

# Najlepsze praktyki

## Spis treści

- [Najlepsze praktyki](#)
  - [Patrze w przyszło](#)
  - [Projektowanie w Photoshop](#)
  - [Uyteczno](#)
  - [Optymalizacja obrazów](#)
  - [Najwanijsze wskazówki SEO](#)

## Najlepsze praktyki

Istnieje kilka kroków, które mona podj, od projektowania motywu w programie PrestaShop do optymalizacji kodu dla wyszukiwarek, które zostay okrelone jako konieczne do rozwoju tematu. Postępuj zgodnie z tymi praktykami mona zbudowa lepszy motyw.

### Patrze w przyszło

Przed otwarciem Photoshop, GIMP lub innego edytora graficznego, naley usi przy biurku z piórem i arkuszem papieru i pomysle o mapie strony/hierarchi dla swojego sklepu, dziki czemu bdzie on tak elastyczny jak to tylko mozliwe (nie wszystkie sklepy maj tak sam ilosc kategorii lub produktów w kadej kategorii)

Kompletny temat PrestaShop wymaga co najmniej 30 stron i stron sekcji.

- Strona główna
- Strona kategorii
- Strona produktu
- Strona porównywarki produktów
- Strona wyników wyszukiwania
- "Moje Konto" i jego wewnętrzne strony:
  - Moje kupony
  - Historia zamówie
  - Informacje osobiste
- "Mój koszyk"
- Strona uwierzytelniena
- Utworzenie konta
- Strony zamówienia:
  - Lista adresów Addresses list
  - Koszty wysyki
  - Wybór patności Payment choice (czek, przelew bankowy)
  - Zakup na jednej stronie
- Stworzenie adresu
- Strona dostawy
- Strona konserwacji
- Lista producentów i jedna strona producenta
- Lista dostawców i strona jednego dostawcy
- Strona 404 ("Strony nie znaleziono")
- Strona "Najczciej kupowane"
- Strona "Nowe produkty"
- Strona "Aktualne promocje"
- Strona "Zapomniaem chasa"
- Nota prawna
- Mapa strony
- Strona sklepów
- Formularz kontaktowy

We te wszystkie sekcje i strony pod uwag, tak aby o adnym z nich nie zapomnie. Nie uwgldniajz jednej ze stron, moe spowodowa, e temat bdzie niekompletny, a wic bdzie to ze dowiadczenie dla twoich klientów.

W rzeczywistości, upewnij się, że te 30 plików zostało dodanych. Aby uzyskać lepszy sens strony, należy wziąć pod uwagę i zignorować domyślny temat, który zlokalizowany jest w folderze /themes/default. Nie ma więcej niż 60 plików szablonów, nie wspominając już o CSS, JavaScript i plikach graficznych wraz z wersją mobilną (w folderze /themes/default/mobile) który ma swój własny zestaw 58 plików szablonów, wraz z własnym CSS, JavaScript i plikami graficznymi.

Kiedy czujesz się dobrze w hierarchii swojego sklepu i obowiązkowych plików szablonów, zrób kilka szkiców interfejsu, aby zorientować się gdzie zostaną umieszczone różne elementy: Nowe produkty, promocje, obrazy, tekst, etc.). Ponadto zawieraj one ważne dane, takie jak wzmianki na stronie produktu: w sprzedaży, promocji nowego produktu, obniżone ceny...)

Oczywiście to tylko ogólne wskazówki; niektórzy profesjonalisci wol zrobić to bezpośrednio w PrestaShop, a następnie przejść do PHP/Smarty, HTML, CSS

## Projektowanie w Photoshop

Rzadko jesteśmy sami podczas tworzenia tematu: Niezależnie czy robimy to z kolegą, lub klientem jest wiele sytuacji, kiedy będziesz musiał się dzielić swoim projektem z innymi ludźmi. Dlatego będzie im łatwiej pracować jeśli będzie miało niestandardowo.

Jedną z pierwszych rzeczy do zrobienia jest dostarczenie prac w przestrzeni kolorów RGB w 72 dpi. i zapewnienie niepasującego pliku (chyba, że jest to dla klienta kocowego, w takim przypadku, należy podać pasujący plik, chyba, że wyrażenie zapłaty za nie spaszczoną wersję)

Ogólnie rzecz biorąc, nigdy nie należy spaszczania projektu, chyba że masz pewność, że nie będzie chcieli edytować go ponownie.

Przy budowie motywu PrestaShop, należy pracować z 980px szerokości w zależności od zastosowania, wraz z

- Jeden folder Photoshop dla wszystkich warstw tekstowych, dzięki czemu deweloperzy mogą łatwo uzyskać dostęp do projektu.
- Jeden folder Photoshop na projektowany blok (nowe produkty, najlepiej sprzedające, etc.).

## Przestrze kolorów

Zawsze polega na RGB. Nigdy nie używa CMYK, który jest przeznaczony do druku.

## Jednostki

Podczas projektowania strony, jednostką bazową jest piksel. Nie należy mierzyć w picach, punktach lub centymetrach.

## Czcionka

Nie używaj nietypowych czcionek! Tekst powinien być czytelny w każdej chwili!

Standardowy tekst (tytuł, podtytuł, zwykły tekst) powinny być ograniczone do następujących czcionek, w celu upewnienia się, że wszyscy odwiedzający mogą zobaczyć to samo:

- Arial
- Verdana
- Helvetica
- Georgia
- Tahoma

Sprowadzi liczbę czcionek do minimum, z obawy przed tym aby strona nie była myląca i nieczytelna.

Oczywiście można użyć dowolnej czcionki jakiej chcesz, kiedy projektujesz grafik. takie jak obraz nagłówka, albo pokaz slajdów.

## Rozmiar czcionki

Nigdy nie zapominaj, że użytkownik ma decydujący głos w sprawie rozmiaru tekstu, od kiedy w nowych przeglądarkach, można zwiększyć, lub zmniejszyć go za pomocą naciśnięcia jednego klawisza klawiatury

W rzeczywistości, należy przetestować swoją stronę z różnymi odmianami przeglądarek, zauważyć jak łatwo można zepsuć swój projekt i dlatego przerób go w celu uniknięcia takiego atego pkania.

Można zacząć od garści podstawowych rozmiarów tekstowych:

- Tytuł: 18px.
- Mniejsze tytuły: 14px.
- Regularny tekst: 10 to 12px.

## Przezroczystości

Przejrzyste ilustracje nie działają dobrze na starszych przeglądarkach, zwłaszcza w Internet Explorer, więc należy trzymać się z dala od 24-bitów PNG. W przypadku obrazów GIF z przezroczystości należy użyć w ciągu zwykłego tła, aby upewnić się, że działa poprawnie. Unikaj 50% krycia przy użyciu tego samego matowego koloru jako koloru tła.

## Różne

- Przetestuj swój temat ze wszystkimi aktywnymi opcjami PrestaShop, aby zobaczyć jak reaguje temat.
- Edytuj produkt, aby zobaczyć jak różne opcje wpływają na projekt (promocja, nowy produkt, itp...)... jeśli w ogóle.
- Upewnij się, że masz jednolity styl dla swojego sklepu.

## Użyteczność

Nie będziemy się zagłębiać w skomplikowane teorie interakcji człowiek - komputer, ale raczej będziemy się starać upewnić, że sklep jest dostępny jak to możliwe dla jak największej liczby potencjalnych klientów.. Ostatecznym celem powinno być posiadanie zadowolonych klientów, którzy będą gwiazdami zakupów.

Za każdym razem gdy użytkownik natrafia na problem użyteczności, witryna traci zaufanie. Ostatecznie jeśli zaufanie osiągnie najniższy punkt, przychodzi frustracja i użytkownik opuszcza stronę, bez kupowania oczywiście czegokolwiek. Takie jest znaczenie użyteczności w świecie e-commerce.

Kiedy projektujesz swój motyw sklepu, należy pamiętać o tym, że jego misją (oprócz oczywiście sprzedaży towarów) jest pokazanie odwiedzającym, że witryna jest zarządzana przez powołanych i kompetentnych ludzi.

## Strona główna

To jest **najważniejsza** strona twojego sklepu, która "zaskoczy albo nie". Jest to strona na której użytkownik otrzyma ogólną opinię o twoim sklepie i zdecyduje, czy ma zaufać Tobie swoimi pieniędzmi.

Powinno być pewno, że twój sklep jest łatwo rozpoznawalny, i twój katalog będzie pierwszą rzeczą, którą ludzie widzą.

Nagłówek strony jest miejscem, gdzie możesz umieścić najbardziej rozpoznawalne szczegóły: Logo, nazwa, unikalne obrazy...nie powinny być wyżej niż 250px, tak aby twoi goście mogli obejrzeć twój katalog bez uciekania się do przewijania strony w dół. Innymi słowami główna treść nie powinna być niższa niż zakładka (dowiedz się więcej o zakładce na stronie Wikipedia: [http://en.wikipedia.org/wiki/Above\\_the\\_fold](http://en.wikipedia.org/wiki/Above_the_fold)).

Wizualny aspekt twojej strony jest oczywiście bardzo wany (std nasza sekcja "Mylenie o przyszoci jest powyzej"): Musisz znale sposób aby umieci swoje produkty z przodu przewijania strony. Ponadto naley uy jednorodne kolory i ukad w obrbie strony i midzy stronami. Na przykad, jeli przycisk ma wpyw na efekt strony, to upewnij si e zastosowae ten efekt na wszystkich innych stronach tej witryny.

Wyszukiwarka musi by atwa do znalezienia. Odwiedzajcy czsto wiedz po co przychodz, i nie chc przeglada kategorie i pod kategorie w poszukiwaniu tego po co przyszli.

Mimo to, podczas budowania zawartoci witryny, naley, pomyle o uytkowniku, który przeszukuje kategorie, i zrobi je proste i intuicyjne.

Mona wzmacni poziom zaufania poprzez wywietlanie loga lub wzmianki o swoich partnerach (banków, przewoników), oraz o ocen od znanych instytucji e-commerce, takich jak FIA-NET we Francji

Wywietlaj swoje dane kontaktowe takie jak, numer telefonu albo system chatu.jeli jest dostpny. To pokae ci które s prawdziwe, a które mog stanowi ogromn różnicę. Oczywiście nie uywaj swojego prywatnego numeru telefonu, musz czu, e dzwoni do zespou wsparcia firmy i nie przeszkadzaj Tobie w gotowaniu.

Wywietl wyranie warunki zwrotu towaru, swoje ogólne OWU oraz inne obowizujce przepisy prawa które respektujesz.

### **Strona produktu**

Odwiedzajcy zmierzaja tylko do strony produktu jeli s zainteresowani tym co on mówi, to chc więcej szczegóów. Dlatego nie powinno by ich duo.

Zrób jasny i widoczny przycisk "Dodaj do koszyka". Musi si odrónia od reszty ukadu zarówno swoim rozmiarem jak i kolorem - lecz naley zachowa jednorodny wygląd: Jeli przycisk za bardzo różni si od ogólnego projektu, odwiedzjcy mog go atwo przeoczy, w taki sam sposób ludzie ucz si nie dostrzega reklam w internecie.

Upewnij si, e wywietlaj si wszystkie potrzebne etykiety: "Nowy produkt", "Promocje", "Voucher", itp. Ponadto nie zapomnij doda opónie dostawy.

### **Tunel konwersji: "Moje konto" i strony pokrewne**

Tunel konwersji to miejsce gdzie twoi gocie staja si klientami (std uycie "konwersji" albo czasami "transformacji"). Jesli te strony s le zaprojektowane albo le zbudowane, moe to oznacza, strat wielu potencjalnych klientów, i dlatego wszystkie zlecenia byby wykonane na twojej stronie. Aby dowiedzie si więcej na temat tunelu konwersji przeczytaj stron Wikipedii: [http://en.wikipedia.org/wiki/Conversion\\_funnel](http://en.wikipedia.org/wiki/Conversion_funnel).

### **Utworzenie konta / "Moje konto"**

Domylny temat motywu PrestaShop jest wyposaony w form rachunku, który daje dobry procent transformcji. Ale wci moe nie spenia potrzeb twojej strony. Std, kilka wskazówek, które naley przestrzega, jeli zamierzasz aktualizowa jego form.

- Skup si na podstawach, zachowaj tylko esencje. Odwiedzajcy musi sie skoncentrowa tylko na stworzeniu konta i zamówieniu. Zobacz jak to robi Amazon.
- Zredukuj liczb kroków. Uytkownik musi wiedzie ile kroków wci musi przejç aby rzeczywicie zfinalizowa zakup.
- Wyranie wywietl bdy uytkownika tu obok pola formularza. Bdy musz wywietla sie odrbnym kolorem (czerwony jest ulubiony), a pola obowizkowe powinny by wskazane (na przykad gwiazdk \*).

## Patnoci

Odwiedzający utworzy konto klienta, wietnie! Ale to jeszcze nie koniec, musi teraz przeje przez same zakupy.

Tak samo jak w przypadku tworzenia formularza konta:

- Zredukuj liczb kroków (adresy dostarczenia, stron patnoci).
- Wywietl bdy odrbnym kolorem.
- Strona patnoci:
  - Jeli odwiedzający uywaj karty kredytowej, ostrze ich, e bd przekierowani do bezpiecznego serwera banku. Na przykad, dodaj maa ikon kódk, wraz z wyjanieniem.
  - Jeli wybieraj patno czekiem (lub jak inn metode patnoci w trybie offline), wytumacz jasno co maj robi dalej: Kwota, adres, etc.

Wszystkie te uyteczne wskazówki, s tylko czsi caej historii, ale moga Ci przynie solidn podstaw na której budujesz swój temat, aby poprawi swój sklep.

## Optymalizacja obrazów

Wane jest aby pamita, e obrazy spowalniaj sklep, zwaszca jeli zdjcia nie s zoptymalizowane. Ten rozdzia pokazuje jak optymalizowa obrazy, ale w kocu celem optymalizacji jest zatrzymanie wanych zdj i odpuszczenie innych.

Jest tylko kilka wanych obrazów w temacie sklepu: Zdjcia produktów/miniatury, logo sklepu albo nagówku, i moe slajder strony głównej. Wikszo z reszt moe by atwo zastpiona przez inteligentne uycie CSS i HTML, zwaszca jeli nale do projektu sklepu. Zminilmalizuj liczb obrazów na stronie do minimum, to sklep bdzie si szybciej wczytywa. a potencjalny klient bdzie skony duej przegláda twoj stron.

Optymalizacja obrazu oznacza dwie rzeczy:

- Obnienie rozmiaru obrazu w celu poprawy czasu adowania.
- Upewnij si e s poprawnie indeksowane przez wyszukiwarka.

Aby poradzi sobie z rozmiarem obrazu nalej dokona zmian bezporednio w programie Photoshop: Nigdy nie uywaj wikszego obrazu ni ten który jest wywietlany w przegldarce. Uyj odpowiedniej wielkoci nie wikszej, ani nie mniejszej.

Photoshop ma specjalne narzdzie "Zachowaj na stronie", które pomagaj wykonywa kompresje i porówna format, i usuwa wikszo pozostaoi po danych.

Istniej te narzdzia online które pomagaj optymalizowa strat jakoci twojego zdjcia, wykonujc zadanie bezpiecznie i automatycznie:

- Yahoo! [Smush.it](http://www.smushit.com/ysmush.it/) jest najbardziej znany: <http://www.smushit.com/ysmush.it/>
- Kraken jest kolejny, który czasami moe da lepsze rezultaty i ma rozszerzenia Firefoxa i Chrome: <http://kraken.io/>
- Optymalizator zdj umoliwia take zmian rozmiaru pliku: <http://www.imageoptimizer.net/>

Jeli przychodzi Ci atwo uycie narzdzi wiersza polecenia mona skorzysta z tych:

- Pngnq: zmienia 24-bitowe pliki PNG na 6 do 8-bitowe, tylko przez utrzymywanie potrzebnych kolorów.  
Pobierz: <http://pngnq.sourceforge.net/>  
Przykadowy wiersz polece: `pngnq -vf -s1 image.png`
- OptiPNG: istnieje kilka metod kompresji pliku PNG w celu znalezienia najlepszego.  
Pobierz: <http://optipng.sourceforge.net/>  
Przykadowy wiersz polece: `optipng -o7 image-nq8.png`
- pngcrush: kolejne narzdzie optymalizacji PNG.  
Pobierz: <http://pmt.sourceforge.net/pngcrush/>  
Przykadowy wiersz polece: `pngcrush image.png -rem all -reduce -brute result.png`
- jpegtran: Wykonuje bez strat operacje na obrazach JPEG.  
Pobierz: <http://jpegclub.org/jpegtran/>  
Przykadowy wiersz polece: `jpegtran -copy none -optimize -perfect src.jpg dest.jpg`

## Najwaniejsze wskazówki SEO

Poprawa pozycji witryny w rankingu jest kluczem do uzyskania nowych klientów. Nie zagbimy si w tym rozdziale w SEO, istnieje kilka wskazówek do których naley dy:

- Poprawa swojego adresu URL i innych meta tagów, upewnij si e wypenione s wszystkie pola tekstowe w panelu administracyjnym, zarówno dla produktów jak i kategorii. Uyj krótkich i zwizych opisów; wypenij tytu najwaniejszymi szczegółami, aby te dane pojawiy si w adresie URL etc.
- Poprawi wywietlanie obrazu uywajc odpowiednich napisów i tytuów.
- Nie wachaj si korzysta z list HTML podczas nazywania rónych komponentow/cech produktów.
- Uyj wanych sów kilka razy w opisie produktu..
- Umie wany tekst na przodzie za pomoc <strong> i <em>.
- Optymalizacja wywietlanie strony: upewnij sie, e zaaduje si ona szybko, albo zminimalizuj rozmiar obrazu za pomoc lepszego narzdzia hostingu. .

Zobacz take bezpatny przewodnik o SEO PrestaShop: <https://www.prestashop.com/pl/white-paper-seo>