

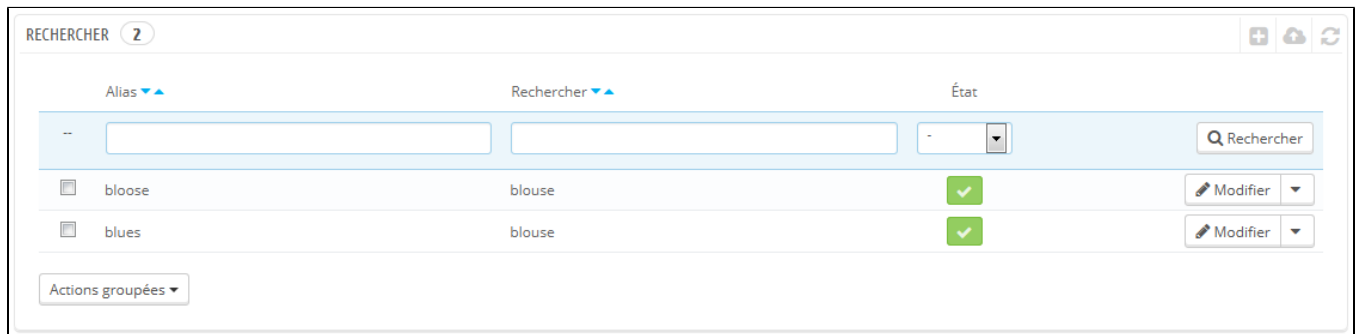
Préférences de la recherche

Préférences de la recherche

La page "Recherche" vous permet de configurer les fonctionnalités de recherche de votre boutique.

Liste d'alias

Quand vos clients lancent une requête sur le moteur de recherche interne de votre boutique, ils peuvent faire des erreurs. Si PrestaShop n'affiche pas les bons résultats, la fonctionnalité "alias" peut s'en occuper. Vous êtes ici en mesure d'enregistrer des mots contenant des erreurs de syntaxe, et de les faire pointer vers les bons produits.

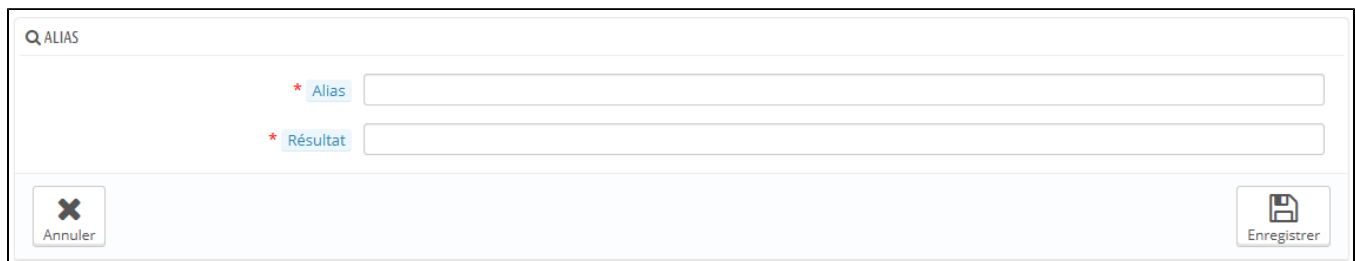


The screenshot shows the "RECHERCHER" (SEARCH) preferences page. At the top, there are three columns: "Alias", "Rechercher", and "État". Below these columns is a table with two rows of aliases. The first row shows "blouse" as the alias and "blouse" as the search term, with a green checkmark in the "État" column. The second row shows "blues" as the alias and "blouse" as the search term, also with a green checkmark. To the right of each row is a "Modifier" button. At the bottom left, there is an "Actions groupées" dropdown menu. At the top right, there are icons for adding, deleting, and refreshing the list.

Pour créer un nouvel alias utile, vous devriez d'abord trouver les erreurs de vos clients les plus courantes :

1. Rendez-vous sur l'onglet "Recherches de la boutique" de la page "Statistiques", dans le menu du même nom. Vous pouvez y découvrir les mots saisis par vos clients, dont les plus fréquentes erreurs.
2. Prenez les plus fréquentes, et ajoutez-les à votre liste d'alias, afin de les faire pointer vers les bons produits.
3. Cliquez sur le bouton "Créer" de la page de préférence "Recherche".

Le formulaire de création est très simple : indiquez l'erreur que vous voulez voir corrigée, et le mot correct qui y correspond.



The screenshot shows the "ALIAS" creation form. It has a search bar at the top with the text "ALIAS". Below the search bar are two input fields. The first field is labeled "Alias" and has a red asterisk next to it. The second field is labeled "Résultat" and also has a red asterisk next to it. At the bottom left, there is an "Annuler" button with a red 'X' icon. At the bottom right, there is an "Enregistrer" button with a floppy disk icon.

Par exemple, supposons que vos visiteurs utilisent fréquemment "letceur" ou "lecture" plutôt que "lecteur". Vous pouvez créer un alias pour chacune de ces erreurs, et leur faire correspondre "lecteur". Les alias sont en place dès qu'ils sont enregistrés.

Nous vous invitons également à consulter la section de ce guide sur les balises méta de produits et de catégories, afin de mieux comprendre comment afficher des produits en fonction des mots saisis par le client. Rendez-vous sur les chapitres "Ajouter des produits et des catégories de produits" et "Un aperçu du catalogue".

Indexation

Cette section fournit des informations sur le nombre de produits qui sont accessibles au moteur de recherche interne à votre boutique, et les compare au nombre de produits présents dans la base de données. Si les valeurs ne correspondent pas, vous devez sélectionner l'option "Ajouter à l'index les produits manquant". Seuls les nouveaux produits seront indexés.

INDEXATION

Les produits indexés ont été analysés par PrestaShop et apparaîtront dans la recherche en front-office.
Produits indexés 7 / 7.


La construction de l'index des produits peut prendre plusieurs minutes. Si votre serveur arrête le processus avant qu'il ne se termine, vous pouvez continuer l'indexation en cliquant sur "Ajouter à l'index les produits manquants".

[Ajouter à l'index les produits manquants.](#)
[Reconstruire l'index.](#)

Vous pouvez définir une tâche cron qui va reconstruire votre index en utilisant l'URL suivante <http://127.0.0.1/ps16fr/admin-dev/searchcron.php?full=1&token=4qORWK49>

Indexation OUI NON

Active l'indexation automatique des produits. Si vous activez cette fonctionnalité, les produits seront automatiquement mis à jour dans l'index de PrestaShop à chaque sauvegarde. Si en revanche elle est désactivée, vous devrez réindexer manuellement en utilisant les liens proposés un peu plus haut.

 Enregistrer

Si vous avez fait de nombreuses modifications à des produits déjà indexés, vous pourriez préférer reconstruire l'intégralité de votre index. Le processus "Reconstruire l'index" prend plus de temps, mais il est exhaustif.

PrestaShop vous donne également une adresse afin de créer une tâche cron permettant de régulièrement reconstruire votre index. Si vous ne savez pas ce que qu'est une tâche cron ou un crontab, contactez votre hébergeur.

Options de recherche

Cette section vous permet de configurer le comportement du moteur de recherche interne à votre boutique :


RECHERCHER

Recherche Ajax OUI NON

Recherche instantanée OUI NON

Taille de mot minimum


Mots à ne pas indexer

 Enregistrer

- **Recherche Ajax.** Activer cette option fait que le client obtiendra une liste de 10 résultats dès qu'il aura saisi ses premières lettres dans le moteur de recherche, affichés juste sous celui-ci.
- **Recherche instantanée.** Activer cette option fait que le client obtiendra une liste de résultats dès qu'il aura saisi ses premières lettres dans le moteur de recherche, affichés dans la colonne centrale de la boutique. Cette option est désactivée par défaut car de nombreux visiteurs ne sont pas habitués à voir le contenu entier d'une page remplacé par des résultats de recherche sans même avoir à cliquer sur un bouton. De fait, à utiliser avec précaution.
- **Taille de mot minimum.** Vous pouvez choisir le nombre de caractères minimal à partir duquel un mot est enregistré dans l'index de recherche, et donc peut être trouvé par vos clients. Cette fonctionnalité vous permet d'éliminer les mots courts de la recherche, tels que les prépositions ou les articles (le, et, de, etc.).
- **Mots à ne pas indexer.** Vous pouvez choisir les mots qui ne doivent pas être trouvables pour vos clients. Saisissez-les directement dans le champ, séparés par "|".

Poids

PrestaShop vous permet de prioriser certaines données quand une recherche est lancée sur votre boutique.


 POIDS

Le "poids" d'un mot représente son importance et sa pertinence pour le classement des produits lorsqu'un utilisateur fait une recherche.
Un mot avec un poids de 8 aura 4 fois plus d'importance qu'un mot avec un poids de 2.

C'est pourquoi nous vous conseillons de mettre plus de poids pour les mots qui apparaissent dans le nom ou la référence d'un des produits que ceux de la description. Ainsi, les résultats de la recherche seront aussi précis que possible.

Donner 0 comme poids exclura ce champ de l'index de recherche. Il est conseillé de reconstruire l'index quand vous mettez un champ à 0, ou quand vous mettez une autre valeur que le 0 en place

Poids du nom du produit	<input type="text" value="6"/>
Poids de la référence	<input type="text" value="10"/>
Poids de la description courte	<input type="text" value="1"/>
Poids de la description longue	<input type="text" value="1"/>
Poids de la catégorie	<input type="text" value="3"/>
Poids du fabricant	<input type="text" value="3"/>
Poids des mot-clés	<input type="text" value="4"/>
Poids des attributs	<input type="text" value="2"/>
Poids des caractéristiques	<input type="text" value="2"/>

 Enregistrer

Comme indiqué dans cette section, le "poids" d'un mot représente son importance et sa pertinence pour le classement des produits lorsqu'un client lance une nouvelle recherche.

Un élément disposant d'un poids égal à 8 aura 4 fois plus de valeur qu'un élément au poids égal à 2.

Par exemple, par défaut "Poids du nom du produit" est à 6, "Poids des tags" est à 4, et "Poids de la description courte" ainsi que "Poids de la description longue" sont à 1. Cela signifie qu'un produit avec "ipod" dans son nom apparaîtra plus haut dans les résultats de recherche qu'un autre produit n'ayant "ipod" que dans ses tags. De son côté, un produit n'ayant "ipod" que dans l'une de ses descriptions aura le classement le plus bas des résultats.

De nombreux facteurs peuvent ainsi se voir assigner un poids : description courte, catégorie, tags, attributs, etc. Vous vous rendrez compte que les résultats peuvent être inversés simplement en changeant le poids de certains champs. L'affinement de ces réglages sera surtout visible sur les catalogues ayant de nombreuses références.

Vos changements sont pris en compte dès qu'ils sont enregistrés.