

ALMA MATER STUDIORUM – UNIVERSITA'
DI BOLOGNA CAMPUS DI CESENA

SCUOLA DI SCIENZE

CORSO DI LAUREA IN SCIENZE E TECNOLOGIE
INFORMATICHE

ANALISI, PROGETTAZIONE E SVILUPPO DI UN
E-COMMERCE CON FRAMEWORK MAGENTO

Relazione Finale in:

Mobile Web Design

Relatore

Dott. Mirko Ravaioli

Presentata da

Danilo Olivieri

Sessione III

Anno Accademico 2013/2014

Indice

Introduzione.....	p.5
1. Magento	p.7
1.1 Caratteristiche	p.7
1.2 Magento Commerce	p.8
1.3 Altri Framework	p.8
2. Progettazione	p.12
2.1 Ambiente di sviluppo	p.12
2.2 Scelta del Tema	p.15
2.3 Front-end.....	p.17
2.4 Problemi Progettuali	p.19
3. Sviluppo.....	p.21
3.1 Configurazione Magento	p.21
3.1.1 Creazione Pagine	p.21
3.1.2 Aggiunta Categorie, Prodotti, Attributi.....	p.24
3.1.3 Blocchi statici	p.29
3.2 Estensioni.....	p.30
3.3 Template.....	p.31
3.4 CSS.....	p.33
3.5 Registrazione Clienti.....	p.35
3.6 Acquisto.....	p.36
3.7 Acquisto Hosting e Dominio.....	p.38
3.8 Pubblicazione Sito	p.40

4. Conclusione e Sviluppi Futuri..... p.42

5. Sitografia p.45

Introduzione

Al giorno d'oggi i siti web sono diventati di uso comune, chiunque può crearsene uno proprio e offrire un servizio. Un sito web o sito Internet è un insieme di pagine web correlate, ovvero una struttura ipertestuale di documenti che risiede su un server web. I siti risiedono, tramite hosting, su un server web e sono accessibili all'utente client che ne inoltra richiesta di accesso tramite un web browser sul World Wide Web della rete Internet, digitando in esso il rispettivo URL o direttamente l'indirizzo IP. Le pagine di un sito web sono accessibili tramite una radice comune, seguita da una serie opzionale di "sotto cartelle" e dal nome della pagina. Il nome completo di ogni pagina è detto "indirizzo web" o, più tecnicamente, URL.

Questa tesi è incentrata su una sola categoria: i siti di commercio elettronico comunemente chiamati e-commerce.

I siti di e-commerce hanno avuto un notevole incremento in termini di fatturato negli ultimi anni, basti pensare che, in Italia, nel 2007 il valore stimato era di 4,868 miliardi di euro, mentre nel 2009 si attestava sui dieci miliardi.

Una ricerca italiana del 2012 ha riportato i settori trainanti dell'e-commerce, i più importanti dei quali sono risultati essere il turismo (46%), l'abbigliamento (11%), l'elettronica-informatica (10%) e le assicurazioni online (10%).

Una delle problematiche più sentite nel mondo del commercio elettronico è indubbiamente la sicurezza nelle modalità di pagamento. Ad oggi, le modalità più diffuse sono il bonifico bancario, il contrassegno e il pagamento con carta di credito. Per ovviare a questo problema vengono utilizzati diversi protocolli di sicurezza, il più diffuso dei quali è l'HTTPS, che garantisce sia la trasmissione confidenziale dei dati, sia la loro integrità. Tutti i maggiori browser tra cui Chrome, Firefox, Explorer, Safari, Opera... supportano il protocollo HTTPS, questo ha contribuito alla sua grande diffusione.

Per realizzare un buon e-commerce è necessario tenere a mente alcuni fattori fondamentali tra i quali la facilità d'uso, far risaltare i prodotti, ispirare fiducia al cliente, mostrare i servizi e i vantaggi dello scegliere il tuo sito e naturalmente pubblicizzarti, soprattutto attraverso i social network.

Un capitolo a parte meritano gli smartphone. Acquistare con gli smartphone può essere più rischioso, perciò sono al vaglio nuove soluzioni per permettere pagamenti tramite cellulare, come ad esempio il pagamento tramite impronta

digitale. Il Samsung Galaxy S5, grazie ad un accordo con Paypal, utilizza dei sensori biometrici che rendono possibile il riconoscimento tramite impronta con la quale è possibile eseguire transazioni. In questo modo si evita l'impiego delle password, inoltre non è necessario memorizzare informazioni sul dispositivo, impedendo a chiunque venga in possesso del telefono di pagare al proprio posto.

L'obiettivo di questa tesi è l'analisi e la realizzazione di un sito di e-commerce di articoli sacri mediante l'utilizzo di un framework, e adattarlo alle caratteristiche desiderate attraverso opportune modifiche al codice preesistente.

1. Magento

Magento è un software open source per l'e-commerce lanciato il 31 marzo 2008. È stato creato dalla Varien e costruito sopra Zend Framework. È pubblicato con licenza Open Software License versione 3.0.

1.1 Caratteristiche

Magento è uno dei framework per l'e-commerce più utilizzati al mondo, questo perché offre moltissime opportunità di adattamento alle nostre necessità. Il suo back-end è facile da usare e permette di controllare l'andamento del sito in modo rapido e preciso.



Dispone di strumenti di marketing e promozione, con i quali possiamo, tra le altre cose, impostare buoni sconto personalizzati, ad esempio solo per un certo tempo, per un certo gruppo di clienti o per una determinata categoria di prodotti, l'opzione di spedizione gratuita, la creazione di una wishlist da inviare per far conoscere i nostri desideri, la realizzazione di sondaggi per essere al corrente dell'opinione dei clienti e la completa gestione della newsletter con la quale si può costantemente tenere informati i consumatori sulle ultime novità o promozioni.

Con l'analisi e la reportistica avremo l'integrazione con Google Analytics, la dashboard dell'amministratore per un resoconto d'insieme, report su vendite, tasse, carrelli abbandonati, prodotti più visti e acquistati, sulla bassa disponibilità di magazzino, sulle parole ricercate e sulle recensioni dei prodotti, inoltre feed RSS per i nuovi ordini e il totale del fatturato di vendita.

Grazie all'ottimizzazione SEO avremo il 100% di compatibilità con i motori di ricerca, Google Site Map, pieno controllo degli URL, meta informazioni per prodotti e categorie, autogenerazione della pagina dei termini più popolari.

Attraverso la gestione del sito si possono controllare più negozi dallo stesso pannello di controllo, si può abilitare la multilingua, è presente un supporto per la localizzazione e per valute multiple, un servizio API per l'interazione con altre applicazioni, un sistema per la gestione del contenuto nelle pagine d'informazione e l'integrazione con Google Website Optimiser per testare diverse versioni dello stesso sito contemporaneamente.

Con l'aumento esponenziale delle transazioni da cellulari, Magento offre una versione ottimizzata per smartphone, in particolare per iPhone. In questo modo permetterà ai rivenditori di offrire ai clienti un'esperienza completamente mobile e multicanale.

1.2 Magento Commerce

Magento Commerce è lo store di Magento in cui è possibile acquistare e scaricare estensioni da aggiungere al proprio sito. Con pochi click possiamo personalizzare a nostro piacimento il nostro e-commerce e aggiungere ulteriori funzionalità. La maggior parte delle estensioni sono gratuite, ma non mancano quelle a caro prezzo. Nella realizzazione del mio progetto installerò alcune estensioni come il pacchetto per la lingua italiana o uno zoom alternativo a quello già presente.

1.3 Altri Framework

Altri CMS molto diffusi sono Joomla, che risulta molto fruibile ma che pecca nella poca flessibilità delle opzioni a disposizione per gestirlo.

WordPress è maggiormente indicato nel caso in cui serva un e-commerce che generi poco traffico e che non abbia grandi prospettive d'espansione, inoltre, per quanto riguarda il front-end, risulta poco accattivante e da poche opzioni per compiere ricerche all'interno del sito.

Oscommerce non risulta adatto perché nella sua versione 2.3.1, pur avendo una quantità incredibile di add-on in grado di soddisfare ogni esigenza, ci s'imbatte in problemi dovuti ad una progettazione vecchio stile, infatti, non vi è una

separazione netta tra dati, struttura e contenuto, inoltre anche l'installazione dei plug-in è macchinosa in quanto debbono essere caricati manualmente nella cartella plug-in del sistema, poiché nel pannello d'amministrazione ciò non è possibile, dopodiché è necessario modificare manualmente il file di configurazione per renderlo disponibile nel sistema. La sua versione 3.0.2 presenta molti cambiamenti strutturali come la possibilità di installare plug-in direttamente dal pannello d'amministrazione, ma risulta comunque inadatta poiché proprio questi abbondanti cambiamenti hanno reso inutilizzabili la grande maggioranza di plug-in a disposizione, inoltre presenta anche dei bug.

Ho visionato anche Open-Cart e Prestashop ma non sono rimasto convinto delle loro caratteristiche, perciò la mia scelta è caduta su Magento. Questo CMS (Content Management System) mi ha convinto per la sua facilità d'uso, anche per chi come me s'interfacciava per la prima volta allo sviluppo di un e-commerce, per le buone recensioni trovate online e per la sua completezza che lo rendono attualmente uno dei migliori sul mercato. Esistono due versioni di Magento: la Community Edition e la Enterprise Edition. Entrambe le versioni di Magento si basano sulla stessa struttura, anzi per meglio dire l'Enterprise Edition è un'estensione della Community Edition con componenti aggiuntivi sia tecniche sia per quanto riguarda i servizi supplementari. I punti di forza su cui fa cardine la versione avanzata di Magento sono principalmente l'assistenza tecnica e le performance avanzate ma il suo costo elevato ne rende la diffusione limitata. In conclusione, salvo che non si debba sviluppare un e-commerce molto complesso, la Community Edition risulta ottima per la maggior parte dei casi e con l'aggiunta di estensioni particolari e con un'ottimizzazione delle performance si possono raggiungere quasi gli stessi servizi forniti dalla Enterprise Edition. Naturalmente io ho scelto la Community Edition.

Caratteristiche / Funzionalità	Magento Community	Magento Enterprise
Navigazione prodotti e cataloghi		
Gestione cataloghi e prodotti		
Multivaluta, Multilingua, Multistore		
Ricerche avanzate, comparazione prodotti		
Prodotti singoli, raggruppati, configurabili, scaricabili, virtuali		
Strumenti di marketing e gestione promozioni		
Ottimizzato per i motori di ricerca		
Checkout ordini, spedizioni, fatture		
Gestione magazzino		
Gestione pagamenti e spedizioni		
Gestione ordini, storico ordini e tracking dell'ordine		
Wishlist e invia ad un amico		
Ottimizzato per il mobile		
API e Web Service per integrazioni ed espansioni		

CMS+ (Gestione avanzata delle pagine statiche)	✘	✔
Rich Merchandizing Suite (Gestione avanzata degli utenti)	✘	✔
Vendite private, su invito, per eventi	✘	✔
Content Staging and Merging	✘	✔
Ricerche basate su Solr	✘	✔
Caching e prestazioni elevate	✘	✔
Email Marketing Reminders automatici	✘	✔
Funzionalità avanzate per call center	✘	✔
Archiviazione ordini	✘	✔
Gestione avanzata di permessi e ruoli	✘	✔
Logging delle azioni degli amministratori	✘	✔
Cataloghi con accessi riservati	✘	✔
Raccolta punti	✘	✔
Gift Certificates	✘	✔
Strong Data Encryption	✘	✔
Customer Store Credits	✘	✔

Differenze servizi Magento Comunity e Magento Enterprise

2. Progettazione

In questa fase si decide come dovrà essere strutturato il nostro sito: come vogliamo che appaia ai visitatori, cosa dobbiamo mostrare in primo piano, quali funzioni riteniamo opportune debba avere...

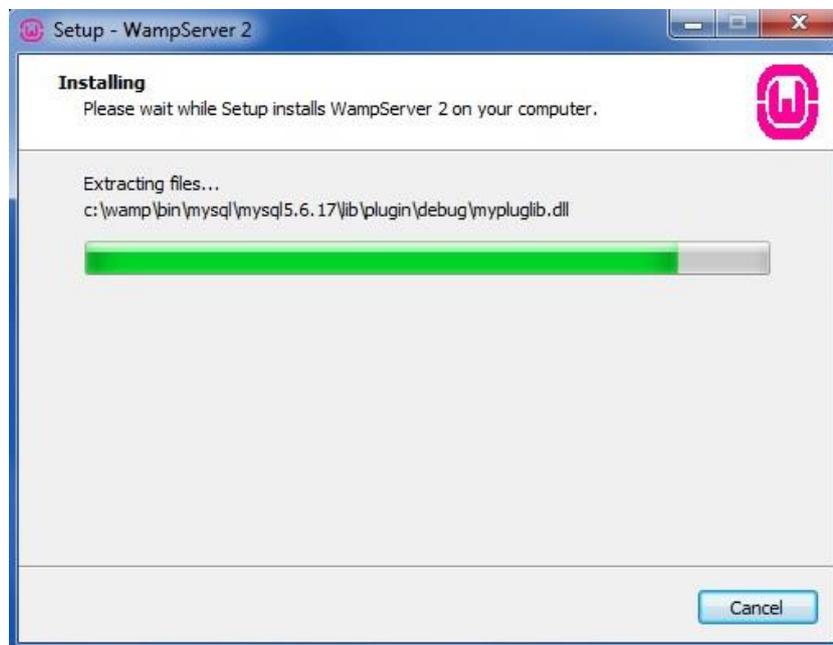
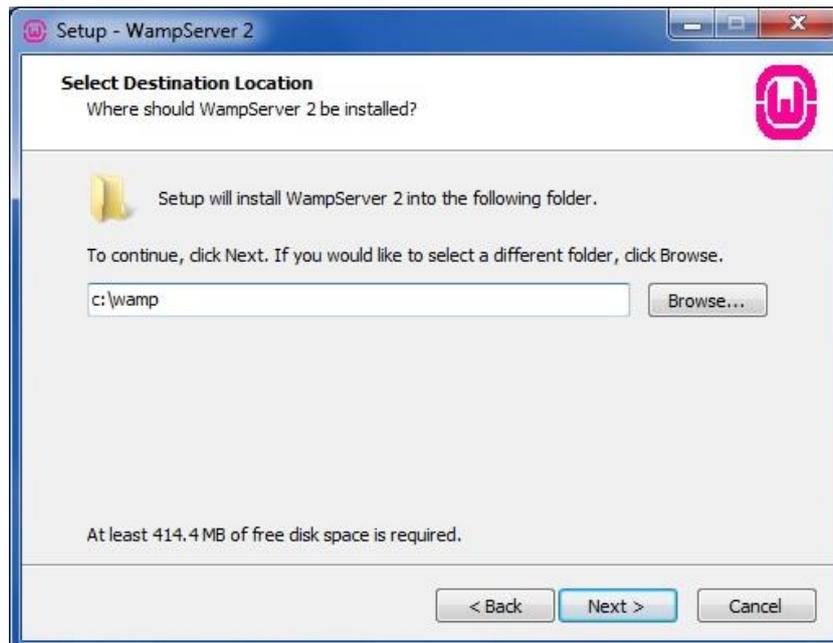
2.1 Ambiente di Sviluppo

Per iniziare a sviluppare il mio progetto ho bisogno prima di tutto di uno spazio di lavoro in cui posso creare, in locale, la struttura del mio sito. Ho scelto di utilizzare WAMPServer poiché lo avevo già adoperato in un altro ambito lavorativo e perché è consigliato per realizzare un sito in locale prima di pubblicarlo sul web.

WAMPserver è un pacchetto software che implementa la piattaforma WAMP (Windows Apache MySQL PHP), è gratuito e libero ed è rilasciato sotto la GNU General Public License. È facile da installare in quanto è disponibile un pacchetto pronto da scaricare, estrarre e successivamente installare, in pochi click.

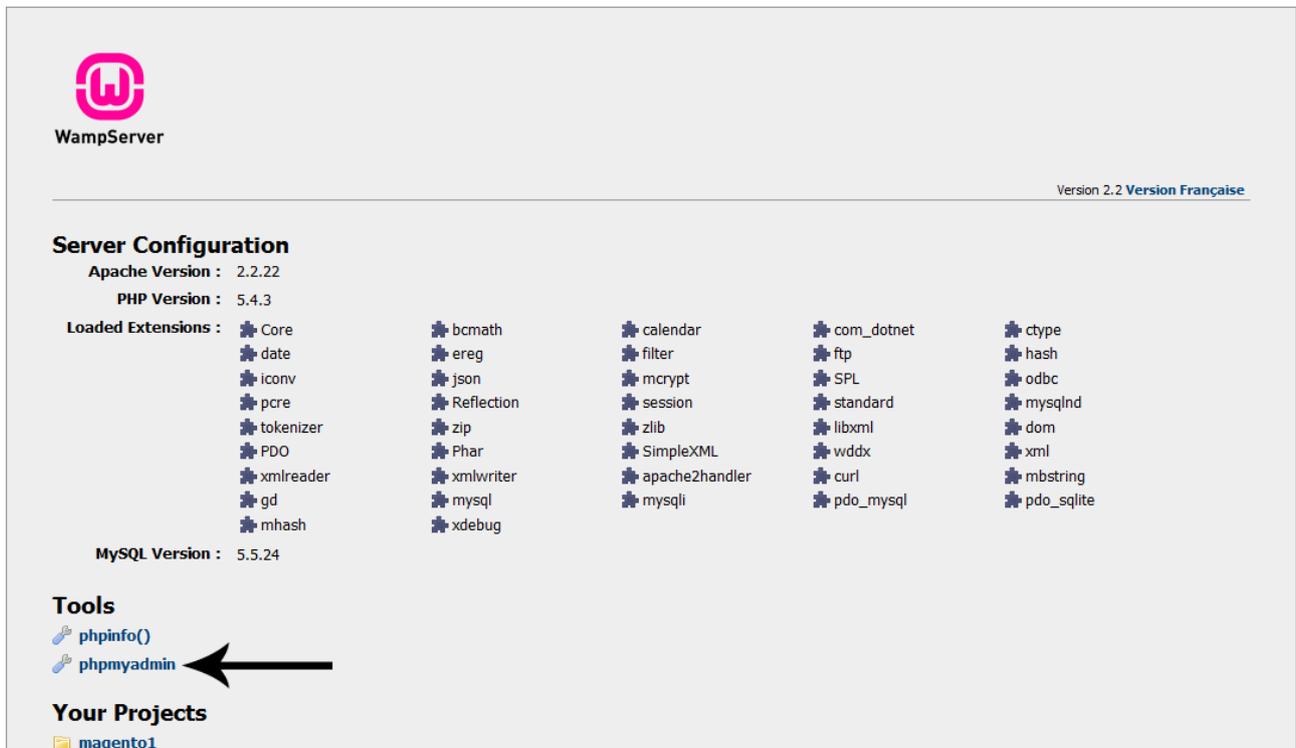
Basta seguire le semplici istruzioni, scegliere la cartella di destinazione (è preferibile lasciare quella di default), aspettare che il software si installi e attivarne i servizi.





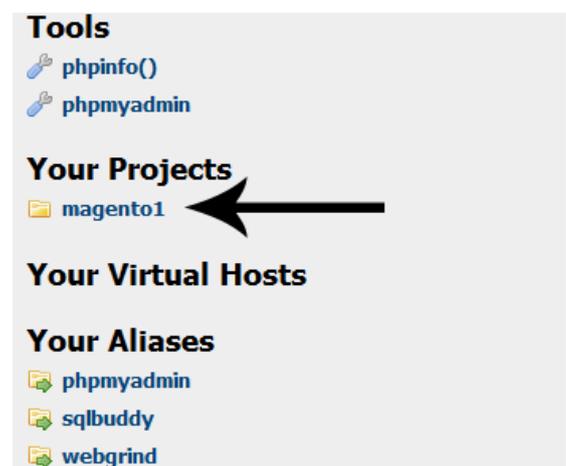
Quando l'installazione sarà completata vedremo quest'icona,  se l'installazione sarà andata a buon fine, cliccando "Avvia tutti i servizi" l'icona diventerà verde .

Ora siamo pronti ad installare Magento su WAMPserver. Prima di tutto scarichiamo Magento, lo estraiamo e copiamo la sua cartella all'interno della directory www di WAMP. Ora non dobbiamo far altro che digitare localhost sul nostro browser per visualizzare la dashboard di WAMP, cliccare su phpmyadmin e creare un nuovo database.



Dashboard WAMP

Tornati alla dashboard, possiamo iniziare l'installazione di Magento. Cliccando sul nostro progetto, si aprirà la procedura guidata, accettiamo i termini e le condizioni e andiamo avanti. Nella pagina di configurazione stiamo attenti ad indicare correttamente l'host e il nome del database che abbiamo creato precedentemente. In questo caso l'host è localhost e il nome del database è magento1. Nella sezione in cui bisogna inserire nome utente digitiamo root mentre la password la lasciamo vuota, questo se non abbiamo modificato le impostazioni durante la creazione del database. Nella pagina successiva creeremo l'account amministratore che ci servirà per accedere al back-end, ricordando il nome utente e la password. Ora siamo pronti per iniziare il nostro progetto.



Installation

- Download
- License Agreement
- Localization
- Configuration**
- Create Admin Account
- You're All Set!

Having trouble installing Magento?
Check out our [Installation Guide](#)

Configuration

Database Connection

Database Type
MySQL

Host *
localhost

Database Name *
magento1

You can specify server port, ex.: localhost:3307
If you are not using default UNIX socket, you can specify it here instead of host, ex.: /var/run/mysqld/mysqld.sock

User Name *
root

User Password

Tables Prefix

(Optional. Leave blank for no prefix)

Web access options

Base URL *
http://127.0.0.1:100/magento1/

Admin Path *
admin

Additional path added after Base URL to access your Administrative Panel (e.g. admin, backend, control etc.).

Enable Charts
Enable this option if you want the charts to be displayed on Dashboard.

Skip Base URL Validation Before the Next Step

Configurazione Database

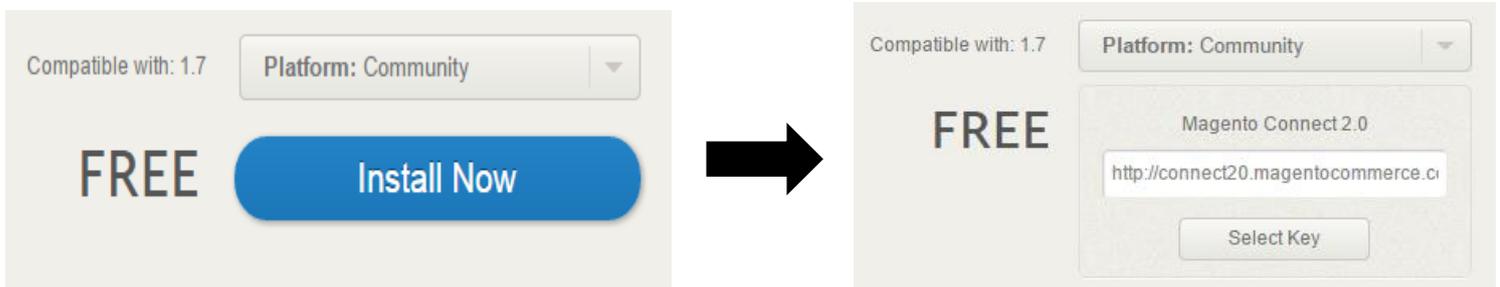
2.2 Scelta del Tema

La scelta del tema è una parte fondamentale nella progettazione, da esso dipende l'aspetto che daremo al nostro sito, il modo in cui i visitatori potranno interagire, praticamente è la base del nostro lavoro. Magento offre nel suo pacchetto un tema base che non è per niente adatto in quanto molto scarno e poco accattivante. Per fortuna all'interno del Magento Commerce abbiamo a disposizione centinaia di temi utili a soddisfare qualsiasi esigenza. Sono divisi per categoria in base al tipo di prodotti di cui si occuperà il nostro e-commerce. Nel mio caso, trattandosi di oggetti sacri, ho scelto un tema abbastanza generico ma che avrei potuto adattare alle mie occorrenze. Gala Eva è uno dei temi gratis più popolari all'interno del Magento Commerce con un alto numero di download e delle ottime recensioni, inoltre a prima vista offre un bel colpo d'occhio e una struttura semplice ma efficace, perciò la mia scelta è caduta proprio su di esso.

CUSTOMER EXPERIENCE	SITE MANAGEMENT	INTEGRATIONS	MARKETING	UTILITIES	THEMES
Animals & Pets	Consumer & Business Services		Health & Beauty		Mobile
Automotive & Cars	Fashion & Apparel		Holidays & Special Occasions		Sporting Goods
Books, Media, & Entertainment	Food & Beverage		Home & Garden		Styles & Colors
Computers & Electronics	Gifts & General Merchandise		Jewelry		Toys & Baby Products

Categorie dei temi del Magento Commerce

Per installare un tema all'interno del nostro progetto è necessario copiare la chiave che viene visualizzata e incollarla nel back-end all'interno del Magento Connect Manager.



Il Magento Connect Manager è uno strumento che ci permette di installare tutte le estensioni che vogliamo dal Magento Commerce, per far ciò basta entrare nel back-end, andare su Sistema → Magento Connect → Magento Connect Manager.



Ora è sufficiente incollare la chiave che avevamo precedentemente copiato nella sezione “Paste extension key to install”, cliccando su “install” verrà visualizzata l'estensione che vogliamo installare e premendo “Proceed” avverrà l'installazione.

Install New Extensions

1 Search for modules via [Magento Connect](#).

2 Paste extension key to install:

Extension dependencies

Channel	Package Name	Version	Status
community	Gala_Eva	1.0.0 (stable)	Already installed

Procedura di installazione di un'estensione attraverso il Magento Connect Manager

Per verificare che l'estensione del tema sia andata a buon fine basta controllare se sono state create nuove pagine all'interno della sezione CMS → Pagine nel back-end. Per far sì che il tema venga applicato, dobbiamo cambiare la home page che verrà visualizzata al momento della visita al sito, è sufficiente entrare in Sistema → Configurazione → Web e modificare il campo CMS Home Page, dove sono elencate tutte le pagine del sito, scegliendo la pagina appropriata che è stata creata con l'aggiunta dell'estensione.

2.3 Front-end

Il front-end è la parte visibile del sito, soprattutto la home page deve riuscire a imprimere lo scopo dell'e-commerce, mettere in evidenza i prodotti ed alcune caratteristiche del negozio. Il modo in cui ho voluto strutturare il sito è il seguente: una home page con nell'header il logo del negozio al centro, a sinistra un aiuto per avere informazioni, come la posizione del negozio, in breve la sua storia o spiegazioni su come effettuare acquisti, a destra un piccolo menù del cliente, nel quale si può eseguire il login o registrarsi, modificare le proprie informazioni personali e verificare i prodotti all'interno del carrello.

Al di sotto dell'header ho inserito il menù di navigazione in cui è possibile scegliere tra le categorie di prodotti e le loro sottocategorie, mentre a lato è

disponibile una barra di ricerca in cui filtrare i possibili risultati in base a delle parole chiave.

Il centro della pagina comprende dei prodotti di spicco del negozio, con delle foto che prendono buona parte dello spazio e che variano dopo un determinato intervallo di tempo. Subito sotto lo slideshow troviamo altre due immagini che riportano alle due macro categorie in cui è suddiviso l'e-commerce, mentre scendendo ancora troviamo una sezione dedicata agli ultimi arrivi per rimanere sempre aggiornati sulle novità.

All'interno del footer ho inserito le informazioni inerenti all'attività commerciale: ho suddiviso il footer in tre menù, nel primo dei quali sono riportate le notizie riguardanti gli eventi e come contattare il negozio, nel secondo la spiegazione sulla privacy, sui termini delle condizioni di pagamento e sulla spedizione e consegna della merce. Nell'ultima parte troviamo la porzione dedicata ai social network in cui è possibile mettere "mi piace" alla pagina di Facebook per rimanere sempre aggiornati sugli eventi o sulle promozioni in atto, guardare dei video su Youtube, o seguire l'account Twitter.

L'ultima parte del footer è dedicata all'iscrizione alla newsletter per non perdersi niente riguardo sconti, promozioni o nuovi arrivi, mentre ancora più in basso si trovano le informazioni inerenti ai metodi di pagamento.

Cliccando su una delle voci del menù si accede ad una nuova pagina in cui la parte centrale è composta dall'elenco di tutti i prodotti facente riferimento a quella tipologia, con, per ogni articolo, una piccola foto rappresentante l'oggetto, il nome, una breve descrizione e il prezzo. Nella parte destra possiamo indicare la quantità desiderata e aggiungerlo immediatamente al carrello, inserire il prodotto nella nostra wishlist, o confrontarlo con altri articoli.

Alla sinistra dell'elenco possiamo inserire dei filtri nella ricerca, nello specifico è possibile selezionare i prodotti per prezzo, altezza, lunghezza e larghezza. Sopra all'elenco ho inserito una lista di attributi con i quali è possibile compiere un ordinamento degli articoli in base al loro nome, al prezzo, alla lunghezza, all'altezza e alla larghezza.

Se si desiderano informazioni più dettagliate riguardante un singolo prodotto è sufficiente cliccare sull'immagine e si entra in nuova pagina in cui sono presenti, oltre alle nozioni precedentemente elencate, una descrizione più particolareggiata, le misure e lo zoom per vedere nello specifico le caratteristiche dell'oggetto.

In tutte le pagine del sito, l'header e il footer sono sempre presenti, quello che varia è solo il body.

Prima di poter effettuare l'acquisto è necessario accedere con le proprie credenziali, o nel caso di primo accesso, è doveroso registrarsi. È sufficiente compilare i campi richiesti e in pochi secondi tutte le funzionalità saranno accessibili.

Crea un account

Informazioni Personali

Nome *

Cognome *

Indirizzo email *

Iscriviti alla newsletter

Informazioni Accesso

Password *

Conferma password *

* Campi obbligatori

Indietro

Invia

Procedura di registrazione

2.4 Problemi Progettuali

In fase di progettazione è molto importante sapere come vogliamo che sia il risultato finale. Senza un'idea chiara e precisa in testa si rischia di ottenere un esito diverso da quello che avremmo voluto, inoltre è probabile che si commettano degli errori nella costruzione del sito. Per questo è necessario chiarire tutti i punti con chi vi ha commissionato il lavoro, per capire il suo pensiero, e cosa si attende di trovare al termine dell'opera. Nel mio caso ho avuto quasi completamente carta bianca, ciò mi ha permesso di impostare l'attività come credevo più opportuno. I problemi sono sorti soprattutto nella fase di scelta degli elementi del sito, dove collocarli, come metterli in evidenza, come facilitare la navigazione al suo interno...

Ho capito che era fondamentale mettere in evidenza le foto per permettere agli acquirenti di visionare bene tutte le caratteristiche e le differenze cromatiche, perciò le ho messe in risalto utilizzando uno sfondo scuro per permettere di osservarne bene i colori e ho impiegato un ottimo zoom per non perdere nemmeno un dettaglio dell'articolo in questione. Ho pensato che uno slideshow nell'home page sarebbe risultato perfetto per mettere in mostra i pezzi di maggior interesse

così come ho cercato di eliminare il superfluo per ottenere una navigazione snella e fluida.

Non avendo esperienze di e-commerce di questo tipo ho visionato tra quelli già esistenti e ho tentato di prenderne i pregi da tutti e aggiungerci qualcosa di mio per ottenere un risultato unico nel suo genere ma che allo stesso tempo possa avere il massimo della funzionalità.

3. Sviluppo

Dopo aver deciso le sembianze che vogliamo dare al sito, è il momento di metterlo in atto. In questa fase trasformiamo la nostra idea in qualcosa di concreto, sviluppiamo il progetto attraverso la configurazione di Magento e modificando il codice preesistente. Essendo Magento uno dei migliori framework attualmente sul mercato, dispone di una quantità molto ampia di opzioni per personalizzare l'e-commerce anche nella sua versione open source: la Community Edition.

3.1 Configurazione Magento

Per semplificare il lavoro è bene impostare la lingua del dashboard in italiano, basta scorrere in fondo alla pagina e dal menù a tendina selezionare la lingua che vogliamo. La prima cosa da modificare sono le impostazioni di configurazione, che sono le fondamenta del nostro lavoro. Entriamo in Sistema → Configurazione e dal menù a sinistra visualizziamo e modifichiamo tutte le proprietà e le caratteristiche che riteniamo più opportune. Nella sezione "Generale" variamo quelle che sono le credenziali del negozio, come lo stato in cui si trova, il nome, l'indirizzo, il fuso orario e la partita IVA.

Nella sezione "Web" è importante specificare le pagine di default, ossia quelle pagine che devono essere visualizzate in particolari momenti, come la home page

Pagine di default		
Web URL predefinito	<input type="text" value="cms"/>	[VISTA NEGOZIO]
CMS Home Page	<input type="text" value="Home"/>	[VISTA NEGOZIO]
No-route URL predefinito	<input type="text" value="cms/index/noRoute"/>	[VISTA NEGOZIO]
CMS nessun percorso pagina	<input type="text" value="404 Not Found"/>	[VISTA NEGOZIO]
CMS Nessuna pagina Cookies	<input type="text" value="Abilita Cookies"/>	[VISTA NEGOZIO]
Show Breadcrumbs for CMS Pages	<input type="text" value="Si"/>	[VISTA NEGOZIO]

Impostazione pagine di default

che avevamo precedentemente impostato, la pagina di errore che viene mostrata quando viene inserito un URL sbagliato e la pagina dei cookies che viene richiamata nel caso in cui i cookies non siano abilitati.

Nelle parti successive specifichiamo la valuta predefinita e quelle consentite, oltre agli indirizzi e-mail.

Passiamo ora al “Gala Eva Theme Settings”, ovvero le impostazioni riguardanti il tema che abbiamo installato. Praticamente qui vengono scelte tutte le caratteristiche che saranno poi visibili nel sito, partendo dal tipo di font, dal colore e dalla sua grandezza, passando per lo sfondo fino ad arrivare alle dimensioni delle miniature. Per qualunque parte del testo e per tutte le sezioni delle pagine sono disponibili molteplici opzioni in grado di valorizzare ed evidenziare ogni singolo elemento presente.

Entriamo ora nella zona riservata al catalogo, in cui fissiamo, tra le altre cose, il numero di prodotti che possono venire visualizzati per ogni pagina, a seconda se viene scelta la modalità griglia o lista, cosa succede se un prodotto viene acquistato e termina la sua disponibilità e molto altro ancora.

Un altro punto fondamentale riguarda i metodi di spedizione e di pagamento. Nei metodi di spedizione si specifica attraverso quali corrieri avrà luogo la spedizione, se avrà un costo o se, superata una certa spesa, la spedizione avverrà gratuitamente. Inoltre possono essere stabiliti diversi tipi di prezzo a seconda della grandezza e del peso del pacco da spedire.

Magento supporta la maggior parte dei metodi di pagamenti attualmente utilizzati in internet: dalla carta di credito, al bonifico, al contrassegno. Anche Paypal, ad oggi uno dei più diffusi per le transazioni online, può essere configurato ed abilitato. Basta andare nell’apposita sezione e compilare i campi associati.

The screenshot shows the 'Soluzioni di pagamento PayPal' configuration page. It features a header with the title and a help icon. Below the header, there is a sub-header: 'Aggiungi un altro metodo di pagamento per la tua soluzione esistente o come una opzione stand-alone. [Aiuto](#)'. The main content area is divided into three sections, each with a description and a 'Configura' button. The first section is 'PayPal Pro', described as 'Accetta pagamenti con un PCI compliant checkout che mantiene i clienti sul tuo sito'. The second is 'PayPal Website Payments Standard (Includes Express Checkout)', described as 'Aggiungi PayPal come un metodo di pagamento aggiuntivo nella tua pagina di checkout'. The third is 'PayPal Express Checkout', described as 'Aggiungi PayPal come un metodo di pagamento aggiuntivo nella tua pagina di checkout'. Each section also includes logos for 'SECURE PAYMENTS BY PayPal' and the major credit cards: MasterCard, VISA, DISCOVER, and AMEX.

Configurazione pagamento Paypal

3.1.1 Creazione pagine

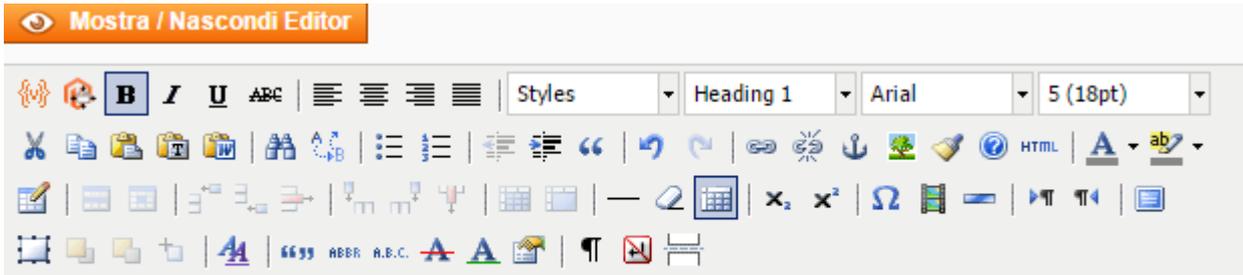
Creare una nuova pagina è semplice e veloce: entrando in CMS → Pagine vedremo una schermata con le pagine attualmente presenti.

Titolo	URL Key	Layout	Stato	Data creazione	Ultima modifica
				Da: <input type="text"/> A: <input type="text"/>	Da: <input type="text"/> A: <input type="text"/>
Chi Siamo	about-ars-sacra	2 colonne con barra laterale destra	Abilitato	04/dic/2014 17:10:15	17/dic/2014 09:29:15
Servizi per i Clienti	customer-service	3 colonne	Abilitato	04/dic/2014 17:10:15	17/dic/2014 09:39:37
Abilita Cookies	enable-cookies	1 colonna	Abilitato	04/dic/2014 17:10:15	05/dic/2014 01:09:19
Home	galaeva_home	1 colonna	Abilitato	04/dic/2014 17:15:19	05/dic/2014 15:48:01
Home page	home	2 colonne con barra laterale destra	Abilitato	04/dic/2014 17:10:15	04/dic/2014 17:10:33
Metodi di Pagamento	metodi-di-pagamento	1 colonna	Abilitato	08/dic/2014 10:55:07	17/dic/2014 09:44:06
404 Not Found	no-route	2 colonne con barra laterale destra	Abilitato	04/dic/2014 17:10:15	05/dic/2014 01:16:28
Privacy	privacy-policy-cookie-restriction-mode	1 colonna	Abilitato	04/dic/2014 17:10:16	08/dic/2014 09:45:44
Spedizioni e Consegna	spedizioni-e-consegna	1 colonna	Abilitato	08/dic/2014 10:32:14	08/dic/2014 10:32:14
Termini e condizioni	termini-e-condizioni	1 colonna	Abilitato	08/dic/2014 10:36:49	08/dic/2014 10:36:49

Tabella delle pagine

Nella tabella sono riportate le informazioni relative alle pagine, il loro nome, l'URL per raggiungerle, il layout, che varia il modo in cui la pagina viene visualizzata e la posizione delle informazioni, lo stato che può essere abilitato se vogliamo che la pagina sia visibile o disabilitato se per qualche motivo vogliamo rendere la pagina "invisibile", inoltre la data di creazione e di ultima modifica e un'anteprima.

Cliccando su "Aggiungi una nuova pagina" entriamo in una schermata in cui dovremo compilare alcuni campi obbligatori tra cui il nome da darle, l'URL per identificarla e lo stato. Passiamo al contenuto, a ciò che deve effettivamente risiedere all'interno della pagina. Abbiamo due modi per agire: utilizzando l'editor che semplifica il lavoro scrivendo egli stesso la parte di HTML attraverso le opzioni grafiche che rendono il riempimento della pagina simile alla stesura di un testo, o scrivendo noi stessi la parte di codice necessario. Oltre alle normali funzioni è possibile inserire anche delle variabili o dei widget. Nell'esempio ho mostrato come una cosa scritta servendomi dell'editor venga riportata in codice automaticamente.



Buongiorno



Creazione del codice attraverso l'editor

Ora dobbiamo decidere il layout da dare alla pagina, possiamo scegliere tra 1,2 o 3 colonne, con o senza barra laterale e anche se personalizzare la pagina per un certo periodo di tempo, ad esempio utilizzando uno sfondo natalizio per il mese di Dicembre.

Infine rimane da compilare la sezione sui meta dati. I meta tag, sono metadati utilizzabili nell'HTML per veicolare informazioni aggiuntive correlate alla pagina web che ne fa uso. Sono in genere analizzati e utilizzati per mezzo di sistemi automatici (come i browser o i motori di ricerca), che li possono elaborare per fornire servizi o funzionalità specifiche. È molto importante scegliere le parole giuste per descrivere la pagina e, come vedremo successivamente, senza le giuste keywords il nostro sito non sarà mai visibile al mondo del web.

3.1.2 Aggiunta Categorie, Prodotti, Attributi

È il momento di riempire il nostro e-commerce, è arrivato il momento di creare il catalogo da mostrare ai visitatori del sito. Possiamo procedere come vogliamo,

partendo dagli attributi, dai prodotti o dalle categorie. Personalmente credo sia meglio definire prima le categorie, poi gli attributi infine i prodotti. È conveniente lasciare gli articoli per ultimi perché dovranno essere assegnati a delle categorie e perché dovranno avere degli attributi specifici che possono variare per tipologie di prodotto.

Iniziamo perciò dalla creazione delle categorie: il mio e-commerce tratta nello specifico due macro categorie che nello

specifico sono statue e presepi. All'interno di ognuna di queste tipologie è possibile inserire delle sottocategorie per rendere la ricerca di un articolo molto più veloce. Ad esempio posso suddividere le statue in tre distinte categorie come statue piccole, medie o grandi, ma non essendo al momento richiesto, lascerò solo le due tipologie principali.



Esempio di categoria e sottocategoria

Nell'esempio che ho riportato qui di fianco si vede come nel catalogo attualmente sono presenti tre statue ma solo una di queste appartiene alla sottocategoria "Statue piccole".

In fase di creazione dobbiamo definire alcuni parametri fondamentali: oltre al solito nome è obbligatorio indicare anche il suo stato e se dev'essere incluso nel menù di navigazione. È possibile scegliere il modo in cui i prodotti vengano elencati, se usando le impostazioni di default o se in base a una determinata caratteristica, anche qui dobbiamo indicare le meta keywords e la meta descrizione, e, se stiamo costruendo una sottocategoria, possiamo impostare il layout uguale alla categoria madre o scegliere di diversificarlo.

Per gli attributi il discorso è leggermente più articolato, in quanto possiamo agire in due modi: creando o modificando un attributo, oppure creando o modificando un set di attributi. All'interno di Magento è disponibile un set di attributi di default abbastanza completo ma probabilmente avremo bisogno di aggiungerne degli altri. Perciò procediamo creando prima i nuovi attributi che ci occorrono, poi li includeremo all'interno del set già esistente. Una delle proprietà che non è presente è l'altezza: la creiamo specificando un codice identificativo, scegliendo se il suo valore deve essere obbligatorio, per quali tipi di prodotti è opportuno e se ogni suo valore deve essere unico, ovviamente nel caso dell'altezza



Come creare un catalogo

possono esistere oggetti alti in egual modo quindi lo imposteremo a “no”. Inoltre possiamo decidere se utilizzarlo o meno nella fase di ricerca, se è possibile filtrare i risultati in base all’attributo e se scegliendo un prodotto, sarà visibile nella pagina.

Nel caso di un attributo impiegato per la filtrazione dei risultati, sarà necessario stabilire quali siano le fasce in cui può rientrare. È possibile creare una quantità infinita di gruppi, io nel mio caso ho preferito suddividerlo in sei classi distinte perché, a mio parere, risultavano sufficienti per coprire in modo adeguato ogni possibile caso.

Gestisci opzioni (valori del tuo attributo)				
Admin	Default Store View	Posizione	È predefinito	+ Aggiungi opzione
<input type="text" value="0-10"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="radio"/>	✖ Elimina
<input type="text" value="101-150"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="radio"/>	✖ Elimina
<input type="text" value="11-20"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="radio"/>	✖ Elimina
<input type="text" value="21-50"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="radio"/>	✖ Elimina
<input type="text" value="51-100"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="radio"/>	✖ Elimina
<input type="text" value="Oltre 150"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="radio"/>	✖ Elimina

Classi di divisione di un attributo

Una volta salvato l’attributo possiamo inserirlo in un set. È consentito raggruppare gli attributi in gruppi per evitare confusione e sapere sempre quale argomento stiamo compilando.

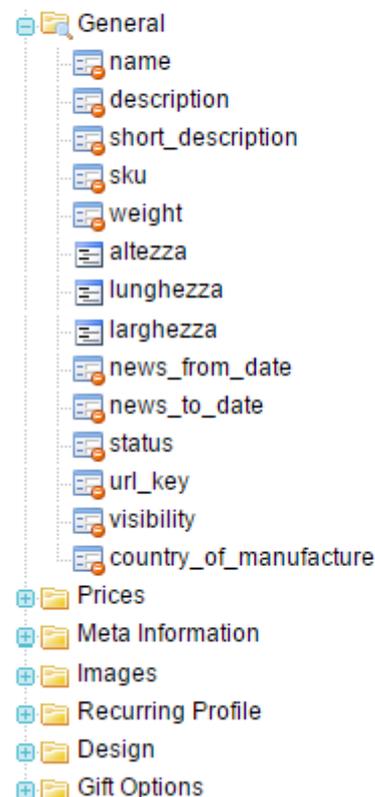
Dovendo occuparmi di due categorie diverse tra loro ho preferito creare due set di attributi, uno per le statue e uno per i presepi in modo da non avere informazioni inutili che creerebbero soltanto caos. Per aggiungere un attributo ad un set basta semplicemente spostarlo all’interno di un gruppo. Gli attributi che hanno il “divieto” di fianco sono quelli che non possono essere eliminati perché ritenuti indispensabili dal sistema.

Nell’immagine sottostante mostro il set che ho utilizzato per la categoria dei presepi con l’aggiunta ai normali attributi, altri di mia creazione.

Gruppi

+ Aggiungi nuovo **✖** Elimina gruppo selezionato

Doppio click su un gruppo per rinominarlo



Attributi non assegnati

color
manufacturer

Aggiunta di un attributo ad un set

Dopo aver creato le categorie e gli attributi possiamo realizzare i prodotti. Le prime cose da impostare sono il set di attributi al quale l'articolo fa riferimento e il tipo di prodotto che stiamo creando. Magento offre diversi tipi di prodotti, che ci consentono una grande flessibilità nella definizione del nostro catalogo.

Semplice: il prodotto semplice è quello che viene definito "di base", in questo tipo di prodotti rientrano tutti i prodotti fisici, cioè quelli che vanno spediti fisicamente al cliente.

Virtuale: il prodotto virtuale è un prodotto che non richiede spedizione, archivio o inventario. Questo tipo di prodotto viene utilizzato per gestire prodotti virtuali come servizi o garanzie.

Scaricabile: il prodotto scaricabile è un tipo di prodotto del quale è possibile fare il download in modo "digitale", un esempio di questo tipo di prodotto è quello di condividere files come pdf, doc, ecc. Questi files possono risiedere sul server o essere dei link, URL, su server esterni.

Raggruppato: per prodotti raggruppati si intende l'opzione di visualizzare diversi (ma simili) prodotti su una pagina. Ad esempio: se vendiamo mousepad e ne

vendiamo di forme diverse (quadrato, tondo, ecc...) possiamo creare un “prodotto raggruppato” per visualizzare tutti i mousepad di tutte le forme. Il nostro cliente potrà selezionare da questa pagina la forma desiderata di mousepad e aggiungerla al carrello.

Configurabile: questo prodotto è molto utile per chi ha un catalogo di prodotti con diverse varianti. Il cliente può selezionare le varianti del prodotto che preferisce e aggiungerlo poi al carrello. Per esempio se vendiamo delle felpe, e abbiamo disponibili in due colori e tre taglie, il cliente potrà selezionare il colore e la misura, ma per avere un prodotto configurabile dobbiamo prima aver creato dei prodotti individuali, in questo caso in sei varianti, e poi aggiungere le sei varianti nel prodotto configurabile.

Bundle: il prodotto Bundle è un insieme di componenti che possono essere diversi all'interno dello stesso prodotto. Un esempio banale è quello di un computer dove si può scegliere quale scheda madre montare oppure quale tastiera sia presente nel proprio negozio.

Nel mio progetto mi occuperò solo di prodotti semplici.

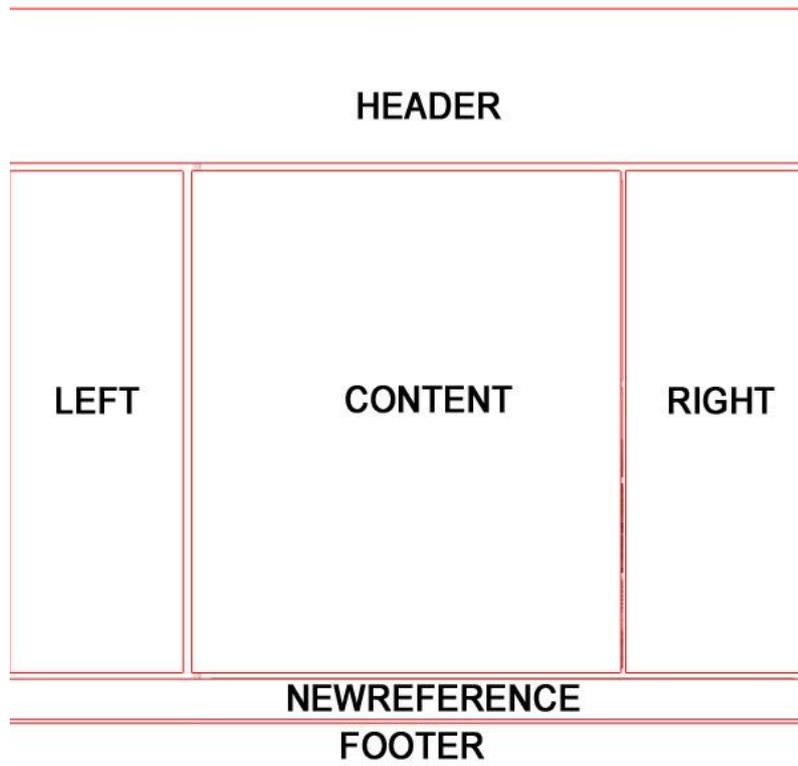
Ora dobbiamo compilare tutti i vari campi: il nome, la descrizione, una descrizione più breve da mostrare nell'elenco della categoria, un codice univoco, il prezzo, inoltre tutte le caratteristiche con cui possiamo filtrare i risultati. Anche per l'aggiunta degli articoli dobbiamo sempre indicare il meta title, le meta keywords e la meta descrizione. È preferibile aggiungere almeno una foto dell'oggetto per mostrare al cliente cosa sta effettivamente acquistando. Al momento della creazione dobbiamo indicare obbligatoriamente anche se la quantità attualmente presente nel negozio e se è disponibile, in più è permesso configurare dei prodotti correlati, ad esempio come nel caso precedente dell'acquisto di un mousepad, un prodotto correlato potrebbe essere un mouse, o dei prodotti alternativi nel caso quello scelto non sia al momento disponibile. Alla fine di tutto ciò non resta che inserire il prodotto all'interno di una o più categorie e avremo pronto il nostro articolo.



Inserimento di un prodotto all'interno delle categorie

3.1.3 Blocchi Statici

I blocchi statici sono porzioni di HTML completamente personalizzabili che possono essere aggiunte alle pagine di catalogo in modi diversi. Se andiamo in CMS → Blocchi statici possiamo vedere quelli già esistenti e costruirne di nuovi. Durante



Divisione tipica di una pagina

la creazione dobbiamo stabilire un nome e un identificatore che ci servirà successivamente per richiamare il blocco. All'interno del contenuto posizioniamo ciò che vogliamo mostrare come precedentemente fatto per il contenuto delle pagine. Una volta finito dovremo decidere in quale pagina e in quale sezione posizionarlo. Normalmente la pagina è divisa in porzioni, e a seconda del layout scelto, alcune potrebbero non essere visibili.

Per inserire un blocco all'interno di un segmento possiamo procedere in due modi distinti: tramite file phtml o tramite file xml. Nel primo caso sarà sufficiente inserire una riga nella posizione consona all'interno della pagina phtml desiderata

```
<?php echo $this->getLayout()->createBlock('cms/block')->setBlockId('IDENTIFICATORE')->toHtml(); ?>
```

Dove al posto di IDENTIFICATORE scriveremo l'identificatore che avevamo impostato in fase di creazione.

Se invece vogliamo includere il blocco attraverso il file xml la struttura risulta un po' più complessa. Poniamo di volerlo inserire in una pagina con layout "2 colonne con barra laterale a sinistra" nella barra sinistra: prima di tutto, attraverso il

tag “reference”, specifichiamo la regione della pagina nella quale stiamo lavorando, nel mio caso nella colonna di sinistra il cui nome è “left”, quindi con il secondo tag “block” specifichiamo che tipo di blocco vogliamo inserire e il suo nome, nel nostro caso è un blocco del CMS quindi il type sarà “cms/block”. Infine con l’ultima coppia di tag “action” e “block_id”, indichiamo che il blocco deve essere aggiunto e specifichiamo quale blocco attraverso il suo id univoco.

Per decidere dove posizionarlo dobbiamo includere la proprietà di posizione “before” or “after” all’interno del tag “block”. Before=”” posizionerà il blocco per primo, after=”” posizionerà il blocco per ultimo, before=”block-id” posizionerà il blocco prima di un altro blocco specificato tramite il suo id, after=”block-id” posizionerà il blocco dopo di un altro blocco specificato tramite il suo id.

Quindi, se per esempio volessimo inserire il nostro blocco per primo, il nostro codice risulterebbe questo:

```
<reference name="left">  
<block type="cms/block" name=" mainslideshow " before="-" >  
<action method="setBlockId"><block_id> mainslideshow </block_id></action>  
</block>  
</reference>
```

3.2 Estensioni

Le estensioni sono delle aggiunte che si possono integrare al nostro sito per renderlo più completo o per migliorare qualche aspetto che non trovavamo intrigante.

Le estensioni si trovano nel Magento Commerce e il processo di scaricamento e di installazione è lo stesso di cui avevo precedentemente parlato per l’installazione di un nuovo tema.

Nel mio sito voglio che le foto siano messe in risalto e che ogni particolare sia visibile e apprezzabile perciò aggiungerò un estensione in grado di migliorare lo zoom. Cerco un estensione che sia in grado di ingrandire la foto cliccandoci sopra ma anche che spostando il puntatore sopra l’immagine a grandezza normale, crei un espansione a fianco con lo zoom focalizzato solo dove ho attualmente il puntatore.

Dopo aver visionato le caratteristiche di varie estensioni in grado di realizzare quello che sto cercando, ho deciso di installare Product Zoom Plus.



Pannello zoom



Vista area particolare zoom

All'interno del back-end viene creata una sezione a parte dedicata all'estensione in cui posso impostare i valori che ritengo più opportuni riguardo l'altezza, la larghezza e il colore di sfondo del pannello che uscirà cliccando sulla foto, e l'altezza e la larghezza dell'area che comparirà spostando il puntatore nella foto. Dovremo stare attenti alla risoluzione delle foto: se è troppo bassa rischiamo che la vista dettagliata risulti sgranata e che peggiori la visibilità dell'immagine.

Al momento dell'installazione dell'estensione, all'interno della cartella del nostro progetto si creerà una directory contenente le istruzioni su come lo zoom dovrà comportarsi, sia a livello di grafica con le impostazioni del CSS, sia per la creazione del pannello e dell'area contenute nei file PHTML. È fondamentale ricordarsi di spostare le cartelle nel tema che stiamo utilizzando altrimenti avremo l'impressione che non stia funzionando semplicemente perché non è applicata al posto giusto.

3.3 Template

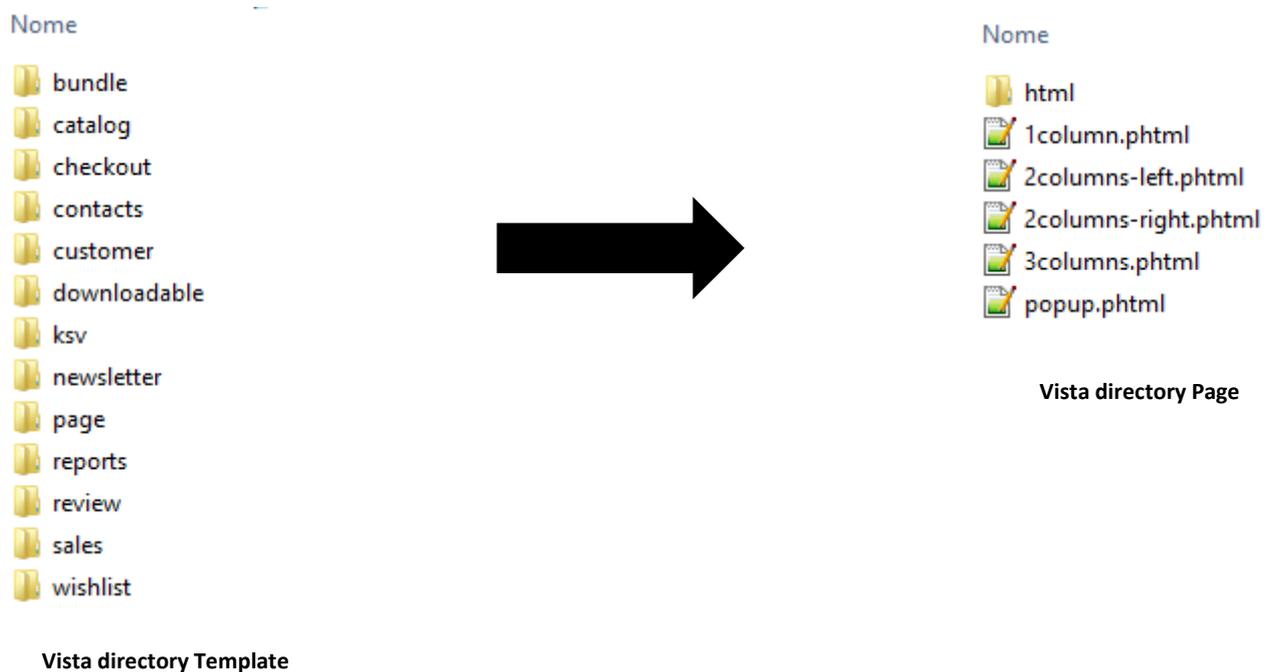
La cartella Template è la directory in cui sono posizionati tutti i file che generano pagine. Sono file con estensione .phtml, questo vuol dire che contengono sia codice HTML, che è quello che viene visualizzato nella pagina, sia codice PHP che invece serve a creare le pagine. L'estensione .phtml serve per comunicare al server web quali sono i file con contenuto dinamico che dovrà successivamente creare, e permette una personalizzazione infinita per ciò che riguarda il layout che il sito dovrà assumere.

Il percorso da utilizzare per raggiungere la cartella con all'interno i template è il seguente:

C:\wamp\www\arssacra\app\design\frontend\galaeva\default\template

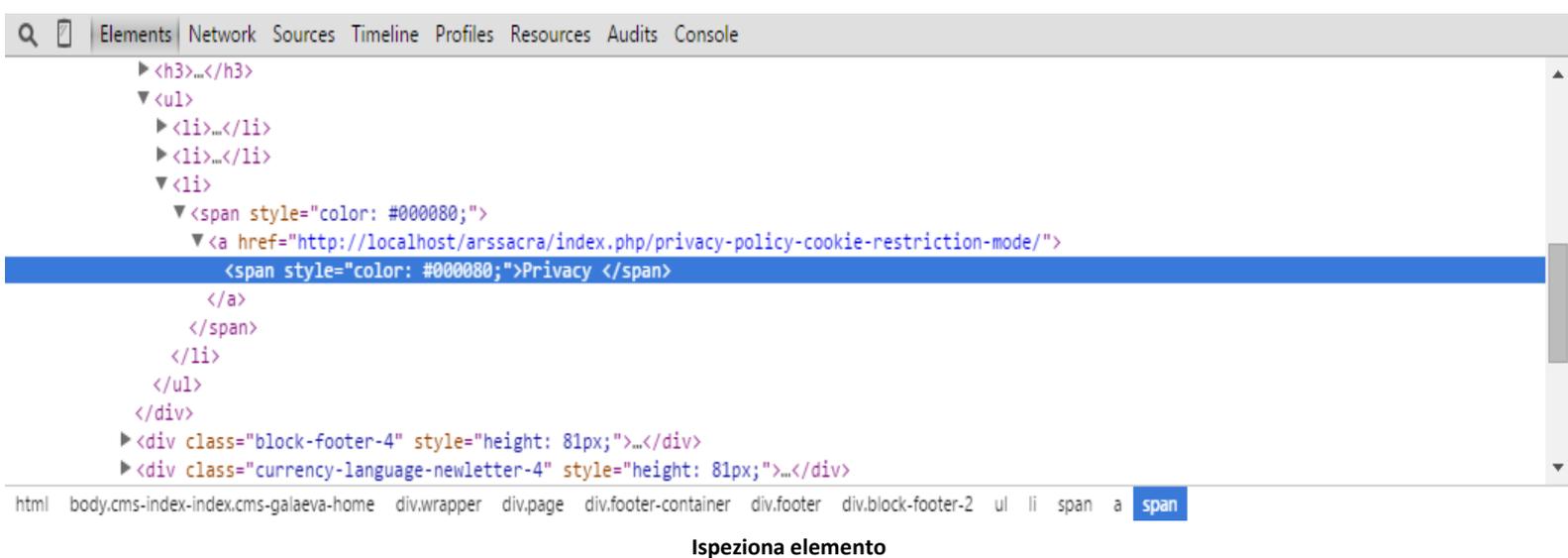
Naturalmente con al posto di “arsacra” e “galaeva” il nome del progetto e del tema.

Quando creiamo una pagina dobbiamo indicare il layout che vogliamo per quella pagina, all’interno della cartella page abbiamo tutti i layout disponibili, e possiamo personalizzarli a nostra scelta. Se ad esempio volessimo utilizzare un layout a due colonne con barra a sinistra ma non siamo soddisfatti del risultato



ottenuto con il codice preesistente, non dobbiamo far altro che modificarlo per ottenere ciò che desideriamo. Personalmente sono rimasto soddisfatto della parte di codice in PHP, quella che serve per creare dinamicamente le pagine, ed ho apportato solo dei piccoli accorgimenti, mentre quello che ho dovuto sostituire è buona parte del codice in HTML. Modificare il codice richiede molto tempo ed una buona abilità, in quanto è necessario prima comprendere il codice esistente, essere sicuri di star apportando cambiamenti alla sezione e al file corretto e infine ottenere il risultato sperato senza aver compromesso altre parti di codice.

Durante la realizzazione ho trovato molto utile usare lo strumento “ispeziona elemento” incluso nei browser, attraverso il quale, risultata più semplice individuare l’elemento che voglio correggere e cambiarlo. Mi servirò di questo strumento anche per la modifica dei CSS.



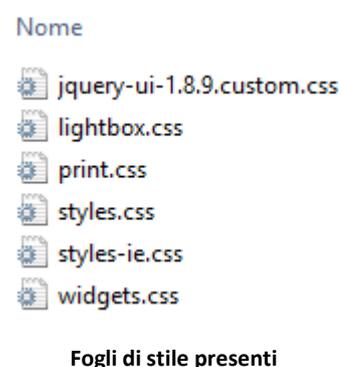
3.4 CSS

Il CSS (Cascading Style Sheets), è un linguaggio usato per definire la formattazione di documenti HTML, XHTML, e XML ad esempio i siti web e relative pagine web. L'introduzione del CSS si è resa necessaria per separare i contenuti dalla formattazione e permettere una programmazione più chiara e facile da utilizzare, sia per gli autori delle pagine HTML che per gli utenti, garantendo contemporaneamente anche il riuso di codice ed una sua più facile manutenibilità.

All'interno del nostro progetto, il percorso da utilizzare per trovare i CSS è il seguente:

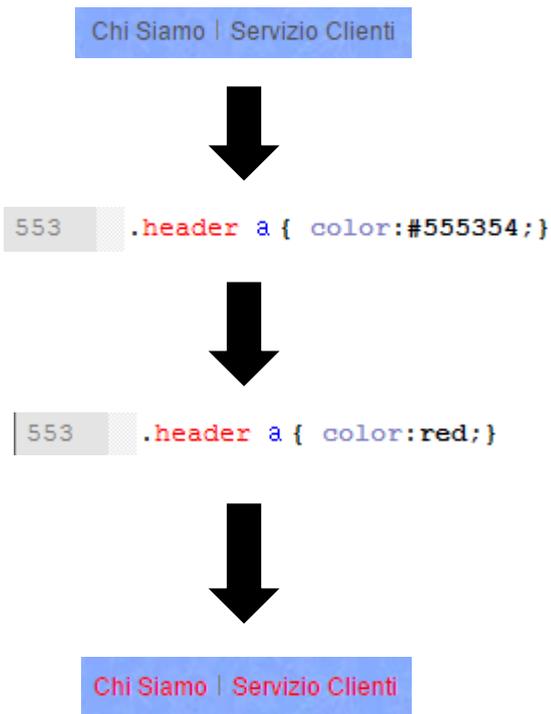
C:\wamp\www\arssacra\skin\frontend\galaeva\default\css

Dentro la directory troveremo diversi fogli di stile, ma quello che andremo a modificare maggiormente è "styles.css". È composto da una lunga lista di proprietà ognuna con i suoi valori, ma per fortuna è molto ben commentato e questo semplifica la ricerca dei tag da modificare. Ma per conoscere il nome della classe o l'id dell'elemento da cambiare devo ricorrere nuovamente all'ispeziona elemento.



Se come prova vogliamo modificare il colore di una parte di testo non dobbiamo far altro che "ispezionare" l'elemento voluto e cercare la parte in cui

viene specificato il colore, successivamente andare alla riga indicata nel foglio di stile e sostituire il valore attuale con quello stabilito.



Processo di modifica di un valore nel CSS

Styles	Computed	Event Listeners	»
element.style {			+ 🛠
media="all"			
.header a {			presepi.html styles.css:553
color: #555354;			
}			
a, .product-detail-slide			presepi.html:67
button.btn-cart span span, .product-special			
button.btn-cart span span, #tabs .ui-tabs-			
panel ul li button.btn-cart span span {			
color: #007e85;			
}			
media="all"			
a {			presepi.html styles.css:33
color: #262626;			
text-decoration: none;			
}			
media="all"			
* {			presepi.html styles.css:27
margin: 0;			
padding: 0;			
}			
a:-webkit-any-link {			user agent stylesheet
color: webkit link;			
text-decoration: underline;			
cursor: auto;			
}			

È importante tenere a mente due cose: la prima è che a volte potremmo non vedere gli effetti sperati nella pagina pur modificando il CSS. Questo può accadere perché ci sono delle impostazioni all'interno della configurazione di Magento che hanno la priorità rispetto a quello che viene trovato nel CSS, oppure perché ci sono dei selettori a livello più basso con dei valori diversi per le stesse proprietà. La seconda cosa da considerare è che modificando i valori di una classe padre, le conseguenze potrebbero estendersi per più elementi di quelli che volevamo. Quindi è sempre meglio specificare ogni singolo componente della nostra pagina utilizzando combinazioni di identificatori padre figlio per non creare conflitti all'interno del foglio di stile.

3.5 Registrazione Clienti

Per poter compiere acquisti, Magento mette a disposizione due metodi: si può effettuare l'ordine come ospite o registrandosi al sito. Nel mio sito ho disabilitato il checkout come ospite per motivi di sicurezza e per essere sempre al corrente di chi stia effettivamente compiendo l'acquisto. Per potersi registrare è necessario compilare una semplice form con i dati basilari. Naturalmente è possibile aggiungere molti altri campi tra cui l'indirizzo, il numero di telefono e così via, ma ho preferito specificare questi attributi solo al momento dell'acquisto per evitare di annoiare e per non richiedere troppo tempo a questa operazione.

Crea un account

Informazioni Personali		Informazioni Accesso
Nome *	Cognome *	Password *
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Indirizzo email *		Conferma password *
<input type="text"/>		<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> <i>Iscriviti alla newsletter</i>		

* Campi obbligatori

Procedura di registrazione al sito

Una volta completata la registrazione si viene rimandati alle informazioni del mio account in cui si possono modificare o aggiungere nuove informazioni, oltre ad avere sempre sotto controllo la situazione dei miei ordini e delle operazioni che ho compiuto all'interno del sito.

Al momento della creazione dell'account viene inviata una mail di benvenuto all'indirizzo con il quale ci si è registrati, in cui sono presenti il riepilogo dei dati utilizzati. Anche in questo caso Magento offre diverse possibilità di opzioni: la scelta dell'invio della mail è opzionale ma ho ritenuto fosse doverosa, all'interno è possibile inserire la richiesta di conferma dell'indirizzo e-mail, cosa che per il momento ho considerato superfluo, ma in ogni caso facile da modificare. Magento mette a disposizione delle mail già pronte ma ho ritenuto opportuno modificarle e adattare ai miei scopi pur mantenendo lo scheletro simile a quello esistente. Le e-mail transazionali predefinite sono 38 e si trovano in:

C:\wamp\www\arssacra\app\locale\it_IT\template\email

Nel back-end avremo una scheda dettagliata della nuova registrazione e potremmo assegnare il cliente ad un gruppo specifico, di default vengono assegnati alla classe general.

Naturalmente sono previsti altri servizi standard come il recupero password in caso di dimenticanza, inoltre se non siamo soddisfatti delle mail preesistenti andando in Sistema → Email Transazionali possiamo crearci tutte quelle che vogliamo.

Informazioni personali				
Ultimo accesso:	(Offline)	Indirizzo di fatturazione di Default		
Ultimo accesso (Europe/Rome):	11/feb/2015 14:56:43 (Offline)	Questo cliente non ha un indirizzo di fatturazione predefinito.		
Email confermata:	Confermato			
Account Creato su:	11/feb/2015 14:56:41			
Account Creato in:	Default Store View			
Gruppo clienti:	General			

Statistiche vendite				
Sito	Negozio	Visualizza negozio	Durata vendite	Media saldo
Visualizza tutti i negozi			0,00 €	0,00 €

Ordini recenti		▼
Carrello - 0 oggetti		▼
Wishlist - 0 oggetti		▼

Scheda del cliente nel back-end

3.6 Acquisto

Gli e-commerce servono a comprare oggetti perciò la fase dell'acquisto è il clou del nostro sito. Bisogna garantire sicurezza nell'uso dei dati, affidabilità nella consegna degli articoli, velocità nella spedizione e facilità nel compiere la spesa. Nel front-end, al momento del checkout, è necessario completare delle form con le informazioni riguardanti la fatturazione, il metodo di spedizione e il pagamento. Nella fase di fatturazione bisogna scegliere l'indirizzo a cui i prodotti verranno inviati, si può scegliere tra l'indirizzo indicato durante la creazione dell'account o aggiungere un nuovo recapito. Nel metodo di spedizione è indicato il prezzo previsto per la consegna e attraverso quale corriere avverrà. Nel back-end è possibile stabilire una spedizione gratuita nel caso di superamento di una certa soglia di spesa. Nelle informazioni di pagamento viene scelto il tipo di pagamento da effettuare che può essere attraverso carta di credito o paypal, con un bonifico

bancario o tramite pagamento alla consegna. Nel primo caso si dovrà indicare il circuito e i dati del possessore della carta, garantendo sempre la massima riservatezza delle informazioni in uso. Se si vuole pagare utilizzando il bonifico sarà necessario compilare una form con i dati del conto da utilizzare, mentre il pagamento alla consegna non prevede la compilazione di nessun campo aggiuntivo.

Al termine verrà visualizzata una schermata di riepilogo con gli articoli in fase di acquisto e il costo totale dell'operazione.

	Prezzo	Qtà	Subtotale
	150,00 €	1	150,00 €
	1,00 €	1	1,00 €
		Subtotale	151,00 €
		Spedizione & trattamento (Forfettario - Spese di Spedizione)	9,00 €
		Totale complessivo	160,00 €

Effettua Ordine

Riepilogo articoli e costi dell'acquisto

Dopo aver effettuato l'ordine viene spedita automaticamente una mail di conferma con i dettagli dell'acquisto appena effettuato.

Nel back-end ci sono una serie di scelte da effettuare il merito alla vendita: c'è da indicare tutte le informazioni riguardanti il negozio, da impostare i vari metodi di spedizione tra cui il forfettario, che è quello maggiormente utilizzato, e la spedizione gratuita, da specificare i corrieri scelti per l'invio, da inserire le coordinate bancarie per il pagamento tramite bonifico e molto altro. Tutte queste impostazioni si trovano in Sistema → Configurazione → Vendite.

Nella schermata vendite del dashboard è presente un riepilogo di tutti gli ordini ricevuti e del loro stato. Al momento della ricezione lo stato sarà naturalmente in attesa, poi, quando verrà elaborato e si procederà all'invio, lo stato passerà in "in

VENDITE
Vendite
Email vendite
PDF stampe
Tasse
Checkout
Impostazioni spedizione
Metodi di spedizione
Google API
Metodi Pagamento
Servizi di pagamento
Moneybookers

Elenco modifiche per la vendita

spedizione” e verrà spedita una nuova mail all’acquirente con l’aggiornamento dello stato e vedremo passare l’ordine nella sezione dedicata alle spedizioni.

3.7 Acquisto Hosting e Dominio

Una volta terminata la realizzazione del sito è il momento di farlo conoscere al mondo del web. Abbiamo quindi bisogno di acquistare un hosting e un dominio adatti alle nostre esigenze. Esistono centinaia di fornitori di tali servizi ognuno con i propri pregi e i propri difetti. L’hosting è un servizio di rete che consiste nell’allocare su un server web le pagine web di un sito web, rendendolo così accessibile dalla rete Internet e ai suoi utenti.

Tale “server web”, definito “host”, è connesso ad internet in modalità idonea a garantire l’accesso alle pagine del sito mediante il web browser dell’host client dell’utente, con identificazione dei contenuti tramite dominio ed indirizzo IP. Il servizio può essere gratuito o a pagamento, tipicamente a maggiore qualità nel secondo caso.

Ho iniziato a ricercare il miglior hosting ottimizzato per Magento in grado di fornirmi uno spazio sul web illimitato o comunque molto grande, una risposta del server in tempo limitato, che potesse supportare la visita di centinaia di ospiti al giorno, facile da usare e naturalmente con dei costi contenuti.

Siteground si è dimostrato uno dei migliori, grazie alla velocità di risposta del server dovuta a Super Cacher, un sistema che aumenta del 400% la velocità di risposta del webserver, e anche il supporto tecnico è davvero buono, basti pensare che una risposta arriva sempre entro 15 minuti. Al contrario Aruba si è dimostrato non convincente sotto il profilo della qualità e della velocità, inoltre l’interfaccia del gestionale non è per niente intuitiva. Nemmeno VHosting, Serverplan, Keliweb e Hostinmag si sono rivelati all’altezza delle mie aspettative.

La mia scelta finale è ricaduta su Netsons il quale offre un’ampia scelta di pacchetti per ottenere tutto ciò di cui ho bisogno. Scegliendo un server semidedicato ho a disposizione spazio web sul disco illimitato, database MySQL illimitati, caselle email illimitate, controllo dell’interfaccia attraverso cPanel, sottodomini illimitati e molto altro ancora. L’hosting semidedicato è consigliato per siti con un medio utilizzo di risorse e centinaia di visite giornaliere; supporta

HOSTING WEB	
Nome a dominio incluso	.it, .com, .net, .org, .eu, .info
Pannello hosting	 Cpanel
Spazio web su disco	Illimitato
Traffico	Illimitato
Connettività	100Mbit
Sottodomini	Illimitati
Gestione redirect	✓
Parcheggio domini	✓
Compatibile e-commerce	✓
Versione PHP	5.4
Personalizzazione php.ini	✓
Estensioni attive	CGI, Perl, Ruby on Rails
Apple Push Notifications	✓

HOSTING DATABASE	
Database MySQL	Illimitati
Versione MySQL	5.5
phpMyAdmin	✓
Dimensione database	500MB
Numero max. tabelle	1000
Occorrenze max. ad ogni query	100.000
Query time	Minore o uguale a 5 secondi

HOSTING MAIL	
Caselle di posta	Illimitate
Account POP/IMAP	✓
3 differenti webmail	Horde, Roundcube, Squirrelmail
Antivirus	✓
Antispam	✓
Alias di posta	✓
Email/Ora consentite	1000

Caratteristiche tecniche hosting semidedicato

numerosi applicativi web e offre la possibilità di installare opzionalmente certificati SSL, il tutto ad un prezzo contenuto.

Prima di procedere all'acquisto dobbiamo registrare il dominio con il quale vogliamo che si chiami il nostro sito e la sua estensione. Trattandosi di un sito italiano, useremo .it. dopo aver verificato che il dominio da noi scelto sia libero, possiamo procedere con la configurazione di base in cui sceglieremo se aggiungere uno sei servizi di indicizzazione SEO. Con SEO si intendono tutte quelle attività finalizzate ad ottenere la migliore rilevazione, analisi e lettura del sito web da parte dei motori di ricerca attraverso i loro spider, grazie ad un migliore posizionamento. L'attività SEO consente un facile reperimento del sito da parte degli utenti che cercano sui motori di ricerca e normalmente determina l'aumento del volume di traffico qualificato che un sito web riceve tramite i motori di ricerca. Tali attività comprendono l'ottimizzazione della struttura del sito e degli url, dell'accessibilità delle informazioni da parte dei motori degli utenti, spider sia del codice sorgente, sia dei contenuti.

Una volta completata la scelta dei servizi non resta che confermare l'ordine ed avremo a disposizione il nostro dominio e il nostro host.

3.8 Pubblicazione Sito

Abbiamo terminato il progetto, abbiamo acquistato il dominio e l'host, siamo pronti per caricare il nostro sito. Utilizzando il cPanel, possiamo gestire tutti i servizi compresi nel nostro servizio di hosting. Entrando in Files → Gestione File verremo indirizzati in una pagina dove, nella parte sinistra, è contenuto un albero formato da una radice Home e da alcune sotto radici. Non dobbiamo far altro che selezionare public_html e cliccare su carica. Si aprirà una nuova pagina in cui caricheremo la directory contenente il nostro progetto. Una volta effettuata l'operazione, all'interno di public_html vedremo tutti i nostri file e le nostre cartelle.



Apportare delle modifiche a qualche file è facile e veloce grazie alla semplice interfaccia cPanel: al suo interno è presente un editor per il codice con il quale è sufficiente effettuare i cambiamenti e salvare il file per avere subito la modifica desiderata.

Un'altra operazione da attuare è la creazione degli account email associati al dominio. Sempre partendo dalla home del cPanel abbiamo una sezione dedicata alla posta, cliccando su email accounts possiamo creare tutti gli account che vogliamo e verificarne il traffico con la webmail.

Questi sono solo alcuni dei numerosi servizi disponibili, ho spiegato solo i principali, i restanti sono tutte miglione che si possono compiere per perfezionare il sito.

Preferences	▼
Il tuo sito con 1 click!	▼
Posta	▼
Files	▼
Logs	▼
CloudFlare - Supercharge your website	▼
Security	▼
Domains	▼
Databases	▼
Software e servizi	▼
Advanced	▼
Softaculous Apps Installer	▼

Elenco servizi cPanel

4. Conclusione e Sviluppi Futuri

In conclusione la realizzazione del sito è stata abbastanza complicata soprattutto per me che mi affacciavo per la prima volta ad un lavoro del genere. Prendere confidenza con Magento, capire tutte le sue potenzialità, progettare l'e-commerce sotto istruzioni di una terza persona sono risultate operazioni complesse. Sono soddisfatto del risultato finale, ottenuto in tempi ristretti, modificare il codice già esistente è stato molto arduo: è sempre difficile capire cosa pensano le altre persone, soprattutto se il codice non è adeguatamente commentato. La scelta dell'host è stata critica, ne serviva uno in grado di garantire una gran quantità di servizi ma che allo stesso tempo non fosse troppo costoso. Quello che si cerca in un e-commerce di successo è di mantenere al minimo la complessità delle operazioni per i potenziali clienti, garantire la fluidità del sito, dare un'impressione affidabile e di assicurare la sicurezza nelle transazioni e nell'uso di dati personali. Un punto fondamentale per far conoscere un nuovo sito è la pubblicità che può essere integrata grazie all'ausilio dei social network, primo tra tutti Facebook, attraverso promozioni, sconti o offerte speciali, ma soprattutto è necessario far risaltare il sito nei motori di ricerca. Senza un servizio opportuno di indicizzazione e ottimizzazione SEO, il sito resterà ai più sconosciuto rendendo praticamente nulla la sua attività. In definitiva progettare e realizzare un e-commerce richiede abilità nelle scelte strutturali, conoscenza dei linguaggi di programmazione PHP, HTML5, CSS3 capacità di immedesimazione nei panni del cliente per capire cosa è utile e come semplificare al massimo la navigazione.

Il sito ha diversi margini di sviluppo per il futuro, basti pensare che attualmente sono presenti solo due macro categorie di prodotti, ma con il tempo si potrà ampliarlo e aggiungere nuove tipologie di articoli per renderlo appetibile a una maggiore varietà di visitatori. Se avrà molto successo in termini di numero di visite giornaliere o se la quantità di prodotti disponibili dovesse superare una certa soglia, sarà doveroso trasferire il sito da un server semidedicato ad uno dedicato, in modo da non compromettere l'integrità e le funzioni per cui è stato realizzato. Attualmente non dovrebbe presentarsi questo problema ma se si dovesse scegliere di aggiungere altre varietà di oggetti potrebbe risultare necessario.

Un altro settore da sviluppare per il futuro potrebbe essere l'e-commerce per mobile. Al momento è presente una versione del sito per i sistemi operativi Android

e IOS con le stesse funzionalità del sito, ma la continua evoluzione del mondo mobile potrebbe diventare necessario lo sviluppo e l'aggiornamento di alcune caratteristiche.

Sitografia

- Sito web – Wikipedia, 2015,
http://it.wikipedia.org/wiki/Sito_web
- E-commerce – Wikipedia, 2015,
http://it.wikipedia.org/wiki/Commercio_elettronico
- Samsung Galaxy S5 e Paypal: i pagamenti si fanno con l'impronta digitale – Focus, 2014,
<http://www.focus.it/tecnologia/tecno-prodotti/samsung-galaxy-s5-e-paypal-i-pagamenti-si-fanno-con-l-impronta-digitale>
- Magento – Wikipedia, 2015,
<http://it.wikipedia.org/wiki/Magento>
- Differenze Magento Community e Enterprise – Internetsm, 2014,
<http://www.internetsm.com/news/versioni-magento-le-differenze-magento-community-edition-magento-enterprise-edition>
- Magento Connect – Magentocommerce, 2015,
<http://www.magentocommerce.com/magento-connect/>
- Tema Gala Eva – Galathemes, 2015,
<http://galathemes.com/magento-themes/gala-eva.html>
- Meta Tag – Wikipedia, 2015,
http://it.wikipedia.org/wiki/Meta_tag
- Tipi di Prodotti – HTML, 2010,
<http://www.html.it/pag/19030/tipi-di-prodotti/>
- CSS – Wikipedia, 2015,
<http://it.wikipedia.org/wiki/CSS>
- Hosting – Wikipedia, 2015,
<http://it.wikipedia.org/wiki/Hosting>
- Hosting Magento: qual è il migliore? – Webhostingmagazine, 2014,
<http://www.webhostingmagazine.it/hosting-magento/>

- Hosting Professionale Semidedicato – Netsons, 2015,
<https://www.netsons.com/hosting-semidedicato.php>
- Ottimizzazione – Wikipedia, 2015,
[http://it.wikipedia.org/wiki/Ottimizzazione_\(motori_di_ricerca\)](http://it.wikipedia.org/wiki/Ottimizzazione_(motori_di_ricerca))