML oldaltérképeket, amelyek segítenek a keresőmotoroknak gyorsabban és hatékonyabban felderíteni az oldal tartalmát. Az XML sitemap tartalmazza az összes releváns URL-t, és segít a keresőmotoroknak a weboldal struktúrájának megértésében.

Kapcsolat

Szénási József

Solution Consultant

+36 70 885 7292

jozsef.szenasi@oander.hu

Répássy Zsuzsanna

Business Development Lead

zsuzsanna.repassy@oander.hu

+36 70 622 4868

Mihály Viktória

Marketing vezető

viktoria.mihaly@oander.hu

+36 30 385 0558

Andorkó Alexandra

B2B marketing manager

alexandra.andorko@oander.hu

+36 70 636 0386

OANDER Development Kft.

1061 Budapest, Andrássy út 2. III. em.

office@oander.hu

+36 70 774 0602

