

IBM WebSphere Commerce



Notions de base

Version 54

IBM WebSphere Commerce



Notions de base

Version 54

Important

Avant d'utiliser le présent document et le produit associé, prenez connaissance des informations générales figurant à la section «Remarques» à la page 263.

Deuxième édition – mai 2002

Réf. US : GC09-4950-01

LE PRESENT DOCUMENT EST LIVRE "EN L'ETAT". IBM DECLINE TOUTE RESPONSABILITE, EXPRESSE OU IMPLICITE, RELATIVE AUX INFORMATIONS QUI Y SONT CONTENUES, Y COMPRIS EN CE QUI CONCERNE LES GARANTIES DE QUALITE MARCHANDE OU D'ADAPTATION A VOS BESOINS. Certaines juridictions n'autorisent pas l'exclusion des garanties implicites, auquel cas l'exclusion ci-dessus ne vous sera pas applicable.

Ce document est mis à jour périodiquement. Chaque nouvelle édition inclut les mises à jour. Les informations qui y sont fournies sont susceptibles d'être modifiées avant que les produits décrits ne deviennent eux-mêmes disponibles. En outre, il peut contenir des informations ou des références concernant certains produits, logiciels ou services non annoncés dans ce pays. Cela ne signifie cependant pas qu'ils y seront annoncés.

Pour plus de détails, pour toute demande d'ordre technique, ou pour obtenir des exemplaires de documents IBM, référez-vous aux documents d'annonce disponibles dans votre pays, ou adressez-vous à votre partenaire commercial.

Vous pouvez également consulter les serveurs Internet suivants :

- <http://www.fr.ibm.com> (serveur IBM en France)
- <http://www.can.ibm.com> (serveur IBM au Canada)
- <http://www.ibm.com> (serveur IBM aux Etats-Unis)

*Compagnie IBM France
Direction Qualité
Tour Descartes
92066 Paris-La Défense Cedex 50*

© Copyright IBM France 2002. Tous droits réservés.

© Copyright International Business Machines Corporation 2000, 2002. All rights reserved.

Informations complémentaires

WebSphere Commerce est accompagné d'une documentation en ligne et papier décrivant l'ensemble de la solution e-commerce. Les informations relatives à WebSphere Commerce Studio sont incluses dans WebSphere Commerce. En outre, les logiciels fournis avec WebSphere Commerce ou WebSphere Commerce Studio proposent d'autres informations décrivant les caractéristiques et fonctions spécifiques. Cette section indique de manière succincte où trouver les informations voulues.

Pour des informations plus détaillées sur ces sources d'information, reportez-vous à la section «Aide» à la page 235.

Publications WebSphere Commerce

Vous trouverez ci-après la liste des publications WebSphere Commerce :

- *Notions de base IBM WebSphere Commerce, version 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce Programmer's Guide, Version 5.4*
- *Guide de mise en route IBM WebSphere Commerce pour Windows NT et Windows 2000, version 5.4*
- *Guide de mise en route IBM WebSphere Commerce pour AIX, version 5.4*
- *Guide de mise en route IBM WebSphere Commerce pour Linux, version 5.4*
- *Guide de mise en route IBM WebSphere Commerce pour Solaris, version 5.4*
- *Guide de mise en route IBM WebSphere Commerce for IBM eServer iSeries 400, version 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce Studio for Windows NT and Windows 2000 Installation Guide, Version 5.4*

Les publications suivantes sont disponibles au format PDF sur la page Technical Library :

Guides d'installation

- *IBM WebSphere Commerce for Windows NT and Windows 2000 Installation Guide for use with a DB2 Universal Database, Version 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce for Linux Installation Guide, Version 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce for Windows NT and Windows 2000 Installation Guide for use with an Oracle Database, Version 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce for Windows NT and Windows 2000 Additional Software Guide, Version 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce for AIX Installation Guide for use with a DB2 Universal Database, Version 5.4*

- *IBM WebSphere Commerce for AIX Installation Guide for use with an Oracle Database, Version 5.4*
 - *IBM WebSphere Commerce for AIX Additional Software Guide, Version 5.4*
 - *IBM WebSphere Commerce for Solaris Operating Environment Software Installation Guide for use with a DB2 Universal Database, Version 5.4*
 - *IBM WebSphere Commerce for Solaris Operating Environment Software Installation Guide for use with an Oracle Database, Version 5.4*
 - *IBM WebSphere Commerce for Solaris Operating Environment Software Additional Software Guide, Version 5.4*
 - *IBM WebSphere Commerce for IBM eServer iSeries 400 Installation Guide, Version 5.4*
 - *IBM WebSphere Commerce for IBM eServer iSeries 400 Additional Software Guide, Version 5.4*
 - *IBM WebSphere Commerce for Linux Additional Software Guide, Version 5.4*
- Guides de migration

- *Guide de migration d'IBM WebSphere Commerce Commerce Studio pour Windows NT et Windows 2000, version 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce for Windows NT and Windows 2000 Migration Guide, Version 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce for AIX Migration Guide, Version 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce for Solaris Operating Environment Software Migration Guide, Version 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce for IBM eServer iSeries 400 Migration Guide, Version 5.4*

Autres documents

- *IBM WebSphere Commerce Store Developer's Guide, Version 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce Access Control Guide, Version 5.4*
- *Guide d'utilisation IBM WebSphere Commerce Catalog Manager, version 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce Security Guide, Version 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce Calculation Framework Guide, Version 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce Accelerator Customization Guide, Version 5.4*

Pour obtenir des mises à jour de ces publications, consultez le site Web à l'adresse suivante :

 ibm.com/software/webservers/commerce/wcs_pro/lit.html

 ibm.com/software/webservers/commerce/wc_be/lit.html

Aide en ligne WebSphere Commerce

L'aide en ligne WebSphere Commerce est composée d'informations en ligne consultables via un navigateur Web. Des extraits de cette documentation en ligne ont également été compilés au format PDF (Portable Document Format).

L'aide en ligne est accessible avec un navigateur Web exécutable sous Internet Explorer version 5.5 ou suivante, à l'adresse ci-après :
http://nom_hôte/wchelp/, *nom_hôte* désignant le nom de votre machine WebSphere Commerce.

Windows En outre, sous Windows, l'aide est disponible à partir du menu **Démarrer**. Vous devez alors sélectionner successivement les options suivantes :
Démarrer -> **Programmes** -> **IBM WebSphere Commerce** -> **Documentation**

Aide en ligne WebSphere Commerce Studio

L'aide en ligne WebSphere Commerce Studio fait partie intégrante de l'aide en ligne de WebSphere Commerce.

Aide en ligne des logiciels fournis

Windows Le tableau ci-dessous indique comment accéder à l'aide en ligne des produits commercialisés avec WebSphere Commerce et Commerce Studio.

Produit	Chemin d'accès aux informations
WebSphere Studio	<ul style="list-style-type: none">• Guide Studio Démarrer -> Programmes -> IBM WebSphere Commerce Studio -> Studio 4.0 -> Studio Guide• Guide d'initiation Démarrer -> Programmes -> IBM WebSphere Commerce Studio -> Studio 4.0 -> Guide d'initiation
DB2 Universal Database	Démarrer -> Programmes -> IBM DB2 -> Informations -> Centre d'aide et d'information
WebSphere Application Server	Démarrer -> Programmes -> IBM WebSphere -> Application Server V4.0 -> Documentation
IBM HTTP Server	Démarrer -> Programmes -> IBM HTTP Server -> Documentation

Produit	Chemin d'accès aux informations
IBM Payment Manager	Démarrer ->WebSphere Payment Manager -> README Payment Manager

Informations complémentaires sur le Web

Vous trouverez sur le Web d'autres sources d'informations, comme indiqué dans les sections ci-après.

Assistance

Pour obtenir des informations relatives au support technique (groupes de discussion, foires aux questions, notes techniques, conseils sur la résolution d'incidents et fichiers à télécharger), accédez à la page Web : ibm.com/software/webservers/commerce/support.html.

Partenaires

De nombreux partenaires proposent des produits et services susceptibles d'optimiser WebSphere Commerce. Pour plus d'informations sur ces partenaires, rendez-vous sur le site www.ibm.com/software/webservers/commerce/community, puis cliquez sur le lien **Software Developers**.

Redbooks

Pour des informations techniques plus poussées, visitez le site Web Redbooks, à l'adresse www.ibm.com/redbooks et faites une recherche sur WebSphere Commerce.

Table des matières

Informations complémentaires	iii
Publications WebSphere Commerce	iii
Aide en ligne WebSphere Commerce	v
Aide en ligne WebSphere Commerce Studio.	v
Aide en ligne des logiciels fournis	v
Informations complémentaires sur le Web	vi
Assistance.	vi
Partenaires	vi
Redbooks	vi
Avant de commencer	xi
Conventions utilisées dans le présent manuel	xii

Partie 1. Présentation. 1

Chapitre 1. Introduction aux logiciels d'e-commerce	3
Avantages de WebSphere	4
Du marketing générant des profits	4
Commerce mondial	5
Commerce mobile	5
Vie du site	5
Pourquoi Java ?	6
Outils pour tous	6
Quels sont les avantages pour votre entreprise ?	7
Chapitre 2. Présentation de la famille WebSphere Commerce	9
Offres de produits	9
IBM WebSphere Commerce	9
Composants WebSphere Commerce	11
Outils	11
Composants requis.	13
Description des logiciels fournis avec WebSphere Commerce	16
IBM WebSphere Commerce Studio	19
Composants Commerce Studio.	19
Chapitre 3. Présentation de WebSphere Commerce Server	23
Outils	23
Sous-systèmes	23
Module d'exécution du serveur commun	26

Gestion du système	27
Service messagerie	27
WebSphere Application Server	27

Partie 2. Développement de votre magasin 29

Chapitre 4. Planification de votre site.	31
Constitution de l'équipement de développement du site	31
Evaluation des besoins	34
Conception	36
Développement du magasin	36
Gestion des données	37
Développement du catalogue	38
Tests	38
Déploiement	38

Chapitre 5. Sélection d'une configuration	39
Evolutivité	39
Clonage	40
Pondération de la charge de travail	41
Gestion des sessions	41
IBM Network Dispatcher.	41
Contenu de WebSphere Commerce Server	42
Configuration à un niveau	43
Configuration à deux niveaux	45
Configuration à trois niveaux	46
Configuration d'entreprise classique	48
Configuration multi-instances	50
Configuration du serveur de transfert	51

Chapitre 6. Création d'un magasin.	53
Qu'est-ce qu'un magasin en ligne ?	53
Modèles de magasins	53
Création d'un magasin	62
Création d'un magasin à partir d'un modèle d'archive de magasin	64
Création d'un magasin via la création d'une archive de magasin	69

Chapitre 7. Création d'un catalogue en ligne	73
Principes du catalogue en ligne	73

Données catalogue	74	Registre d'utilisateurs	120
Pages d'affichage du catalogue.	76	Optimisation de la sécurité du site	120
Relations entre données catalogue.	76	Règles de contrôle d'accès	122
Création d'un catalogue principal	77	Surveillance des performances	123
Création d'actifs de catalogue	78	Moniteur de performances.	123
Suppression des exemples de produit	83	Autres outils	124
Module Loader	83	Performances - Généralités.	125
Publication via le module Loader	84	Configuration	125
Remplissage des données dans la base à l'aide du module Loader.	84	Services de messagerie	125
Maintenance du catalogue en ligne	88	Planificateur	126
Recherche dans le catalogue.	89	Journaux de WebSphere Commerce Server.	127
Ajout d'une fonction de recherche dans le catalogue à votre site	90	IBM WebSphere Payment Manager	128
Produits configurables	90	Mise en mémoire cache dynamique.	129
		Variantes de configuration cache de WebSphere Commerce	130
Chapitre 8. Personnalisation du fonctionnement du magasin	91	Administration du service de règles.	133
Introduction	91	Maintenance des systèmes	133
Composants logiciels de WebSphere Commerce	91	Utilisation du serveur	133
Modèle d'application WebSphere Commerce	93	Maintenance de la base de données.	133
Architecture d'exécution WebSphere Commerce	98	Administration de WebSphere Application Server.	138
Récapitulatif d'une demande HTTP.	101	Administration du serveur Web	139
Composants personnalisables	103	Identification et résolution des incidents	140
Personnalisation des sous-systèmes WebSphere Commerce	104		
Chapitre 9. Déploiement de votre magasin	105	<hr/>	
Tests	105	Partie 4. Exploitation de votre vitrine	141
Serveur de transfert	106		
Configuration du serveur de transfert	108	Chapitre 11. Gestion du stock	143
Publication	109	Détermination de la méthode de gestion du stock	143
		Affectation du stock	144
<hr/>		Gestion du stock à l'aide de WebSphere Commerce Accelerator	145
Partie 3. Administration et maintenance de votre magasin et de votre site	111	Définition d'un sous-système de stock	145
		Gestion du stock	148
Chapitre 10. Gestion du site	113	Enregistrements de stock prévu	148
Gestion des accès	113	Rapports de stock.	149
Définition des entreprises, des rôles et des utilisateurs	114	Tâches du réceptionnaire	151
Entreprises	115	Réception du stock prévu	151
Définition des processus à valider	115	Rapports sur les réceptions de stock ad hoc	151
Rôles	116	Rapport des ajustements de stock	152
Utilisateurs	118	Traitement de la destination des retours	152
Sécurité	118	Tâches de l'administrateur des retours.	153
Authentification	119	Sélection de l'écoulement des produits retournés	153
		Chapitre 12. Gestion du catalogue	155

Gestion des catégories	155
Gestion des catégories	155
Gestion des produits	157
Création de produits, d'attributs et de SKU	161
Rapports de gestion des produits	162
Instructions de mise à jour des produits	163
Recherche d'un produit	163
Remises	164
Types de remises	164
Lancement de la page des remises	167
Attribution d'une remise à un produit ou à une SKU	168

Chapitre 13. Gestion des informations client 171

Informations sur l'enregistrement des clients	171
Recherche d'un client	172
Assistance clients	172
Activation de l'assistance clients	173
Gestion des commandes client	173
Recherche de commandes client	174
Modification de commandes client	174
Retours	175

Chapitre 14. Distribution 179

Distribution d'une commande	180
---------------------------------------	-----

Chapitre 15. Gestion des relations commerciales 183

Politique de gestion	183
Catalogue	184
Facturation, paiement et remboursement	184
Retours	185
Expédition	185
Habilitation client	186
Contrat par défaut	186
Comptes commerciaux	187
Définition de comptes commerciaux	187
Contrats	187
Détermination du mode de création d'un contrat	187
Création d'une entreprise, d'un compte et d'un contrat pour un client	188
Rapports de gestion des contrats	193
Rapports de gestion des comptes	193
Demandes de devis	194
Activation des demandes de devis	195
Procédure de demande de devis	195
Collaboration	198

Partie 5. Extension des fonctionnalités offertes par votre magasin 199

Chapitre 16. Marketing 201

Emplacements e-marketing	201
Elément annexe	203
Profils client	204
Gestion des profils client	205
Campagnes	206
Initiatives conditionnelles de vente suggestive	207
Initiatives conditionnelles de vente suggestive	208
Publicité de sensibilisation	209
Gestion de campagne	211
Promotions	213
Bons de réduction	213

Chapitre 17. Assistant produit 217

Fonctions de recherche évoluée	217
Détermination de la pertinence ou non des données de catalogue pour l'Assistant produit	218
Planification des ressources	219
Assistant produit et Catalog Manager	220
Statistiques de l'Assistant produit	220

Chapitre 18. Ventes aux enchères 221

Implémentation d'une vente aux enchères	222
Fonctions pour les participants à une vente aux enchères	222
Types de vente aux enchères	223
Styles de ventes aux enchères	224
Règles des ventes aux enchères	224
Définition des règles de contrôle des offres	225
Gestion des ventes aux enchères pour le site	225
Création d'une vente aux enchères	226
Recherche d'une vente aux enchères	226
Gestion des ventes aux enchères pour les clients	227

Chapitre 19. Rapports et solutions d'aide à la décision 229

Rapports WebSphere Commerce	229
Solutions d'aide à la décision	230
WebSphere Commerce Analyzer	232

Annexe. Aide	235
Aide de WebSphere Commerce	235
Informations d'installation et de configuration	235
Informations de programmation	235
Aide en ligne	235
Aide de Commerce Studio	236
Aide en ligne	236

Glossaire	237
----------------------------	------------

Remarques	263
Marques	267

Index	269
------------------------	------------

Avant de commencer

Le présent manuel, *IBM WebSphere Commerce - Notions de base*, présente WebSphere Commerce. Il contient les types d'informations suivants :

- Présentation de la gamme WebSphere Commerce : descriptions et explications
- Informations sur la planification d'un site
 - Options de configuration et concepts essentiels
 - Planification d'un magasin et concepts essentiels
- Présentation de Store Services
 - Création d'un magasin
 - Pages de magasin
 - Pages de catalogue en ligne
- Exploitation de votre catalogue en ligne
 - Création de votre catalogue en ligne
 - Utilisation du module Loader
- Présentation des tâches de personnalisation d'un magasin
 - Planification du projet
 - Evaluation des ressources nécessaires
 - Choix entre diverses méthodes permettant d'effectuer des activités semblables
- Test et déploiement de votre magasin
 - Utilisation d'un serveur de transfert
- Administration de votre site et de votre magasin
 - Présentation de la console d'administration
 - Présentation de la maintenance d'une base de données
 - Gestion de systèmes
- Exploitation de votre vitrine
 - Gestion du stock
 - Gestion du catalogue du magasin
 - Gestion des informations client
 - Distribution
 - Gestion des relations commerciales
- Extension des fonctionnalités de votre magasin
 - Campagnes

- Ventes aux enchères
- Solutions d'aide à la décision
- Glossaire

Conventions utilisées dans le présent manuel

Ce manuel contient les conventions suivantes :

Les termes WebSphere Commerce Studio et Commerce Studio sont utilisés indifféremment.

Les caractères **gras** sont utilisés pour mettre en évidence des éléments graphiques, tels que des noms de zones, de boutons ou d'options de menu.

La police *Non proportionnelle* est utilisée pour mettre en évidence les exemples de textes qui doivent être entrés exactement comme indiqué, ainsi que les chemins d'accès.

Le style *italique* est appliqué aux éléments mis en évidence et aux variables que vous pouvez remplacer par vos propres valeurs.

L'icône  indique des informations propres à Windows NT.

L'icône  indique des informations propres à Windows 2000.

L'icône  indique des informations propres à AIX.

L'icône  indique des informations propres à l'environnement d'exploitation Solaris.

L'icône  indique des informations propres au système IBM iSeries 400 (autrefois appelé AS/400).

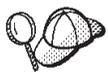
L'icône  indique des informations propres à Linux.

L'icône  indique des informations propres à WebSphere Commerce Business Edition.

L'icône  indique des informations propres à WebSphere Commerce Professional Edition.

L'icône  indique des informations propres à un site B2C.

L'icône  indique des informations propres à un site B2B.

L'icône  indique la présence d'informations complémentaires qui vous seront utiles pour effectuer une tâche.

Partie 1. Présentation

Cette partie du manuel propose une présentation des logiciels d'e-commerce et traite de certaines fonctions essentielles de WebSphere Commerce version 5.4. Vous trouverez également dans cette partie une description des fonctionnalités du produit.

Chapitre 1. Introduction aux logiciels d'e-commerce

Il y a quelques années, la plupart des sociétés souhaitait bénéficier d'un site Web décrivant leur infrastructure ainsi que les produits ou services qu'elles offraient. Les temps ont changé.

Aujourd'hui, pour rester compétitifs sur le marché mondial, les commerçants en ligne doivent proposer des services client et une prise en charge d'un niveau très supérieur. Lorsque des clients visitent un site Web d'e-commerce, ils espèrent au moins pouvoir consulter un catalogue en ligne, placer des produits dans un chariot, effectuer un achat sécurisé à l'aide de leur carte de paiement et indiquer le lieu de la livraison. Mais ils attendent plus. Les clients sont devenus des spécialistes d'Internet et leurs attentes ont évolué. Ils souhaitent effectuer leurs achats dans la langue et la devise de leur choix. Ils attendent des services personnalisés basés sur leurs centres d'intérêt parce qu'il n'ont pas le temps de consulter l'ensemble des catalogues. Ils veulent également des assistants intelligents qui remplacent les vendeurs des magasins et leur apportent des conseils utiles sur leurs achats. Ces clients voudront bientôt effectuer leurs achats à l'aide d'unités portatives.

L'évolution des possibilités des logiciels d'e-commerce ne se limite pas aux clients. Pour de nombreux commerçants, l'e-commerce, qui n'était qu'un projet expérimental, fait à présent partie intégrante de leur activité. Ainsi, de nombreux employés non spécialisés font désormais partie du processus d'e-commerce. Les responsables marketing et merchandising utilisent les logiciels d'e-commerce de façon plus perfectionnée afin de créer des campagnes marketing, cibler des produits pour des segments de clientèle spécifiques et contrôler l'efficacité de leurs campagnes.

Les processus métier ont également évolué. Les logiciels d'e-commerce sont intégrés aux systèmes logiciels existants pour que le commerçant puisse gérer une source unique d'informations client et produit. Les clients savent ainsi si un produit est disponible en stock avant d'effectuer leur achat. En outre, les commerçants sont de plus en plus souvent connectés à leurs fournisseurs. Les temps de réponses aux demandes client sont ainsi réduits.

WebSphere Commerce version 5 répond aux attentes et aux exigences accrues des clients et des commerçants. Grâce à WebSphere Commerce, vous pouvez mettre en place un site d'e-commerce dont les visiteurs deviennent acheteurs.

Avantages de WebSphere

Votre site d'e-commerce doit s'appuyer sur une plateforme puissante. Le logiciel WebSphere propose des produits qui répondent aux normes de l'industrie et qui bénéficient de niveaux de performances, de fiabilité, d'évolutivité et de sécurité élevés. Lorsque vous créez votre site d'e-commerce, ces exigences sont indispensables.

WebSphere Application Server, un serveur performant pour vos applications d'e-commerce, permet de mettre en place la plateforme WebSphere. Il prend en charge les normes logicielles de l'industrie telles que Java, Enterprise JavaBeans et JavaServer Pages, et permet des interactions puissantes avec des bases de données d'entreprise et des systèmes transactionnels.

La plateforme WebSphere inclut MQSeries, un produit middleware qui permet d'intégrer vos applications d'e-commerce aux systèmes dorsaux. Cette intégration vous permet de gérer une source unique de données et de répondre plus rapidement et plus efficacement aux demandes des clients.

La famille de logiciels WebSphere contient un ensemble d'outils permettant d'étendre les fonctions de la plateforme WebSphere. Deux produits sont particulièrement intéressants pour WebSphere Commerce: VisualAge for Java et WebSphere Studio. VisualAge for Java fournit aux programmeurs un environnement de développement Java complet et prend en charge la technologie Enterprise JavaBeans. WebSphere Studio fournit aux développeurs Web un environnement de développement HTML complet et prend en charge la technologie JavaServer.

WebSphere Commerce tire profit de la plateforme WebSphere et vous permet ainsi de mettre en place un système d'e-commerce fiable et performant. Vous pouvez alors vous concentrer sur la création d'applications uniques à valeur ajoutée pour la réussite de votre entreprise.

Du marketing générant des profits

Il y a encore peu de temps, les logiciels d'e-commerce n'étaient utilisés que par les programmeurs, les administrateurs de site et les "gourous" du Web. Les responsables marketing, eux, créent des campagnes pour la vente de produits : "1 acheté = 1 gratuit" ou "Profitez de nos promotions pour la rentrée des classes". Ils doivent communiquer avec le système d'e-commerce pour vendre des produits et WebSphere Commerce répond à leurs besoins.

WebSphere Commerce Accelerator fournit un ensemble d'outils complet pour les responsables marketing. Vous pouvez créer des profils client qui définissent les données démographiques, l'historique d'achat et d'autres attributs de vos clients. Vous pouvez utiliser des initiatives de campagne pour

cibler les publicités sur des segments de clientèle spécifiques. Un processus de "marketing en boucle fermée" vous permet de mieux connaître et servir vos clients. Vous disposez également de solutions d'aide à la décision accessibles depuis WebSphere Commerce Accelerator, de rapports sur les taux de réussite comparatifs de vos campagnes marketing ainsi que des répartitions géographiques des clients. Ces rapports fournissent un retour d'information utile pour évaluer les dernières campagnes et modifier les campagnes à venir. Tout le cycle d'une campagne marketing est ainsi couvert.

Commerce mondial

Vous ne vendez plus vos produits au seul niveau local. Vous devez donc rendre votre site d'e-commerce accessible aux clients du monde entier. Comment ? Lorsqu'un client visite votre site, il peut s'enregistrer et ainsi se présenter. Dans quel pays ou quelle région vit-il ? Quelle est la langue qu'il souhaite utiliser ? Quelle devise utilise-t-il ? Pour répondre à ce besoin, WebSphere Commerce dispose d'un support multiculturel progressif.

Les informations relatives au produit doivent s'afficher dans la langue et la devise choisies par le client. Vous devrez traduire toutes les informations écrites. Vous satisferez ainsi tous vos clients internationaux.

Vos employés pourront également travailler avec WebSphere Commerce dans la langue de leur choix.

Commerce mobile

Les interfaces WebSphere Commerce vous permettent d'accéder à vos magasins en ligne depuis des unités mobiles, telles que des téléphones cellulaires, des assistants numériques personnels (PDA) et des unités i-mode. Votre activité s'étend ainsi à un public plus vaste.

Vie du site

Lorsque votre site dispose d'une fonction Vente aux enchères, les clients reviennent le visiter. Il existe différents types de ventes aux enchères :

- A cri public : toutes les offres sont accessibles au public
- Sous pli scellé : les offres ne sont visibles que par l'administrateur de la vente
- Enchères au rabais : démarrent par une offre élevée dans l'attente qu'une personne l'accepte

Ce système vous permet d'écouler vos excédents de marchandise. En fait, les produits mis aux enchères sur Internet se vendent généralement au-dessus du prix catalogue.

Vous pouvez ajouter un assistant de ventes à votre site pour aider les clients peu familiarisés avec une catégorie de produit. Les clients possédant davantage d'informations peuvent sélectionner une série de caractéristiques à partir d'une liste. Une fois que les clients ont affiné leur sélection, ils peuvent comparer des produits similaires en confrontant leurs caractéristiques.

Pourquoi Java ?

WebSphere Commerce utilise une architecture ouverte basée sur un modèle de programmation Java permettant aux développeurs de magasin de modifier et d'ajouter des instructions pour personnaliser le comportement de leur magasin. Pourquoi utiliser Java ?

- Un code Java est plus facile à créer et à gérer qu'un code C++. Lorsque le fonctionnement du magasin est personnalisé, la productivité des développeurs de magasin augmente et leur code est plus fiable. Il est également plus aisé de trouver des programmeurs Java qualifiés que des programmeurs C++. Java est un langage orienté objet permettant aux développeurs de magasin d'écrire des applications rapidement à partir d'éléments réutilisables. En outre, les extensions Java, telles que les beans d'entreprise, constituent un langage idéal pour des applications client-serveur réparties.
- Les fichiers JavaServer Pages sont plus faciles à créer et à gérer que les macros Net.Data, et les concepteurs de pages Web disposant de notions de base sont à même de créer ou de modifier des pages de magasin. Dans les éditions précédentes, les concepteurs des pages de magasin devaient posséder des connaissances en matière de programmation Net.Data. Généralement, les concepteurs de pages Web sont qualifiés en conception graphique et non en programmation.
- Les applications Java sont plus portables que les applications C++. Vos systèmes de développement et de production n'ont donc pas besoin d'être identiques.

WebSphere Application Server prend en charge l'environnement Java. Vous devez disposer d'un serveur d'applications performant, fiable et sécurisé pour prendre en charge les fichiers JavaServer Pages, pour exécuter des servlets et pour activer des beans d'entreprise. WebSphere Application Server fournit un environnement performant pour les applications Java et constitue une base solide pour votre site Web e-commerce.

Outils pour tous

La création et le fonctionnement d'un magasin nécessitent un personnel aux qualifications variées et des outils spécialisés.

Pour le concepteur de pages Web, WebSphere Commerce Studio fournit un environnement de développement Web complet. Editez vos fichiers HTML ou JavaServer Pages à l'aide de Page Designer. Gérez vos actifs en utilisant WebSphere Studio. Publiez votre travail sur WebSphere Commerce Server et testez le résultat.

Pour le développeur de magasin, VisualAge for Java fournit un environnement de développement Java complet largement primé. Utilisez VisualAge for Java pour créer ou étendre les instructions WebSphere Commerce, Enterprise JavaBeans et les beans de données. Publiez votre travail sur WebSphere Commerce Server et testez le résultat.

Pour l'administrateur de site, WebSphere Commerce fournit des outils de contrôle des performances avec WebSphere Commerce console d'administration pour qu'aucun incident ne se produise. Vous pouvez également utiliser console d'administration pour gérer la sécurité en contrôlant l'accès des différents utilisateurs du système.

Pour le responsable Marketing, les interfaces WebSphere Commerce Accelerator permettent d'afficher, de valoriser et de vendre des produits dans le magasin en ligne, ainsi que d'analyser le comportement du client.

Pour le représentant du service clientèle, les interfaces WebSphere Commerce Accelerator permettent de gérer les commandes client, les informations client et les informations de paiement.

Quels sont les avantages pour votre entreprise ?

WebSphere Commerce version 5.4 fournit tous les outils nécessaires pour l'e-commerce. Grâce à des logiciels primés tels que DB2, WebSphere Application Server et VisualAge for Java, vous disposez d'une base performante, sécurisée et évolutive pour votre site d'e-commerce. Grâce à une architecture ouverte, vous pouvez personnaliser WebSphere Commerce pour qu'il réponde à vos besoins.

La suite de ce manuel décrit la solution WebSphere Commerce de façon plus détaillée.

Chapitre 2. Présentation de la famille WebSphere Commerce

Ce chapitre décrit la gamme de produits IBM WebSphere Commerce, répertorie les composants logiciel individuels inclus dans les offres et décrit les composants fonctionnels figurant dans le logiciel.

Offres de produits

La gamme IBM WebSphere Commerce se compose des produits suivants :

- IBM WebSphere Commerce Professional Edition
- IBM WebSphere Commerce Business Edition
- IBM WebSphere Commerce Studio Professional Developer Edition
- IBM WebSphere Commerce Studio Business Developer Edition

IBM WebSphere Commerce

IBM WebSphere Commerce version 5.4 est un ensemble complet de composants logiciels intégrés permettant de créer, de gérer et d'héberger des magasins. WebSphere Commerce est réputé pour sa fiabilité, son évolutivité et ses performances.

WebSphere Commerce est utilisé par certains des sites d'e-commerce remportant le plus de succès et attirant le plus de clients, dont le site IBM.com (www.ibm.com/shop).

La liste ci-après présente les composants logiciels de WebSphere Commerce. Pour obtenir la description détaillée de chaque composant, reportez-vous à la section «Composants WebSphere Commerce» à la page 11.

Disponibilité des plateformes

- Windows NT, Windows 2000
- AIX
- Linux
- Sun Solaris
- iSeries/400

Outils

- Store Services
- WebSphere Commerce Accelerator
- console d'administration

- Gestionnaire de configuration

Composants requis

- DB2 Universal Database Enterprise Edition, version 7.2
- ▶ 400 DB2 Universal Database for iSeries, inclus avec OS/400 for iSeries V5R1
- IBM HTTP Server version 1.3.19
- ▶ 400 IBM HTTP Server for iSeries V5R1
- WebSphere Application Server, Advanced Edition, version 4.0.2
- Blaze Advisor Rule Server de HNC Software, Inc.
- Blaze Advisor Innovator Runtime de HNC Software, Inc.
- IBM WebSphere Payment Manager, version 3.1.2
- ▶ 400 IBM WebSphere Payment Manager, version 3.1.2

Cassettes de paiement

- ▶ Windows ▶ AIX ▶ Solaris ▶ 400 Cassette SET Secure Electronic Transaction, version 3.1.2
- Cassette IBM WebSphere Payment Manager for VisaNet, version 3.1.2
- Cassette CyberCash, version 3.1.2
- Cassette BankServACH, version 3.1.2

Composants facultatifs

- IBM SecureWay Directory Server, version 3.2.1
- ▶ 400 Directory Services
- ▶ Windows ▶ AIX ▶ Solaris ▶ Linux DB2 Extension Texte, version 7.1
- Segue SilkPreview, version 1.0
- WebSphere Recommendation Engine, version 5.4
- WebSphere Commerce Analyzer, version 5.4
- Brio Broadcast Server, version 6.2
- Lotus QuickPlace, version 2.0.8
- Lotus Sametime, version 2.5

Composants WebSphere Commerce

La présente section décrit de façon détaillée les composants de WebSphere Commerce.

Outils

WebSphere Commerce offre les outils suivants :

WebSphere Commerce Accelerator

WebSphere Commerce Accelerator fournit un point central qui permet de gérer le magasin et facilite la gestion des règles métier. Ce logiciel fournit un point d'intégration des fonctions d'exploitation d'un magasin en ligne, par exemple, la gestion de magasins et de produits, la distribution, le marketing, les commandes client et le service au client.

Exploitez le potentiel de WebSphere Commerce Accelerator pour appliquer le "marketing relationnel". A l'aide de WebSphere Commerce Accelerator, mesurez l'activité de votre site Web et collectez des informations clés sur vos clients et leurs habitudes d'achat. Vous effectuez des analyses et procédez aux ajustements appropriés en fonction de celles-ci. Vous pouvez ajouter du contenu, des profils utilisateur ou des promotions, puis développer vos campagnes en conséquence.

WebSphere Commerce Accelerator permet également de créer des rapports pour vous aider dans vos prises de décision.

Store Services

Store Services fournit un emplacement central de création, personnalisation et gestion de certaines caractéristiques opérationnelles d'un magasin.

WebSphere Commerce comporte des outils de développement d'aide à la création et à la personnalisation de magasins. Il contient également des modèles de magasins dans un fichier archive de magasin. Ce fichier correspond à l'encapsulation d'un magasin et inclut les actifs de fichiers et de base de données. Les outils basés sur le navigateur permettent de personnaliser ce fichier et de répondre ainsi aux besoins du magasin. Un outil de publication convertit l'archive en magasin opérationnel sur le serveur WebSphere Commerce. D'autres outils, tels que le bloc-notes Profil du magasin, permettent de modifier certains aspects du magasin avant et après la publication.

Grâce à Store Services, vous pouvez :

- définir les informations relatives au magasin à l'aide du bloc-notes Profil du magasin,
- définir les informations relatives aux taxes et à l'expédition,
- publier votre magasin sur le serveur WebSphere Commerce.

Console d'administration

La console d'administration permet à un administrateur de site ou de magasin d'effectuer les tâches relatives à la configuration du site et du magasin. Il peut :

- gérer les utilisateurs, les entreprises, les rôles et les groupes de membres,
- gérer le contrôle des accès,
- définir les transferts et les types de message applicables au site,
- surveiller les performances du site,
- paramétrer Payment Manager,
- configurer les fonctions de consignation et de trace,
- activer et désactiver des composants WebSphere Commerce,
- planifier les travaux à exécuter pour le site,
- mettre à jour les composants de la base de registres.

Gestionnaire de configuration

Le gestionnaire de configuration établit et modifie l'infrastructure requise pour déployer et exécuter WebSphere Commerce. L'établissement de l'infrastructure implique l'acquisition d'informations relatives à l'emplacement de votre base de données, au serveur Web et à Payment Manager, ainsi que toutes les informations nécessaires à la configuration de ces applications en vue d'une utilisation avec WebSphere Commerce. Il implique également la définition des informations relatives à la configuration du poste et toute information nécessaire à l'initialisation de l'application WebSphere Commerce elle-même.

Le gestionnaire de configuration permet à l'administrateur de site d'effectuer des tâches d'administration et de configuration sans avoir à ouvrir des fichiers de configuration à la syntaxe délicate. Il peut :

- créer ou supprimer une instance WebSphere Commerce ;
- modifier les paramètres de configuration d'une instance WebSphere Commerce ;
- configurer le serveur Web ;
- configurer la base de données comme serveur de transfert ;
- entrer les paramètres pour Payment Manager.

Pour plus d'informations sur le gestionnaire de configuration, reportez-vous au guide d'installation applicable à la plateforme utilisée, ou à l'aide en ligne de WebSphere Commerce.

Composants requis

WebSphere Application Server

WebSphere Commerce inclut WebSphere Application Server. Ce serveur d'applications Web est un serveur Enterprise JavaBeans (EJB) haute performance qui met en œuvre des composants EJB pour intégrer la logique applicative. Il prend en charge de multiples plateformes, bases de données et systèmes de transactions, ainsi que les servlets, et une passerelle Java et la connectivité EJB. Pour plus d'informations sur la spécification EJB, consultez le site Java à l'adresse suivante : www.java.sun.com

Support du conteneur Web : Un conteneur Web est un composant du serveur d'applications Web qui gère les servlets. Les servlets sont des programmes Java qui s'exécutent sur un serveur Java. Ils permettent d'augmenter les capacités du serveur Web. Par exemple, vous pouvez utiliser un servlet pour créer des pages HTML dynamiques en réponse à une demande client. Un autre servlet peut gérer plusieurs connexions client, accepter les requêtes client et diffuser la réponse auprès de tous les clients intéressés.

Par le passé, les demandes côté serveur étaient souvent traitées par des programmes CGI (Common Gateway Interface). Les servlets offrent des avantages par rapport aux programmes CGI dans la mesure où ils nécessitent moins de temps système pour s'exécuter, présentent de meilleures capacités de partage et une gestion plus simple.

Un conteneur Web gère la création et la suppression des servlets, distribue le servlet approprié pour chaque URL reçue. Il spécifie les servlets qui doivent être automatiquement chargés en mémoire au démarrage et ceux qui ne doivent être chargés qu'à la première demande. Dans Commerce Studio, un servlet est chargé de la compilation de tous les fichiers JavaServer Pages permettant de générer les réponses au client.

Dans l'environnement WebSphere Commerce, les fichiers JSP, compilés sous forme de servlets, peuvent servir à afficher des pages de catégories et de produits dans votre catalogue. En outre, vous pouvez tirer parti des extensions de l'API de servlet fournies par WebSphere Application Server. Ainsi, une extension vous permet de retrouver la page ayant envoyé des visiteurs sur votre site.

DB2 Universal Database

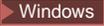
DB2 Universal Database est la base de données par défaut de WebSphere Commerce. Cette base de données permet de stocker toutes les données relatives au magasin, les produits et services du magasin, ainsi que toutes les données relatives aux clients.

    WebSphere Commerce inclut DB2

Universal Database, Enterprise Edition.    Vous pouvez également utiliser Oracle comme base de données. Cependant, ce logiciel n'est pas fourni.

 OS/400 for iSeries inclut DB2 Universal Database. Vérifiez que les correctifs (PTF) les plus récents sont également installés.

Serveur Web

    IBM HTTP Server, basé sur Apache, est le serveur Web par défaut de WebSphere Commerce. IBM a amélioré le serveur Web Apache qui comprend désormais les fonctions suivantes :

- support des connexions sécurisées SSL,
- configuration à distance,
- support SNMP,
- support LDAP,
- accélérateur de mémoire cache à réponse rapide pour la prise en charge des pages statiques HTML.

   IBM HTTP Server est le serveur Web fourni. Vous pouvez cependant utiliser les serveurs Web Domino Web Server ou Netscape iPlanet. Le serveur Web Domino et Netscape iPlanet ne sont pas fournis.

 IBM HTTP Server for OS/400 for iSeries est le serveur Web par défaut de WebSphere Commerce.

Moteur et serveur de règles Blaze Advisor

Le moteur de règles Blaze Advisor active les applications e-business individualisées par la surveillance, l'exécution et l'optimisation des performances liées aux règles de personnalisation et de gestion créées avec le générateur Blaze Advisor (Blaze Advisor Builder). Lorsqu'il est intégré au moteur de règles Blaze Advisor, le serveur de règles Blaze Advisor offre des services e-business entièrement adaptés à de multiples clients concurrents. À l'aide du serveur de règles Blaze Advisor, WebSphere Commerce traite les règles et fournit un contenu marketing personnalisé, composé de publicités et de techniques de vente suggestive. WebSphere Commerce Server intègre ce serveur. Les deux produits font partie du coffret d'installation WebSphere Commerce et sont obligatoires pour WebSphere Commerce Accelerator.

Blaze Advisor Innovator Runtime

Blaze Advisor Innovator Runtime vous permet de créer et modifier facilement les règles de gestion sans qu'une programmation soit nécessaire. Vous pouvez définir ou ajuster les critères d'évaluation, la tarification et les stratégies commerciales dynamiques, et les mettre en œuvre au fur et à mesure de la croissance de la demande du marché en e-business. Ce produit fait partie du coffret d'installation WebSphere Commerce et est obligatoire pour WebSphere Commerce Accelerator.

IBM WebSphere Payment Manager

IBM WebSphere Payment Manager (Payment Manager) est un serveur de transactions de paiement indépendant du protocole pour un commerçant en ligne. Il s'intègre aux systèmes logiciels du commerçant et offre une fonctionnalité de type caisse (enregistreuse) pour gérer le traitement des paiements.

Pour obtenir des fonctions de paiement spécifiques, vous pouvez insérer des "cassettes" dans Payment Manager. Une cassette est un composant logiciel qui interprète les messages à caractère général de Payment Manager pour délivrer des messages propres au protocole de paiement. Ces messages sont ensuite envoyés à la passerelle de paiement appropriée en prévision de leur traitement ultérieur. Chaque cassette prend en charge un système de paiement électronique spécifique et la structure peut gérer plusieurs cassettes simultanément. L'utilisation de cassettes simplifie l'implémentation, la modification et la mise à niveau de Payment Manager.

WebSphere Commerce comporte les cassettes de paiement suivantes :

MIS (Merchant Initiated SET, ou transactions SET émises par le commerçant)

Extension SET (Secure Electronic Transaction) qui permet à un commerçant d'accepter des informations de carte de paiement de la part de clients utilisant une méthode autre que SET.

Cassette CyberCash

Cassette de paiement permettant de prendre en charge CyberCash CashRegister, un service de traitement du paiement électronique fourni par CyberCash. CyberCash CashRegister permet aux commerçants d'accepter et de traiter divers types de paiements électroniques pour les biens et les services achetés sur Internet.

Si vous souhaitez utiliser CyberCash pour le traitement des paiements, vous devez installer la cassette CyberCash.

Cassette SET (Secure Electronic Transaction)

Cette cassette prend en charge les protocoles standard MIS (Merchant Initiated SET) et SET (Secure Electronic Transaction).

Si vous souhaitez utiliser les protocoles MIS ou SET pour le traitement des paiements, vous devez installer la cassette SET (Secure Electronic Transaction).

Cassette IBM WebSphere Payment Manager pour VisaNet

Cette cassette permet aux utilisateurs de Payment Manager d'envoyer leurs transactions de carte de crédit sur Internet en temps réel au système VisaNet, en vue de leur traitement. Elle permet aux commerçants d'utiliser le segment carte de crédit e-commerce de services d'autorisation et d'acquisition des données de VisaNet 6.0 (Authorization and Data Capture). Les messages d'autorisation sont formatés conformément à la spécification EIS 1080 Version 6.0. Les messages d'acquisition de données sont formatés conformément à la spécification EIS 1081 Version 6.0.

Si vous souhaitez utiliser VisaNet pour le traitement des paiements, vous devez installer la cassette VisaNet.

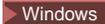
Cassette BankServACH

Cette cassette est employée avec la passerelle de paiement BankServ pour servir d'interface avec le système ACH (Automated Clearing House) utilisé par la banque centrale des Etats-Unis. Elle permet à divers organismes financiers d'effectuer des transactions en ligne par chèque électronique. La cassette BankServACH collecte les paiements pour le compte de commerçants, par un dialogue avec la passerelle de paiement BankServ. Elle expédie ensuite les données sur les transactions au système ACH en vue de leur traitement automatique quotidien.

Description des logiciels fournis avec WebSphere Commerce

Les composants logiciels inclus dans WebSphere Commerce sont décrits ci-après. Sauf indication contraire, ces logiciels sont facultatifs.

IBM SecureWay Directory

   IBM SecureWay Directory fournit un annuaire commun permettant de réduire les coûts élevés liés aux annuaires spécifiques des applications. IBM SecureWay Directory est un serveur d'annuaires LDAP multiplateforme évolutif et performant, idéal pour la sécurité et les solutions d'e-business.

 OS/400 Directory Services fournit un annuaire commun permettant de réduire les coûts élevés liés aux annuaires spécifiques des applications. Ce service d'annuaire est inclus dans OS/400 pour iSeries et n'est pas fourni avec WebSphere Commerce.

IBM WebSphere Commerce Analyzer

IBM WebSphere Commerce Analyzer est une fonction facultative de WebSphere Commerce. Une version de base d'IBM WebSphere Commerce Analyzer propre à WebSphere Commerce permet de générer des rapports spécifiquement destinés à la définition de profils client et à la surveillance

des performances de campagne. Il est impossible de personnaliser les rapports. Vous ne pouvez pas installer IBM WebSphere Commerce Analyzer sans Brio Broadcast Server. WebSphere Commerce Analyzer et Brio Broadcast Server s'exécutent sous Windows, mais peuvent être configurés pour se connecter à une base de données installée sur une autre plateforme.

Brio Broadcast Server

Brio Broadcast Server est un serveur de traitement par lots qui automatise le traitement des requêtes et la distribution des rapports. Brio Broadcast Server permet aux administrateurs d'exercer un contrôle strict sur les accès à la base de données et la diffusion des documents. Brio Broadcast Server s'exécute sous Windows, mais peut être configuré pour se connecter à une base de données installée sur une autre plateforme.

Segue SilkPreview

Segue SilkPreview simule, à l'aide d'un script, l'interaction des utilisateurs avec des applications Web et des serveurs de bases de données. Ce logiciel permet de créer des modèles réalistes simulant différents environnements métier, par exemple Internet, l'ERP (Enterprise Resource Planning) et les systèmes centraux. SilkPreview fournit également un référentiel d'informations permettant d'analyser et de fournir des résultats tout au long du développement des applications.

WebSphere Commerce Recommendation Engine

WebSphere Commerce Recommendation Engine est une application en option incluse dans WebSphere Commerce. WebSphere Commerce Recommendation Engine est basée sur LikeMinds, un puissant moteur de filtrage commun qui fournit des recommandations produit en fonction des schémas comportementaux des clients.

WebSphere Commerce Recommendation Engine regroupe des données sur les profils extraites à partir de plusieurs algorithmes permettant d'élargir les groupes de mentors. Ces groupes serviront de référence pour les prochaines recommandations produit. Les clients dont les critères correspondent au profil d'une communauté particulière se voient présenter les recommandations basées sur les préférences des autres membres de la communauté. Ce modèle de personnalisation est qualifié de *coopératif*, par opposition à d'autres modèles, car les recommandations ainsi fournies sont fonction des tendances de consommation des clients courants et tendent à évoluer dans le temps.

DB2 Extension Texte

Le développeur de sites marchands peut créer, à l'aide de DB2 Extension Texte, un dispositif de recherche applicable au magasin.

 DB2 Extension Texte est fourni avec OS/400 for iSeries V5R1. Cependant, WebSphere Commerce utilise la page de codes Unicode pour

prendre en charge les fonctions multilingues et multiculturelles, alors que DB2 Extension Texte for iSeries ne fonctionne pas avec les zones qui contiennent des données Unicode.

DB2 Extension Texte propose un moteur de recherche avancé. Grâce aux fonctions de recherche, les clients peuvent rechercher des informations contenant les éléments suivants :

- des mots spécifiques ;
- des mots se prononçant de façon semblable ;
- des mots dont l'orthographe est proche du terme recherché ;
- des synonymes du terme recherché ;
- des variantes du terme recherché ;
- des termes avec caractères génériques.

L'installation de DB2 Extension Texte est facultative.

Remarque :

WebSphere Commerce offre des options de recherche qui n'exigent pas DB2 Extension Texte. Ces options de recherche traitent les différents besoins des clients et des administrateurs. Chaque format de recherche est basé sur une *structure de recherche unifiée*. La structure de recherche est essentiellement composée d'un bean de données de recherche avec lequel chaque méthode de recherche interagit.

Les méthodes de recherche suivantes sont basées sur la structure de recherche unifiée :

Recherche dans le catalogue

La recherche dans le catalogue dote votre site de fonctions de recherche simple et avancée mises à la disposition des clients.

Assistant produit

L'assistant produit fournit des guides d'achat interactifs pour aider les clients à identifier les produits qui correspondent à leurs besoins.

WebSphere Commerce Accelerator

WebSphere Commerce Accelerator comporte des outils de recherche par produit ou par catégorie qui permettent aux utilisateurs de réaliser leurs objectifs. Il s'agit notamment de fonctions de recherche identiques à celles offertes par les bloc-notes et les assistants sur les profils client et les campagnes.

Pour plus de détails, reportez-vous à la section «Ajout d'une fonction de recherche dans le catalogue à votre site» à la page 90.

IBM WebSphere Commerce Studio

Commerce Studio fournit les outils nécessaires à la gestion et l'édition des fichiers de votre magasin, et au développement dans VisualAge for Java.

Les progiciels Commerce Studio contiennent des outils vous permettant de développer et de gérer des actifs (par exemple, des modèles JavaServer Pages) pour votre application de commerce électronique. Commerce Studio est disponible pour Windows NT et Windows 2000 ; les actifs de magasin peuvent toutefois être publiés sur tout serveur.

Commerce Studio comporte une version de WebSphere Commerce pour Windows, que vous pouvez utiliser à des fins de test. Si vous voulez ouvrir votre site en production, vous devez acheter le logiciel sous licence WebSphere Commerce.

Grâce à WebSphere Commerce et Commerce Studio, les développeurs possèdent tous les outils nécessaires à la création et au test d'un magasin. Le développeur a la possibilité d'installer tout les logiciels sur une seule machine, créant ainsi un environnement entièrement localisé. Les atouts de cette configuration sont, par exemple :

- un accès plus facile à l'environnement de test,
- des débogages plus rapides,
- un environnement de développement séparé du reste de l'équipe, si nécessaire.
- WebSphere Commerce Studio
 - Blaze Advisor Workbench version 3.1
 - Blaze Innovator Runtime version 3.1
- VisualAge for Java, Enterprise Edition, version 4.0

Composants Commerce Studio

Composants de WebSphere Studio

WebSphere Commerce Studio version 4.0 est un environnement complet d'outils permettant l'organisation et la gestion de projets de développement Web. Il peut être étendu grâce aux outils de gestion de contrôle des sources d'IBM, de Lotus et d'autres fournisseurs tiers.

Page Detailer

Permet d'analyser des pages Web et d'afficher l'identité, la taille, la source et le temps nécessaire à la livraison de chaque article sur la page.

Page Designer

Outil intégré qui vous permet de créer et gérer les pages HTML et les fichiers JSP de votre site Web. Il fournit des fonctions courantes d'édition de pages, telles que les suivantes :

- édition de page WYSIWYG,
- outils de formatage de pages à partir d'icônes,
- déplacement par glissement d'images et de liens,
- plusieurs vues de page (mode normal, source HTML, aperçu et cadre HTML source).

Page Designer inclut un support pour les servlets et les pages HTML, JSP, JavaScript et VBScript. Il comporte des éditeurs spéciaux vous permettant de créer et gérer ces éléments. Vous pouvez créer des modèles JSP ou éditer ces modèles grâce aux assistants Studio, et ajouter des données depuis d'autres beans. Vous pouvez également faire votre choix dans une bibliothèque de scripts et ajouter des fonctions dynamiques à vos pages Web sans écrire une seule ligne de code. Vous pouvez utiliser les modèles JSP pour créer des pages de magasin en déplaçant des beans spécifiques à WebSphere Commerce.

Page Designer intègre deux outils de traitement des graphiques : WebArt Designer et AnimatedGif Designer, disponibles dans le menu **Outils** de Page Designer.

- **WebArt Designer**

WebArt Designer est un outil de conception d'images entièrement intégré à Page Designer, qui facilite ainsi l'incorporation d'images dans vos fichiers. Vous pouvez vous en servir pour créer et manipuler des logos, des bannières et d'autres images utilisées dans votre site.

- **AnimatedGif Designer**

Permet de créer des fichiers image d'animation pour votre site Web. Son assistant intégré d'animation vous guide dans le processus d'animation en utilisant le concept familier d'une bande dessinée pour afficher individuellement chaque image utilisée dans l'animation. L'assistant génère également la sortie animée. Il ne vous reste plus qu'à ajouter le fichier d'animation dans une page de votre site Web.

Applet Designer

Sert à créer des applets Java. Il comprend un assistant JAR qui vous aide à créer une applet et des beans Java pouvant être manipulés dans un environnement de développement visuel.

IBM Distributed Debugger

Distributed Debugger est une application client-serveur qui vous permet de détecter et diagnostiquer les erreurs pouvant survenir dans vos programmes. Vous pouvez l'utiliser pour déboguer les applications Java

développées en dehors de IDE. WebSphere Test Environment fournit le support d'exécution serveur pour le test et le débogage des fichiers JSP et des servlets. Les fichiers JSP et les servlets qui fonctionnent de manière satisfaisante dans WebSphere Test Environment fonctionnent également de manière satisfaisante dans un environnement de production WebSphere Application Server.

Assistants JavaBean, Database et SQL

Ces assistants offrent le moyen le plus rapide d'ajouter un contenu dynamique à vos pages Web. Ils facilitent la création de pages Web dynamiques en générant des beans Java, des instructions SQL et des servlets en fonction de vos besoins.

Extensions de Commerce Studio

Commerce Studio contribue à améliorer l'environnement standard de WebSphere Studio avec ses propres extensions. Il s'agit des composants suivants :

Publication améliorée

Vous permet de publier vos actifs de magasin vers le fichier archive de magasin et vers WebSphere Commerce Server, en une seule étape.

Importation et exportation d'archive de magasin

Les actifs de présentation de magasin sont importés, édités et mis à jour dans WebSphere Studio. Une fois l'édition réalisée, vous pouvez exporter les actifs de présentation de Studio vers l'archive de magasin.

Offre intégrée Commerce Studio

Les composants suivants sont installés de manière facultative :

Macromedia Web publishing

Offert sous forme de CD d'essai valable 30 jours, Macromedia Web publishing vous permet de créer un site Web plus intéressant et plus dynamique. Avec Fireworks, vous pouvez dessiner des graphiques Web et les optimiser pour une intégration facile dans vos pages HTML. Avec Flash, vous pouvez créer des sites Web animés à base de vecteurs. Avec Director, vous pouvez développer de puissants sites Web multimédia. Avec Freehand, vous pouvez créer des illustrations pouvant être imprimées ou consultées sur le Web.

VisualAge for Java, Enterprise Edition, version 4.0

VisualAge for Java, Enterprise Edition répond aux besoins de développement pour les applications d'e-commerce. Ce programme inclut également des outils de développement et de débogage des modèles JSP. Son intégration à WebSphere Studio vous permet d'ajouter plus rapidement un contenu aux modèles JSP. Vos programmeurs et développeurs de pages Web sont ainsi plus productifs. Elle prend également en charge la technologie et les fonctions de connectivité Enterprise JavaBeans afin d'assurer l'intégration dans d'autres systèmes,

tels que CICS TS et MQSeries. L'environnement de test intégré WebSphere de VisualAge for Java, Enterprise Edition permet en outre aux développeurs d'exécuter des fonctions WebSphere Commerce sans qu'il soit nécessaire de quitter VisualAge for Java. Vous pouvez donc tester votre code sans le déployer vers un serveur WebSphere Commerce. Pour plus d'informations, reportez-vous au document *IBM WebSphere Commerce Programmer's Guide, Version 5.4* ou au Chapitre 8, «Personnalisation du fonctionnement du magasin» à la page 91 du présent document.

Chapitre 3. Présentation de WebSphere Commerce Server

WebSphere Commerce comprend un serveur de commerce fondé sur Java pour le contrôle du flux d'informations dans le système WebSphere Commerce. Le diagramme suivant représente les composants de WebSphere Commerce Server :



Outils

WebSphere Commerce Accelerator

Composant utilisable avec le navigateur pour exploiter et gérer en ligne les magasins que vous avez créés. Les tâches sont basées sur le contrôle d'accès et les niveaux de droits d'accès.

Store Services

Composant fonctionnant sur navigateur et permettant de créer un magasin pleinement opérationnel à partir d'un modèle de magasin fourni avec WebSphere Commerce.

console d'administration

Composant utilisable avec le navigateur pour effectuer les opérations d'administration complètes au niveau du site ou du magasin.

Sous-systèmes

Membres

Le sous-système Membres est un composant de WebSphere Commerce Server qui contient les données des participants au système WebSphere Commerce. Un membre correspond à un utilisateur, à un groupe d'utilisateurs (groupe de membres) ou à une entité d'entreprise (qui peut être une entreprise, par exemple IBM, ou un service au sein de celle-ci, telle que le service Commerce électronique). La logique applicative du sous-système Membres permet

l'enregistrement des membres et offre des services de gestion des profils. Il existe d'autres services étroitement liés au sous-système Membres, notamment le contrôle d'accès, l'authentification et la gestion des sessions.

Le sous-système Membres permet aux utilisateurs et aux membres des entités d'entreprise de recevoir des rôles en fonction des activités auxquelles ils ont choisi de participer. L'affectation de rôle est du ressort de l'administrateur (par exemple, de l'administrateur de site). L'administrateur de site est en lui-même un rôle. C'est lui qui accorde aux utilisateurs les droits d'accès au système. Une fois le rôle affecté au membre, le composant de contrôle d'accès autorise celui-ci à participer aux activités associées au rôle. Par exemple, une entreprise peut être acheteuse et/ou vendeuse. Un utilisateur peut également recevoir plusieurs rôles.

Le sous-système Membres permet également de créer des groupes de membres, c'est-à-dire des groupes d'utilisateurs classés en catégories pour des raisons métier. Ces regroupements peuvent être employés à des fins de contrôle d'accès, d'acceptation et de marketing (par exemple, pour le calcul des remises, des prix et pour l'affichage des produits).

Les fonctions suivantes sont associées au sous-système Membres :

- informations d'enregistrement,
- gestion des profils,
- contrôle d'accès ou autorisation,
- sécurité, authentification et gestion des sessions.

Pour plus d'informations sur le sous-système Membres, reportez-vous à l'aide en ligne de WebSphere Commerce.

Catalogue

Le sous-système Catalogue offre une navigation en ligne dans le catalogue, des fonctions de marchandisage, d'articles retenus et des fonctions de recherche. Il comprend toute la logique et toutes les données relatives à un catalogue, à savoir les catégories, les produits et leurs attributs, les articles et toute association ou relation entre ces éléments. Il interagit avec les sous-systèmes membres et commandes pour permettre d'obtenir des informations sur les modèles d'affichage et sur la tarification. Ses fonctions sont les suivantes :

Regroupements

Un regroupement générique permet de catégoriser différents produits. Le propriétaire d'un groupe de catalogue n'est pas nécessairement propriétaire de la totalité des entrées de catalogue à l'intérieur du groupe. Les propriétaires peuvent

ainsi définir les catégories de produits proposées, tandis que d'autres fournisseurs peuvent ajouter leurs propres produits au groupe de catalogue.

Entrée de catalogue

Une ou plusieurs entrées de catalogue peuvent appartenir à un groupe de catalogue. Un ensemble de types d'objet de base est fourni afin de représenter des produits, des articles référencés par SKU, des lots et des offres groupées dans une entrée de catalogue.

Associations de merchandising

Permettent de créer une association entre deux objets de catalogue. On parle alors de ventes croisées, de ventes amont et de promotions.

Support multiculturel

La conception du catalogue prend en compte la nécessité de prendre en charge les caractéristiques multiculturelles telles que l'affichage de produit et le format de devise en fonction de l'environnement local.

Transactions

Le sous-système Transactions de WebSphere Commerce fournit la logique, les fonctions et les données permettant à un acheteur et à une entreprise vendeuse de négocier le prix et la quantité d'un produit (ou d'un ensemble de produits). Dans la version Professional Edition, le sous-système Transactions comprend les ventes aux enchères. Dans la version Business Edition, il comprend les ventes aux enchères, les contrats et les composants RFQ (demandes de devis).

Commandes

Le sous-système commandes est un composant de WebSphere Commerce Server qui fournit la prise en charge des chariots, du traitement des commandes et de la fonction de gestion des commandes. Des services associés, tels que la tarification, la taxation, le paiement, le stock et la distribution font également partie du sous-système commandes.

Les capacités de traitement des commandes incluent l'achat ou la vente rapide, les commandes planifiées, les commandes multiples en attente, la répétition de commandes, la division de commandes et les commandes en amont.

Marketing

Le sous-système marketing est un composant de WebSphere Commerce Server qui fournit de nombreux concepts marketing à votre site. Les composants du sous-système marketing offrent des

fonctionnalités permettant de créer des campagnes incluant des recommandations de produit, des publicités, ainsi que des bons électroniques, des remises, des profils client et de la collaboration.

Stock Le sous-système Stock permet la gestion des stocks en temps réel. Les composants du sous-système stock permettent d'enregistrer les articles reçus des fournisseurs et les retours clients, d'ajuster les quantités stockées, de déterminer la destination des retours clients, et d'effectuer les opérations d'entrée-sortie de stock.

Module d'exécution du serveur commun

Le module d'exécution du serveur commun fournit le cadre dans lequel sont déployées et exécutées les applications commerciales. Il comprend un modèle de programmation, un modèle de processus, le traitement des exceptions, le contrôle des transactions, l'accès aux données et le modèle de persistance. Le module d'exécution du serveur commun complète les services d'exécution fournis par WebSphere Application Server supportant les applications WebSphere Commerce Server. Il tire parti des nombreuses fonctions disponibles dans WebSphere Application Server :

- Les fichiers JSP (JavaServer Pages) offrent un script de page Web dynamique orienté serveur qui permet de séparer la logique de présentation de la logique applicative. WebSphere Commerce fournit un ensemble de beans de données évolutif permettant d'afficher des informations dynamiques, par exemple sur les utilisateurs, le catalogue et les commandes. Grâce à l'outil de conception de page WebSphere Studio, un développeur de magasin peut inclure des beans dans un fichier JSP. Les fichiers JSP sont compilés dans des servlets, puis restitués pour que les données dynamiques soient affichées lors de l'exécution.
- WebSphere Commerce utilise une structure d'entité pour bean d'entreprise. Les développeurs peuvent accéder aux données du système, les objets données par exemple, sans être directement liés au schéma de la base de données sous-jacente. Le module d'exécution du serveur commun fournit un ensemble de beans d'entité pour le schéma de base. Les développeurs d'applications peuvent personnaliser la logique applicative et modifier les objets entité en développant le schéma de base et en réaffectant les objets entité par l'intermédiaire de l'outil de mappage de beans d'entreprise VisualAge for Java.
- Tous les processus de WebSphere Commerce Server et du planificateur sont intégrés aux processus WebSphere Application Server et gérés par la console administrateur de WebSphere Application Server. Par défaut, chaque processus de WebSphere Commerce Server est configuré en tant qu'instance WebSphere Application Server qui mappe vers un processus Java unique, multitâche, exécutant des fichiers JSP, des servlets et des beans d'entreprise. Plusieurs processus de WebSphere Commerce Server peuvent

être clonés avec plusieurs instances WebSphere Application Server à des fins d'équilibrage de charge et d'amélioration de la disponibilité.

Gestion du système

Les composants de gestion de système de WebSphere Commerce assurent la fiabilité, la disponibilité et la fonctionnalité du système. WebSphere Commerce consigne les messages dans le but d'avertir les administrateurs des situations anormales pouvant survenir dans le système. Les données de diagnostic permettent à l'administrateur de déterminer la cause des erreurs et de résoudre l'incident.

En outre, IBM HTTP Server, WebSphere Application Server et DB2 Universal Database offrent des outils de gestion de système pour la configuration, le contrôle et l'optimisation.

Service messagerie

Le service messagerie envoie des messages en provenance de WebSphere Commerce, destinés à des utilisateurs et à des systèmes. Il fournit une interface de programme d'application (API) commune pour différents modes de notification, tels que le courrier électronique de diffusion aux commerçants et clients et la notification de commande via un serveur SMTP (Simple Mail Transfer Protocol). Le service messagerie assure également la communication asynchrone des messages via MQSeries (qui peut être commandé séparément). Pour plus d'informations, reportez-vous au «Services de messagerie» à la page 125.

WebSphere Application Server

Pour plus d'informations sur WebSphere Application Server, reportez-vous à la section «WebSphere Application Server» à la page 13.

Partie 2. Développement de votre magasin

WebSphere Commerce version 5.4 est une suite complète de logiciels intégrés qui permettent aux développeurs de magasins de construire, de faire évoluer, d'héberger et de gérer des magasins en vue de commercialiser des produits et services sur le Web. Cette section du manuel traite des informations nécessaires dans le cadre du développement d'un magasin.

Elle commence par les processus applicables à la planification d'un site : familiarisation de l'utilisateur avec les rôles WebSphere Commerce et les configurations envisageables, puis questions stratégiques préalables à la création de votre magasin.

Elle décrit ensuite la création d'un magasin et d'un catalogue en ligne, en présentant un modèle de magasin, les activités liées à la création de votre magasin et les données se rapportant à votre catalogue en ligne.

Vous verrez également comment personnaliser un magasin, en vous appuyant sur des informations indiquant comment votre équipe de développement peut personnaliser et optimiser une solution standard.

L'étape suivante consiste à tester et déployer votre magasin.

Chapitre 4. Planification de votre site

Cette section décrit un cycle de développement WebSphere Commerce classique. Ce cycle comprend généralement les phases suivantes :

- constitution de l'équipement de développement du site,
- évaluation des besoins,
- conception,
- développement du magasin,
- développement du catalogue,
- tests,
- déploiement.

Constitution de l'équipement de développement du site

L'utilisation d'un logiciel e-commerce pour mettre une activité en ligne modifie de manière significative le mode de fonctionnement d'un magasin de détail. L'automatisation remplace certains rôles propres au magasin de détail, tels que caissier. Dans une opération e-commerce, certains rôles clé peuvent être ajoutés (par exemple, administrateur de site).

Souvent, un rôle propre au magasin de détail n'est pas facilement transposable à une activité en ligne, l'agent de vente, par exemple. Il n'y a aucun rôle équivalent dans une solution e-commerce. Certaines obligations de l'agent de vente doivent être prises en compte lors de la conception du magasin : faire en sorte que le client se sente le bienvenu, fournir des informations relatives aux produits, proposer d'autres articles et contacter le client après son achat. D'autres obligations devant être prises en compte pour la bonne conception d'un magasin en ligne impliquent la collecte d'informations auprès des clients enregistrés et le suivi de l'historique de leurs achats. Ces informations sont ensuite utilisées pour mieux déterminer les besoins ultérieurs d'un client et formuler de meilleures suggestions concernant des achats ultérieurs. Pour créer et mettre à jour un site e-commerce évolué, vous devez répartir les rôles entre diverses personnes.

Que ce soit pour personnaliser le modèle de magasin en vue de créer votre propre magasin ou pour développer un nouveau magasin, vous devez généralement disposer d'une équipe pour créer un magasin. Le nombre de membres de cette équipe est fonction de la taille et de l'environnement du magasin ou du site créé. Quoi qu'il en soit, l'équipe doit comporter des membres remplissant les rôles suivants :

- concepteur de pages Web

- développeur de magasin
- développeur de base de données
- administrateur de site
- administrateur de magasin
- vendeur
- responsable marketing
- responsable produit.

WebSphere Commerce utilise plusieurs rôles standard propres au magasin de détail, fusionne les autres, puis ajoute des rôles requis pour l'e-commerce pour créer une solution e-commerce complète pour votre site. Si nécessaire, l'administrateur de site peut créer de nouveaux rôles dans la console d'administration de WebSphere Commerce. Cette section décrit les connaissances et l'expérience nécessaires pour assurer chacun de ces rôles. En fonction de la taille de votre activité, ces rôles peuvent être assumés par quelques personnes ou par une grande équipe.

Vendeur

Le vendeur s'occupe de la partie commerciale des opérations de magasin. Ce rôle suppose une parfaite connaissance de l'ensemble de l'activité. Le vendeur est responsable du personnel et travaille avec d'autres personnes pour déterminer l'image du magasin, le profil du client et les caractéristiques des marchandises. Il supervise la gestion, la rentabilité et les objectifs globaux du magasin.

Responsable marketing

Le responsable marketing est chargé de communiquer la stratégie commerciale et les messages commerciaux aux clients. Il observe, analyse et interprète le comportement du client. En outre, il crée et modifie les profils client pour une vente ciblée, crée et gère les campagnes et les promotions. Les campagnes peuvent être planifiées par une équipe comprenant le vendeur, le responsable marketing et le responsable produit. Le responsable marketing ou le responsable produit projette les ventes pour un événement publicitaire et analyse son efficacité.

Responsable produit

Le responsable produit doit comprendre la stratégie commerciale et la façon dont les clients du magasin effectuent leurs achats. Il est chargé de déterminer la meilleure façon de présenter, de facturer et de vendre des produits dans le magasin en ligne. Il effectue, en outre, un suivi des achats client et détermine les remises, les ventes aux enchères et les techniques de vente suggestive.

Cette personne supervise également la gestion du catalogue, qui inclut la création et la gestion des catalogues de produits en ligne, les principes de fixation de prix associés, des catégories de produits et des conseils sur les

produits. Le responsable merchandising est généralement un expert du domaine du produit, qui connaît très bien la ligne de produits et les relations entre les divers produits.

Administrateur de site

L'administrateur de site installe, configure et gère WebSphere Commerce, ainsi que les logiciels et les matériels associés. Il réagit aux avertissements, alertes et erreurs provenant du système ; il effectue un diagnostic et résout les incidents système. Il contrôle les accès et les droits (en créant et affectant des membres appropriés), administre le site Web, suit les performances et gère les tâches de répartition de la charge. Il peut être chargé de l'établissement et de la gestion de différentes configurations serveur à différents niveaux de développement : test, transfert et production. Il s'occupe également des sauvegardes système critiques et résout les problèmes de performances.

Il peut créer et publier un magasin.

Ce poste nécessite des connaissances sur le matériel, les systèmes d'exploitation et une maîtrise de l'architecture et des opérations WebSphere Commerce.

Gestionnaire de magasin

Le gestionnaire de magasin gère les actifs du magasin et assure la mise à jour et la publication des informations relatives aux taxes, à l'expédition et au magasin. Le gestionnaire de magasin (généralement le responsable de l'équipe de développement de magasin) est la seule personne de l'équipe autorisée à publier une archive de magasin (l'administrateur de site dispose également de ce droit). En général, le gestionnaire de magasin est initié au Web et dispose de connaissances approfondies sur les procédures commerciales.

Développeur de magasin

Les développeurs de magasin créent des fichiers JavaServer Pages et tous les codes personnalisés nécessaires. Ils peuvent modifier toutes les fonctionnalités standard de WebSphere Commerce. Les développeurs doivent avoir des connaissances de programmation en Java, en modèle de composants EJB, VisualAge pour Java, JavaScript, HTML, technologie JSP et bien connaître le modèle de programmation WebSphere Commerce.

Lorsqu'une archive du magasin a été créée, les développeurs peuvent la modifier directement ou utiliser les bloc-notes Profil du magasin, Expédition et Taxes, mais ils ne peuvent pas la publier sur le serveur WebSphere Commerce.

Développeur de base de données

Le développeur de base de données modifie et développe le schéma de la base de données WebSphere Commerce en vue de la mise en œuvre de fonctions de magasin personnalisées ou de l'intégration à des

informations d'une base de données existante. Cette personne possède généralement des compétences d'administrateur DB2 ou Oracle.

Remarque : Le rôle de développeur de base de données n'est pas défini dans WebSphere Commerce Server. Au besoin, les droits d'accès de développeur de magasin doivent être affectés aux développeurs de base de données.

Concepteur de pages Web

Les concepteurs Web créent la présentation du site. Ils travaillent avec les développeurs de magasin pour créer les pages de magasin. Ils doivent savoir manipuler les outils multimédia et posséder des compétences dans les technologies HTML, JavaScript et JSP.

Remarque : Le rôle de concepteur de pages Web n'est pas défini dans WebSphere Commerce Server. Les concepteurs de pages Web doivent disposer à la place de droits d'accès de développeur de magasin.

Evaluation des besoins

Les exigences de fonctionnement définissent les fonctions commerciales offertes par le système et le flux de pages Web. Vous déterminez vos besoins en identifiant clairement vos besoins commerciaux pour le site et les objectifs que vous souhaitez atteindre. Examinez, par exemple, des points comme vos objectifs commerciaux, l'objet de votre site Web et des questions relatives à son utilisation, quels sont les utilisateurs et quelles sont leurs attentes envers votre magasin. Lorsque vous examinez vos besoins, n'oubliez pas que certaines incohérences peuvent survenir, telles que l'apparence de votre magasin réel sur votre site. Il est important de regrouper ces besoins le plus tôt possible et d'anticiper ceux qui sont prévisibles tant qu'ils peuvent facilement être résolus.

Lorsque vous avez déterminé vos besoins de fonctionnement, vous pouvez également déterminer vos besoins système ou techniques. Exemples de besoins techniques incluant les conditions d'intégration et les exigences machine.

Les questions à poser au cours de la phase d'évaluation des besoins sont, par exemple, les suivantes :

Besoins de fonctionnement

- Votre magasin vise-t-il une clientèle d'entreprises ou de particuliers ?
- Quelles langues votre magasin pourra-t-il traiter ?
- Comment allez-vous gérer plusieurs devises (le cas échéant) ?

- Quels produits et services comptez-vous vendre ? La ligne de produits sera-t-elle différente selon les groupes de clients ou les pays et régions avec lesquels vous allez traiter ?
- Si vous vendez dans plusieurs pays et régions, votre magasin va-t-il avoir un aspect différent pour le rendre plus adapté aux cultures ?
- A quoi voulez-vous que votre magasin ressemble ?
- Les graphiques existants peuvent-ils être réutilisés ? Si oui, quel est le format requis ?
- Que fait la concurrence ?
- Allez-vous demander aux clients de s'enregistrer avant qu'ils achètent des produits ?
- Allez-vous tirer parti des fonctions de personnalisation pour proposer des parcours uniques à chaque client ?
- Quel type d'informations client souhaitez-vous enregistrer (et quelle quantité) ?
- Allez-vous promouvoir les produits en fonction de comportements ou de profils client ?
- Comment les commandes vont-elles être traitées ?
- Comment allez-vous traiter les paiements ?
- Comment allez-vous appliquer les taxes ?
- Comment allez-vous appliquer les frais de port ?
- Quelle est votre stratégie en matière de service clientèle ?
- Comment les pages Web vont-elles défiler ?
- Allez-vous créer des liens vers d'autres sites ?

Besoins techniques

- Comment allez-vous déplacer des données d'un système existant vers un nouveau système ?
- Quel type de sécurité allez-vous mettre en place ?
- Quel niveau de performances exigez-vous ?
- Quel niveau de trafic client prévoyez-vous ?
- Quelle est la capacité de poste dont vous avez besoin pour contenir le nombre de clients que vous souhaitez attirer ?
- Comment allez-vous gérer et régler les serveurs pour optimiser les performances ?

Besoins d'intégration

- Allez-vous intégrer votre magasin à des systèmes technologiques existants ?

Vous aurez sans doute à répondre à de nombreuses autres questions liées à l'installation de votre magasin, selon vos besoins.

Une fois la phase de recensement des besoins terminée, votre équipe doit :

- créer un flux des achats et exploiter les cas d'utilisation liés aux besoins de fonctionnement ;
les cas d'utilisation peuvent inclure l'enregistrement des clients ou le traitement des commandes ; vous pouvez trouver des exemples de cas d'utilisation dans l'aide en ligne de WebSphere Commerce ;
- déterminer la topologie du site ; pour plus d'informations sur les options de configuration disponibles, reportez-vous au Chapitre 5, «Sélection d'une configuration» à la page 39.

Conception

La phase d'évaluation des besoins est suivie de la phase de conception, qui implique de définir l'architecture informatique, la mise en œuvre de WebSphere Commerce et la base de données.

Une fois les besoins définis, créez un prototype HTML statique de magasin, afin de bien cibler le développement sans négliger aucun besoin. Le prototype peut être créé par un concepteur Web ou multimédia, à l'aide du logiciel Page Designer intégré à WebSphere Studio. (Il est également possible de développer ce prototype en dehors de l'environnement Commerce Studio). Pour cela, utilisez ou non des cas d'utilisation.

Développement du magasin

Cette phase se concentre sur la création des fichiers propriétaires du magasin. Le développeur de magasin crée le plan du projet décrivant comment (et quand) se réalisera le projet. Le développeur de magasin est un rôle pouvant être assumé par plusieurs personnes, en fonction des compétences requises. Le plan du projet doit comprendre :

- un plan de personnel décrivant les compétences nécessaires au développeur de magasin pour concevoir les infrastructures, les codes et les pages ;
- une liste comprenant l'ensemble des fichiers JavaServer Pages, tables, EJB, beans de données et instructions devant être développés (ceci permet de connaître l'envergure du projet et les ressources requises) ;
- une liste des éléments de conception média et graphique requis ;
- un planning répertoriant les points de contrôle majeurs et les éléments à livrer ; ce planning doit inclure les tests du système en fin de procédure ;
- une description des performances et des tests de charge qui seront effectués sur le site.

Outre le développement du plan de projet, le développeur de magasin crée la page d'accueil du magasin, les pages d'affichage du catalogue en ligne et le flux des achats du magasin.

La méthode recommandée pour la création d'un magasin consiste à utiliser un modèle de magasin. La création d'un magasin est décrite au Chapitre 6, «Création d'un magasin» à la page 53.

Gestion des données

Les développeurs de la base de données se chargent des tâches liées à la gestion des données. Cela comprend les tâches suivantes, qui ont lieu sur le serveur de base de données de développement :

- Extension du schéma de la base de données (facultative, en fonction des besoins).
Ce schéma peut être développé si le magasin s'intègre à une base de données existante qui utilise un autre schéma ou si WebSphere Commerce est personnalisé.
- Migration des données existantes.
Une fois que le schéma de la base de données a été modifié (si nécessaire), les informations existantes, telles que les données client, peuvent faire l'objet d'une migration vers la base de données WebSphere Commerce. Pour migrer ces informations, le développeur de base de données écrit et exécute des scripts de base de données.
- Création d'un mécanisme pour alimenter la base de données en données (si nécessaire).
Pour les magasins WebSphere Commerce qui exploitent des applications d'entreprise existantes, il est possible de développer des mécanismes permettant de charger automatiquement les données de cette application dans le système WebSphere Commerce. Cela permet de synchroniser les données entre les deux systèmes. Le module Loader peut servir à réaliser cette opération.

Tout au long du processus de développement, le code source du magasin doit être vérifié dans un système de gestion de configuration logicielle (SCM) qui permet la gestion des fichiers.

Le développeur ayant été chargé d'assembler les fichiers propriétaires dans un magasin en fonctionnement utilise Commerce Studio pour publier le magasin sur un poste de test.

S'il travaille en dehors de l'environnement Commerce Studio, le développeur a également la possibilité d'extraire tout le code depuis le système SCM et de transférer le magasin sur le poste de test. La plateforme de ce poste peut être différente de celle des développeurs.

Une fois le magasin généré, il convient de procéder à des tests pour garantir la qualité de la génération.

Développement du catalogue

Le catalogue en ligne est conçu par différents rôles. Le responsable produit décide quels produits seront vendus dans le magasin et à quel prix. Cette phase de développement peut avoir lieu parallèlement à la phase de développement du magasin. La méthode utilisée pour créer le catalogue varie en fonction de la taille de celui-ci et de l'existence ou non de données de catalogue sous un format électronique.

Utilisez le module Loader pour créer et mettre à jour les catalogues en ligne. Grâce à ce module, un développeur de catalogue peut gérer le catalogue de produits. Un développeur de magasin peut ensuite trier les informations afin que le module Loader puisse remplir la base de données de manière adéquate. Le module Loader peut également être utilisé pour effectuer une migration des données à partir d'un magasin WebSphere Commerce existant.

Pour créer un catalogue plus élaboré, utilisez IBM WebSphere Catalog Manager.

Lorsqu'il est développé, le catalogue est publié sur un serveur de transfert (en phase de développement) ou sur un serveur de production (lorsque le développement est achevé). Pour plus d'informations, reportez-vous au Chapitre 7, «Création d'un catalogue en ligne» à la page 73.

Tests

En général, l'administrateur de site teste le magasin. Il doit procéder à des tests de fonctionnement, système, d'intégration et de charge. Des tests de conception d'affichage et d'interaction utilisateurs peuvent également être effectués. Pour plus d'informations sur les tests, reportez-vous au Chapitre 9, «Déploiement de votre magasin» à la page 105.

Déploiement

Une fois les tests terminés, l'administrateur de site met à jour le système de production. En général, deux étapes sont nécessaires : en premier lieu, la réplication de la base de données, ensuite la publication des fichiers propriétaires du magasin (HTML, GIF) sur le serveur de production. Pour plus d'informations sur la publication et le déploiement de votre magasin, reportez-vous au Chapitre 6, «Création d'un magasin» à la page 53 et au Chapitre 9, «Déploiement de votre magasin» à la page 105 ou à l'aide en ligne de WebSphere Commerce.

Chapitre 5. Sélection d'une configuration

Le présent chapitre décrit les configurations possibles de WebSphere Commerce. Votre activité utilisera un grand nombre d'options de configuration, mais certaines options seront plus adaptées à votre activité que d'autres. Les configurations sont conçues de la même manière. Le réel problème de configuration concerne le nombre de machines dont vous avez besoin pour faire fonctionner votre activité et la meilleure configuration ou topologie de ces machines.

Ce chapitre présente les informations suivantes :

- Options de configuration exploitant les capacités de votre système
- Descriptions des différentes configurations
- Exemples de configurations
- Utilisateur de la configuration
- Avantages et inconvénients
- Extensions possibles

Remarques :

1. Dans une configuration où le serveur Web, WebSphere Commerce Server, et le serveur de base de données se trouvent sur des postes physiques différents, ils doivent tous utiliser le même système d'exploitation.
2. Dans une configuration où vous disposez de plusieurs serveurs Web, ceux-ci doivent tous être du même type (par exemple, des serveurs HTTP IBM ou Netscape iPlanet).
3. Dans une configuration où vous utilisez WebSphere Commerce Analyzer ou WebSphere Catalog Manager, il est recommandé de les installer sur des systèmes dédiés, afin de libérer des ressources sur votre WebSphere Commerce Server.

Lorsque vous êtes prêt pour la sélection d'une configuration, reportez-vous au document *WebSphere Commerce, Capacity Planning Guide*, disponible à partir de la page Bibliothèque technique. Ce guide contient des instructions pas à pas pour vous aider à sélectionner la topologie adaptée à votre site.

Evolutivité

Votre configuration doit permettre au système de gérer une charge client supérieure à celle fournie par une configuration de base. D'une manière idéale, vous devriez pouvoir gérer n'importe quelle charge en ajoutant simplement le nombre approprié de serveurs ou de postes.

Clonage

Le clonage est un processus de création de plusieurs copies d'un objet conservant la même configuration, un serveur d'applications, par exemple. Pour effectuer le clonage, prenez le serveur que vous avez défini et créez un modèle à partir de la définition de ce serveur. Lorsque vous avez créé un modèle, vous pouvez créer des clones de ce serveur. Vous pouvez améliorer les performances de votre serveur lorsque ces serveurs clonés s'exécutent.

Les avantages du clonage sont les suivants :

- gestion simplifiée du système (utilisez les clones pour créer et mettre à jour rapidement des copies identiques de la configuration d'un serveur) ;
- répartition organisée de la charge de travail pour différents mécanismes fournis par WebSphere Application Server ;
- disponibilité et fiabilité améliorées (lorsqu'une machine virtuelle Java est occupée, les autres machines virtuelles Java peuvent traiter les requêtes client). En outre, en cas de défaillance d'un serveur ou de son immobilisation à des fins de maintenance, vous disposez toujours de machines virtuelles Java exécutées sur les serveurs clonés) ;
- évolutivité améliorée (par l'augmentation de la puissance de l'UC sur le poste).

Dans un scénario classique, un administrateur de site peut créer un modèle de serveur d'applications, intégrer les objets nécessaires au fonctionnement de l'application cible et affiner les propriétés de ces objets. Lorsque l'application peut être déployée, l'administrateur de site crée et lance un certain nombre de clones qui commencent à exécuter l'application.

Cloner un serveur d'applications sur un seul poste physique permet d'augmenter son débit grâce à la notion d'"évolutivité verticale". Le *clonage vertical* fournit un mécanisme simple permettant de créer plusieurs processus Java Virtual Machine pouvant utiliser toute la puissance de traitement possible. Le clonage peut également être utilisé pour prendre en charge le concept d'"évolutivité horizontale", dans lequel plusieurs processus sont répartis entre plusieurs machines physiques. Le *clonage horizontal* permet d'augmenter le débit et de disposer d'une fonction de secours, pour une meilleure disponibilité.

Pondération de la charge de travail

Grâce à la pondération de la charge de travail, chaque poste ou serveur traite une part égale de la charge totale traitée par le système. Bien qu'une répartition équitable ne soit pas nécessaire, vous devez éviter qu'une charge importante soit affectée à un poste alors qu'un autre poste n'est pas utilisé. Si vos postes ont une puissance égale, chaque poste doit traiter sa part de la charge. Si les postes sont de puissance différente, chaque poste doit traiter une charge proportionnelle à sa puissance.

Gestion des sessions

La gestion des sessions consiste à gérer et à enregistrer les informations concernant les sessions sur le serveur ou dans des bases de données. A moins que vous ne disposiez que d'un seul serveur d'applications ou que votre application soit sans état, la mise à jour de l'état de la session entre les requêtes clients HTTP est facteur de détermination de votre topologie lors de l'examen de la pondération de la charge de travail. Une application sans état est un serveur qui traite les requêtes uniquement à partir d'informations fournies par la requête elle-même. Le traitement de la requête par différents serveurs n'a donc aucune importance.

Pour plus d'informations, reportez-vous au document *WebSphere Scalability: WLM and Clustering Using WebSphere Application Server Advanced Edition*, disponible à l'adresse Web suivante : www.ibm.com/redbooks

IBM Network Dispatcher

IBM Network Dispatcher est un produit fourni en complément de WebSphere Commerce et pouvant être commandé séparément. Il accepte les paquets d'appels entrants, tels que les paquets HTTP ou SSL provenant des clients et les redirige vers des serveurs Web faisant partie d'un cluster de Network Dispatcher. Ce processus est transparent pour l'autre client Web. Chaque client Web semble communiquer directement avec un serveur Web, alors qu'en fait Network Dispatcher intercepte et dirige ces requêtes.

Network Dispatcher permet de faire évoluer les serveurs Web et d'équilibrer la charge dans le cluster en répartissant les requêtes entrantes émanant des clients entre chaque serveur. Il permet également de mettre en place une fonction de secours en désignant les serveurs disponibles ou saturés et en répartissent les requêtes uniquement entre les serveurs disponibles. Bien que Network Dispatcher fonctionne normalement sur une machine dédiée, deux machines dédiées peuvent être utilisée pour exécuter le logiciel. Ainsi, si Network Dispatcher échoue sur un poste, l'autre poste prend immédiatement le relais.

Par défaut, Network Dispatcher répartit les requêtes client entre les serveurs disponibles de manière séquentielle et cyclique ; chaque serveur du cluster reçoit la requête suivante en retour. Cependant, il peut être personnalisé pour permettre à l'administrateur de site de contrôler la manière dont les requêtes seront réparties. Exemples de personnalisation de Network Dispatcher :

- Spécification d'un pourcentage de charge par poste
- Ajustement dynamique de la charge par serveur en fonction du nombre de requêtes
- Routage régulier d'un client ou d'un groupe de clients particulier vers un serveur spécifique pour réduire les besoins de coordination d'actions de plusieurs serveurs s'ils traitent tous les requêtes au nom du même client.

Pour intégrer Network Dispatcher dans une configuration, reportez-vous à la section «Configuration d'entreprise classique» à la page 48.

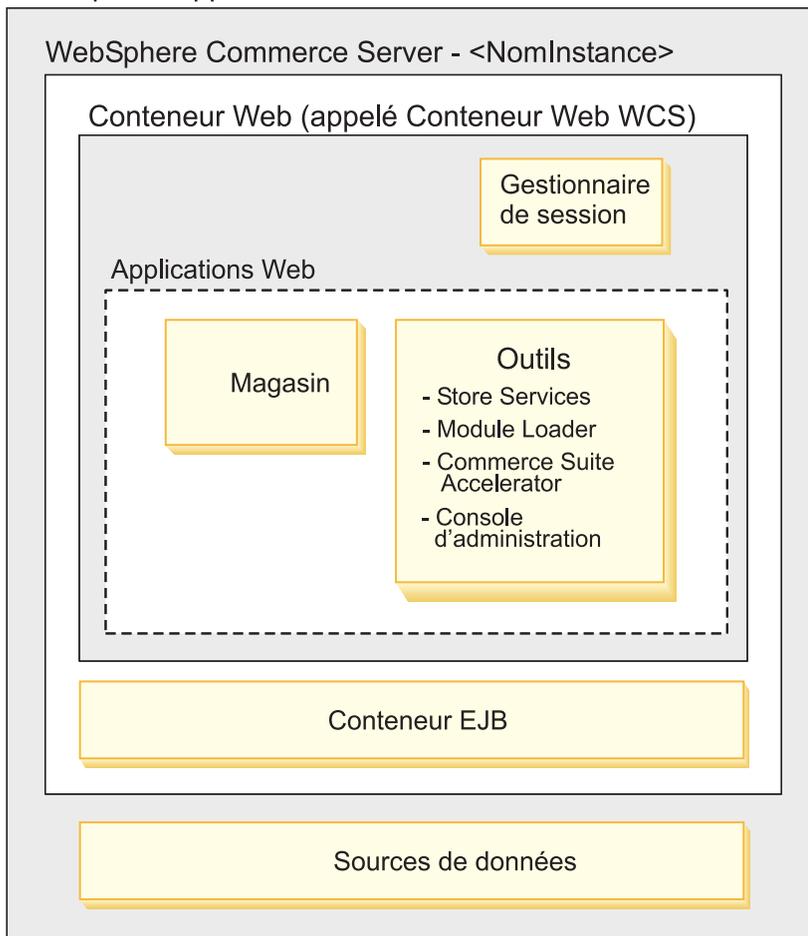
Network Dispatcher fait désormais partie du produit IBM WebSphere Edge Server. Pour plus d'informations, reportez-vous à l'adresse Web suivante : www.ibm.com/software/webservers/edgeserver/

Contenu de WebSphere Commerce Server

WebSphere Commerce Server fonctionne comme un serveur d'applications. Il présente toutes les fonctionnalités WebSphere Commerce d'un conteneur Web et EJB. Le conteneur Web dispose de trois applications Web indiquant la logique applicative et la logique d'affichage : magasins, outils serveur et services magasin. Le conteneur EJB fournit un code EJB permettant d'accéder à la base de données. WebSphere Application Server offre tous les supports d'exécution permettant d'activer WebSphere Commerce Server.

Le diagramme suivant présente le contenu de WebSphere Commerce Server.

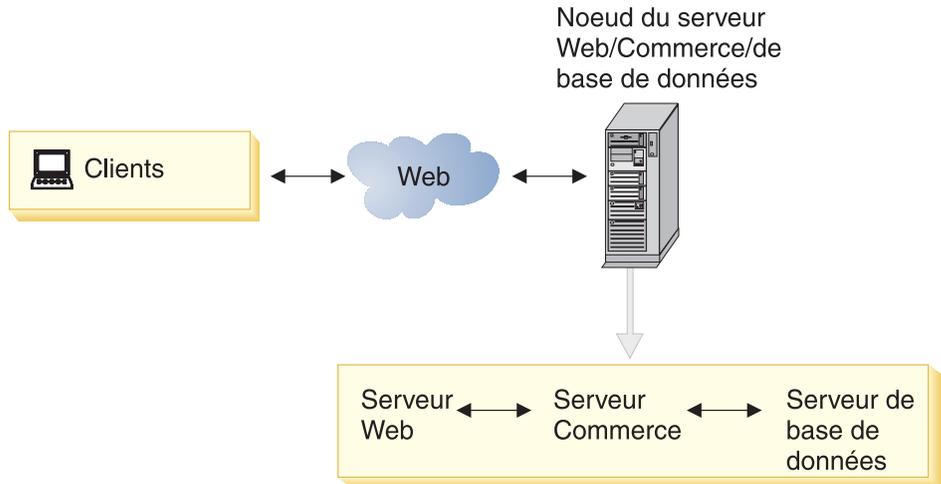
WebSphere Application Server



Configuration à un niveau

Dans une configuration à un niveau, le niveau se compose de nœuds comprenant un serveur Web, un serveur WebSphere Commerce et un serveur de base de données. Il s'agit de la configuration la plus simple, recommandée pour des sites Web de petite taille ou à des fins de développement.

Le diagramme suivant représente cette configuration.



Un magasin de petite taille présentant des volumes de transactions peu élevés peut recourir à une configuration à un niveau. Cette configuration s'avère en outre particulièrement utile dans un environnement de développement puisqu'elle permet aux développeurs de magasin de disposer d'un environnement de développement autonome.

Avantages

- Installation et mise à jour simplifiées
- Faibles coûts matériels associés

Inconvénients

- Configuration peu adaptée aux environnements de production devant être performants
- Vous ne pouvez pas mettre en œuvre de pare-feu supplémentaire.
- Ressources système partagées à la fois par le serveur d'applications et la base de données
- Point de défaillance unique

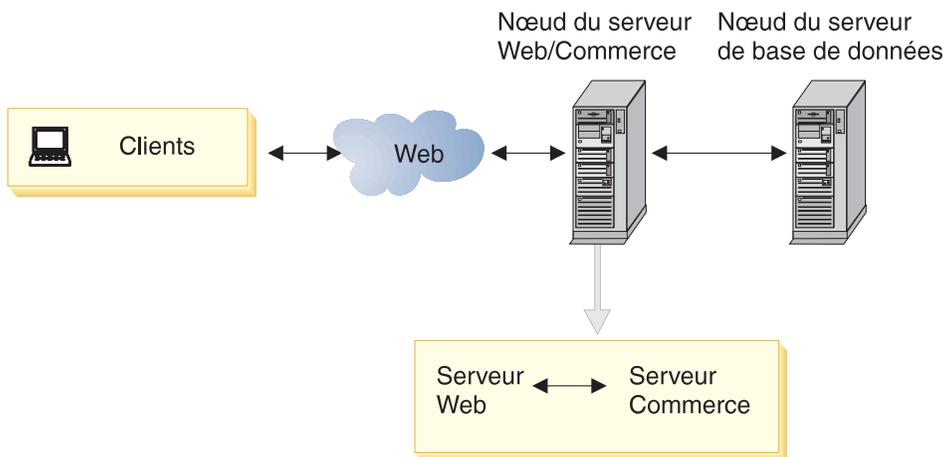
Remarque : Lorsque les volumes de transactions augmentent, vous devez mettre en place une configuration à deux ou trois niveaux pour améliorer les performances.

Vous pouvez utiliser une configuration à deux niveaux et ajouter plusieurs serveurs ou clones.

Configuration à deux niveaux

Dans une configuration à deux niveaux, le serveur Web et le serveur WebSphere Commerce forment le premier niveau et la base de données, le second niveau. La configuration avec base de données séparée fait appel à plusieurs serveurs.

Cet exemple est un exemple type d'un site Web de petite taille où tous les processus du serveur WebSphere Commerce et du serveur HTTP sont hébergés sur un nœud.



Un magasin de taille moyenne ou de grande taille ayant des volumes de transactions élevés peut recourir à une configuration à 2 niveaux. Cette configuration peut faire partie d'une stratégie de disponibilité ou être utilisée pour l'équilibrage de la charge. Elle est également utilisée par des sites utilisant une stratégie Web superflue et des systèmes de fonctions de secours de bases de données.

Avantages

- Performances supérieures à une configuration à un niveau
- Permet une adaptation séparée des serveurs Web et de base de données pour plus de performances
- Une configuration distincte des bases de données confère plus d'évolutivité et d'efficacité.
- Permet l'installation d'un pare-feu avant la base de données.

Inconvénients

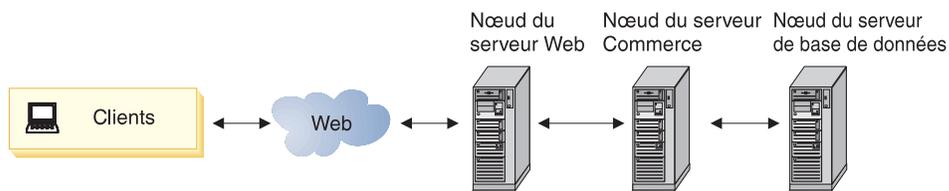
- Evolutivité limitée : lorsque le serveur Web et le serveur WebSphere Commerce sont sur le même poste, ils ne peuvent pas évoluer ou être gérés séparément.
- Sécurité : lorsque le serveur Web et le serveur WebSphere Commerce sont sur le même poste, vous ne pouvez pas insérer un niveau de sécurité supplémentaire entre ces deux serveurs.

Lorsque la charge du site Web augmente, vous pouvez utiliser une configuration à plusieurs serveurs Web ou mettre en place une configuration à trois niveaux.

Une configuration à plusieurs serveurs Web est formée de nœuds comprenant plusieurs serveurs Web et WebSphere Commerce, utilisant une base de données unique commune. Dans une configuration à une instance, chaque serveur Web et WebSphere Commerce s'exécute pour le même magasin et accède aux fichiers propriétaires du magasin à partir d'un système de fichiers commun partagé. Vous pouvez utiliser une solution de répartition de charge, telle que Network Dispatcher, pour répartir le trafic entre les nœuds des serveurs Web et de WebSphere Commerce Server.

Configuration à trois niveaux

Dans une configuration à trois niveaux, le serveur Web forme le premier niveau, le serveur WebSphere Commerce le second niveau et la base de données, le troisième niveau. La différence entre une configuration à deux niveaux et une configuration à trois niveaux est la séparation existant entre les nœuds du serveur Web et du serveur WebSphere Commerce. Cette configuration est recommandée pour des sites Web de grande taille, lorsqu'une zone démilitarisée (DMZ) est requise.



Elle est préconisée pour les magasins de grande taille ayant des volumes de transactions importants qui souhaitent avoir une activité et des performances poussées et installer des dispositifs de sécurité supplémentaires.

Avantages

- Sécurité renforcée : installez un pare-feu supplémentaire entre les serveurs Web et les serveurs WebSphere Commerce et créez une zone démilitarisée (DMZ) permettant aux utilisateurs Internet d'accéder à toutes les informations concernant les sites, mais interdisant tout accès non autorisé aux serveurs d'applications.
- Evolutivité améliorée : les serveurs Web et WebSphere Commerce peuvent être ajoutés de façon indépendante.

Inconvénients

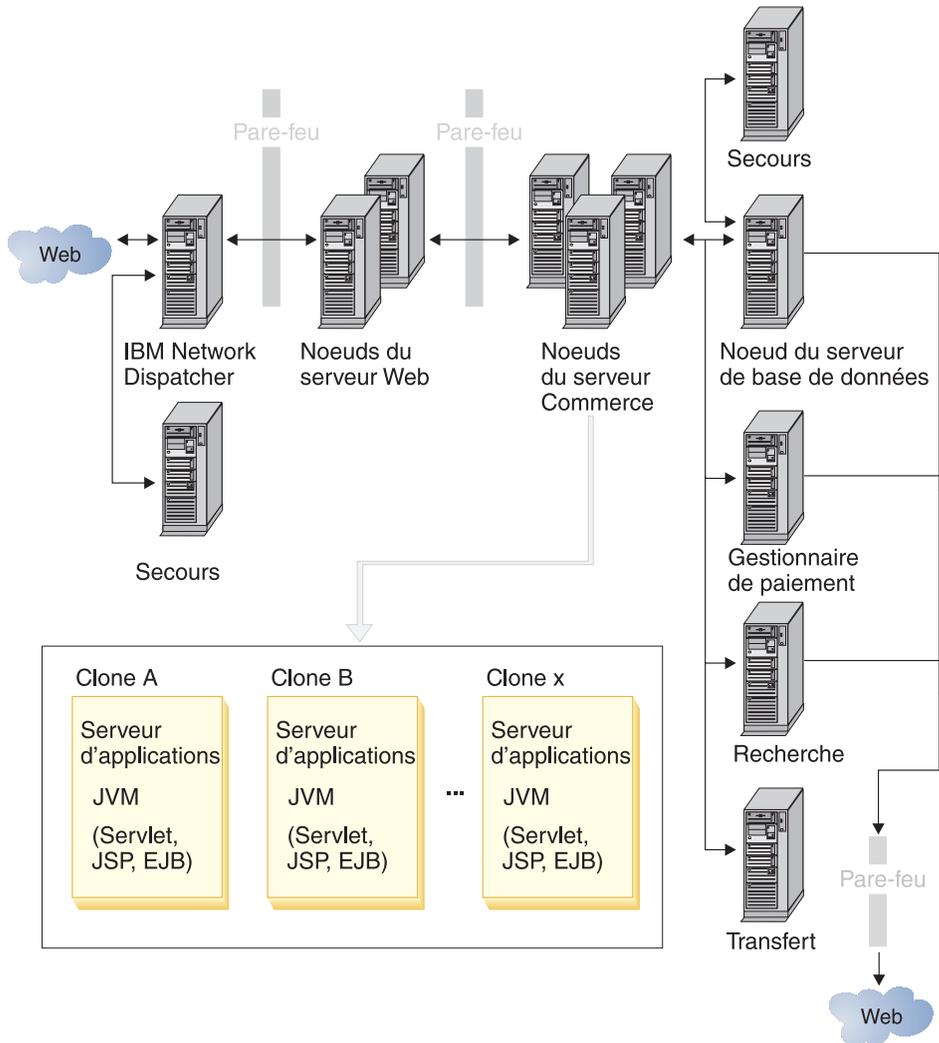
- Coût du matériel supplémentaire

Les possibilités d'extension avec une configuration à trois niveaux sont presque illimitées. Vous pouvez ajouter Network Dispatcher, des clusters de serveurs Web et des clones horizontaux ou verticaux. Vous pouvez également configurer deux conteneurs de bases de données avec différentes sources de données, par une connexion au serveur de transactions et au serveur de journalisation. Cette configuration décharge les activités de journalisation (telles que la journalisation du trafic utilisateur) du serveur de transactions principal. Elle libère de la mémoire pour les transactions de commandes et l'exploration du catalogue.

La "configuration d'entreprise classique" suivante est une configuration à trois niveaux étendue.

Configuration d'entreprise classique

La section suivante décrit une configuration d'entreprise classique et illustre la configuration à trois niveaux décrite dans la section précédente.



La configuration d'entreprise est une configuration à trois niveaux (nœuds de serveur Web séparé, serveur WebSphere Commerce et nœuds base de données) avec plusieurs extensions.

Puisque les processus du serveur Web et du serveur WebSphere Commerce sont séparés physiquement, vous pouvez placer des pare-feu avant le serveur Web et avant le serveur WebSphere Commerce. La zone démilitarisée (DMZ) se trouve entre les deux pare-feu. La configuration DMZ permet aux

utilisateurs Internet d'accéder à toutes les informations concernant les sites, mais interdit tout accès non autorisé aux serveurs internes qui peuvent contenir des informations privées ou sensibles.

Il existe pour cette configuration deux exemples de deux postes dédiés fonctionnant en coopération pour exécuter le logiciel. Si un poste tombe en panne, l'autre poste prend immédiatement le relais. Des exemples sont le répartiteur réseau et le serveur de secours, et le serveur de base de données et le serveur de secours.

Cette configuration tente de réduire les points de défaillance. En d'autres termes, la plupart des postes sont protégés par une fonction de secours ou de redondance. Si un poste tombe en panne, le système doit continuer à fonctionner avec les postes restants.

Pour réduire les coûts de configuration matérielle, le serveur de base de données en attente peut également être la base de données de recherche. Dans ce cas, la base de données commerciale et la base de données de recherche sont configurées pour servir mutuellement de poste de secours.

Pour créer une fonction de secours pour une base de données, vous pouvez répliquer les données ou utiliser un disque partagé pour la base de données. Nous vous recommandons d'utiliser un disque partagé. En général, le serveur de base de données pour lequel vous créez une fonction de secours (c'est-à-dire le serveur physique) est configuré à l'aide de HACMP (AIX), Sun Clustering (Solaris Operating Environment) ou Windows Cluster Services (Windows 2000). Ces produits permettent de créer une fonction de secours vers un serveur de secours en cas d'incident irrécupérable (perte de connexion réseau, par exemple). Pour que le serveur de secours puisse reprendre son fonctionnement en tant que serveur de base de données pour WebSphere Commerce, il est nécessaire que la base de données soit accessible à la boîte de secours et que le sous-système de disques soit partagé entre les deux serveurs. Le logiciel de secours doit être configuré pour mettre ce sous-système de disques hors ligne et envoyer une notification au gestionnaire de base de données.

Evolutivité

Le serveur WebSphere Commerce présente une évolutivité horizontale et verticale. L'évolutivité horizontale permet d'augmenter le débit en répartissant les processus d'une machine virtuelle Java sur plusieurs machines physiques. L'évolutivité verticale permet de créer plusieurs processus de machine virtuelle Java sur une même machine.

Pondération de la charge de travail

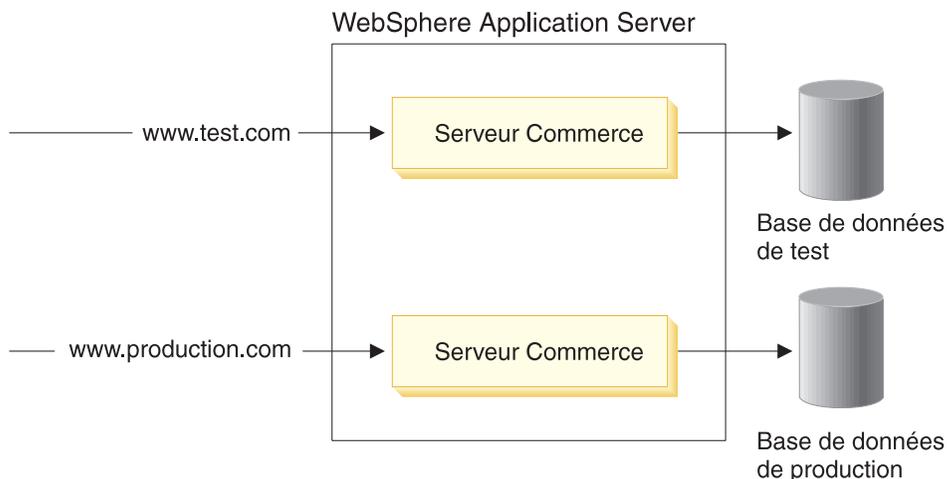
Le répartiteur réseau répartit les requêtes entrantes entre deux serveurs Web. Les clones permettent d'augmenter le débit et d'améliorer les performances du serveur WebSphere Commerce.

Configuration multi-instances

Remarque : 400 Généralement, la configuration OS/400 for iSeries se compose d'un serveur Web sur une instance WebSphere Commerce, bien que théoriquement, plusieurs serveurs Web soient pris en charge.

Une configuration multi-instances permet d'utiliser plusieurs instances actives pour WebSphere Commerce. Dans ce cas, un serveur Web communique avec plusieurs instances WebSphere Commerce, chacune possédant une adresse IP (Internet Protocol) unique. Chaque instance doit avoir un nom d'hôte (virtuel) et une base de données différents. Les modifications de configuration effectuées sur une instance sont répercutées sur les autres instances.

Une configuration multi-instances peut s'appliquer à des configurations à un, deux ou trois niveaux.



L'utilisation classique d'instances multiples inclut l'exécution d'une instance de production et de test, chacune avec un nombre indifférent de clones. Lorsque l'instance de test s'exécute, elle est connectée à la base de données de production et l'hôte virtuel de l'instance de test devient une instance de production (et l'instance de production est "mise hors ligne", c'est-à-dire dissociée de l'hôte virtuel de production).

Avantages

- Permet d'effectuer des tests en parallèle
- Héberge plusieurs magasins via un matériel partagé afin de minimiser les coûts d'utilisation.

Inconvénients

- Utilise des ressources système supplémentaires pouvant diminuer les performances de votre système de production.

Extensions possibles

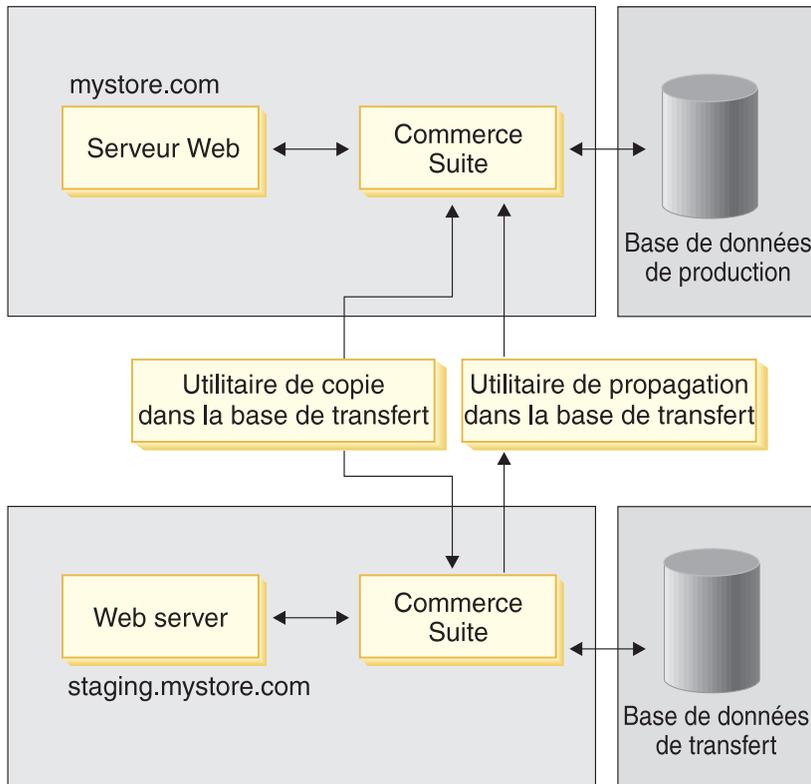
- Vous pouvez utiliser des clones pour créer plusieurs copies du serveur d'applications et augmenter le débit.

Configuration du serveur de transfert

Cette configuration s'avère utile pour le développement et le test. Dans cet environnement, il est possible d'apporter des modifications à la base de données de transfert avant de les répercuter sur la base de données de production. L'utilisation de machines séparées pour les serveurs de production et de transfert vous permet d'effectuer un test de charge pour le serveur de transfert, ce que nous recommandons.

Si possible, la configuration de votre serveur de transfert sera identique à votre environnement de production planifié.

La configuration suivante est une configuration pour le serveur de transfert :



Pour plus d'informations sur les serveurs de transfert, reportez-vous à la section «Serveur de transfert» à la page 106.

Chapitre 6. Création d'un magasin

Cette section offre un aperçu des opérations nécessaires pour créer un magasin.

Qu'est-ce qu'un magasin en ligne ?

Un magasin en ligne est un magasin qui utilise les technologies Internet pour vendre ou échanger des produits ou des services. Il est constitué d'un ensemble de pages Web qui permettent d'afficher et de vendre vos produits. Par exemple, la page d'accueil représente votre devanture. Elle permet aux clients d'entrer dans le magasin et les dirige vers vos produits. Les pages de groupe de catalogue regroupent des produits et dirigent les clients vers les pages de produit fournissant des informations détaillées sur un produit. La page Chariot remplit le même rôle qu'un véritable chariot : vous pouvez y ajouter les produits que vous souhaitez acheter, puis les payer à l'aide d'une carte de crédit ou d'un autre mode de paiement dans les pages de règlement des achats.

Vos clients ne voient que la partie externe de vos pages de magasin. Chaque page comporte des graphiques et des images que le client peut voir, ainsi que des instructions et des scripts Java qui ne sont pas visibles. Les instructions et les scripts permettent d'appeler d'autres pages dans le magasin ou d'exécuter des actions telles que les connexions et les enregistrements. Pour afficher les informations produit correctes ainsi que le prix, les taxes et le mode d'expédition appropriés, le magasin accède aux informations des tables de la base de données WebSphere Commerce. Des beans de données WebSphere Commerce (ensemble de beans Java inclus dans Commerce Studio et WebSphere Commerce) peuvent être intégrés aux fichiers JSP afin de vous permettre d'accéder aux informations de la base de données telles que le prix ou les attributs d'un produit WebSphere Commerce.

Modèles de magasins

WebSphere Commerce propose des modèles de magasins en ligne à partir duquel vous pouvez créer votre propre magasin. Il existe deux grands types de magasin : B2C (entreprise à consommateur ou business-to-consumer) et B2B (interentreprise ou business-to-business).

Lorsque vous créez votre site, une étape clé consiste à planifier les flux d'achats afin de répondre aux attentes et aux besoins de vos clients. Alors qu'un commerçant peut choisir d'offrir à ses clients un mode d'achat unique, beaucoup de clients souhaitent que les structures d'achat soient uniformes et connues. Au lieu de vous fixer sur un flux des achats unique, effectuez des

promotions ciblées, des recommandations personnalisées et une meilleure sélection des produits et services pour améliorer la fidélité des clients. WebSphere Commerce offre des outils permettant d'effectuer des promotions ciblées et de proposer des solutions d'achat personnalisées à l'aide de WebSphere Commerce Accelerator.

Un modèle de magasin joue le rôle d'un modèle de fonctionnement de votre magasin. Il configure notamment le flux d'informations lorsque les clients recherchent et achètent des produits dans votre magasin. Il est présenté sous un format d'archivage de magasin.

Un modèle de magasin dispose de suffisamment de ressources pour que le magasin puisse fonctionner. Ces ressources incluent des fichiers JavaServer Pages, des fichiers HTML statiques, des fichiers image et des entrées de bases de données, telles que les entrées de catalogue, de taxe, d'expédition et de distribution.

Vous pouvez également créer votre propre magasin. Cette fonctionnalité est importante si vous avez besoin de créer plusieurs magasins similaires contenant des fonctionnalités non comprises dans les modèles de magasins fournis. Si vous souhaitez créer votre propre modèle de magasin, vous pouvez utiliser WebSphere Commerce et Commerce Studio pour :

- créer votre propre archive de magasin,
- sélectionner le modèle de magasin, le copier, puis le modifier.

Le tableau ci-après répertorie les principales caractéristiques des modèles de magasins B2C :

Tableau 1. Modèles de magasin B2C

	InFashion	WebFashion	NewFashion
Enregistrement des nouveaux clients	✓	✓	✓
Connexion des clients enregistrés	✓	✓	✓
Gestion des comptes personnels	✓	✓	✓
Réinitialisation des mots de passe	✓	✓	✓
Mise à jour des informations d'enregistrement	✓	✓	✓
Ajout d'une adresse dans le carnet d'adresses	✓	✓	✓

Tableau 1. Modèles de magasin B2C (suite)

	InFashion	WebFashion	NewFashion
Modification du carnet d'adresses	✓	✓	✓
Affichage de la page d'accueil du magasin	✓	✓	✓
Affichage des catégories du catalogue	✓	✓	✓
Affichage des produits du catalogue	✓	✓	✓
Affichage des lots et des offres groupées du catalogue		✓	✓
Affichage et gestion du chariot	✓	✓	✓
Règlement rapide des achats		✓	
Création/mise à jour du profil de règlement rapide des achats		✓	
Règlements des achats sans support pour commandes différées ou échelonnées	✓	✓	
Règlement des achats avec support pour commandes différées			✓
Affichage de la date de disponibilité prévue en stock			✓
Division d'une commande avec support de traitement pour commandes différées			✓
Catalogue et pages multilingues pour le magasin	✓	✓	✓
Affichage, gestion et envoi de la liste de pré-sélection		✓	✓
Affichage de l'état de la commande passée		✓	✓

Tableau 1. Modèles de magasin B2C (suite)

	InFashion	WebFashion	NewFashion
Notification de l'état de la commande par courrier électronique		✓	✓
Affichage des promotions sur la page des nouveautés		✓	
Remise sur la commande pour les clients enregistrés		✓	
Recherche dans le catalogue			✓
Livraison à plusieurs adresses de destination			✓
Dates de disponibilité des articles de commande			✓
Suivi de l'état de la commande			✓
Assistance clients			✓

Modèle de magasin B2B : ToolTech

► Business

ToolTech est le premier magasin en ligne B2B de vente de matériel fourni avec WebSphere Commerce. ToolTech met en évidence les tâches qu'un acheteur peut effectuer sur le site e-commerce d'un vendeur. Certaines fonctions incluses dans ToolTech sont, par exemple :

- les achats dans le cadre d'un contrat,
- les listes de demandes,
- l'exploration du catalogue sur habilitation,
- la tarification dans le cadre d'un contrat,
- la création de demandes de devis,
- la division des commandes,
- la livraison à plusieurs adresses de destination,
- la livraison en fonction du poids,
- la possibilité de recherche de produits,
- l'enregistrement des acheteurs.
- l'assistance clients,

- la collaboration.

Le magasin ToolTech offre toutes les pages et fonctions nécessaires à l'exploitation d'un magasin en ligne B2B. ToolTech est fourni avec WebSphere Commerce sous la forme d'une archive de magasin et, par conséquent, ne requiert aucune installation supplémentaire. Pour afficher le modèle de magasin, il suffit de créer une archive de magasin à partir de ToolTech à l'aide des outils Store Services, puis de la publier sur le serveur WebSphere Commerce Server.

Dans WebSphere Commerce, la création de magasin reposant sur la sélection d'un modèle d'archive de magasin et sur la modification de celui-ci, ToolTech a pour but de servir de base pour votre magasin. Il utilise un flux des achats simple mais déjà éprouvé, et toutes les pages de magasin peuvent être facilement personnalisées. Toutes les pages de modèle de magasin ToolTech ont recours aux technologies JSP et XML pour charger les données requises.

Pour plus d'informations sur le flux des achats du magasin ToolTech, reportez-vous aux cas d'utilisation (ou scénarios) correspondants, dans l'aide en ligne. Ces cas d'utilisation détaillent le flux des interactions de chaque acheteur dans le magasin, par exemple, l'enregistrement ou la recherche d'un produit. Pour plus d'informations techniques sur le fonctionnement de chaque page, reportez-vous aux informations de référence correspondantes.

Magasins multiculturels

Les magasins Commerce Suite prennent en charge des fonctions multiculturelles, ce qui les rend utilisables dans un environnement international. Les développeurs de magasins peuvent développer des magasins avec des catalogues multiculturels de produits en ligne. Les clients peuvent ainsi visualiser les descriptions adaptées à leur environnement local dans la langue et la devise de leur choix. Si ces informations ont été entrées lors du développement du magasin, les clients peuvent sélectionner des paramètres culturels tels que la langue, les taux de taxe et les tarifs des frais de port, le format de date et de devise, ainsi que les modes de règlement.

Les modèles de magasins inclus dans WebSphere Commerce sont multiculturels. Pour créer un magasin multiculturel, il vous suffit de sélectionner le modèle de magasin qui correspond le mieux à vos besoins. Pour plus d'informations, reportez-vous à la section «Création d'un magasin à partir d'un modèle d'archive de magasin» à la page 64. Pour ajouter un support multiculturel à un magasin existant, reportez-vous à l'aide en ligne de WebSphere Commerce.

WebSphere Commerce vous permet de créer un magasin adaptable aux besoins d'une clientèle internationale ou de cultures diverses. Vous pouvez par exemple créer un magasin à l'aide d'une partie ou de la totalité des caractéristiques suivantes :

Plusieurs langues

Le magasin peut être consulté en différentes langues. Par exemple, vous pouvez donner aux clients la possibilité de sélectionner la langue dans laquelle ils souhaitent consulter votre magasin ou sélectionner automatiquement une langue par défaut, selon l'emplacement du magasin.

Plusieurs devises

Le magasin peut afficher et traiter plusieurs devises.

Formats de données facultatifs

Les données peuvent être affichées dans différents formats personnalisables. Selon la culture, les attentes des clients peuvent varier quant à l'affichage de certaines informations. Ainsi, un nombre décimal peut être représenté avec une virgule ou un point en fonction de la langue, du pays ou de la région d'origine du client.

Plusieurs formats d'adresse

Les adresses peuvent être affichées dans différents formats afin de respecter les différentes conventions internationales.

Calcul des taxes

Différentes règles de calcul des taxes peuvent être définies en fonction des juridictions. Elles incluent les taxes sur les ventes et les autres taxes commerciales ou d'état.

Mode d'expédition

Il est possible de définir différentes règles d'expédition et différents transporteurs en fonction des régions.

Modes de paiement

Il est possible de définir différents modes de paiement.

Prix

Selon les juridictions, le prix d'un même produit peut varier d'un magasin à l'autre.

Données de catalogue en ligne

Les descriptions, attributs et images peuvent être personnalisés selon les régions. Vous pouvez également gérer un catalogue en ligne maître que plusieurs magasins peuvent partager.

Conception des pages

WebSphere Commerce vous permet de créer des pages personnalisées pour chaque format d'affichage. Vous pouvez créer un modèle de page générique commun à toutes les cultures afin que la conception soit

identique, mais que le contenu culturel soit personnalisé. Vous avez également la possibilité de créer des pages d'affichage distinctes pour chaque culture.

Pages de magasin standard

Les sections qui suivent décrivent les types de pages qui figurent dans un magasin standard.

Page d'accueil

Une page d'accueil est une devanture virtuelle, la première page que les clients vont voir en accédant au site. En général, elle contient le nom et le logo du magasin, une brève présentation, un message de bienvenue, des informations générales et des liens hypertexte qui relient les clients aux pages de magasin et à une page d'enregistrement. La page d'accueil est normalement constituée d'un en-tête, d'un corps, d'un bas de page et d'une section de navigation.

Pages d'enregistrement

Lorsque les clients s'enregistrent auprès d'un magasin, ils fournissent des informations personnelles, telles que leur nom, leur ID de connexion, leur mot de passe, leur adresse, leurs coordonnées et certains détails démographiques. Les magasins possèdent généralement deux types de pages d'enregistrement qui permettent de recueillir ces informations : la page de nouvel enregistrement et la page de mise à jour d'un enregistrement.

La page de nouvel enregistrement est utilisée pour un premier enregistrement. La page de mise à jour permet de mettre à jour les informations personnelles lors des visites suivantes.

Page de connexion

La page de connexion affiche généralement un formulaire contenant des zones dans lesquelles un client enregistré saisit son ID utilisateur et son mot de passe pour se connecter au magasin.

Pages d'affichage

L'affichage de certaines pages de votre magasin en ligne est déterminé par des instructions de WebSphere Commerce. Il s'agit de pages d'affichage. Les pages d'affichage permettent d'utiliser la même conception pour présenter les informations aux clients. Elles sont le plus souvent utilisées pour les informations relatives au catalogue. Par exemple, l'instruction `CategoryDisplay` identifie la page appropriée pour afficher le contenu des catégories du magasin.

Les pages d'affichage sont généralement dynamiques. Le nombre de pages d'affichage à créer dépend du nombre de présentations de pages différentes souhaité. Par exemple, vous pouvez créer un modèle distinct pour chaque lot ou offre groupée de chaque magasin ou un même modèle pour tous les lots ou offres groupées. Vous pouvez

également proposer un affichage différent des lots et offres groupées à différents groupes de clients. Ainsi, vous pouvez adapter les informations et les styles de pages à un type de client spécifique. Par exemple, un client qui achète des ordinateurs pour le compte d'une grande entreprise sera probablement intéressé par des informations de produit différentes de celles d'un client qui acquiert un ordinateur pour un usage domestique.

- **Pages de groupe de catalogue**

Les pages de groupes de catalogue permettent aux clients de parcourir les rayons, les groupes de produits et les services disponibles dans un magasin. Les premières pages de groupe de catalogue guident les clients vers les rayons dans lesquels ils souhaitent effectuer des achats. Les pages suivantes permettent de préciser le type de produit sélectionné que le client souhaite afficher. La dernière page de groupe de catalogue d'un parcours d'achat contient des liens vers des pages de produit.

Il existe trois types de pages de groupe de catalogue : celles qui répertorient les sous-catégories d'un groupe de catalogue parent, celles qui indiquent les produits appartenant à un groupe de catalogue et celles qui répertorient à la fois les produits et les sous-catégories.

Ces modèles contiennent généralement une image qui représente le groupe de catalogue, une description du groupe de catalogue et les liens vers les sous-catégories, les produits et diverses autres parties du magasin (par exemple, un lien vers le service clientèle).

- **Pages de produit**

Une page de produit affiche des informations sur un produit donné. Elle inclut généralement une description, une image, un prix et divers attributs (par exemple, les tailles et les coloris). Elle contient également un bouton permettant d'ajouter le produit doté des attributs sélectionnés dans le chariot.

Si un produit présente des variantes, vous pouvez proposer une page affichant des informations propres à ces variantes.

- **Pages de lots et d'offres groupées**

Les pages de lots et les pages d'offres groupées présentent des regroupements de produits d'un magasin en ligne. Les pages de lots incluent généralement une description, un prix, la liste des éléments du lot, et peuvent afficher une image de chaque élément. Les pages d'offres groupées sont similaires, mais proposent des prix par élément. Le prix d'une offre groupée correspond à la somme des prix de chaque élément individuel.

Les pages de lots et les pages d'offres groupées contiennent également un bouton permettant d'ajouter le lot ou l'offre groupée dans le chariot.

Page du chariot

La page du chariot affiche les produits qu'un client a sélectionnés en vue d'un éventuel achat. Depuis cette page, les clients peuvent passer directement au processus de règlement des achats. Pour plus d'informations, reportez-vous aux pages de règlement des achats.

Page de liste de pré-sélection

La liste de pré-sélection est constituée des produits que les clients ont sélectionnés pour un achat récurrent ou potentiel. Elle diffère du chariot dans la mesure où les clients envisagent d'acheter les produits du chariot au cours de la session d'achat ou dans un avenir proche.

Pour effectuer une commande à partir d'une liste de pré-sélection, les clients doivent sélectionner dans leur liste les produits qu'ils souhaitent acheter. Lorsque des clients non enregistrés ont terminé leur session d'achat, tous les produits restant dans la liste de pré-sélection sont retirés. Selon la conception du magasin, les clients peuvent disposer de plusieurs listes de pré-sélection.

Pages de règlement des achats

La plupart des magasins intègrent une série de pages comprenant le processus de règlement des achats. Les pages que vous utilisez dépendent de la conception de votre magasin.

Page de sélection de l'adresse de facturation

Permet aux clients de sélectionner une adresse existante comme adresse de facturation ou d'en créer une.

Page de sélection de l'adresse d'expédition

Permet aux clients de sélectionner une adresse existante comme adresse d'expédition ou d'en créer une.

Page de sélection du mode d'expédition

Permet aux clients de sélectionner un mode d'expédition (par exemple, coursier ou courrier express)

Page de récapitulatif de la commande

Permet aux clients de vérifier les informations détaillées sur la commande, y compris une description des articles achetés, la quantité, le prix unitaire et le prix total, l'adresse d'expédition et les frais de port. Le client doit ensuite compléter la commande en fournissant les informations relatives et en cliquant sur **Commander maintenant**.

Page de confirmation de la commande

Cette page informe le client que sa commande est acceptée et lui en indique la référence.

Page de préparation des commandes

Cette page répertorie les produits contenus dans la liste de pré-sélection et permet aux clients de choisir ceux qu'ils vont commander. Elle est requise si vous utilisez une liste de pré-sélection.

Page d'état de la commande

Cette page répertorie les commandes que le client a passées, avec leurs détails et leur état.

Pages d'adresse

Les pages d'adresse permettent aux clients de créer et de tenir à jour un carnet d'adresses en ligne. Dans ce carnet, ils peuvent conserver leurs propres adresses, celle des membres de leur famille ou de toute autre personne ou entreprise à laquelle ils souhaitent faire livrer les commandes. Il existe en général trois pages d'adresse :

- une page principale, qui présente les options disponibles pour gérer le carnet d'adresses ;
- une page d'ajout d'adresse, qui présente le formulaire servant à créer une nouvelle entrée dans le carnet d'adresses ;
- une page de mise à jour d'adresse, qui affiche les informations d'adresse existantes et permet de les mettre à jour.

Pages d'exception

Les pages d'exception s'affichent lorsque WebSphere Commerce détecte des situations d'erreur telles que la saisie d'un mot de passe client incorrect.

Pages d'erreur

Une page d'erreur s'affiche dans le navigateur d'un client lorsque WebSphere Commerce rencontre une erreur qui l'empêche de répondre à la demande du client. Pour la plupart des pages d'erreur qui s'affichent dans le navigateur d'un client, un message correspondant s'affiche dans les fichiers journaux des instances.

Création d'un magasin

Vous créez un magasin à l'aide d'une archive de magasin. Une archive de magasin (.sar) est un fichier archive compressé (un fichier ZIP, par exemple) qui contient tous les actifs nécessaires à la création d'un magasin. L'archive de magasin peut facilement être copiée, puis utilisée comme modèle pour la création de magasins. Une archive de magasin doit uniquement être publiée sur WebSphere Commerce Server pour permettre la création d'un magasin fonctionnel que vous pouvez afficher et parcourir et dans lequel vous pouvez effectuer des achats.

Une archive de magasin inclut généralement les fichiers suivants :

Actifs Web

Fichiers utilisés pour créer vos pages de magasin, par exemple, des fichiers HTML, JSP, images, graphiques et d'inclusion. Les actifs Web sont regroupés sous forme compressée dans l'archive de magasin.

Regroupement de ressources de propriété

Contient le texte à afficher sur les pages de magasin. Si votre magasin prend en charge plusieurs langues, le regroupement de ressources contiendra plusieurs ressources (une par langue).

Actifs de la base de données du magasin

Données à charger dans la base de données. Ces actifs incluent les éléments suivants : campagne, catalogue, commande, devise, distribution, offres, expédition, magasin, taxe, transaction, contrat et unités de quantité. Ils se présentent sous la forme de fichiers XML syntaxiquement corrects et admis pour l'utilitaire Loader. Pour plus d'informations sur cet utilitaire, reportez-vous à la section «Module Loader» à la page 83.

Paiements

Informations de configuration d'IBM Payment Manager.

Descripteur

Fichier XML, `sarinfo.xml`, qui décrit l'archive de magasin, y compris les noms des fichiers d'archivage compressés des actifs Web, les regroupements de ressources et les fichiers XML de la base de données du magasin. Le fichier `sarinfo.xml` contient également les noms des fichiers d'inclusion et des fichiers de contrôle de cohérence, ainsi que des informations sur le fichier d'archive nécessaire lors de la publication. `Sarinfo.xml` est le seul fichier obligatoire dans une archive de magasin.

Dans WebSphere Commerce, vous pouvez créer un magasin de l'une des manières suivantes :

- Utilisation de Store Services pour créer un magasin à partir d'un modèle d'archive de magasin

Store Services est un ensemble d'outils utilisables avec le navigateur pour créer rapidement une archive de magasin à partir d'un modèle d'archive fourni avec WebSphere Commerce. Une fois l'archive de magasin créée, avec Store Services vous pouvez :

- publier l'archive de magasin en vue de créer un magasin fonctionnel,
- modifier les paramètres généraux du magasin à l'aide du bloc-notes Profil du magasin,
- modifier les paramètres de livraison à l'aide du bloc-notes Expédition,
- modifier les paramètres de taxe à l'aide du bloc-note Taxe.

Cette méthode vous permet de créer un magasin fonctionnel en moins de 30 minutes. Le temps nécessaire pour personnaliser ce magasin afin qu'il réponde à vos besoins dépend de la taille et de l'environnement de votre site.

- Création d'une archive de magasin personnalisée

Une fois l'archive de magasin créée, vous pouvez l'ajouter à la liste des modèles de magasins de Store Services. La création d'une archive de magasin personnalisée nécessite des connaissances approfondies de la base de données WebSphere Commerce et des technologies XML, Java et JSP. Pour plus d'informations sur la création de votre propre archive de magasin, reportez-vous à la section «Création d'un magasin via la création d'une archive de magasin» à la page 69.

Création d'un magasin à partir d'un modèle d'archive de magasin

Pour créer votre propre magasin à partir du modèle d'archive de magasin fourni avec WebSphere Commerce, employez les outils Store Services utilisables avec le navigateur. Lorsque vous avez terminé la procédure décrite dans cette section, vous disposez d'un magasin fonctionnant sur un serveur WebSphere Commerce. Ce magasin comporte un catalogue et les produits sont associés à des taxes et à des frais de port. Si Payment Manager est en cours d'exécution, les clients peuvent passer des commandes qui sont ensuite traitées par les représentants du service clientèle à l'aide de WebSphere Commerce Accelerator. Si la notification par courrier électronique est activée, les clients reçoivent des messages de notification lors de l'exécution de la commande.

Étape 1. Création d'un fichier SAR à l'aide de Store Services.

- a. Connectez-vous à Store Services sous l'ID administrateur de site ou l'ID administrateur de magasin.

Pour ouvrir une session Store Services, tapez l'adresse Web suivante dans le navigateur :

`https://nom_hôte:8000/storeservices`

où *nom_hôte* correspond au nom hôte HTTP complet du serveur WebSphere Commerce Server.

- b. Dans la page Liste des archives de magasin, cliquez sur **Nouveau**.
- c. Dans la page Création d'une archive de magasin, définissez un nom pour l'archive, un répertoire de magasin et un propriétaire de magasin.
- d. Sélectionnez le modèle d'archive de magasin *samplestore_locale1_locale2.sar*, puis cliquez sur **OK**. Store Services crée une archive de magasin. Il s'agit pour le moment d'une simple copie de *samplestore_locale1_locale2.sar*, sauvegardée sous un autre nom et dans un autre répertoire.

- e. Si vous le souhaitez, vous pouvez publier la nouvelle archive de magasin sans la modifier. Pour publier un magasin, reportez-vous à l'étape 7 à la page 68.

Étape 2. Modification des informations relatives au magasin

Pour personnaliser les informations générales relatives au magasin contenues dans les fichiers d'actifs de magasin de l'archive de magasin, utilisez le bloc-notes Profil du magasin dans Store Services. Vous pouvez modifier les informations suivantes :

Généralités

Nom de votre magasin et message à afficher dans celui-ci.

Contact

Adresse postale, adresse électronique, numéro de téléphone et numéro de télécopie permettant aux clients de joindre votre magasin. Ces informations peuvent s'afficher sur la page Service clientèle de votre magasin.

Langue

Langues dans lesquelles votre magasin est disponible.

Devise

Devises que votre magasin peut afficher et gérer, par exemple, les devises qui s'affichent pour un client et les devises dans lesquelles le client peut acheter des produits.

Pages d'affichage

Fichiers JSP permettant d'afficher les informations catalogue de votre magasin.

Étape 3. Modification des informations relatives à l'expédition

Pour personnaliser les informations sur la livraison contenues dans les fichiers d'actifs d'expédition de l'archive de magasin, utilisez le bloc-notes Expédition de Store Services, ou modifiez le fichier shipping.xml. Pour déterminer la méthode appropriée, tenez compte des points suivants :

Le bloc-notes Expédition permet de calculer les frais de port avec une ou plusieurs des méthodes ci-après. Vous pouvez facturer :

- un prix fixe par produit en fonction de la catégorie d'expédition,
- un prix fixe par produit en fonction du poids,
- le même prix fixe pour chaque produit (coût par produit),
- un prix fixe pour l'ensemble de la commande (coût par commande).

Outre les méthodes ci-dessus, WebSphere Commerce prend également en charge les frais de port valorisés comme suit :

- Facturez un pourcentage du montant de la commande (par exemple, si vous définissez que les frais de port s'élèvent à 5 % du montant de la commande, un achat de 100 euros correspond à 5 euros de frais de port, d'où un total de 105 euros à régler).

- Facturez les frais de port en fonction de la quantité commandée (par exemple, vous pouvez facturer 3 euros pour la livraison de un à cinq CD, 5 euros pour six à 15 CD et 10 euros pour une commande supérieure à 16 CD).

Pour définir des frais de port en fonction d'un pourcentage du montant de la commande ou de la quantité commandée, créez les fichiers d'actifs d'expédition correspondants et remplissez la base de données à l'aide du module Loader.

Vous pouvez modifier les informations suivantes à l'aide du bloc-notes Expédition :

Fournisseurs

Transporteurs partenaires de votre magasin.

Fournisseurs par langue

Noms de fournisseurs présentés aux clients. Si votre magasin prend en charge plusieurs langues, vous aurez peut-être besoin de définir des noms spécifiques à la langue pour chaque fournisseur.

Zones

Zones géographiques desservies par votre magasin.

Catégories

Catégories d'expédition prises en charge par votre magasin, par exemple, grand volume ou fragile.

Taux

Tarifs des frais de port à facturer pour chaque combinaison de zone, catégorie et fournisseur.

Tranches de poids

Plage (en unités de poids) à laquelle une catégorie d'expédition s'applique.

Tarif au poids

Tarifs des frais de port à facturer pour chaque combinaison de zone, tranche de poids, catégorie et fournisseur.

Une fois que vous avez modifié les informations d'expédition, veillez à affecter les catégories d'expédition appropriées aux données catalogue. Pour plus d'informations, reportez-vous à l'étape 5 à la page 82.

Étape 4. Modification des informations relatives aux taxes

Pour personnaliser les informations relatives aux taxes contenues dans les fichiers d'actifs de taxes de l'archive de magasin, utilisez le bloc-notes Taxe dans Store Services. Vous pouvez modifier les informations suivantes :

Catégories

Catégories de taxe prises en charge par votre magasin, par exemple, régionale et locale.

Affectation de catégories

Catégories affectées à chaque code de taxe. Dans la table d'affectation de catégories, une ligne est créée pour chaque combinaison de code et catégorie de taxe.

Affichage des noms

Noms de catégories de taxe présentés aux clients. Si votre magasin s'affiche dans plusieurs langues, vous devez définir un nom pour chacune de ces langues.

Juridictions

Zones géographiques desservies par votre magasin.

Taux

Taux de taxe à appliquer pour chaque combinaison juridiction/catégorie.

Codes de taxe sur les ventes

Codes de taxe sur les ventes adoptés par votre magasin. Un code de taxe désigne un groupe de taxes applicables aux mêmes produits. Par exemple, toutes les taxes applicables à l'épicerie peuvent être regroupées sous un seul code de taxe appelé "épicerie". Vous pouvez ensuite affecter le code de taxe épicerie à chaque produit d'épicerie.

Codes de taxe afférente aux frais de port

Codes de taxe sur les frais de port adoptés par votre magasin. Un code de taxe désigne un groupe de taxes applicables aux mêmes produits. Par exemple, toutes les taxes applicables à une région peuvent être regroupées sous un seul code de taxe régional. Vous pouvez ensuite affecter ce code de taxe régional à chaque produit livré dans la région correspondante.

Une fois que vous avez modifié les informations relatives aux taxes à l'aide du bloc-notes Taxe, veillez à affecter les catégories de taxe appropriées aux données catalogue de la base de données. Pour plus d'informations, reportez-vous à la section 4 à la page 82.

Étape 5. Personnalisation des actifs Web et création de pages de magasin

• Page Designer

Personnalisez les pages de magasin du fichier archive de magasin à l'aide de l'outil Page Designer de Commerce Studio. Commerce Studio vous permet d'importer les actifs Web de l'archive de magasin vers un projet Studio tout en conservant intacte la structure de l'archivage. Après avoir modifié les fichiers JSP, les fichiers HTML et les images à l'aide des outils Studio, vous pouvez les ré-exporter dans l'archive de magasin sur le serveur WebSphere Commerce Server. Ensuite, vous pouvez republier les actifs Web ou publier directement les fichiers dans votre magasin actif à l'aide de Commerce Studio.

- Outil de développement Web favori

Vous pouvez également configurer Commerce Studio pour utiliser l'outil de votre choix, tel que Macromedia Dreamweaver. Reportez-vous à l'aide en ligne de WebSphere Studio pour plus d'informations sur la procédure d'enregistrement de vos outils dans Commerce Studio.

Vous avez peut-être déjà créé des pages pour votre magasin. Pour plus d'informations sur l'insertion de fichiers existants dans Commerce Studio, reportez-vous à la section relative à l'insertion de pages dans l'aide en ligne de WebSphere Commerce.

Étape 6. Création de données de catalogue en ligne

Pour modifier le modèle de catalogue, vous devez créer des données de catalogue en ligne contenant des informations relatives aux produits et services vendus dans votre magasin. Il existe plusieurs méthodes de création de données produit (y compris l'importation de données de catalogue existantes depuis d'autres sources électroniques). Pour plus d'informations sur les méthodes de création de données de catalogue disponibles, reportez-vous au Chapitre 7, «Création d'un catalogue en ligne» à la page 73.

Étape 7. Publication d'une archive de magasin

Lorsque vous publiez une archive de magasin sur le serveur WebSphere Commerce, vous transférez vos actifs de magasin pour exécution au serveur WebSphere Commerce. Lors de la publication, Store Services copie les actifs Web de l'archive de magasin dans le répertoire principal de l'application Web et met à jour la base de données à l'aide des informations des fichiers XML de l'archive de magasin. Seuls les utilisateurs disposant des droits d'accès de gestionnaire de magasin ou d'administrateur de site peuvent publier un magasin.

- a. Assurez-vous que Payment Manager est correctement installé et que le moteur de paiement est lancé.

Pour lancer le moteur de paiement, ouvrez une fenêtre de commande et allez dans le répertoire d'installation d'IBM Payment Manager. Entrez l'instruction suivante : `IBMPayServer`. Vous êtes invité à entrer votre mot de passe Payment Manager. Il s'agit du mot de passe utilisateur indiqué lors de la connexion à la base de données Payment Manager.

- b. Dans la page Liste des archives de magasin, sélectionnez l'archive de magasin à publier, puis cliquez sur **Publier**. La page Publication d'une archive de magasin s'affiche.

- c. Sélectionnez les options suivantes :
 - Actifs de la base de données du magasin, avec les données de catalogue en ligne
 - Actifs Web tels que les fichiers JSP ou HTML et les images
 - Regroupements de ressources de propriété (texte du magasin)
- d. Cliquez sur **OK**.
- e. Exécutez les travaux planifiés pour le magasin. Pour plus d'informations sur les travaux planifiés, reportez-vous à la rubrique d'aide en ligne "Création de travaux planifiés pour un modèle de magasin".

Création d'un magasin via la création d'une archive de magasin

La présente section décrit de manière générale la procédure nécessaire à la création d'une archive de magasin, qui doit servir de modèle pour la création de votre magasin. Pour plus de détails, reportez-vous au manuel *IBM WebSphere Commerce Store Developer's Guide, Version 5.4*.

Étape 1. Création de pages de magasin

Vous devez créer des pages Web pour votre magasin. Par exemple, votre magasin doit comporter une page d'accueil (la première page que vos clients visualisent lorsqu'ils accèdent à votre magasin). Pour plus d'informations sur les descriptions des pages d'un magasin standard, reportez-vous à la section «Pages de magasin standard» à la page 59. Créez les pages du magasin à l'aide de Commerce Studio ou d'un autre outil de votre choix.

WebSphere Studio offre un outil visuel de développement de pages intégré, Page Designer, qui vous aide à créer des fichiers HTML et des modèles JSP.

WebSphere Commerce et Commerce Studio incluent un série de beans Java qui accèdent à des informations dans les tables de la base de données. L'utilisation de ces beans pour créer des pages de magasin vous permet d'afficher dynamiquement des informations susceptibles de changer fréquemment, telles que les groupes de catalogue ou les prix des produits. Généralement, les beans WebSphere Commerce sont utilisés pour créer toutes les pages de magasin.

Pour obtenir la liste complète des beans disponibles avec WebSphere Commerce et Commerce Studio, reportez-vous à la section relative aux beans de données des informations de référence de l'aide en ligne de WebSphere Commerce.

Étape 2. Création d'un fichier archive compressé

Créez ensuite un fichier d'archive compressé contenant ces pages et tous les autres fichiers requis (fichiers HTML et images, par exemple) à l'aide d'un programme ZIP.

Étape 3. Création d'un regroupement de ressources de propriété
A l'aide du fichier texte du modèle d'archive de magasin, `infashiontext_en_US.properties`, créez un regroupement de ressources de propriété qui contient le texte de vos pages de magasin. Si votre magasin prend en charge plusieurs langues, créez un fichier pour chaque langue. Ainsi, le regroupement de ressources contiendra plusieurs ressources (une par langue).

Créez ensuite un fichier d'archivage compressé contenant le regroupement de ressources (à l'aide d'un programme ZIP, par exemple).

Étape 4. Création des actifs de la base de données du magasin

Les actifs de la base de données du magasin sont les données de votre magasin qui sont chargées dans la base de données. Par exemple, toutes les informations relatives à votre catalogue en ligne doivent être chargées dans la base de données. Créez vos actifs de base de données de magasin sous forme de fichiers XML à l'aide des définitions de type de document (DTD) fournies avec WebSphere Commerce.

Étape 5. Création d'un fichier `sarinfo.xml`

Le fichier `sarinfo.xml` décrit l'archive de magasin, y compris les noms des fichiers d'archivage compressés des actifs Web, les regroupements de ressources et les fichiers XML de la base de données du magasin. A l'aide du fichier du modèle d'archive de magasin `sarinfo.xml`, créez un fichier `sarinfo.xml` pour votre archive de magasin.

Étape 6. Création d'un fichier compressé

A l'aide d'un programme ZIP, créez un fichier compressé des actifs créés au cours des étapes 1 à 4. Attribuez-lui l'extension `.sar`, par exemple, `monarchivedemagasin.sar`.

Étape 7. Ajout de l'archive de magasin à la liste des modèles de Store Services

Après avoir créé votre archive de magasin, vous devez l'ajouter à la liste des modèles de Store Services. Sur cette base, vous pouvez ensuite créer une archive de magasin et la publier sur le serveur WebSphere Commerce.

Pour ajouter votre archive de magasin à la liste des modèles, ajoutez-la au fichier `SARRegistry.xml`, qui se trouve dans le répertoire suivant :

```
▶ NT unité:\WebSphere\CommerceServer\xml\tools\devtools
▶ 2000 unité:\Program
Files\WebSphere\CommerceServer\xml\tools\devtools
▶ AIX /usr/lpp/CommerceServer/xml/tools/devtools
```

▶ Solaris /opt/WebSphere/CommerceServer/xml/tools/devtools
▶ Linux /opt/WebSphere/CommerceServer/xml/tools/devtools
▶ 400 /Qibm/ProdData/WebCommerce/xml/tools/devtools

Étape 8. Publication d'une archive de magasin

Lorsque vous publiez une archive de magasin sur le serveur WebSphere Commerce, vous transférez vos actifs de magasin pour exécution au serveur WebSphere Commerce. Lors de la publication, Store Services copie les actifs Web de l'archive de magasin dans le répertoire principal de l'application Web et met à jour la base de données à l'aide des informations des fichiers XML de l'archive de magasin. Seuls les utilisateurs disposant des droits d'accès de gestionnaire de magasin ou d'administrateur de site peuvent publier un magasin.

- a. Assurez-vous que Payment Manager est correctement installé et que le moteur de paiement est lancé.

Pour lancer le moteur de paiement, ouvrez une fenêtre de commande et allez dans le répertoire d'installation d'IBM Payment Manager. Entrez l'instruction suivante : `IBMPayServer`. Vous êtes invité à entrer votre mot de passe Payment Manager. Il s'agit du mot de passe utilisateur indiqué lors de la connexion à la base de données Payment Manager.

- b. Dans la page Liste des archives de magasin, sélectionnez l'archive de magasin à publier, puis cliquez sur **Publier**. La page Publication d'une archive de magasin s'affiche.

- c. Sélectionnez les options suivantes :
 - Actifs de la base de données du magasin, avec les données de catalogue en ligne
 - Actifs Web tels que les fichiers JSP ou HTML et les images
 - Regroupements de ressources de propriété (texte du magasin)
- d. Cliquez sur **OK**.
- e. Exécutez les travaux planifiés pour le magasin. Pour plus d'informations sur les travaux planifiés, reportez-vous à la rubrique d'aide en ligne "Création de travaux planifiés pour un modèle de magasin".

Chapitre 7. Création d'un catalogue en ligne

Cette section offre un aperçu des tâches nécessaires à la création d'un catalogue. Elle aborde également la création de données pour votre catalogue en ligne et l'importation de données catalogue existantes dans la base de données.

Principes du catalogue en ligne

Avant de créer et de gérer votre catalogue en ligne, vous devez comprendre son fonctionnement dans WebSphere Commerce.

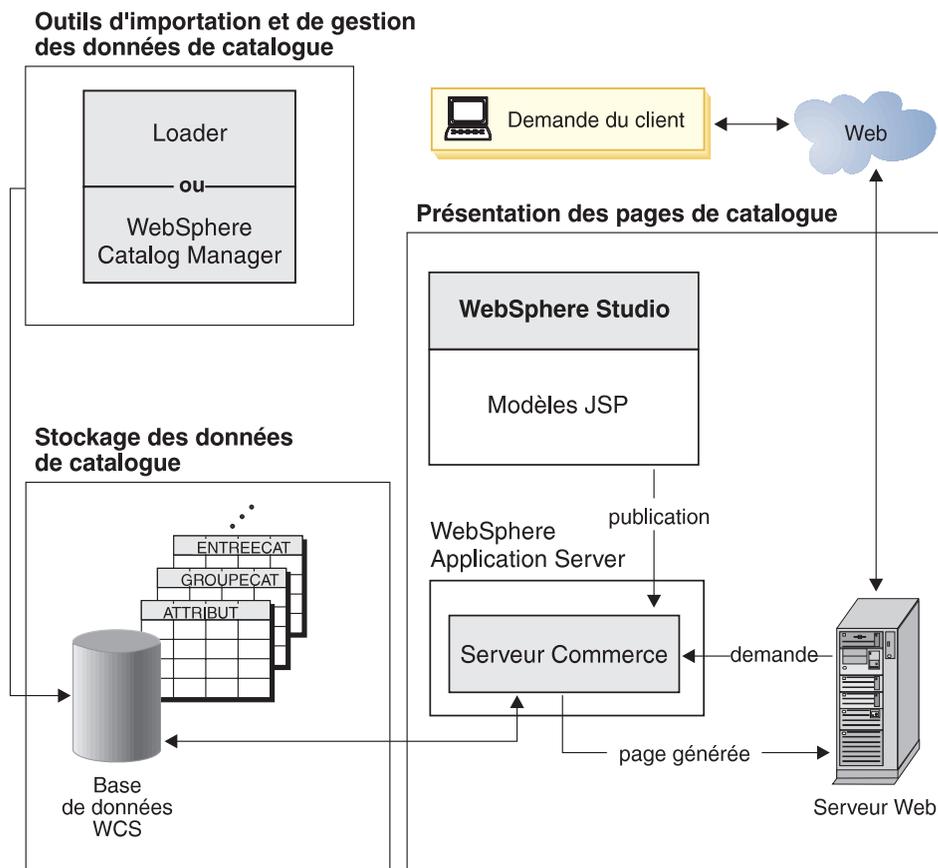
Le système WebSphere Commerce comporte deux types de catalogue : le catalogue principal et le catalogue d'exploration. Le catalogue principal constitue l'outil central de gestion des marchandises en vente dans le magasin. C'est le catalogue unique qui contient tous les produits, les articles et les prix standard de chaque entité. Chaque magasin du système WebSphere Commerce doit être doté d'un catalogue principal. Vous pouvez partager ce catalogue principal entre plusieurs magasins et définir le nombre de magasins requis.

Si nécessaire, vous pouvez créer un catalogue d'exploration pour modifier l'affichage du catalogue pour les clients. Un catalogue d'exploration contient les mêmes entrées qu'un catalogue principal, mais avec une structure beaucoup plus souple pour l'écran client. Vous pouvez créer autant de catalogues d'exploration que nécessaire pour répondre à vos besoins de promotion. Pour limiter la surcharge administrative induite par la gestion de plusieurs catalogues d'exploration, nous vous recommandons de n'utiliser qu'un seul catalogue principal.

Les informations du catalogue présentées aux clients doivent comporter les éléments suivants :

- des données de catalogue, ou actifs
- des pages d'affichage,
- des relations entre données catalogue.

Le schéma suivant illustre le flot des données de catalogue entre les différents composants de WebSphere Commerce.



Données catalogue

Les *données de catalogue* sont stockées dans la base de données WebSphere Commerce. Pour ajouter ces informations à une base de données, utilisez le module Loader. Les données de catalogue sont également désignées sous le nom d'*actif de catalogue*.

Les données catalogue comprennent des descriptions, des relations, des prix et des images pour chaque entrée de votre catalogue. A des fins d'administration et d'exploration, les données catalogue sont disposées dans des groupes de catalogue. Comme son nom l'indique, un groupe (ou une catégorie) de catalogue fusionne des entrées de catalogue et d'autres groupes de catalogue, pour créer les différentes sections d'un catalogue en ligne. Lorsque les groupes de catalogue sont correctement structurés, les clients peuvent parcourir facilement un magasin en ligne et trouver rapidement le produit qu'ils recherchent. Les groupes de catalogue fournissent des chemins

permettant aux clients de parcourir le magasin. Les chemins partent de la page d'accueil pour aboutir à la page de produit. Dans un groupe de catalogue, les entrées de catalogue représentent des marchandises pouvant être commandées dans un catalogue en ligne. WebSphere Commerce prend en charge les types d'entrée de catalogue par défaut (par exemple, les produits, les articles ou références SKU, les lots, les offres groupées et les kits dynamiques). WebSphere Commerce permet également de créer, si nécessaire, des types d'entrée de catalogue.

Un *produit* est un groupe d'articles et les *articles* sont des instances particulières d'un produit défini par des attributs. Par exemple, des pantalons en coton constituent un produit puisqu'ils ne peuvent pas être identifiés de façon unique si les valeurs relatives à la taille et à la couleur ne sont pas précisées. Ce produit regroupe tous les pantalons en coton alors que l'article Pantalons en coton, taille 38, couleur noire, correspond à une instance spécifique du produit. Les termes "article" et "référence SKU" sont considérés comme étant synonymes. Lors de l'utilisation des outils de gestion des produits offerts par WebSphere Commerce Accelerator, l'article pouvant être commandé est appelé "référence SKU" par simplification.

Une *offre groupée* regroupe des entrées de catalogue. Par exemple, une offre groupée à un ordinateur peut se composer d'une unité centrale, d'un moniteur, d'un disque dur et d'une unité de CD-ROM. Les offres groupées peuvent également regrouper des articles ou constituer une combinaison de produits, d'articles et de lots. Si une telle offre ne contient que des articles et si elle est ajoutée à une commande, elle est répartie en articles distincts pouvant être commandés. Ces offres permettent aux clients d'acheter plusieurs articles en une seule fois. Le prix d'une offre groupée correspond à la somme des prix de tous les composants de cette offre.

Un *lot* correspond à un ensemble indivisible d'entrées de catalogue. Par exemple, un lot "ordinateur" peut contenir une unité centrale, un moniteur et un disque dur qui ne peuvent pas être vendus séparément. Un lot possède un prix et correspond à une SKU distincte qui peut être ajoutée à une commande. Les lots ne peuvent pas être divisés ni modifiés.

Un *kit dynamique* constitue un groupe de produits commandés en tant qu'une seule unité. Les composants d'un kit dynamique ne sont pas stockés de manière statique dans la base de données WebSphere Commerce, mais configurés par un configurateur de produit externe. Les utilisateurs interagissent avec le configurateur de produit pour créer un kit dynamique, fourni à WebSphere Commerce lors de la saisie de commande. Les composants individuels d'un kit dynamique ne sont pas modifiables, mais tout kit dynamique peut être reconfiguré. Plusieurs configurateurs de produits sont disponibles pour la configuration des kits dynamiques. WebSphere

Commerce ne comporte pas de configurateur de produits, mais comprend un support complet intégré permettant d'utiliser un configurateur de produits externe.

Pages d'affichage du catalogue

Les *pages d'affichage du catalogue* permettent de personnaliser la présentation de celui-ci. Elles permettent de savoir comment une page apparaît à vos clients et harmonisent la présentation des diverses pages du catalogue. Les pages d'affichage créées à l'aide de la technologie JSP améliorent le rendement de votre magasin, car il n'est plus nécessaire de disposer d'un fichier HTML distinct pour chaque produit. En effet, les informations produit figurent dans la base de données, tandis que la page d'affichage réside sur le serveur. Lorsqu'un client demande une page, les pages affichables sont générées et renvoyées à son navigateur.

Utilisez différentes pages d'affichage afin de présenter les différents types de données catalogue. Par exemple, une page de produit permet d'afficher des produits, une page de lot, des lots, etc. Vous pouvez personnaliser des pages d'affichage pour certains produits et articles. Vous pouvez, par exemple, créer une page unique pour présenter un manteau faisant l'objet d'une offre promotionnelle ou d'autres articles à vendre. Vous pouvez également créer une page d'affichage différente pour chaque groupe de clients, par exemple pour proposer une offre spéciale au groupe de clients fidèles.

Une autre méthode de personnalisation de l'affichage du catalogue consiste à indiquer des ensembles de produits. Les ensembles de produits fournissent un mécanisme permettant de partitionner le catalogue en sous-ensembles logiques. Ce partitionnement permet de présenter aux utilisateurs des parties différentes du catalogue. Vous pouvez créer un contrat et indiquer que les contractants sont uniquement habilités à acheter des produits qui appartiennent à un ensemble prédéfini. WebSphere Commerce fournit des outils conviviaux permettant de créer des ensembles de produits à partir du catalogue principal et de les utiliser dans des contrats pour le filtrage des habilitations.

Relations entre données catalogue

Les données contenues dans un catalogue présentent différents types de *relations*. Comme indiqué précédemment, un catalogue contient des groupes et diverses entrées sous la forme de produits, d'articles, de lots, d'offres groupées et de kits dynamiques. Un catalogue partitionne les entrées et les groupes de catalogue en vues pertinentes pour les clients.

Par exemple, de nombreux points de vente renouvellent leurs marchandises par période de l'année. Un catalogue peut créer des vues saisonnières de la population de produits sous-jacente. Les catalogues acceptent l'inclusion complète et/ou partielle des groupes de catalogue. Dans le point de vente cité

à titre d'exemple, le groupe de catalogue Hommes et le groupe de catalogue Femmes apparaissent dans les catalogues Été et Hiver. Dans le catalogue Été, les groupes de catalogue Hommes et Femmes proposent des articles d'été (par exemple, des sandales, des shorts et des maillots de bain), alors que dans le catalogue Hiver, ils présentent des vêtements d'hiver (par exemple, des bottes et des vêtements en laine). Les deux groupes de catalogue peuvent partager des entrées de catalogue qui contiennent des articles neutres, indépendants des saisons (par exemple, des chemises et des pantalons).

Toutefois, en été, seuls les groupes et entrées de catalogue apparaissant dans le catalogue Été sont accessibles. De même, en hiver, seul le catalogue Hiver et les groupes et entrées de catalogue associés sont présentés au client.

Chaque magasin du système WebSphere Commerce est relié à au moins un catalogue. Les catalogues peuvent être partagés par plusieurs magasins. Chaque catalogue peut être associé à un ou plusieurs groupes de catalogue, représentant les catégories principales de l'arbre d'exploration du catalogue. Une ou plusieurs entrées de catalogue peuvent appartenir à un groupe de catalogue.

Création d'un catalogue principal

Une fois que vous avez créé le magasin, vous devez créer le catalogue principal. WebSphere Commerce comporte plusieurs méthodes de création.

Les modèles de magasin fournis avec WebSphere Commerce (ToolTech, WebAuction, InFashion, NewFashion, et WebFashion) comportent des catalogues maître. Pour créer votre propre catalogue principal, vous pouvez utiliser l'un de ces modèles de magasin. Pour modifier les données du catalogue, utilisez les outils de gestion des produits. Pour plus d'informations, reportez-vous à la section «Maintenance du catalogue en ligne» à la page 88.

Si vous avez intégré un modèle de catalogue lors de la publication de votre archive de magasin, votre magasin contient déjà des exemples de produit. Dans ce cas, il convient de supprimer ces exemples avant d'ajouter vos propres produits. Pour plus d'informations sur la suppression des exemples de produit, reportez-vous à la section «Suppression des exemples de produit» à la page 83.

Vous pouvez également créer votre catalogue principal sans modèle, par la mise à jour de fichiers XML WebSphere Commerce. Pour créer un catalogue principal, reportez-vous au chapitre consacré aux actifs de catalogue dans le manuel *IBM WebSphere Commerce Store Developer's Guide, Version 5.4*. Ce chapitre prend comme exemple le catalogue principal de ToolTech.

Vous pouvez également créer et mettre à jour des catalogues à l'aide de Catalog Manager. Catalog Manager est un outil de gestion des catalogues spécialement conçu et optimisé pour la création et la gestion des informations de catalogue en ligne. Il est conçu pour appréhender les relations inhérentes entre des éléments de catalogue différents tels que les produits, les catégories, ou les références SKU, ainsi que les relations entre catalogues. Il permet aussi à plusieurs utilisateurs d'accéder aux données et de les mettre à jour depuis des postes de travail différents.

Catalog Manager comprend des outils de développement génériques dont les différentes fonctions peuvent être associées selon un ordre déterminé de façon à répondre à des besoins spécifiques en matière de gestion de catalogue. Ce logiciel permet de regrouper des informations de toute sorte provenant de plusieurs sources dans un système WebSphere Commerce et de remapper ces informations dans un format de définition de produit et de catalogue standard, à l'aide de fichiers XML.

Catalog Manager comprend le module Loader, Web Editor et deux outils dotés d'une interface utilisateur facilitant l'administration de ses fonctions. Il s'agit de l'outil de transformation de texte et de XSL Editor. La création et la gestion des catalogues s'effectuent essentiellement à l'aide du module Loader. Ce logiciel convient parfaitement à l'importation d'importants volumes d'informations figurant dans la base de données. Pour plus d'informations sur Catalog Manager, reportez-vous au *Guide d'utilisation Catalog Manager, version 5.4*.

Création d'actifs de catalogue

Cette section fournit des informations d'ordre général. Pour plus de détails sur la création des données de catalogue, reportez-vous à la section relative à la création d'actifs de catalogue dans le manuel *IBM WebSphere Commerce Store Developer's Guide*.

Pour créer des actifs de catalogue pour votre magasin, vous devez créer un catalogue principal et lui intégrer des informations provenant de plusieurs tables de base de données WebSphere Commerce. Vous pouvez créer votre catalogue à partir des fichiers XML chargés dans la base de données à l'aide du module Loader. Un catalogue multiculturel requiert un fichier XML séparé pour chaque environnement local pris en charge par le magasin.

Étape 1. Créez un propriétaire pour le catalogue en ajoutant une entreprise à la table ORGENTITY, en appliquant l'une des méthodes suivantes :

- Utilisez les fichiers exemples JSP AddOrganization fournis avec WebSphere Commerce.
- Utilisez une instruction SQL INSERT dans la table ORGENTITY.

Étape 2. Créez des fichiers XML pour charger les données de catalogue dans la base de données. Vous pouvez utiliser les fichiers XML de

catalogue de votre modèle de magasin et les DTD fournies avec WebSphere Commerce pour créer vos propres fichiers. Si vous créez un catalogue multiculturel, créez également un fichier XML pour chaque environnement local pris en charge par votre magasin. Toutes les informations à traduire/convertir, telles que les descriptions de produits et les prix, doivent être ajoutées aux fichiers spécifiques de l'environnement local.

Pour créer les actifs de catalogue des fichiers XML, procédez comme suit :

Création d'une entité de catalogue

- a. Une entité de catalogue représente un catalogue dans une base de données. Pour créer une entité de ce type, ajoutez des informations aux tables CATALOG et CATALOGDSC.

Création de groupes de catalogue

- b. Les groupes du catalogue constituent une arborescence d'exploration de catégories et de produits. Ils peuvent correspondre à des rayons d'un magasin réel.

Pour créer des groupes de catalogue, vous devez d'abord organiser les produits en hiérarchie ou en arborescence inversée. L'arborescence commence au niveau d'un groupe de catalogue général (appelé répertoire principal) et s'étend progressivement à des sous-catégories spécifiques tant qu'elle peut être divisée en catégories. Chaque groupe de catalogue de niveau inférieur, qui ne contient que des produits, est dit "élémentaire". Un groupe de catalogue est le parent des catégories immédiatement inférieures et l'enfant de la catégorie supérieure. Par exemple, Hommes regroupe les catégories de type Pantalons et Chemises, et Pantalons regroupe des produits.

Pour créer des groupes de catalogue, ajoutez des informations aux tables CATGROUP et CATGRPDESC.

Affectation de groupes de catalogue de niveau supérieur au catalogue

- c. Une fois que vous avez créé des groupes de catalogue pour votre catalogue, vous devez lui affecter les groupes de niveau supérieur. Par exemple, Hommes est un groupe de catalogue de niveau supérieur. Pour affecter des groupes de catalogue de niveau supérieur au catalogue, ajoutez des informations à la table CATTOGRP.

Création de relations entre des groupes de catalogue

- d. Une fois que vous avez créé des groupes de catalogue pour votre catalogue, vous devez définir les relations entre les groupes. Par exemple, les groupes de catalogue de niveau

supérieur possèdent des sous-catégories : Hommes contient les sous-catégories Pantalons et Chemises. Le groupe de niveau supérieur est le parent et les sous-catégories sont les enfants. Les sous-catégories peuvent également faire office de parents. Ainsi, la sous-catégorie Pantalons peut posséder ses propres sous-catégories, telles que Pantalons de ville et Pantalons décontractés. Pour créer des relations entre les groupes de catalogue, ajoutez des informations à la table CATGRPTEL.

Création des informations sur le stock

- e. Vous devez définir plusieurs types d'informations sur le stock dans le catalogue. Les articles de base représentent une famille de marchandises associée à un nom et à une description et correspondent à des produits du catalogue. Pour chaque groupe d'articles du stock figurant dans le catalogue, les informations requises doivent être ajoutées aux tables BASEITEM et BASEITEMDSC.

Un article spécifié est un article dont tous les attributs sont associés à une valeur, et qui représente dans le catalogue un lot, une offre groupée ou un kit dynamique. Un article spécifié est une entité de distribution correspondant à l'entrée catalogue de l'article, qui peut être considérée comme la vue de distribution des produits mis en vente par le commerçant. Pour chaque article spécifié du catalogue, les informations requises doivent être ajoutées à la table ITEMSPC.

Vous devez en outre établir des relations entre les articles de base et les différentes versions de cet article dans le catalogue. Pour chacune de ces relations, les informations requises doivent être ajoutées à la table ITEMVERSN.

Enfin, vous devez établir des relations entre une version d'un produit et un article spécifié dans le catalogue. Pour chacune de ces relations, des informations requises doivent être ajoutées à la table ITEMVERSN.

Un accord de distribution permet à un magasin de vendre son propre stock. Pour chaque accord de distribution du catalogue, les informations requises doivent être ajoutées à la table DISTARRANG.

Certains attributs déterminent la façon dont un magasin attribue son stock pour les articles spécifiés d'un article de base particulier dans la base de données. Pour chaque article de base du catalogue, les informations requises doivent être ajoutées à la table STOREITEM.

Création d'entrées de catalogue

- f. Les marchandises de votre catalogue sont appelées entrées de catalogue. Les produits, les articles, les lots, les offres groupées et les kits dynamiques sont des exemples de types d'entrée de catalogue.

Pour créer des entrées de catalogue, ajoutez des informations aux tables CATENTRY et CATENTDESC.

Création d'attributs et de valeurs d'attribut

- g. Chaque produit de votre catalogue possède un ensemble spécifique d'attributs. Par exemple, une chemise peut présenter les attributs taille et couleur. Les articles sont définis en fonction des valeurs d'attribut, par exemple, une chemise rouge de petite taille. Une fois que vous avez créé des entrées de catalogue, définissez des attributs et des valeurs d'attribut dans votre catalogue en ajoutant des informations aux tables ATTRIBUTE et ATTRVALUE.

Création de relations entre des produits et des articles

- h. Une fois que vous avez créé des produits et des articles pour votre catalogue, vous devez définir les relations entre chaque produit et article. Pour définir les relations entre les produits et leurs articles, ajoutez des informations à la table CATENTREL.

Création de lots et d'offres groupées

- i. Une fois que vous avez créé des produits et des articles pour votre catalogue, vous devez créer des lots et des offres groupées. Pour cela, ajoutez les informations requises aux tables CATENTRY et CATENTDESC. Créez ensuite les relations entre les lots et les offres groupées d'une part et leurs composants d'autre part dans la table CATENTREL.

Création de relations entre des groupes de catalogue et des entrées de catalogue

- j. Une fois que vous avez créé des groupes de catalogue et des entrées de catalogue dans votre catalogue, vous devez définir les relations entre ces éléments. Vous devez donc affecter des entrées de catalogue à des groupes de catalogue particuliers. Par exemple, Pantalons est un groupe de catalogue. Les pantalons de ville et les pantalons en velours sont des produits appartenant à ce groupe. Pour définir les relations entre les groupes de catalogue et les entrées de catalogue, ajoutez les informations requises à la table CATGPENREL.

Création d'associations de merchandising

- k. Créez des associations de merchandising (ventes croisées, ventes amont et accessoires) dans votre catalogue à des fins promotionnelles. Pour cela, ajoutez les informations requises à la table MASSOCECE.

Étape 3. Association d'un catalogue à un magasin

Pour afficher votre catalogue dans un magasin en ligne, vous devez l'affecter, ainsi que tous les groupes et toutes les entrées de catalogue, à un magasin de la base de données. Vous devez également affecter des pages d'affichage aux groupes et aux entrées de catalogue. À l'aide des fichiers XML store-catalog du modèle de magasin et des DTD fournis avec WebSphere Commerce, créez vos propres fichiers XML, puis ajoutez ces informations aux tables de base de données suivantes : STORECAT, STORECENT, STORECGRP, DISPCGPREL et DISPENTREL. Si vous créez un catalogue multiculturel, créez également un fichier XML pour chaque environnement local pris en charge par votre magasin.

Étape 4. Association de taxes à un catalogue et un magasin

Pour associer des taxes aux produits et services de votre catalogue pour un magasin donné, vous devez associer un code de calcul des taxes aux entrées de catalogue. À l'aide des fichiers XML store-tax du modèle de magasin et des DTD fournis avec WebSphere Commerce, créez vos propres fichiers XML, puis ajoutez ces informations à la table CATENCALCD de la base de données.

Étape 5. Association de modes d'expédition au catalogue

Pour associer des modes d'expédition aux produits et services de votre catalogue, vous devez associer un code de calcul des frais de port aux entrées de votre catalogue. À l'aide des fichiers XML store-shipping du modèle de magasin et des DTD fournis avec WebSphere Commerce, créez vos propres fichiers XML, puis ajoutez ces informations à la table CATENCALCD de la base de données.

Étape 6. Association du catalogue à un centre de distribution

Les centres de distribution gèrent les stocks produits et les expéditions d'un magasin. Vous devez associer votre catalogue à un centre de distribution pour la livraison des produits aux clients. À l'aide des fichiers XML storefulfill du modèle de magasin et des DTD fournis avec WebSphere Commerce, créez vos propres fichiers XML, puis ajoutez ces informations à la table FFMCENTER de la base de données.

Étape 7. Tarification des produits du catalogue

La tarification représente la gamme de prix d'une entrée de catalogue et les critères à respecter pour l'utilisation des prix. Pour créer un catalogue fonctionnel, vous devez ajouter des informations

d'offre à la base de données. A l'aide des fichiers XML offering du modèle de magasin et des DTD fournis avec WebSphere Commerce, créez vos propres fichiers XML, puis ajoutez ces informations aux tables de base de données suivantes : TRADEPOSCN, TDPSCNCNTR, MGPTRDPSCN, OFFER et OFFERPRICE. Vous pouvez créer ou mettre à jour la tarification d'une entrée de catalogue à l'aide de l'outil de gestion des produits de WebSphere Commerce Accelerator.

Étape 8. Chargement de données

Une fois que vous avez créé les données de catalogue, chargez-les dans la base de données à l'aide du module Loader ou de la fonction de publication de Store Services. Pour plus d'informations, reportez-vous à la section «Module Loader» à la page 83. Pour plus d'informations sur la fonction de publication, reportez-vous à l'aide en ligne de WebSphere Commerce.

Suppression des exemples de produit

Lorsque vous publiez une archive de magasin sur un serveur WebSphere Commerce Server, vous pouvez inclure des exemples de produit dans votre magasin. Si vous avez sélectionné cette option, vous devez supprimer ces exemples avant d'ajouter vos propres produits. Pour cela, utilisez l'utilitaire de nettoyage de base de données. Pour plus d'informations, reportez-vous à la section relative à l'utilitaire de nettoyage de base de données de l'aide en ligne de WebSphere Commerce.

Module Loader

Le module Loader, qui est un composant de Catalog Manager, permet de charger des données de catalogue, entre autres, dans votre base de données WebSphere Commerce. Il vous permet de charger d'importantes quantités de données nouvelles ou d'effectuer des mises à jour au niveau des cellules (par exemple, mise à jour d'une valeur sur une ligne ou dans une colonne donnée). Grâce à ses performances élevées et à son évolutivité, le module Loader convient parfaitement à l'ajout massif de données et aux mises à jour des données de WebSphere Commerce Server.

Le module Loader importe des données au format XML dans la base de données WebSphere Commerce. Il vous permet de générer une définition de type de document (DTD), de résoudre des identificateurs et de charger des données. Le module Loader inclut également des utilitaires d'extraction de données et de transformation de données XML. Il contient désormais l'outil de transformation de texte, qui permet de transformer un document ASCII en document XML.

Si vous créez un fichier XML à l'aide des DTD fournies avec WebSphere Commerce ou que vous modifiez les fichiers XML fournis avec le modèle d'archive de magasin, il est inutile de générer une autre DTD.

Le module Loader est accompagné d'une fonction de journalisation qui vous permet d'enregistrer et de stocker des messages issus de lots. Par exemple, vous pouvez consigner, pour le débogage, des erreurs survenues lors de la génération d'une DTD ou du chargement de données.

Publication via le module Loader

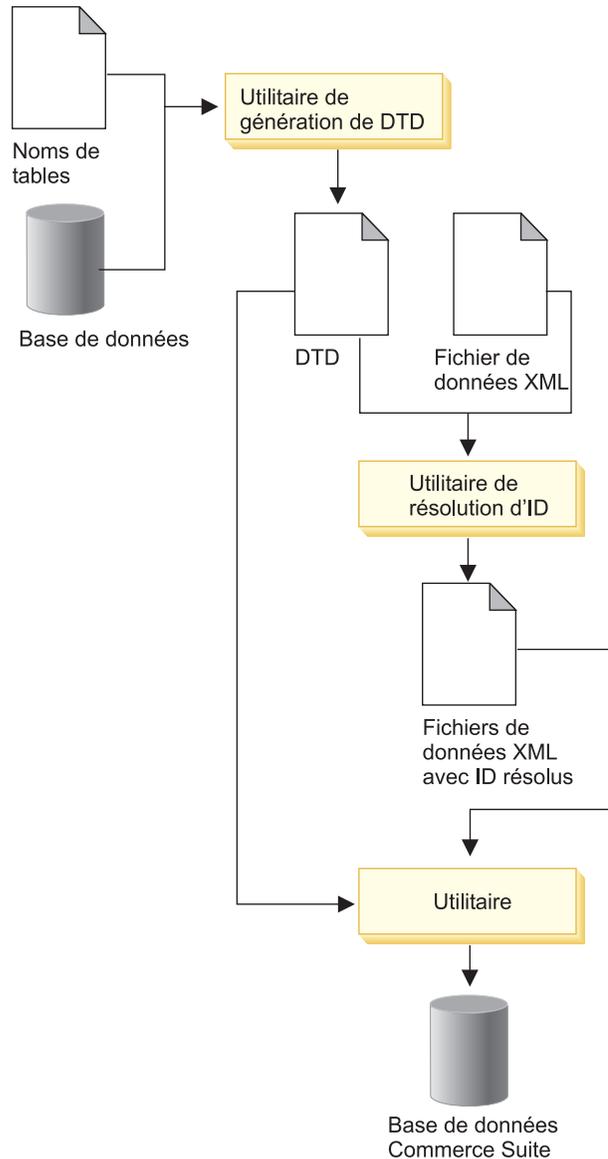
La fonction de publication de Store Services fait appel au module Loader pour qu'il charge des informations dans la base de données. Cette fonction utilise les DTD fournies avec WebSphere Commerce et une DTD propre à WebSphere Commerce, puis résout les identificateurs et charge les données. Si vous souhaitez charger vos données à l'aide de cette fonction, assurez-vous que vous utilisez les DTD appropriées fournies avec WebSphere Commerce pour créer vos fichiers XML, puis ajoutez ces fichiers à une archive de magasin.

Remplissage des données dans la base à l'aide du module Loader

Cette section décrit comment le module Loader importe des données XML dans les tables WebSphere Commerce. Pour plus de détails sur le formatage des données et l'utilisation du module Loader, reportez-vous à la section relative à ce module dans l'aide en ligne de WebSphere Commerce. Le processus de chargement comprend les étapes suivantes :

1. la génération d'une définition de type de document (DTD) à l'aide du générateur de DTD,
2. la création d'un fichier de données,
3. la définition d'identificateurs dans les fichiers d'entrée à l'aide de l'utilitaire de définition d'ID,
4. la chargement des données à l'aide du module Loader.

Le schéma suivant illustre le processus de création de données à l'aide du module Loader :



Étape 1. Génération d'une DT

La DTD indique les éléments structurels et les définitions de marquage qui peuvent être utilisés dans un document XML. Par exemple, elle répertorie les éléments utilisables dans un document et

indique les attributs que chaque élément peut posséder. La DTD décrit les tables et colonnes dans lesquelles le module Loader importe des données.

Les fichiers DTD fournis avec le modèle d'archive de magasin, *webfashion_locale1_locale2 .sar*, utilisent le module Loader. Pour charger des données dans des tables WebSphere Commerce non indiquées dans l'archive de magasin ou dans des bases de données WebSphere Commerce non modifiées, utilisez le fichier *data.dtd* fourni. Sinon, lancez le générateur de DTD du module Loader. Vous ne devez le lancer qu'une seule fois.

Le générateur de DTD utilise une liste de tables et des informations provenant du SGBD relationnel source pour créer une DTD qui définit des informations structurelles sur les tables, de sorte que Loader puisse déterminer le type de traitement à adopter pour les fichiers de données XML. Les éléments du document XML correspondent aux noms de table dans la base de données et les attributs d'éléments aux colonnes.

Étape 2. Création d'un fichier de données

Le module Loader requiert des fichiers d'entrée XML syntaxiquement corrects et valides. Votre fichier de données doit être conforme aux DTD fournies avec le modèle d'archive de magasin, avec le fichier *data.dtd* ou avec la DTD générée. Pour créer ce fichier de données, utilisez un éditeur de texte ou un éditeur XML. Lorsque les fichiers XML ne sont pas valides, le module Loader emploie un analyseur XML de validation et signale les erreurs en vue de leur correction.

Vous trouverez ci-dessous un exemple simple de données en entrée.

```
<catentry
catentry_id="@product 1"
member_id="1"
catentype_id="ProductBean"
partnumber="1234"
mfpartnumber="1234"
mfname="JoesAppliances"
markfordelete="0"
buyable="1"/>
```

Dans cet exemple, la table s'appelle *CATENTRY* et les colonnes sont nommées *catentry_id*, *member_id*, *catentype_id*, etc.

Étape 3. Définition des identificateurs

Dans la mesure où les fichiers XML utilisés par Loader correspondent au schéma de base de données cible, ils doivent inclure les identificateurs requis. Ces identificateurs lient les données du fichier XML à la base de données. L'utilitaire de

définition d'ID du module Loader met à jour les éléments XML en leur attribuant les identificateurs qui leur sont associés.

L'utilitaire de définition d'ID peut générer des identificateurs pour de nouvelles données à charger dans WebSphere Commerce. Ce composant peut également résoudre des identificateurs pour les données existantes avant que Loader ne soit appelé.

Pour définir un identificateur, l'utilitaire de définition d'ID utilise l'une des deux méthodes suivantes : la définition d'index à entrées uniques ou la définition d'alias interne. La première méthode utilise les index à entrées uniques d'une table pour définir un identificateur. La seconde méthode permet de placer un alias au niveau de l'attribut de clé primaire (identificateur). Vous pouvez utiliser cet alias dans le fichier XML pour faire référence à cet élément.

Dans l'exemple précédent, la ligne `catentry_id="@product 1"` indique que vous utilisez la définition d'alias interne, car toutes les références de clés externes sont identifiées par le signe @. Dans le cas d'une définition d'index à entrées uniques, vous n'utiliseriez pas l'attribut `catentry_id` pour l'élément d'entrée de catalogue. Les autres éléments font référence à cet attribut sous la forme `@1234@1`, car l'index à entrées uniques de la table `CATENTRY` est "PartNumber and Member_ID" et les valeurs de ces colonnes sont respectivement 1234 et 1.

Étape 4. Chargement de données

Il présente (pour DB2 et Oracle, sauf indication contraire) les types de chargements de données produit suivants :

- **Importation SQL** : Utilise Java Database Connectivity (JDBC) pour insérer et mettre à jour des données. Ce mode de fonctionnement est le plus flexible, mais également le plus lent en matière d'importation de quantités importantes de données dans un petit nombre de tables. Ce mode permet une mise à jour au niveau des cellules.

- **Importation native** :

Ce mode utilise les fonctions d'importation natives de DB2 et permet une mise à jour au niveau des cellules relativement rapide et souple. Si la méthode d'importation est utilisée dans Oracle, c'est, par défaut, le mode `SQLIMPORT` qui est mis en œuvre.

- **Chargement** :

Ce mode, qui utilise les fonctions natives du SGDB relationnel (DB2 Load ou

SQL*Loader), est le plus rapide en termes de chargement de quantités importantes de données dans un petit nombre de tables.

400

Ce mode utilise CPYFRMIMPF avec l'option *ADD.

Pour plus d'informations, reportez-vous à la section sur le module Loader dans l'aide en ligne de WebSphere Commerce. Vous y trouverez une comparaison des modes pour vous aider à choisir celui qui répond le mieux à vos besoins. Si nécessaire, vous obtiendrez également une méthode permettant la suppression des données de la base par le module Loader.

Maintenance du catalogue en ligne

C'est un processus permanent, car vous devrez constamment ajouter ou retirer des marchandises, créer ou associer des catégories ou des groupes de catalogue et mettre à jour des informations produit, telles que les descriptions et les prix.

Lorsque vous avez créé le catalogue principal et que vous y avez ajouté des données, vous pouvez mettre à jour son contenu ou créer des données catalogue avec les outils de gestion des produits disponibles dans WebSphere Commerce Accelerator. Les outils de gestion des produits représentent une association d'assistants et de bloc-notes conçus pour gérer facilement toutes les données du catalogue. En particulier, vous pouvez :

- créer, mettre à jour et supprimer des produits et les détails associés,
- générer, mettre à jour et supprimer des articles (références SKU) pour les achats,
- créer, mettre à jour et supprimer des catégories (ou des groupes de catalogue),
- associer des produits et des articles à des catégories,
- créer des attributs et des valeurs d'attribut pour les produits,
- créer, mettre à jour, supprimer et associer des prix catalogue aux produits.

Pour plus d'informations, reportez-vous au Chapitre 12, «Gestion du catalogue» à la page 155. Si vous souhaitez obtenir des informations détaillées sur chacune des tâches, vous pouvez également consulter, dans l'aide en ligne, la section qui traite de la gestion des produits. Vous pouvez également gérer votre catalogue à l'aide de Catalog Manager. Pour créer, modifier ou supprimer des données de catalogue, utilisez une interface de navigateur Web. Pour plus d'informations, reportez-vous au document *Guide d'utilisation Catalog Manager, version 5.4*.

Recherche dans le catalogue

La fonction de recherche dans le catalogue vous permet de mettre en œuvre un outil de recherche destiné à vos clients. Par l'ajout d'une simple interface à votre site, vous dotez vos clients d'un outil supplémentaire pour la recherche de vos produits. Cette fonction peut contribuer à conclure une vente lorsque le client n'a pas su atteindre le produit qu'il recherchait.

La fonction de recherche dans le catalogue est mise en œuvre par un bean de données qui génère des requêtes SQL sur la base de données. Ces requêtes peuvent effectuer des recherches simples utilisant des chaînes de caractères combinées, ou des recherches plus puissantes basées sur des expressions booléennes. Cette fonction peut également effectuer des recherches sur des attributs étendus.

En outre, la fonction de recherche dans le catalogue est à la base du format de l'espace de recherche principal de l'Assistant produit.

Recherche simple dans le catalogue

Une fois mise en œuvre, la version simplifiée de la fonction de recherche dans le catalogue ajoute, sur la page, une zone d'entrée de texte et un bouton qui permet de lancer la recherche. La zone accepte les chaînes de texte qui sont comparées à la base de données pour déterminer des correspondances et les afficher dans la page de résultats. Si la chaîne de recherche comporte plusieurs mots séparés par des espaces, le moteur de recherche considère chaque espace comme un opérateur ET logique.

La version simple du catalogue de recherche est conçue pour occuper un espace minimal sur la page, de sorte que vous pouvez la placer sur toute page sans devoir en réorganiser les principales sections. En fait, pour que vos clients puissent tirer le meilleur parti de votre site, vous devez prévoir d'inclure, sur la plupart des pages du magasin, un bean de données de recherche simple dans le catalogue.

Recherche avancée dans le catalogue

La version avancée de la fonction de recherche dans le catalogue dote vos clients d'un outil de recherche puissant. Elle accepte plusieurs zones d'entrée, permettant ainsi à vos clients de créer des chaînes de recherche plus complexes. Elle fournit également un support pour expressions booléennes, en fonction de l'attribut sélectionné. En outre, vos clients peuvent effectuer des recherches basées sur des attributs étendus, tels que la couleur ou la taille. Alors que les deux méthodes de recherche avancée sont prises en charge, les expressions booléennes ne peuvent pas être utilisées pour effectuer des recherches sur les attributs étendus.

En raison de la diversité des options de recherche et de la possibilité de renseigner plusieurs zones d'entrée, l'interface de recherche avancée est généralement présentée aux clients sous la forme d'une page distincte dans le magasin. En général, le lien vers la page de recherche avancée se trouve sur la page de résultats de la recherche simple, invitant les clients à affiner leurs critères de recherche, ou à les étendre si aucun résultat n'a été renvoyé.

Ajout d'une fonction de recherche dans le catalogue à votre site

Pour doter votre site d'une fonction de recherche dans le catalogue, vous devez ajouter le bean de données CatalogSearch sur chaque page voulue. Pour obtenir les instructions de mise en œuvre, reportez-vous aux pages de recherche des modèles de magasin. Ces pages font l'objet d'une description dans l'aide en ligne de WebSphere Commerce.

Produits configurables

Les produits configurables sont marqués ou identifiés de manière à permettre au client de les regrouper lors des achats. Les produits sont regroupés en fonction des besoins du client et sont vendus ensemble. Ce regroupement de produits, appelé *kit dynamique*, est basé sur des règles prédéfinies et sur les interactions d'un utilisateur avec un configurateur. L'ajout d'un kit dynamique à une commande s'effectue de la même manière que l'ajout d'un lot. A l'instar d'un lot, les composants d'un kit dynamique ne sont pas modifiables et la configuration est indivisible. La présence de produits configurables dans le catalogue principal de votre magasin dénote votre souplesse d'adaptation aux besoins de vos clients.

WebSphere Commerce ne comporte pas de configurateur de produits, mais fournit un support complet pour l'intégration d'un configurateur de produits externe.

Pour mieux comprendre l'interfonctionnement d'un configurateur de produits et de WebSphere Commerce, considérez le scénario d'achat suivant :

Une page de configuration affiche des informations détaillées sur les produits. A l'aide d'un configurateur de produits externe, le client sélectionne la configuration voulue d'après un ensemble de règles de configuration. Cette nouvelle sélection renvoie un ID de configuration, reconnu en tant que liste de produits choisis (éventuellement accompagnés des prix correspondants). Pour ajouter les produits choisis à sa commande, le client sélectionne l'ID de configuration. Si des changements sont nécessaires, WebSphere Commerce réoriente le client vers la configuration pour qu'il y apporte les modifications appropriées, ce qui génère un nouvel ID de configuration.

Chapitre 8. Personnalisation du fonctionnement du magasin

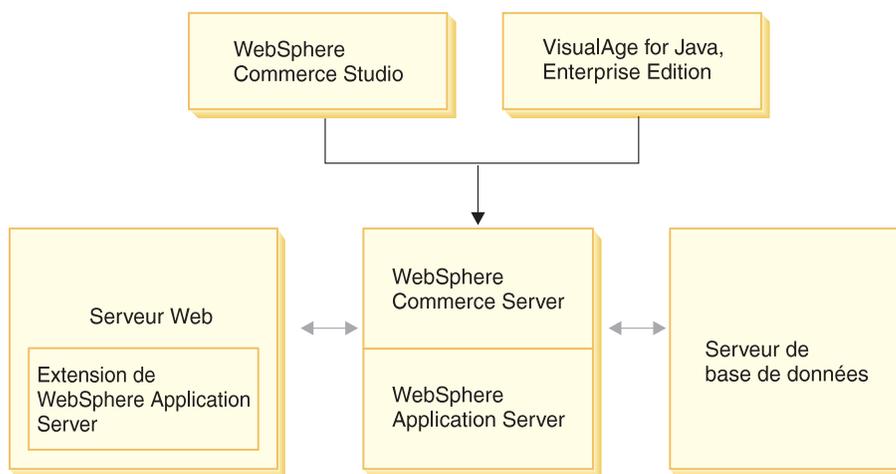
Introduction

WebSphere Commerce inclut un grand nombre de caractéristiques et de fonctions standard qui permettent de créer une application e-commerce évoluée sans extensions de programme. Toutefois, du fait de la spécificité de votre activité, il peut s'avérer nécessaire que votre équipe de développement personnalise et développe la solution standard. Ce chapitre présente le modèle de programmation et l'architecture de WebSphere Commerce, qui ont été conçus en vue de simplifier le processus de personnalisation. Il présente également les outils recommandés pour la personnalisation.

Pour plus d'informations sur la personnalisation, reportez-vous au document *WebSphere Commerce Programmer's Guide* et à la section Références de l'aide en ligne WebSphere Commerce.

Composants logiciels de WebSphere Commerce

Avant d'étudier en détails le fonctionnement de WebSphere Commerce Server, observez la figure générale présentant les composants logiciels relatifs au processus de personnalisation. Le schéma ci-dessous présente une vue simplifiée de ces composants :

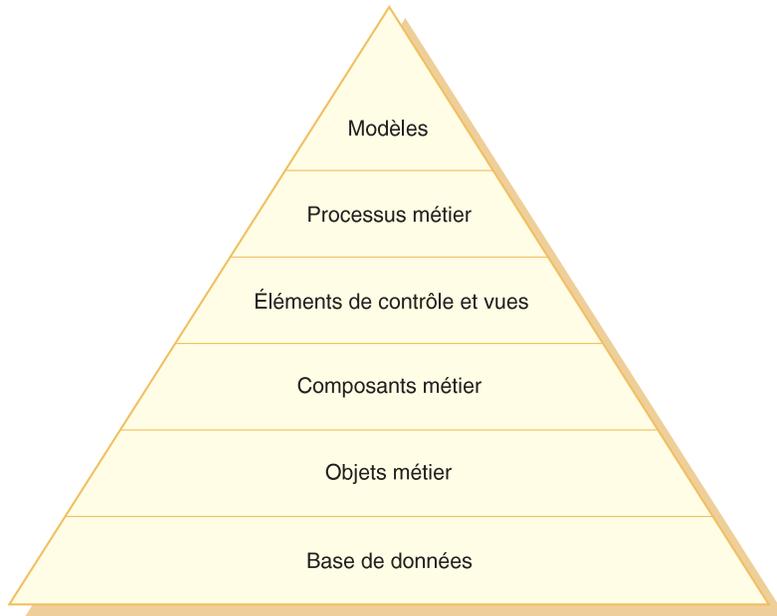


Le serveur Web est le premier point de contact pour les demandes HTTP entrantes de votre application d'e-commerce. Afin d'assurer efficacement l'interface avec WebSphere Application Server, il utilise l'extension WebSphere Application Server. WebSphere Commerce Server s'exécute avec WebSphere Application Server, ce qui lui permet de bénéficier d'un grand nombre de fonctions du serveur d'applications. Le serveur de base de données contient la plupart des données de votre application, y compris les données produit et client. En général, les extensions de votre application s'obtiennent via la modification ou l'extension du code de WebSphere Commerce Server. En outre, vous pouvez avoir besoin de stocker dans votre base de données des données n'appartenant pas au domaine du schéma de la base de données WebSphere Commerce.

Les développeurs utilisent deux outils principaux pour créer une logique métier personnalisée : WebSphere Commerce Studio et VisualAge for Java Enterprise Edition. WebSphere Commerce Studio permet de créer et de gérer des actifs de devanture (des modèles JSP, par exemple). VisualAge for Java Enterprise Edition est utilisé pour la création de logiques métier en Java, afin de développer les fonctions existantes ou de créer de nouvelles fonctions. Si votre application nécessite des extensions du schéma de la base de données, le développeur de base de données doit utiliser des outils de développement de base de données pour créer les nouvelles tables.

Modèle d'application WebSphere Commerce

Une fois que vous avez étudié le fonctionnement des différents composants logiciels relatifs à la personnalisation, il est important de comprendre le modèle d'application afin de prendre connaissance des pièces constituant des couches de base et des pièces que vous pouvez modifier. Le schéma ci-dessous présente les différentes couches constituant le modèle d'application :



Chaque couche du modèle est décrite ci-après :

Base de données

WebSphere Commerce utilise un schéma de base de données conçu spécifiquement pour les applications d'e-commerce et leurs exigences en matière de données. Ce schéma comporte entre autres les tables suivantes :

- Utilisateur
- Commande
- Produit

Objets métier

Les objets métier servent de modèle aux entités du domaine de commerce et contiennent la logique centrée sur les données nécessaire pour extraire ou interpréter les informations contenues dans la base de données. Ces entités respectent l'architecture des composants d'Enterprise JavaBeans (V1.0).

Ces beans assurent l'interface entre l'application de commerce et la base de données. En outre, ils constituent un modèle beaucoup plus simple pour les entités que les relations complexes entre les colonnes des tables d'une base de données.

Composants métier

Les composants métier sont des unités de la logique métier. Ils appliquent une logique applicative procédurale à granularité grossière. La logique est mise en œuvre à l'aide du modèle WebSphere Commerce d'instructions de contrôleur et d'instructions d'activité. L'instruction de contrôleur `OrderProcess`, par exemple, appartient à ce type de composant. Cette instruction spécifique comporte la logique métier nécessaire pour traiter une commande standard. L'application d'e-commerce appelle l'instruction `OrderProcess` qui, à son tour, appelle plusieurs instructions d'activité afin d'exécuter des unités de travail individuelles. Par exemple, les instructions d'activité individuelles s'assurent que le stock disponible est suffisant pour satisfaire la commande, traitent le paiement, mettent à jour l'état de la commande et déduisent du stock la quantité appropriée lorsque le traitement est terminé.

Contrôle et vues

Un contrôleur Web détermine l'implémentation et la vue d'instruction de contrôleur appropriées. Les implémentations peuvent être spécifiques aux magasins.

Les vues affichent les résultats des instructions et des actions utilisateur. Elles sont mises en œuvre à l'aide de modèles JSP. Par exemple, `ProductDisplay` (affiche une page produit contenant des informations relatives au produit sélectionné par le client) et `OrderPrepare` (fournit au client un formulaire afin de soumettre des informations correctes sur la commande) sont des vues.

Processus métier

La combinaison de composants métier et de vues permet de créer des processus de flux de travail et de flux de site que l'on appelle processus métier. Exemples de processus métier :

Enregistrement d'un utilisateur

Ce processus métier inclut les composants métier (par exemple, l'instruction `UserRegistrationAdd`, qui crée un enregistrement d'inscription pour un nouvel utilisateur) et les vues qui se rapportent à toutes les étapes du processus d'enregistrement des utilisateurs.

Navigation dans le catalogue

Ce processus métier inclut les composants métier (par exemple, les instructions `StoreCatalogDisplay` et `CategoryDisplay`, qui affichent respectivement les catalogues d'un magasin et les catégories d'un catalogue) et les vues qui se rapportent à toutes les étapes du processus de navigation dans un catalogue.

Modèles

L'ensemble des couches inférieures du diagramme constitue des modèles métier e-commerce. Par exemple, le modèle B2C (utilisé dans le modèle de magasin InFashion) et le modèle B2B (utilisé dans le modèle de magasin ToolTech) sont des modèles métier e-commerce.

Architecture d'exécution WebSphere Commerce

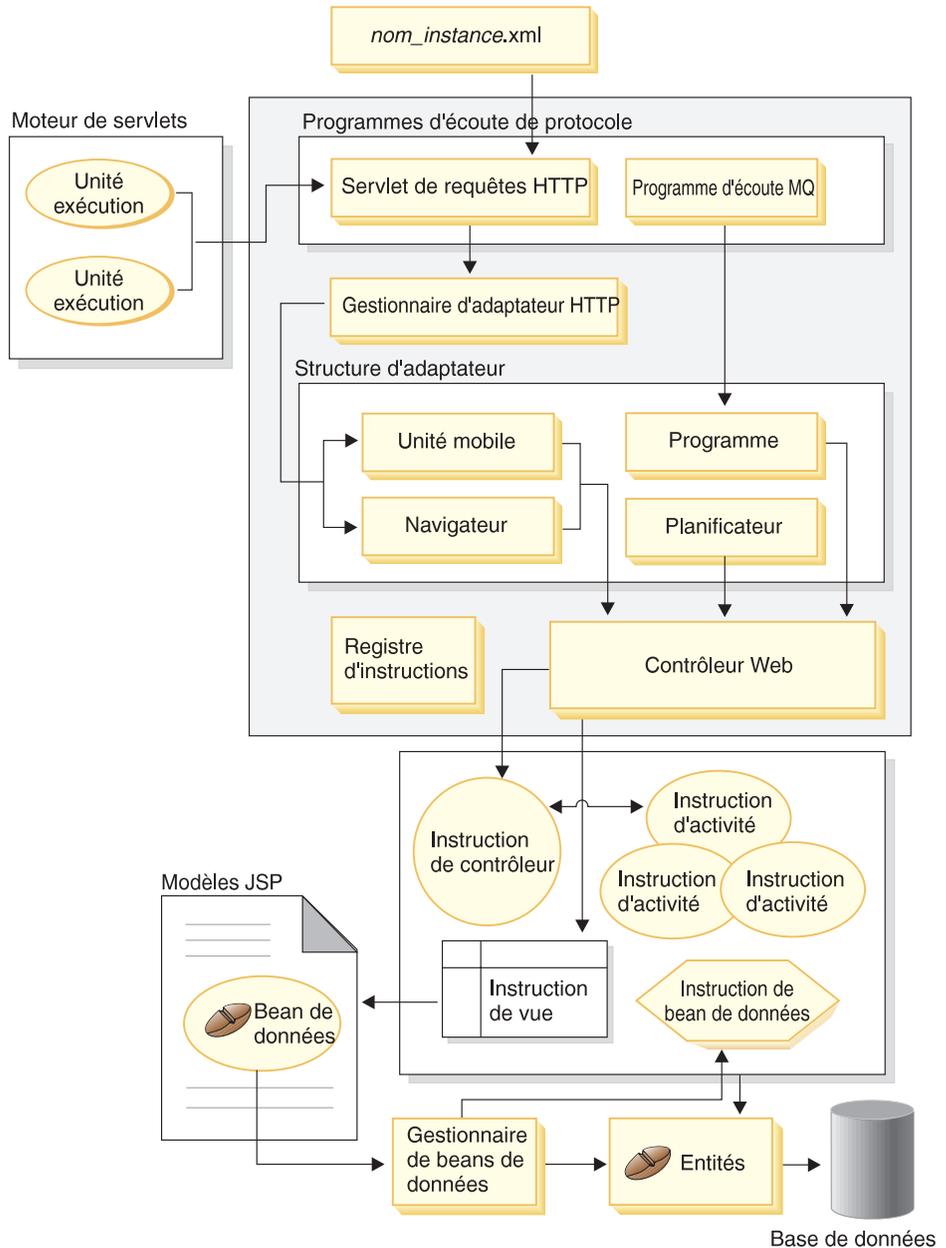
La section précédente a présenté l'architecture d'application, qui décrit, du point de vue de l'application commerciale, les différentes couches de l'application WebSphere Commerce. Cette section décrit la mise en œuvre de cette architecture.

Les principaux composants de l'architecture WebSphere Commerce sont les suivants :

- le moteur de servlet,
- les modules d'écoute du protocole,
- les adaptateurs,
- les contrôleurs Web,
- les instructions,
- les beans d'entité WebSphere Commerce,
- les beans de données,
- le gestionnaire de beans de données,
- les pages d'affichage,
- les fichiers XML.

Le schéma ci-dessous présente les interactions existant entre ces composants.

Les sections qui suivent fournissent des informations détaillées sur chaque composant.



Moteur de servlet

Le moteur de servlet fait partie de l'environnement d'exécution WebSphere Application Server, qui répartit les demandes d'URL entrantes. Il gère un pool d'unités d'exécution pour traiter les demandes. Chaque demande entrante est exécutée sur une unité d'exécution distincte.

Module d'écoute du protocole

Les instructions WebSphere Commerce peuvent être appelées depuis différentes unités. Par exemple :

- des navigateurs Internet standard,
- des téléphones mobiles utilisant un navigateur Internet,
- des applications interentreprise (B2B) émettant des messages XML via MQSeries,
- le planificateur WebSphere Commerce qui exécute les instructions et les travaux d'arrière-plan.

Les unités peuvent utiliser différents protocoles de communication. Un module d'écoute de protocole est un composant WebSphere Commerce Server exécution qui reçoit les demandes entrantes des transferts et les répartit entre les cartes appropriées, selon le protocole utilisé. Les modules d'écoute de protocole incluent les éléments suivants :

- le servlet de requêtes,
- le module d'écoute MQSeries.

Adaptateurs

Les adaptateurs WebSphere Commerce sont des composants spécifiques aux unités qui exécutent des fonctions de traitement avant de transmettre une demande à un contrôleur. Les adaptateurs effectuent entre autres les activités de traitement suivantes :

- ils indiquent au contrôleur Web d'adapter le traitement de la demande au type d'unité ; par exemple, l'adaptateur d'une unité mobile peut indiquer au contrôleur Web d'ignorer la vérification HTTPS dans la demande d'origine ;
- ils convertissent le format de message de la demande entrante en un ensemble de propriétés reconnues par les instructions WebSphere Commerce ;
- ils assurent une persistance de session spécifique aux unités.

Contrôleur Web

Un contrôleur Web WebSphere Commerce est un conteneur d'applications qui suit un schéma de conception similaire à celui d'un conteneur EJB. Ces conteneurs simplifient le rôle des instructions en assurant des services tels que la gestion de sessions (en fonction de la persistance de session établie par la carte), le contrôle des transactions, le contrôle des accès et l'authentification.

Le contrôleur Web participe également à la mise en œuvre du modèle de programmation pour l'application de commerce. Le modèle de programmation définit les types d'instructions qu'une application doit écrire. Chaque type d'instruction a une finalité spécifique. La logique métier doit être mise en œuvre dans des instructions de contrôleur et la logique de visualisation dans des instructions de visualisation. Le contrôleur Web s'attend alors à ce que l'instruction de contrôleur renvoie une instruction de visualisation. Si ce n'est pas le cas, une exception est transmise.

Instructions

Les instructions WebSphere Commerce sont des beans Java contenant la logique de programmation associée au traitement d'une demande spécifique. Il existe quatre types d'instructions, dont la description est proposée dans le tableau suivant :

Type d'instruction	Description
Contrôleur	Les instructions de contrôleur communiquent directement avec un contrôleur Web et établissent une logique applicative à granularité grossière. Elles incluent généralement un ensemble de sous-activités exécutées par des instructions d'activité individuelles. Par exemple, l'instruction OrderProcess utilise des instructions d'activité pour exécuter des tâches individuelles telles que le contrôle du stock disponible afin de s'assurer qu'il est suffisant pour traiter la commande et la mise à jour de l'état de la commande.
Tâche	Une instruction d'activité met en œuvre une partie spécifique de la logique métier. Ensemble, une instruction de contrôleur et une série d'instructions d'activité implémentent en général la logique d'application pour une requête URL. Ces instructions sont appelées par des instructions de contrôleur plutôt que par l'application.

Type d'instruction	Description
Visualisation	<p>Une instruction de visualisation permet de composer une vue en guise de réponse à la demande d'un client. Elle peut fonctionner de deux manières :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Une instruction de contrôleur définit un nom d'instruction de visualisation à la fin du traitement de la demande • Une instruction détecte une erreur. Elle décide d'exécuter une tâche d'erreur pour traiter l'erreur et lance une exception avec le nom d'une instruction de visualisation. Lorsque l'exception se propage au contrôleur Web, elle exécute l'instruction de visualisation et retransmet la réponse au client. <p>Il existe trois types d'instructions de visualisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redirect view • Direct view • Forward view
Bean de données	<p>Les instructions de bean de données sont utilisées lorsqu'un modèle JSP instancie un bean de données. Généralement, elles intègrent dans le bean de données des informations provenant d'un bean d'entité. Par exemple, lorsqu'une page d'affichage de catalogue doit afficher des informations relatives à un produit donné, une instruction de bean de données insère dans le bean de données "Produit" des informations telles que la description du produit.</p>

Beans d'entité WebSphere Commerce

Les beans d'entité WebSphere Commerce sont les objets persistants et transactionnels de commerce fournis par WebSphere Commerce. Ces beans représentent les données WebSphere Commerce de façon intuitive. Ainsi, plutôt que de comprendre le schéma de base de données, vous pouvez accéder aux données depuis un bean d'entité qui structure les concepts et les objets du domaine commercial. Vous pouvez développer ou remplacer des beans d'entité existants. Vous pouvez également déployer de nouveaux beans d'entité pour les besoins commerciaux propres à votre application.

Les beans d'entité WebSphere Commerce sont appliqués comme des beans d'entreprise.

Beans de données et instructions beans de données

Les beans de données représentent des conteneurs de propriétés (ou données) essentiellement utilisés par les concepteurs de pages. De façon plus générale, ils fournissent une représentation simple d'une entité WebSphere Commerce. Un concepteur de pages peut placer ces beans dans un modèle JSP afin de permettre la mise en place des données dynamiques sur la page à l'affichage. Il suffit de savoir quelles données peut fournir le bean et quelles données il nécessite en entrée. Si l'on reste dans l'optique de la séparation de l'affichage et de la logique métier, le concepteur de pages ne doit pas nécessairement posséder de connaissances sur le fonctionnement du bean.

Gestionnaire de beans de données

Lorsqu'un bean de données WebSphere Commerce est intégré à un modèle JSP à l'aide de WebSphere Studio Page Designer, une ligne de code est générée et alimente le bean de données à l'exécution via le gestionnaire de beans de données. Le gestionnaire de beans de données délimite une transaction (s'il n'existe aucune transaction en attente) avant d'appeler l'instruction de bean de données pour extraire les données des beans d'entité correspondants.

Modèles JSP (JavaServer Pages)

Les modèles JSP sont des servlets spécialisés généralement utilisés à des fins d'affichage. Par exemple, CategoryDisplay et ProductDisplay sont des modèles JSP. En principe, lorsqu'une instruction de contrôleur arrive en fin de traitement, elle appelle une instruction ForwardView pour afficher un modèle JSP.

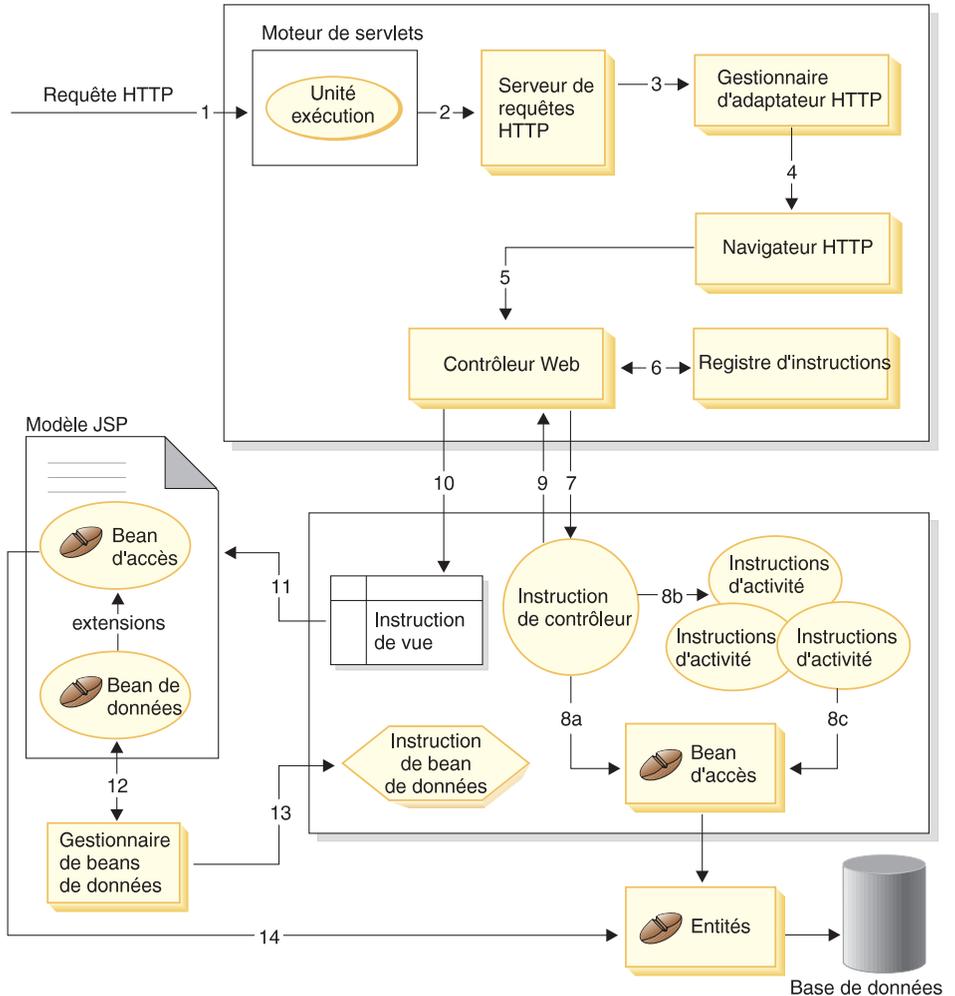
Fichier de configuration *nom_instance.xml*

Le fichier de configuration *nom_instance.xml* définit les informations de configuration de l'instance. Il est lu lors de l'initialisation du servlet de requêtes.

Récapitulatif d'une demande HTTP

Cette section présente un récapitulatif du flux entre les composants en réponse à une demande émanant d'un navigateur Internet. Des flux similaires sont utilisés pour les autres types de demandes.

Le schéma ci-dessous présente une description de chaque étape.



Les informations qui suivent correspondent au schéma ci-dessus.

1. La demande HTTP est transmise au moteur de servlet par le plug-in WebSphere Application Server.
2. La demande est exécutée dans sa propre unité d'exécution. Le moteur de servlet envoie la demande au servlet de requêtes HTTP.

3. Le servlet de requêtes HTTP transmet la demande au gestionnaire de cartes HTTP.
4. Ce dernier détermine que la demande émane d'un navigateur Internet et la transmet à la carte navigateur HTTP.
5. La carte navigateur HTTP envoie la demande au contrôleur Web.
6. Le contrôleur Web interroge le registre de commandes pour déterminer quelle instruction il doit appeler.
7. Supposant que la demande nécessite l'utilisation d'une instruction de contrôleur, le contrôleur Web appelle l'instruction appropriée (alternative à l'appel d'une instruction de visualisation). L'instruction de contrôleur peut accéder à la base de données à l'aide d'un ou plusieurs beans d'entité.
8. Lorsqu'une instruction de contrôleur est lancée, il existe plusieurs possibilités :
 - a. L'instruction de contrôleur peut accéder à la base de données à l'aide de beans d'accès et des beans d'entité correspondants.
 - b. L'instruction de contrôleur peut appeler une ou plusieurs instructions d'activité.
 - c. L'instruction d'activité peut accéder à la base de données à l'aide de beans d'accès et des beans d'entité correspondants.
9. A la fin de l'exécution, l'instruction de contrôleur renvoie le nom d'une instruction de visualisation au contrôleur Web.
10. Le contrôleur Web recherche le nom de la vue dans la table VIEWREG. Il appelle l'implémentation d'instruction de visualisation enregistrée pour le type d'unité du demandeur.
11. L'instruction de visualisation transmet la demande à un modèle d'affichage.
12. Un bean de données est nécessaire dans le modèle JSP pour extraire des informations dynamiques de la base de données. Le gestionnaire de beans de données active le bean de données.
13. Si nécessaire, il appelle une instruction bean de données.
14. Le bean d'accès à partir duquel le bean de données est développé accède à la base de données à l'aide du bean d'entité correspondant.

Composants personnalisables

Selon les besoins de votre entreprise, il peut s'avérer nécessaire de développer, modifier ou créer des composants. Généralement, la personnalisation s'applique aux types de composants suivants :

- Instructions de contrôleur

Vous pouvez créer des instructions de contrôleur lorsqu'un nouveau processus métier est requis. Vous pouvez développer une instruction existante pour y inclure une nouvelle fonctionnalité, ou remplacer une instruction si vous souhaitez définir pour une instruction de contrôleur WebSphere Commerce existante une mise en œuvre totalement différente que celle qui est actuellement prévue.

- Instructions d'activité

Si vous créez une instruction de contrôleur, de nouvelles instructions d'activité sont également requises. Ces instructions permettent de réaliser des tâches individuelles afin de créer un processus métier. De nouvelles instructions d'activité peuvent également remplacer des instructions WebSphere Commerce existantes. Lorsque vous remplacez une instruction d'activité, vous pouvez modifier une étape donnée de la logique d'une instruction de contrôleur. En outre, vous pouvez développer des instructions d'activité existantes pour ajouter une nouvelle logique avant ou après la logique métier en cours.

- Beans d'entité

Vous pouvez développer des beans d'entreprise publics WebSphere Commerce, écrire de nouveaux beans d'entité et créer des beans de session sans état.

- Tables de base de données

Si le schéma de base de données existant ne répond pas exactement aux besoins de votre entreprise, vous pouvez le modifier. Lorsque vous insérez des informations dans le schéma de base de données, vous devez créer une table afin de stocker ces données. Vous *ne devez pas* ajouter de colonnes aux tables existantes. Cette restriction permet de simplifier le passage aux éditions ultérieures.

- Modèles JSP

Vous pouvez modifier des modèles JSP existants afin de les adapter à la présentation de votre magasin. Vous pouvez créer des modèles JSP pour remplacer des modèles existants ou pour créer des vues.

Personnalisation des sous-systèmes WebSphere Commerce

WebSphere Commerce Server comprend les sous-systèmes suivants :

- Catalogue
- Commande
- Membres
- Transactions
- Stock
- Marketing

La personnalisation d'un sous-système dépend totalement de vos besoins spécifiques concernant les applications. Par exemple, la personnalisation du sous-système catalogue permet d'ajouter une liste de cadeaux et la personnalisation du sous-système commandes permet d'accéder à un système principal de gestion des stocks ou de tarification. La personnalisation peut impliquer la création d'instructions, de beans d'entité, de beans de données et de tables de base de données ou le développement d'instructions, de beans d'entité et de beans de données existants. Pour plus de détails sur la personnalisation, reportez-vous au document *WebSphere Commerce Programmer's Guide*.

Chapitre 9. Déploiement de votre magasin

Le présent chapitre décrit les points à prendre en compte avant d'ouvrir votre magasin à la clientèle : tests du magasin et utilisation d'un serveur de transfert, par exemple.

Tests

Les tests constituent une étape nécessaire et critique du développement de magasins. Les tests de tout système informatique peuvent être considérés comme une discipline à part entière. Vous devez vous assurer que l'équipe de développement de votre magasin intègre des testeurs expérimentés.

Cette section présente brièvement les différents types de tests à effectuer sur votre magasin. Cette liste n'est toutefois pas exhaustive.

Tests d'unités

Permettent de vérifier certaines parties des fonctions ou du code du magasin avant d'intégrer le code dans la base de production. Ces tests doivent être effectués sur le poste d'un développeur. Si vous souhaitez personnaliser ce code, créez-le et testez-le dans un environnement VisualAge for Java.

Tests fonctionnels

Permettent de vérifier chaque fonction. Lorsque vous effectuez les tests des unités, vous pouvez avoir besoin d'examiner toutes les fonctions de votre site Web. Vous pouvez, par exemple, vérifier par un test que les taxes ont été correctement calculées.

Tests système

Couvrent une plus grande partie des fonctions que les tests d'unités ou les tests fonctionnels. Ces tests sont effectués dans le cadre d'études de cas. Si l'environnement de production cible est différent de l'environnement de développement, l'environnement du test système doit utiliser le même système d'exploitation que l'environnement de production cible. Il n'est pas nécessaire que le matériel utilisé dans l'environnement du test système soit exactement identique. Les tests système doivent couvrir un scénario complet. Ce scénario doit impliquer le plus grand nombre de fonctions possible, telles que la création d'un magasin, l'exécution de certaines transactions et la vérification du traitement correct de ces transactions.

Tests d'intégration

Effectuez des tests d'intégration lorsque votre site établit un lien à d'autres systèmes, tels qu'un système principal de gestion des stocks ou de facturation (Payment Manager, par exemple). L'environnement de test doit être le même que l'environnement de production cible.

Tests de charge

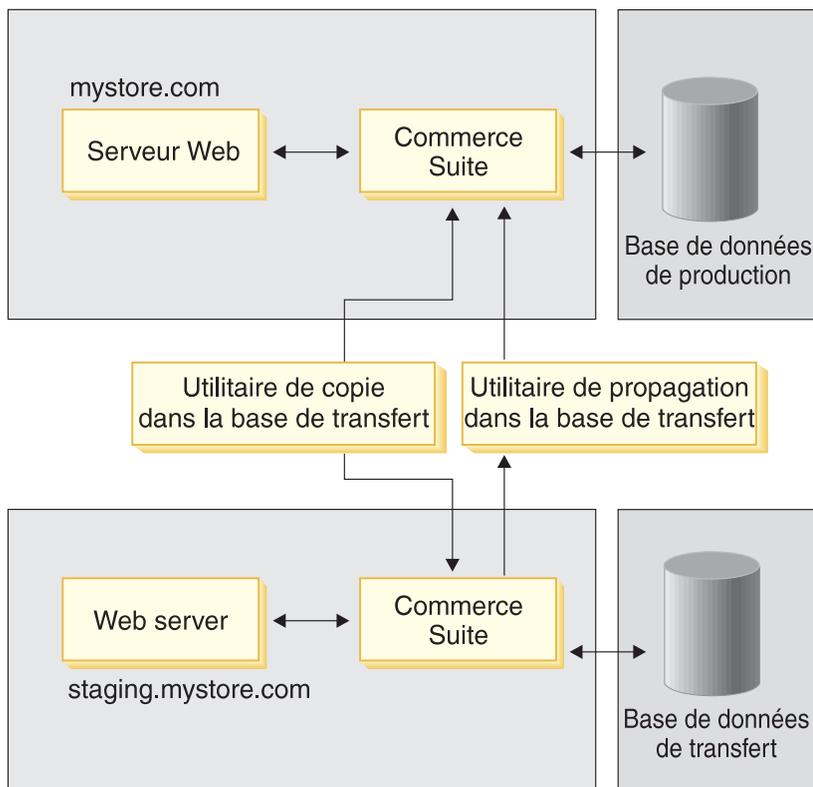
Assurez-vous que votre site peut supporter la charge de trafic attendue. L'environnement de test de charge doit être aussi proche que possible de l'environnement de production cible.

Les résultats des tests de charge peuvent également servir à déterminer le paramétrage optimal du serveur de base de données, du serveur Web et de WebSphere Commerce Server.

Serveur de transfert

La plupart des magasins en ligne sont ouverts toute l'année 24 heures sur 24, ce qui ne facilite pas l'application de modifications de maintenance ou de test au système. Le serveur de transfert WebSphere Commerce permet aux administrateurs du site de copier la base de données du serveur de production dans une base de données de transfert, pour tester les mises à jour de manière transparente pour les clients. Cette méthode est particulièrement utile pour tester non seulement les mises à jour du catalogue de produits, mais également les nouvelles instructions du processus d'achat.

Le diagramme ci-dessous représente le flux des informations entre les environnements de transfert et de production. Il est suivi d'une description des composants.



Utilitaire de contrôle de transfert

Avant de propager les modifications à la base de données de production, servez-vous de la commande de contrôle de transfert pour rechercher et corriger les éventuels conflits d'index à entrées uniques. L'utilitaire de contrôle de transfert est configurable et évolutif. Vous pouvez ajouter d'autres tables ou vos tables personnalisées dans la table STGUINDTAB, puis exécuter la commande de contrôle de transfert pour rechercher d'éventuels conflits de clés.

Utilitaire de copie de transfert

Permet à un administrateur de copier des données de la base de données de production dans la base de données de transfert. Vous pouvez copier ces données dans des tables propres à un site, à un commerçant ou dans des tables individuelles.

Utilitaire de propagation de transfert

Permet à un administrateur de propager les modifications de la base de données de transfert à la base de données de production. La table STAGLOG permet d'identifier les enregistrements de la base de données de transfert qui doivent être insérés, mis à jour ou supprimés dans la base de données de production. Les enregistrements identifiés sont ensuite mis à jour dans la base de données de production et repérés par le chiffre 1 dans la colonne STGPROCESSED de la table STAGLOG.

L'utilitaire de propagation propage uniquement les données modifiées de la base de données. Il ne peut pas propager les modifications de schéma de la base de données. Par exemple, si vous créez un index ou un table dans la base de données de transfert, vous devez créer manuellement ces éléments dans la base de données de production. Tous les nouveaux fichiers image, HTML ou JavaServer Pages référencés par les enregistrements transférés doivent être copiés manuellement depuis le serveur de transfert vers le serveur de production.

Base de données de transfert

Environnement sous contrôle permettant à l'administrateur de site d'effectuer et de tester des mises à jour. La base de données de transfert contient le même schéma que la base de données de production. Elle comporte également un ensemble de tables utilisées à des fins de transfert et un ensemble de déclencheurs pour consigner les modifications apportées à la base de données de transfert.

Base de données de production

Environnement dans lequel vous propagez vos données testées.

Pour plus d'informations sur le serveur de transfert, reportez-vous à l'aide en ligne de WebSphere Commerce.

Configuration du serveur de transfert

Toute instance de WebSphere Commerce peut être définie comme serveur de transfert. Ce serveur peut être configuré pendant ou après l'installation. La configuration du serveur de transfert pendant l'installation de WebSphere Commerce est décrite dans le manuel *IBM WebSphere Commerce Studio for Windows NT and Windows 2000 Installation Guide, Version 5.4*. Pour plus d'informations sur la configuration du serveur de transfert après l'installation, reportez-vous à l'aide en ligne de WebSphere Commerce.

▶ 400 La configuration du serveur de transfert est décrite dans le manuel *IBM WebSphere Commerce Studio for iSeries/400 Installation Guide, Version 5.4*.

Publication

Les magasins créés dans l'environnement WebSphere Commerce doivent être publiés sur un serveur de production WebSphere Commerce (le serveur depuis lequel l'entreprise va fonctionner).

Au cours du développement et des tests, le magasin est publié sur des serveurs de test ou de développement. Avant d'ouvrir votre magasin à la clientèle, vous devez le publier sur le serveur de production.

Le serveur WebSphere Commerce sur lequel vous publiez votre magasin peut fonctionner sur la même plateforme que votre environnement de développement ou sur une plateforme différente. Par exemple, vous pouvez créer votre magasin à l'aide de Commerce Studio et le publier sur un serveur WebSphere Commerce s'exécutant sous Windows pour effectuer des tests, puis le publier à nouveau sur un serveur WebSphere Commerce de production s'exécutant sous AIX. Vous devez tester votre magasin sur la même plateforme que celle employée en production, avant de le mettre à la disposition des utilisateurs.

Pour plus d'informations sur la publication de votre magasin, ainsi que sur le serveur de transfert et le serveur de production, reportez-vous à l'aide en ligne de WebSphere Commerce.

Partie 3. Administration et maintenance de votre magasin et de votre site

Cette partie du manuel propose une introduction aux principales tâches liées à l'exploitation quotidienne de votre magasin.

Chapitre 10. Gestion du site

Le présent chapitre met en évidence certaines tâches fréquemment effectuées par l'administrateur de site.

- Gestion des accès
- Définition des systèmes de messagerie pour le site
- Propagation des services de gestion des règles sur le serveur de production
- Configuration de Payment Manager
- Configuration et maintenance de la mémoire cache
- Configuration du planificateur
- Configuration de la consignation
- Maintenance de la base de données
- Administration de WebSphere Application Server
- Administration du serveur Web
- Surveillance des performances du système
- Sécurité du site
- Identification et résolution des incidents

Ouverture de la console d'administration

Pour accéder à la console d'administration, tapez l'adresse Web suivante dans le navigateur :

`https://nom_hôte:8000/adminconsole`

où *nom_hôte* correspond au nom hôte HTTP complet du serveur WebSphere Commerce Server.

Gestion des accès

La fonction de contrôle d'accès de WebSphere Commerce définit les tâches accessibles à un utilisateur donné. L'administrateur de site peut désigner des administrateurs de magasin et les autres administrateurs, et définir les entreprises auxquels ils ont accès. Chaque administrateur possède son propre mot de passe afin de protéger l'accès aux données confidentielles. Cela permet de contrôler les responsabilités clés, telles que la mise à jour des données relatives aux produits.

Définition des entreprises, des rôles et des utilisateurs

Dans un site B2B WebSphere Commerce, une entreprise désigne aussi bien une entreprise vendeuse qu'une entreprise acheteuse. Par conséquent, l'administrateur de site doit définir les caractéristiques de contrôle d'accès de l'entreprise qui possède le magasin et de l'entreprise qui effectue des achats dans ce magasin. Les caractéristiques de contrôle d'accès sont précisées dans les *règles de contrôle d'accès*. Dans un site B2B, l'administrateur de site crée une entreprise représentant le vendeur, propriétaire des magasins, et non pas les clients, qui effectuent des achats dans le magasin.

Les règles de contrôle d'accès constituent un moyen souple et évolutif de contrôle des accès au système WebSphere Commerce. La procédure décrite dans la section suivante a pour but de fournir les étapes de base à l'administrateur de site. Pour plus de détails, reportez-vous au document *Access Control User's Guide* disponible à partir de la page Technical Library :

 ibm.com/software/webservers/commerce/wcs_pro/lit.html

 ibm.com/software/webservers/commerce/wc_be/lit.html

Les entreprises sont non seulement définies à partir de la console d'administration, mais elles peuvent également alimenter la base de données à l'aide du module Loader. Pour plus d'informations, reportez-vous à l'aide en ligne. Cette aide est également disponible à partir de la page Technical Library.

Définition de l'entreprise vendeuse

1. Créez l'entreprise qui sera propriétaire du magasin.
2. Si vous le souhaitez, définissez dans l'entreprise les processus pour lesquels l'acceptation est obligatoire. Cette étape n'est obligatoire que dans un site B2B.
3. Affectez des rôles à l'entreprise.
4. Créez des utilisateurs et affectez-leur des rôles.

Définition de l'entreprise acheteuse

5. Créez l'entreprise acheteuse.
6. Si vous le souhaitez, définissez dans l'entreprise les processus pour lesquels l'acceptation est obligatoire.
7. Affectez des rôles à l'entreprise.
8. Créez des utilisateurs et affectez-leur des rôles.
9. Répétez les étapes 5 à 8 pour chaque unité d'entreprise acheteuse, si nécessaire. Une unité d'entreprise est une unité au sein de l'entreprise, par exemple la société IBM peut comporter le service Commerce électronique.

Entreprises

Une entreprise est associée à un profil qui comporte les informations suivantes : nom, description, adresse et personne à contacter. Dans un site B2B, chaque client du magasin doit être défini en tant qu'entreprise. Dans un site B2C, une entreprise peut être créée pour chaque magasin du site, ou une même entreprise peut contenir tous les magasins. L'administrateur de site peut créer une nouvelle entreprise pour la publication d'un magasin.

Pour définir des entreprises, procédez comme suit :

1. Ouvrez la console d'administration en tant qu'administrateur de site, puis cliquez sur Site. La console d'administration de site démarre.
2. Dans le menu Gestion des accès, sélectionnez **Entreprises**. La liste des entreprises et des services associés au site s'affiche.
3. Dans cette liste, cliquez sur **Créer** pour ajouter une entreprise ou un service au site. L'assistant correspondant s'affiche, présentant la page Détails en premier. Entrez les informations appropriées dans les zones, puis cliquez sur **Suivant** pour enregistrer chaque page.
4. Lorsque vous avez rempli toutes les pages, cliquez sur **Terminer** sur la page Contact pour créer l'entreprise.

Lorsqu'une entreprise (ou un service au sein de cette entreprise) est définie, un ensemble par défaut de *règles de contrôle d'accès* est associé à celle-ci. Ces règles de contrôle d'accès peuvent être utilisés en l'état.

Définition des processus à valider

Business En fonction des règles métier du magasin, la validation de certains processus peut être obligatoire. La procédure de validation ne s'applique qu'à un site B2B. L'administrateur de site n'a pas besoin de définir de procédure de validation dans un site B2C. Par défaut, les processus suivants peuvent être définis comme étant à valider :

- la réponse à une demande de prix,
- le traitement d'une commande,
- la soumission d'un contrat,
- l'enregistrement d'un utilisateur.

Pour obtenir des informations sur la définition des validations, reportez-vous à l'aide en ligne disponible à partir de la page Technical :

Professional ibm.com/software/webservers/commerce/wcs_pro/lit.html

Business ibm.com/software/webservers/commerce/wc_be/lit.html

Pour définir les processus à valider, procédez comme suit :

1. Dans le menu Gestion des accès, cliquez sur **Entreprises**. La liste des entreprises associées au site s'affiche.
2. Cochez la case en regard de l'entreprise voulue, puis cliquez sur **Valider**. La boîte de dialogue permettant de sélectionner les niveaux de validation s'affiche.
3. Dans la zone **Rôles disponibles**, sélectionnez le ou les processus à valider, puis cliquez sur **Ajouter**.
4. Cliquez sur **OK** pour définir les processus à valider pour l'entreprise.

Rôles

L'administrateur de site doit affecter des rôles déterminés à chaque entreprise, puis il peut associer des utilisateurs à ces rôles. Par exemple, dans un site B2B, les administrateurs de site peuvent affecter les rôles suivants à l'entreprise acheteuse : administrateur acheteur, valideur acheteur, acheteur (côté achat).

Le système WebSphere Commerce fournit l'ensemble de rôles par défaut suivant :

Exploitation du site

- Administrateur de site
- Administrateur de magasin

Création du site et de son contenu

- Développeur de magasin

Logistique/Opérations

-  Gestionnaire des opérations
-  Responsable de la logistique
- Préparateur de commande
- Réceptionnaire
- Administrateur des retours
- Vendeur

Gestion des produits

- Acheteur (côté vente)
- Gestionnaire de catégories
- Responsable produit
- Vendeur

Gestion des ventes

- Directeur des ventes (compte)
- Représentant commercial
- Responsable du service clientèle
- Représentant du service clientèle

- Vendeur

Gestion des actions marketing

- Responsable marketing
- Vendeur

Gestion d'entreprise

- Administrateur vendeur
- Administrateur acheteur
- Accréditeur acheteur
- Acheteur (côté achat)
- Vendeur

Le vendeur peut exercer tous les rôles liés aux activités commerciales. L'administrateur de site peut effectuer toutes les tâches possibles dans le système WebSphere Commerce.

Affectation de rôles à une entreprise côté vente

Les rôles à affecter varient en fonction du type de magasin : interentreprise (B2B ou business-to-business) ou d'entreprise à consommateur (B2C ou business-to-consumer). Vous devez envisager d'affecter au moins les rôles suivants :

B2B

- Administrateur de magasin
- Vendeur
- Développeur de magasin
- Administrateur vendeur

B2C

- Administrateur de magasin
- Vendeur
- Développeur de magasin

Affectation de rôles à une entreprise côté achats

L'administrateur de site doit affecter un administrateur acheteur et un administrateur vendeur. L'administrateur acheteur peut affecter tous les rôles et utilisateurs à l'entreprise acheteuse. L'administrateur vendeur peut affecter tous les rôles et utilisateurs à l'entreprise vendeuse. Les administrateurs acheteur et vendeur utilisent la console d'administration de l'entreprise. Pour plus d'informations, reportez-vous à l'aide en ligne.

Utilisateurs

Dans WebSphere Commerce, lorsqu'un utilisateur se voit affecter un rôle, il est autorisé à effectuer certaines tâches dans le système WebSphere Commerce. Dans la plupart des cas, cette autorisation par défaut est suffisante. Pour créer des utilisateurs, procédez comme suit :

Création d'un utilisateur

1. Ouvrez la console d'administration en tant qu'administrateur de site, puis cliquez sur **Site**. La console d'administration de site démarre.
2. Sélectionnez **Utilisateurs** dans le menu Gestion des accès. La page Utilisateurs s'affiche.
3. Cliquez sur **Créer** pour ajouter un nouvel utilisateur au site. L'assistant Nouvel utilisateur démarre en affichant la page Détails. Entrez les informations appropriées dans les zones, puis cliquez sur **Suivant** pour enregistrer chaque page. Lorsque vous avez rempli toutes les pages, cliquez sur **Terminer** sur la page Groupes de membres pour créer l'utilisateur.

Affectation d'un rôle à l'utilisateur

4. Dans la liste des utilisateurs du site, cochez la case en regard de l'utilisateur voulu, puis cliquez sur **Rôles**. La boîte de dialogue Rôle s'affiche.
5. Pour affecter un rôle à l'utilisateur, sélectionnez le rôle voulu dans la liste des rôles disponibles, puis cliquez sur **Ajouter**. Le rôle est déplacé de la liste des rôles disponibles dans la liste des rôles sélectionnés.
Notez que la liste des rôles disponibles affiche tous les rôles affectés à l'entreprise en cours.
6. Répétez l'étape 5 pour tous les rôles à affecter à l'utilisateur.
7. Cliquez sur **OK** pour définir des rôles pour l'utilisateur.

Sécurité

La sécurité représente l'une des clés du succès d'un site de commerce électronique. Vos clients se soucient de la sécurité de leurs données personnelles lorsqu'elles sont transmises sur Internet. Par ailleurs, vous devez vous-même assurer la sécurité de vos propres informations et systèmes.

WebSphere Commerce comporte des fonctions destinées à vous aider à mettre en place vos règles de sécurité. Les sujets de sécurité abordés brièvement dans les sections suivantes incluent l'authentification, le registre d'utilisateurs et l'optimisation de la sécurité du site.

Authentification

Dans une activité en ligne, deux parties (ou plus) entrent en interaction. Le processus d'authentification permet à chaque partie de prendre connaissance de l'identité de l'autre (chaque partie a l'identité qu'elle présente). WebSphere Commerce fournit les deux modes d'authentification suivants :

- authentification personnalisée,
- authentification X.509.

Authentification personnalisée

Pour s'authentifier, le client reçoit un formulaire personnalisable qui lui permet de se connecter au site. Ce formulaire authentifie l'identité du client par rapport au registre d'utilisateurs LDAP configuré dans WebSphere Application Server.

Protocole LDAP : LDAP (Lightweight Directory Access Protocol) est un protocole client-serveur permettant d'accéder à un service d'annuaire. Il peut être utilisé comme récepteur de X.509 ou peut fonctionner avec des fonctions d'annuaire autonomes ou d'un autre type. LDAP peut servir de référentiel de données centralisé permettant le partage d'informations entre divers clients.

LDAP offre une méthode standard d'authentification des utilisateurs et de gestion des informations. Vous pouvez ainsi créer une solution dans laquelle l'utilisateur peut s'enregistrer une fois et se connecter à plusieurs applications.

 SecureWay Directory constitue la solution LDAP de WebSphere Commerce.

 Le service d'annuaire OS/400 (OS/400 Directory Services) est inclus dans OS/400 for iSeries.

Authentification X.509

WebSphere Commerce prend en charge la certification des connexions client afin de fournir un mécanisme de sécurité qui protège le site et le client. Lorsqu'un certificat client X.509 est utilisé pour l'authentification, WebSphere Commerce, via son extension de serveur Web, authentifie le certificat en fonction du registre d'utilisateurs WebSphere approprié, et ce, parallèlement à la vérification du certificat client par le serveur Web.

Avant d'utiliser des certificats X.509, vous devez mettre en place une relation de confiance avec des autorités de certification externes afin de gérer l'authentification électronique des certificats X.509.

Registre d'utilisateurs

Pour communiquer avec votre site, les clients doivent éventuellement s'enregistrer. WebSphere Commerce prend en charge deux types de registre d'utilisateurs pour le stockage des informations client. Le premier type de registre est un serveur d'annuaires (par exemple, IBM SecureWay (LDAP), Netscape iPlanet, Domino ou Windows 2000 Active Directory Service) et le second type utilise la base de données et les commandes d'enregistrement des utilisateurs. Le protocole LDAP peut être utilisé pour l'authentification et les profils utilisateur.

Optimisation de la sécurité du site

Pour optimiser la sécurité de votre site WebSphere Commerce, vous pouvez activer les fonctions suivantes dans le gestionnaire de configuration :

Définition des paramètres de sécurité dans le gestionnaire de configuration

Délai d'inactivité de la connexion

L'utilisateur WebSphere Commerce qui reste inactif pendant une période prolongée est déconnecté du système, puis invité à redemander une connexion. Si la reconnexion aboutit, WebSphere Commerce exécute la requête d'origine envoyée par l'utilisateur. Si la reconnexion échoue, la requête d'origine est supprimée et l'utilisateur reste déconnecté.

Invalidation du mot de passe

Les utilisateurs WebSphere Commerce doivent changer leur mot de passe lorsque celui-ci n'est plus valide. Dans ce cas, l'utilisateur est redirigé vers la page de modification de mot de passe. Cette opération préalable est obligatoire pour accéder aux pages du site.

Commandes protégées par mot de passe

Les utilisateurs enregistrés connectés à WebSphere Commerce doivent entrer leur mot de passe pour poursuivre une requête d'exécution des instructions WebSphere Commerce désignées.

Outil de mise à jour de la base de données

Les données chiffrées (par exemple, les mots de passe, les informations sur les cartes de crédit et la clé du commerçant) sont mises à jour dans la base de données WebSphere Commerce, à l'aide de l'outil de mise à jour de la base de données.

Protection des scripts intersite

Les requêtes utilisateur qui contiennent des attributs ou des caractères non admis sont refusées.

Contrôle de la sécurité

Les fichiers intermédiaires sont vérifiés, à l'aide d'un programme de contrôle de la sécurité, pour détecter les risques possibles d'infraction

à la sécurité. Normalement, le programme de sécurité s'exécute sous forme de travail planifié (par défaut, une fois par mois).

Journalisation des accès

L'activation de la journalisation des accès permet d'identifier les menaces informatiques par rapport aux informations contenues dans WebSphere Commerce. La fonction de journalisation des accès consigne toutes les requêtes entrantes destinées au serveur WebSphere Commerce, ou uniquement les requêtes entraînant une violation d'accès. Par exemple, l'échec d'une authentification, des droits insuffisants pour exécuter une instruction, ou une réinitialisation incorrecte du mot de passe sont des cas de violation d'accès. Lorsque cette fonction est activée, elle permet à l'administrateur WebSphere Commerce d'identifier rapidement les menaces informatiques pouvant porter atteinte à la sécurité du système WebSphere Commerce.

Définition des paramètres de sécurité dans console d'administration

Compte

Une règle de compte définit des règles connexes, telles que celles relatives au mot de passe et au blocage du compte. Une fois la règle de compte créée, vous pouvez l'affecter à un utilisateur. L'administrateur de site peut créer des règles de compte pour les clients et les administrateurs.

Mot de passe

La règle de mot de passe définit les attributs que les mots de passe doivent respecter. La règle de mot de passe utilise les conditions suivantes :

- correspondance ou non de l'ID utilisateur et du mot de passe,
- nombre maximal de caractères consécutifs,
- nombre maximal d'instances d'un caractère,
- durée de vie maximale des mots de passe,
- nombre minimal de caractères alphabétiques,
- nombre minimal de caractères numériques,
- longueur minimale du mot de passe,
- possibilité de réutiliser ou non le mot de passe précédent.

Blocage du compte

La règle de blocage du compte utilise les attributs suivants :

- le seuil de blocage du compte (nombre de tentatives de connexion infructueuses avant la désactivation du compte),
- délai entre tentatives de connexion consécutives (double le délai entre deux tentatives de connexion consécutives).

Une fois le compte bloqué, cet état est communiqué par WebSphere Commerce qui envoie une notification à l'administrateur de site et au propriétaire du compte.

Contrôle de la sécurité

Les fichiers intermédiaires sont vérifiés, à l'aide d'un programme de contrôle de la sécurité, pour détecter les risques possibles d'infraction à la sécurité. Normalement, le programme de sécurité s'exécute sous forme de travail planifié (par défaut, une fois par mois).

Règles de contrôle d'accès

Les règles de contrôle d'accès autorisent des utilisateurs ou des groupes d'utilisateurs à effectuer certaines actions sur les ressources de WebSphere Commerce. Sauf s'ils y sont autorisés par une ou plusieurs règles de contrôle d'accès, les utilisateurs ne peuvent pas accéder à toutes les fonctions. Les règles de contrôle d'accès accordent, à un groupe déterminé d'utilisateurs, l'autorisation d'effectuer certaines actions sur des ressources du groupe de ressources indiqué.

Le jeu par défaut de règles de contrôle d'accès fourni avec WebSphere Commerce convient à de nombreuses entreprises. Si nécessaire, l'administrateur de site peut modifier ces règles par défaut ou en créer d'autres.

Une règle de contrôle d'accès comporte quatre éléments :

Groupe d'utilisateurs

Groupe d'utilisateurs auquel la règle s'applique.

Groupe d'actions

Regroupe des actions.

Les actions constituent un ensemble d'opérations que les utilisateurs peuvent effectuer sur les ressources. En général, les actions mappent vers des commandes Java. Si le groupe de ressources représente un objet métier (par exemple, un contrat), l'action possible est "Créer" ou "Valider". Si le groupe de ressources représente une collection d'instructions associées, l'action possible est "Exécuter". Seul l'administrateur de site peut afficher, créer, mettre à jour et supprimer des groupes d'actions.

Groupe de ressources

Ressources contrôlées par la règle. Un groupe de ressources peut inclure des objets métier, tels que les contrats ou les positions d'échange, ou un ensemble d'instructions apparentées.

Relation

Chaque type de ressource est associé à un ensemble de relations. Chaque ressource comporte un ensemble de membres qui remplissent cette relation.

Conformément aux éléments d'une règle de contrôle d'accès, un utilisateur d'un groupe d'utilisateurs donné est autorisé à effectuer, sur les ressources

d'un groupe de ressources déterminé, les actions précisées dans le groupe d'actions, s'il existe une certaine relation entre l'utilisateur et la ressource.

Maintenance des règles de contrôle d'accès

Lorsque vous installez WebSphere Commerce, les règles de contrôle d'accès par défaut définies dans le fichier `defaultAccessControlPolicy.XML` sont chargées dans la base de données. L'administrateur de site peut créer des règles de contrôle d'accès ou modifier des règles de contrôle d'accès par défaut à l'aide du module console d'administration, ou par des mises à jour directes dans les tables de la base de données. Une fois les règles de contrôle d'accès modifiées, le fichier `defaultAccessControlPolicy.XML` n'est plus synchronisé avec les données règles de contrôle d'accès contenues dans la base de données.

Avant de charger des données à l'aide du module Loader, l'administrateur de site doit exécuter l'outil d'extraction sur la base de données. Pour obtenir des informations sur l'exécution de l'outil d'extraction, reportez-vous à l'aide en ligne de WebSphere Commerce.

Surveillance des performances

La présente section décrit de manière générale le moniteur de performances, qui vous permet de surveiller les performances de votre site.

Moniteur de performances

Le moniteur de performances est un outil de mesure des performances d'un serveur WebSphere Commerce, en local ou à distance. Les informations fournies par le moniteur de performances peuvent être utilisées par les administrateurs de site pour identifier les incidents et analyser les tendances des performances. L'administrateur de site peut lancer le moniteur de performances à partir de la console d'administration.

WebSphere Commerce Server collecte des statistiques sur les adresses URL, les tâches et les pages JSP. Chaque clé de données est associée à un ensemble de compteurs qui fournissent les informations suivantes :

- nombre d'occurrences,
- temps passé sur la tâche,
- temps maximal,
- temps minimal,
- somme des carrés des valeurs,
- écart type,
- numéro de magasin (SID),
- dernier temps de réponse,
- dernier temps d'accès.

L'administrateur de site peut effectuer les tâches suivantes à l'aide du moniteur de performances :

- réinitialiser les clés de données (contrôle d'une instruction pour une période donnée),
- rechercher les performances d'une commande.

Le moniteur de performances n'est pas activé par défaut. Pour l'activer, suivez les instructions fournies dans l'aide en ligne de WebSphere Commerce.

Autres outils

L'administrateur de site peut également avoir besoin des outils suivants :

- WebSphere Application Server Resource Analyzer

Resource Analyzer est un moniteur de performances autonome pour WebSphere Application Server. Il extrait les données de performances par l'interrogation périodique du serveur d'administration. Les données sont collectées en continu et extraites de Resource Analyzer au fur et à mesure des besoins. Indiquez le niveau de données à collecter à l'aide de WebSphere Advanced Administrative Console. A l'aide de l'interface graphique de Resource Analyzer, extrayez et affichez les données dans un tableau ou sur un graphique, ou stockez-les dans un fichier journal.

- WebSphere Site Analyzer

WebSphere Site Analyzer analyse l'activité du site d'après les journaux du serveur Web. Il peut déterminer l'identité des utilisateurs, les pages et les ressources employées, les codes d'erreur reçus et d'autres informations pertinentes. Si vous utilisez Site Analyzer avec WebSphere Commerce, choisissez le format de journal NCSA combiné.

Même si WebSphere Commerce peut être installé avec DB2 ou Oracle, Site Analyzer ne prend en charge que l'analyse des données extraites de DB2.

Pour plus de détails sur WebSphere Site Analyzer, accédez à l'adresse Web suivante : <http://www.ibm.com/software/webservers/siteanalyzer/>.

- Commerce Studio Page Detailer

Permet d'analyser des pages Web et d'afficher l'identité, la taille, la source et le temps nécessaire à la livraison de chaque article sur la page. A partir de ces informations détaillées, vous pouvez repérer les zones où les performances peuvent être optimisées pour l'utilisateur final. Vous pouvez exécuter Page Detailer sans utiliser les autres composants de Commerce Studio.

- Segue SilkPreview

SilkPreview présente des fonctions de test de charge et d'évolutivité.

SilkPreview surveille les temps d'accès aux pages Web et fournit des indications précieuses sur l'altération ou non des performances de votre application. SilkPreview offre un sous-ensemble des fonctions contenues dans SilkPerformer. SilkPerformer est inclus dans WebSphere Commerce et WebSphere Commerce Studio.

Les autres points relatifs aux performances à considérer sont les suivants :

Performances - Généralités

- Sécurité (configuration, délais d'expiration, authentification et contrôle d'accès)
- Questions relatives au serveur Web (traitement des processus, utilisation des ressources, accélérateur de cache)
- Questions relatives au moteur WebSphere (JVM ou Java Virtual Machine), file d'attente de transfert, mise en mémoire cache des fichiers JSP, conteneur EJB)
- Gestion des sessions (mise en mémoire cache, stockage de sessions en mémoire ou la base de données)
- Optimisation des performances NFS (réglage du serveur de fichiers)

Configuration

La présente section décrit certaines tâches configurées par l'administrateur de site à l'aide de la console d'administration.

Services de messagerie

Les services de messagerie permettent à l'administrateur de site de configurer et de gérer la diffusion de certains messages du site et des magasins. Le système de messagerie de WebSphere Commerce permet de gérer tous les aspects liés à la définition et à l'envoi des messages générés avec WebSphere Commerce. Pour configurer les messages sortants, servez-vous de la console d'administration. Le système de messagerie peut envoyer des messages à l'aide de protocoles de transport tels que ceux utilisés pour le courrier électronique et les fichiers classiques. Pour le courrier électronique, le protocole sortant pris en charge est SMTP et le codage des messages dépend de la langue indiquée. Les messages des fichiers classiques utilisent le standard de codage UTF-8. Vous pouvez également configurer le système de messagerie pour l'envoi de messages à un système dorsal à l'aide de MQSeries.

WebSphere Commerce utilise un modèle d'extension mettant en œuvre la structure CCF pour fournir une interface commune entre les services de messagerie et les divers mécanismes de transport. Lorsque le système génère un message, il sélectionne la méthode et la configuration de transport appropriées, et le message est diffusé via l'interface commune. Les détails relatifs à la méthode de transport, qui est indépendante de WebSphere Commerce, peuvent ainsi être distingués des services de messagerie. Vous bénéficiez ainsi d'un système souple et évolutif. Vous pouvez facilement personnaliser la solution pour l'adapter aux besoins et à l'environnement de l'entreprise.

L'administrateur de site détermine et configure la méthode de transport que le site va utiliser. Il réalise les tâches suivantes :

- ajout de véhicules (appelés "méthodes de transport") chargés d'acheminer les messages (par exemple, le courrier électronique via SMTP ou les fichiers standard),
- configuration des méthodes de transport,
- affichage des affectations de transport de messages,
- configuration des types de message (ajout, modification ou suppression de la description de message, niveau de gravité, méthode de transport ou format d'unité).

L'administrateur de magasin active les méthodes de transport à utiliser pour son propre magasin. Il peut modifier les paramètres de transport et affecter des méthodes de transport aux types de message, ou accepter les paramètres créés par l'administrateur de site. Il réalise les tâches suivantes :

- ajout d'une méthode de transport,
- activation ou désactivation d'une méthode de transport,
- configuration d'une méthode de transport (modification des valeurs de paramètres),
- affichage des affectations de transport de messages,
- configuration des types de message (ajout, modification ou suppression de la description de message, niveau de gravité, méthode de transport ou format d'unité).

Si un administrateur de magasin remplace les paramètres définis au niveau du site, toute modification ultérieure de ces paramètres a une incidence sur le magasin.

Planificateur

Le planificateur est un composant de WebSphere Commerce Server qui permet essentiellement de planifier et de lancer les travaux en fonction d'un calendrier. Chaque travail planifié est exécuté sur une unité d'exécution distincte. Vous pouvez planifier l'exécution simultanée de plusieurs travaux. Un travail est une instruction WebSphere Commerce qui doit être exécutée à un moment précis ou à intervalles prédéfinis. Pour préciser les délais du travail, utilisez l'instruction start et les paramètres d'intervalle de l'instruction AddJob. La base de données conserve les informations relatives au suivi des travaux, y compris la date/l'heure de début, la date/l'heure de fin et les résultats.

Le planificateur doit être en cours d'exécution dans les cas suivants :

- IBM Payment Manager est actif,
- une vente aux enchères est en cours,

- un service de règles est propagé dans l'environnement de production,
- l'administrateur de site modifie le système (dans un environnement cloné),
- les fonctions de DAV (disponible à la vente) sont utilisées,
- le site envoie des messages électroniques.

L'instruction CleanJob retire les travaux de la table d'état du planificateur de travaux WebSphere Commerce, en fonction de leur numéro de référence ou de leur valeur d'horodatage. Dans des conditions d'utilisation intensive du planificateur, la table d'état peut devenir considérablement importante. Dans ce cas, vous pouvez réduire sa taille à l'aide de l'instruction CleanJob. Dans l'exemple ci-après, tous les travaux devant se terminer avant la date fixée sont effacés. Le système supprime les entrées indiquées de la table d'état du planificateur.

```
http://nom_hôte/webapp/wcs/stores/servlet/CleanJobendTime=2001:10:05:15:29:06&URL=baseball.jsp
```

Vous pouvez ajouter le travail de nettoyage automatique au planificateur. Ce travail efface les travaux de la table d'état en fonction de leur valeur d'horodatage ou de leur numéro de référence.

Le planificateur est accessible via la console d'administration. Pour plus d'informations sur l'utilisation du planificateur, reportez-vous à l'aide en ligne de WebSphere Commerce.

Journaux de WebSphere Commerce Server

Les journaux informent l'administrateur des erreurs ou des conditions anormales pouvant se produire dans l'application WebSphere Commerce. Les fichiers journaux doivent fournir des informations de diagnostic suffisamment précises pour permettre à l'administrateur de site de résoudre l'incident sans devoir prendre contact avec IBM.

L'administrateur de site paramètre la journalisation à l'aide de la console d'administration. Dans ce cas, les paramètres de journalisation ne s'appliquent qu'au redémarrage de WebSphere Commerce. WebSphere Commerce permet de choisir les composants à faire apparaître dans le fichier de trace. Vous pouvez préciser le niveau de détail que le fichier de trace doit contenir. Le traçage d'un nombre croissant d'éléments avec un niveau d'incident supérieur exerce un impact de plus en plus lourd sur les performances du système global. Sauf en cas de nécessité, la journalisation WebSphere Commerce doit rester configurée sur un nombre minimal de composants obligatoires. Sélectionnez *normal* ou *aucun* pour le niveau d'incident.

Journaux de diagnostic

Le traçage permet d'identifier les incidents. Il permet aux développeurs de magasin de déboguer le code pendant la phase de développement et à l'équipe du support technique de résoudre les

difficultés des clients. Par défaut, le fichier journal qui contient les données de trace s'appelle `ecmsg.log`.

Journaux d'activité

Les journaux d'activité collectent et stockent des données sur les actions des utilisateurs dans le système WebSphere Commerce.

Messages

Messages utilisateur

Ces messages, affichés dans le navigateur, fournissent des informations sur l'état d'une application. Par exemple : système indisponible, ou Numéro de carte de crédit non valide. Un message utilisateur est généré en cas d'erreur de saisie ou d'anomalie au niveau de l'état de l'application.

Messages système

Fournissent des informations de diagnostic pour les administrateurs de site, les représentants du service clientèle et les développeurs de magasins. Ces messages sont émis suite à un dysfonctionnement du système et sont consignés. Les messages système sont de types suivants : erreur, avertissement, état, débogage et information. Par défaut, seuls les messages d'erreur sont consignés.

IBM WebSphere Payment Manager

IBM WebSphere Payment Manager (Payment Manager) est un serveur de transactions de paiement indépendant du protocole pour un magasin en ligne. Il permet la mise en œuvre de fonctionnalités d'encaissement sur un site Web, avec la prise en charge de modes de paiement multiples reposant sur le principe de cassettes spécifiques au protocole. Une cassette est un composant logiciel qui peut être relié au logiciel intégré Payment Manager. La cassette interprète les instructions de paiement générique et d'administration en requêtes propres au protocole de paiement. Les requêtes sont envoyées au destinataire approprié (par exemple, la passerelle de paiement d'un organisme acheteur). Le résultat est exactement le même que lorsque vous vous trouvez dans un magasin traditionnel et qu'une caissière insère votre carte dans un lecteur. Payment Manager prend en charge toutes les opérations de paiement en arrière-plan effectuées sur Internet au nom du commerçant, en fournissant une interface graphique destinée à simplifier la gestion des transactions.

L'administrateur de site peut configurer les éléments suivants pour Payment Manager :

- les utilisateurs,
- les paramètres liés aux commerçants,
- les paramètres de Payment Manager,

- les paramètres de la cassette,
- l'activation des traces.

L'administrateur de magasin peut configurer les éléments suivants pour Payment Manager :

- les utilisateurs,
- les paramètres liés aux commerçants.

Remarque : Dans Payment Manager, le terme "utilisateur" désigne systématiquement un administrateur.

Pour plus d'informations sur Payment Manager, reportez-vous à l'aide en ligne de WebSphere Commerce ou accédez à l'adresse Web suivante :

www.ibm.com/software/webservers/commerce/paymentmanager/lib.html

Mise en mémoire cache dynamique

L'administrateur de site doit déterminer si la mise en mémoire cache est adaptée au site. Pour configurer la mise en mémoire cache, servez-vous du gestionnaire de configuration. Les sections suivantes décrivent la mise en mémoire cache et indiquent certains points à prendre en considération pour sélectionner une méthode de mise en mémoire cache. Pour les informations de niveau tâches, reportez-vous à l'aide en ligne de WebSphere Commerce.

Lorsqu'un utilisateur clique sur un lien pour afficher une page de produits ou de catégories, les ressources temporelles se répartissent entre l'analyse de la requête HTTP, l'accès à la base de données et la création dynamique de la page voulue par l'utilisateur. La densité du trafic et un nombre important d'entrées produit et catégorie dans la base de données peuvent encore ralentir le temps de chargement des pages.

La plupart des requêtes HTTP adressées au serveur concernent les pages de produits et les pages de catégories, que les instructions `CategoryDisplay`, `ProductDisplay`, `TopCategoriesDisplay` et `StoreCatalogDisplay` créent en mode dynamique. Ces instructions extraient les informations de la base de données, et les affichent sous forme de pages JSP. Si les informations relatives aux produits ou aux catégories n'ont pas été modifiées depuis la dernière consultation de la page, celle-ci n'a pas besoin d'être dynamiquement recréée lorsque le client la redemande ultérieurement. La présentation d'une page "statique" équivalente stockée en mémoire cache est plus rapide. WebSphere Commerce offre deux méthodes de mise en mémoire cache, l'une indépendante des sessions et l'autre, dépendante des sessions. Vous pouvez utiliser l'une de ces deux méthodes pour les instructions stockables en mémoire cache. Pour qu'une instruction soit stockable en mémoire cache, le

résultat HTML de cette instruction doit être identique pour les différents utilisateurs qui affichent la même instruction avec les mêmes paramètres. La mise en mémoire cache de vos pages libère des ressources sur le serveur et accélère de façon notable les opérations de téléchargement.

Si le fichier correspondant à la page activée n'est pas dans le système de stockage de fichiers du cache, il sera généré de façon dynamique. La page est ensuite enregistrée dans la mémoire cache et sera uniquement régénérée en cas de modification des données.

En général, les pages de catalogue personnalisées ne peuvent pas être placées en mémoire cache. Pour ce faire, utilisez l'une des méthodes suivantes :

- Assurez-vous que le contenu personnalisé s'affiche dans un cadre distinct.
- Basez le contenu personnalisé sur les groupes de client.

Variantes de configuration cache de WebSphere Commerce

Les pages peuvent être extraites du démon cache par le client cache de serveur Web ou de serveur d'applications. Le *client cache de serveur Web* active la communication directement du serveur Web au démon cache (voir figure 1 à la page 131). Les seules données disponibles pour le client cache de serveur Web sont les informations d'adresse URL. Par conséquent, il peut uniquement prendre en charge les requêtes cache indépendantes des sessions. Le chemin de code vers le démon cache via le client cache de serveur Web est plus court que celui via le client cache de serveur d'applications. Par conséquent, le client cache de serveur Web présente un débit supérieur et des temps de réponses inférieurs. Le client cache de serveur Web existant sur le serveur Web, cette configuration contribue également à alléger la charge du serveur d'applications dans un environnement à trois niveaux. En outre, dans un environnement à trois niveaux, une configuration manuelle est requise pour activer le client cache de serveur Web.

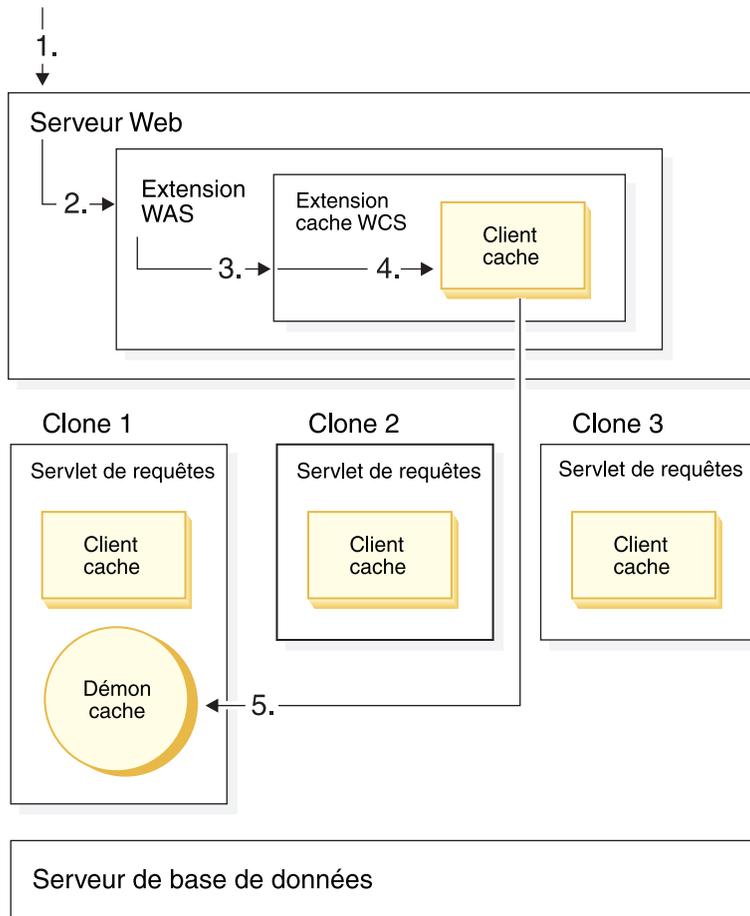


Figure 1. Chemin de code des pages de cache extraites du client de serveur Web

Le client cache de serveur d'applications active la communication de RequestServlet sur le serveur d'applications au démon cache (voir figure 2 à la page 132). Le client cache de serveur d'applications peut accéder aux informations d'adresse URL et aux informations propres à la session et à la base de données : il peut prendre en charge les requêtes cache indépendantes et dépendantes des sessions. Le client cache de serveur d'applications présente un débit inférieur et des temps de réponses supérieurs. Le chemin de code vers le démon cache via le client cache de serveur d'applications est plus long que celui via le client cache de serveur Web.

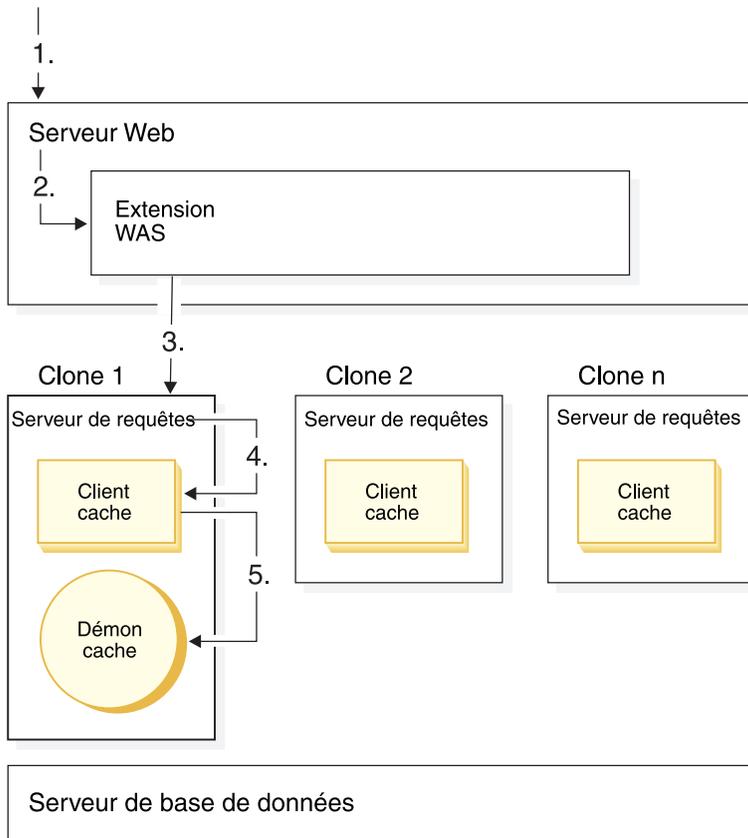


Figure 2. Chemin de code des pages de cache extraites du client de serveur d'applications

Les pages peuvent être indexées par une méthode d'indexation indépendante des sessions ou dépendante des sessions.

Indexation indépendante des sessions

Utilisez cette méthode d'indexation lorsque la page peut être indexée en mémoire cache d'après les informations fournies par l'adresse URL. Activez la mise en mémoire cache indépendante des sessions, sauf si vous employez des devises différentes ou plusieurs groupes de clients. Cette méthode accélère les processus de téléchargement de façon significative et offre de meilleurs temps de réponse. Les paramètres par défaut sous lesquels les pages sont stockées dépendent de l'adresse URL. Si nécessaire, vous pouvez ajouter des paramètres supplémentaires. La mémoire cache indépendante des sessions contient les résultats de la liste d'instructions de l'utilisateur. Elle prend en charge ces pages de cache pour les éventuelles demandes ultérieures de ces mêmes instructions.

Indexation dépendante des sessions

Utilisez cette méthode d'indexation pour les sites comportant des pages distinctes pour les groupes de clients et les différentes langues ou devises. La mémoire cache détermine la langue, le groupe de clients, le groupe de prix, les devises privilégiées et d'autres informations de mise en cache lors du stockage et de l'extraction de pages. Cela garantit que les utilisateurs d'un groupe de clients donné ne peuvent visualiser que les pages de catalogue de leur propre groupe. Le groupe de clients est identifié en interne. Le numéro de groupe n'apparaît pas dans l'adresse URL, ce qui fournit une méthode sécurisée d'affichage des pages destinées au groupe de clients concerné. Par défaut, les instructions suivantes sont activées pour la mise en mémoire cache dépendante des sessions : CategoryDisplay, ProductDisplay, TopCategoriesDisplay et StoreCatalogDisplay.

Administration du service de règles

WebSphere Commerce utilise des services de règles pour communiquer avec le serveur de règles Blaze Advisor. Un service de règles agit comme une interface afin de faciliter la communication entre les deux applications. Le service de règles constitue également un moyen pratique de mettre à jour la partie de votre site reposant sur des règles sans devoir arrêter le serveur WebSphere Commerce. Le composant campagne interagit avec le serveur de règles Blaze Advisor. Le serveur de règles Blaze Advisor peut également servir à mettre en œuvre des règles personnalisées (par exemple, des remises) applicables à divers composants. Vous pouvez mettre en œuvre des remises à base de règles si les remises fournies à base de schéma ne répondent pas à vos besoins.

Maintenance des systèmes

WebSphere Commerce repose sur plusieurs autres systèmes. La présente section décrit les points que l'administrateur de site doit prendre en compte concernant les systèmes liés à WebSphere Commerce.

Utilisation du serveur

Il convient de surveiller la croissance et l'utilisation de la capacité du serveur Web et de WebSphere Commerce Server, et de mettre en place des procédures pour augmenter l'espace disque, la capacité de traitement et la quantité de mémoire en cas de besoin.

Maintenance de la base de données

Pour éviter tout incident dans votre magasin en ligne, il est important de mettre au point des stratégies de maintenance régulières sur votre serveur de bases de données (qu'il s'agisse de DB2 ou d'Oracle).

Remarque :  400 Certaines tâches de maintenance de base de données indiquées ci-après ne s'appliquent pas aux installations utilisant WebSphere Commerce for iSeries.

Maintenance programmée de la base de données

Cette section indique les opérations de maintenance de la base de données qui doivent être effectuées à intervalles réguliers, voire programmés.

Consignation des données de diagnostic :  400 Cette section, qui concerne la consignation des informations de diagnostic, ne s'applique pas aux installations utilisant WebSphere Commerce for iSeries.

Les erreurs et autres informations de diagnostic peuvent être consignées dans un fichier journal servant à l'identification des incidents. Si vous utilisez DB2, le volume d'informations saisies est contrôlé par le paramètre de configuration `diaglevel`. Il s'agit d'un paramètre de configuration du gestionnaire de la base de données (par opposition au paramètre de configuration de la base de données). Il est recommandé de régler ce paramètre sur la valeur 2 (toutes les erreurs) ou 3 (toutes les erreurs et tous les avertissements). Par défaut, `diaglevel` est défini sur 3. Il convient de vérifier régulièrement la taille du fichier qui recueille ces informations, afin qu'il ne vienne pas à manquer d'espace. Sous DB2, ce fichier est appelé `db2diag.log`. Il est situé dans le répertoire d'instances de DB2.

Journaux de la base de données :  400 Cette section, qui concerne les journaux de base de données, ne s'applique pas aux installations utilisant WebSphere Commerce for iSeries.

Les journaux enregistrent toutes les modifications apportées à une base de données. Ils servent aussi bien au traitement des annulations qu'à la récupération aval. Veillez à conserver ces journaux à un emplacement physique approprié et à définir convenablement leurs paramètres.

Sauvegarde de la base de données : Vous devez procéder à des sauvegardes régulières de votre base de données. DB2 offre deux méthodes de sauvegarde : *en ligne* et *hors ligne*. Les sauvegardes en ligne permettent à d'autres applications et processus de rester connectés à la base, ainsi que de lire et d'écrire des données pendant le déroulement de l'activité de sauvegarde. Les sauvegardes hors ligne ne permettent que la connexion de l'activité de sauvegarde à la base de données. WebSphere Commerce Server ne peut pas lire ou modifier des données. Votre stratégie de sauvegarde de la base de données peut associer les deux méthodes de sauvegarde. Ainsi, vous pouvez effectuer des sauvegardes en ligne quotidiennes et une sauvegarde hors ligne hebdomadaire.

Activez la récupération aval pour permettre la sauvegarde en ligne de la base DB2. Pour ce faire, vous devez avoir recours à un archivage des journaux (par opposition à une journalisation avec réutilisation automatique des journaux). L'archivage permet de conserver les fichiers journaux, tandis que la réutilisation automatique procède par écrasement des journaux antérieurs. A la création de la base de données, la réutilisation automatique est activée. Pour passer à l'archivage des journaux, activez l'un au moins des paramètres de configuration `logretain` et `userexit`. En outre, vous devez mettre au point une stratégie pour stocker les fichiers journaux archivés avec vos sauvegardes de la base de données.

Si vous effectuez des sauvegardes hors ligne, il est recommandé de le faire une fois par semaine. L'intervalle recommandé pour les sauvegardes en ligne est quotidien.

Gestion des espaces table :  400 Cette section, qui concerne la gestion des espaces table, ne s'applique pas aux installations utilisant WebSphere Commerce pour iSeries.

Un espace table est un modèle de stockage qui fournit un niveau d'adressage indirect entre une base de données et les tables qu'elle contient. Une base DB2 utilise des espaces table SMS (System Managed Storage) ou des espaces table DMS (Database Managed Storage). Dans un espace table SMS, le gestionnaire du système de fichiers du système d'exploitation alloue et gère l'espace dans lequel la table doit être stockée. Le modèle de stockage consiste généralement en de nombreux fichiers, représentant des objets tables, stockés dans l'espace du système de fichiers.

Dans un espace table DMS, c'est le gestionnaire de base de données qui contrôle l'espace de stockage. Le modèle de stockage consiste en un nombre limité d'unités, dont l'espace est géré par DB2. console d'administration décide des unités à utiliser et DB2 gère l'espace sur ces unités. Cet espace table est en fait la mise en œuvre d'un système de fichiers spécial, conçu pour répondre aux besoins du gestionnaire de bases de données. Ces périphériques sont appelés conteneurs.

Si vous utilisez SMS, comparez régulièrement la taille de l'espace table à l'espace disque disponible, afin de vous assurer que ce dernier est suffisant. Si vous utilisez DMS, vérifiez régulièrement le nombre de pages libres pour vous assurer qu'il y en a suffisamment pour les opérations commerciales.

En outre, vous devez vérifier régulièrement les tailles des pools de mémoire tampon et les comparer aux espaces table.

Génération d'un plan d'accès : Votre base de données DB2 suit un plan d'accès lors de l'exécution des requêtes. Ce plan s'appuie sur les statistiques de la base de données. Ces dernières évoluent avec les modifications apportées à la base ce qui, par conséquent, entraîne le changement du meilleur plan d'accès. Il est donc recommandé d'exécuter l'utilitaire RUNSTATS à intervalles réguliers. Vous mettrez ainsi à jour les statistiques des tables du catalogue système et permettrez l'optimisation des requêtes. Si votre site génère un nombre élevé d'insertions dans la base de données, exécutez cet utilitaire quotidiennement pour générer un plan d'accès optimal.

Réorganisation des tables : La réorganisation des tables de la base de données permet de récupérer de l'espace table après des suppressions de données. Si les requêtes utilisent la fonction d'accès par ordre d'arrivée (ordre d'insertion des enregistrements dans la table), la suppression de lignes améliore les performances de la fonction de requête.

Par ailleurs, la réorganisation de tables comportant des colonnes de dimensions distinctes optimise également les performances du système. La réorganisation permet en effet de compresser les fragments inutilisés de la zone de débordement et de faciliter ainsi la lecture des lignes qui se chevauchent.

Pour réorganiser votre base DB2, lancez régulièrement l'utilitaire REORG.

► 400 Pour réorganiser votre base de données, lancez régulièrement la commande native RGZPFM. L'exécution de cette commande sur un fichier de base de données de grande taille exige un verrou de type X (exclusive). Ainsi, les autres travaux ne peuvent pas accéder à cette table au cours de l'opération. Planifiez ce travail pendant les heures de moindre activité de votre site. Vous devez arrêter le serveur WebSphere Commerce avant d'exécuter cette commande.

Contrôle de l'utilisation de la base de données : Surveillez la croissance et l'utilisation de la capacité de la base de données et mettez en place des procédures pour augmenter l'espace disque, la capacité de traitement et la mémoire.

Utilitaire de nettoyage de la base de données : WebSphere Commerce fournit un utilitaire de nettoyage de base de données (dbclean) qui constitue une solution souple de suppression des données antérieures. Le retrait des données antérieures et inutilisées dans la base peut améliorer les performances du système global. C'est particulièrement vrai en présence de nombreuses données redondantes.

L'utilitaire de nettoyage de base de données est un outil souple et évolutif pour le nettoyage de votre base de données. Il permet de nettoyer les tables de manière sélective, en conservant l'intégrité référentielle de la base. Il procède de deux manières :

- La méthode *descendante* supprime en cascade toutes les lignes des tables enfant. Cette méthode est plus rapide que la méthode ascendante.
- La méthode *ascendante* supprime d'abord les lignes des tables enfant, puis celles des tables parentes. Vous devez recourir à cette méthode en cas de contrainte référentielle. Une *contrainte référentielle* est la règle d'intégrité référentielle selon laquelle les valeurs non indéfinies de la clé étrangère ne sont valides que si elles apparaissent également comme valeurs d'une clé parente. Une contrainte référentielle est généralement indiquée lorsque les données enfant sont utilisées par plusieurs tables parentes.

L'utilitaire de nettoyage de base de données offre plus de 35 options de nettoyage prédéfinies pour les tables les plus fréquemment utilisées. Vous pouvez en définir d'autres, pour des tables WebSphere Commerce différentes ou pour vos propres tables d'application personnalisées. Avant d'utiliser l'utilitaire de nettoyage de base de données, prenez soin de bien identifier les données à supprimer. Votre site peut avoir besoin de conserver des données à des fins non directement liées à son fonctionnement quotidien, par exemple pour le marketing ou la distribution.

Si vous ne lancez pas fréquemment l'utilitaire dbclean, le temps de nettoyage peut être relativement long. Il peut également consommer une grande quantité de ressources système sur le serveur de base de données. Ceci peut perturber le fonctionnement de votre magasin en ligne.

Pour plus d'informations sur l'utilisation de l'utilitaire de nettoyage de base de données, reportez-vous à l'aide en ligne de WebSphere Commerce.

Exécution de REORG et RUNSTATS : DB2 comporte deux commandes de nettoyage et d'optimisation des performances des bases de données : RUNSTATS et REORG. REORG comporte une commande supplémentaire, appelée REORGCHK. Pour optimiser les accès à la base de données, la commande RUNSTATS doit être exécutée régulièrement sur toutes les tables. Surveillez régulièrement l'état des tables de la base de données à l'aide de la commande REORGCHK. Vous n'avez pas besoin de réorganiser les tables, sauf si vous constatez qu'un défaut d'organisation se répercute sur les performances. Pour plus d'informations sur ces commandes, reportez-vous au document *DB2 UDB Command Reference*.

Pour les bases de données DB2, lancez la commande REORG pour récupérer de l'espace table après l'exécution de l'utilitaire de nettoyage de base de données. Vous devez également lancer la commande RUNSTATS pour mettre à jour le plan d'accès à la base de données.

Après avoir exécuté l'utilitaire de nettoyage de la base de données, lancez la commande RGZPFM pour éliminer les lignes supprimées des tables. (La commande RUNSTATS ne concerne pas les installations utilisant WebSphere Commerce for iSeries.)

Pour plus d'informations sur les fonctions d'administration système de DB2, reportez-vous aux documents suivants :

- *Administration Guide*
- *Troubleshooting Guide*
- *System Monitor Guide and Reference*

Tâches occasionnelles de maintenance de la base de données

La présente section répertorie les tâches occasionnelles de maintenance de la base de données.

Optimisation de la base de données : Pour optimiser les performances, réglez la base de données. Cette activité est réservée aux personnes qui connaissent les principes d'optimisation des bases de données, les paramètres de configuration du gestionnaire de base de données et de la base elle-même, la configuration matérielle et la configuration du système d'exploitation. Cette personne doit également savoir manipuler les outils d'optimisation des performances du système d'exploitation. L'intégrité de la base de données peut être remise en question si le réglage est effectué par une personne qui ne possède pas les connaissances requises.

Stratégie de reprise après incident grave : Il convient de mettre au point et de répéter une stratégie de reprise en cas de sinistre. Cette stratégie est liée à votre stratégie de sauvegarde quotidienne. Il est important de prévoir autant de passes que nécessaire, afin de déceler les éventuels défauts de la stratégie et d'y remédier dans un environnement sous contrôle.

Maintien de niveaux de code corrects : Assurez-vous que vous avez appliqué à votre base de données tous les kits de mise à jour (fixpack) et toutes les mises à jour du code appropriés, comme indiqué dans le guide d'installation relatif à la plateforme utilisée.

Administration de WebSphere Application Server

Console de l'administrateur

La console de l'administrateur dans WebSphere Application Server contient les outils et les fonctions qui permettent à un administrateur d'effectuer les opérations suivantes :

- arrêter et démarrer WebSphere Commerce ,
- arrêter et démarrer IBM Payment Manager

- installer et configurer les ressources (par exemple, les servlets et les beans d'entreprise) ;
- affecter une sécurité aux ressources ;
- assurer la disponibilité de toutes les applications ;
- accorder ou révoquer les droits d'accès des utilisateurs (par exemple, créer un nouveau compte pour un nouvel employé et ajouter cette personne à certains groupes d'utilisateurs) ;
- contrôler les performances du serveur ;
- cloner les composants d'application pour améliorer les performances ;
- fournir les informations d'analyse et de débogage pour l'exécution des applications WebSphere.

Pour plus d'informations sur les fonctions d'administration système de WebSphere Application Server, reportez-vous aux documents suivants :

- *Systems Administration*
- *Tuning and Troubleshooting*

Administration du serveur Web

Cette section décrit les aspects suivants de l'administration du serveur Web : les journaux et les connexions simultanées.

Journaux du serveur Web

La stratégie de maintenance des journaux du serveur Web comprend le contrôle de la taille du fichier journal, ainsi que la suppression ou l'archivage des fichiers journaux à intervalles réguliers. Nettoyez les fichiers journaux tous les jours, ou si cela n'est pas réalisable, au moins une fois par semaine.

Si ces fichiers journaux sont archivés à des fins d'exploitation de données (data mining), ne procédez pas à l'analyse des données sur le poste du serveur Web. Effectuez cette opération hors ligne, afin de ne pas affecter les performances du serveur Web.

Connexions simultanées

▶ 400 WebSphere Commerce for iSeries ne prend pas en charge les connexions simultanées.

Les serveurs Web utilisent des modèles de processus qui prennent en charge les connexions simultanées. Netscape iPlanet utilise un modèle à unités d'exécution (threads). IBM HTTP Web Server utilise un modèle de prétraitement par duplication pour les plateformes UNIX et un modèle basé sur les unités d'exécution pour Windows.

Gestion du nombre d'unités d'exécution (threads) pour Netscape iPlanet :

▶ 400 Netscape iPlanet n'est pas pris en charge par OS/400 for iSeries.

► 400 ► Linux Netscape iPlanet n'est pas pris en charge par OS/400 for iSeries ou Linux.

Pour Netscape iPlanet, vous pouvez définir le nombre d'unités d'exécution (threads) par processus serveur Web. Vous devez contrôler régulièrement l'utilisation des unités d'exécution (c'est-à-dire identifier les unités actives, en attente, occupées ou inactives).

Assurez-vous que le nombre d'unités d'exécution disponibles pour répondre aux demandes entrantes ne se rapproche pas de zéro. Au fur et à mesure que la fréquentation de votre site augmente, le nombre d'unités d'exécution actives et occupées peut augmenter, entraînant une diminution du nombre d'unités disponibles pour de nouvelles demandes. Vous pouvez augmenter le nombre maximal d'unités en cours d'exécution par processus serveur, augmenter le nombre de processus serveur, ou ajouter un autre poste serveur Web.

Connexions simultanées pour IBM HTTP Web Server : Pour plus d'informations sur les connexions simultanées pour IBM HTTP Web Server, accédez à l'adresse Web suivante :
www.ibm.com/software/webservers/httpservers/library.html

Identification et résolution des incidents

Pour obtenir des informations sur l'identification et la résolution des incidents, reportez-vous au guide d'installation relatif à la plateforme utilisée.

Partie 4. Exploitation de votre vitrine

Cette partie du manuel propose une introduction aux principales tâches liées à l'exploitation quotidienne de votre vitrine.

La présente section contient des informations approfondies sur WebSphere Commerce Accelerator.

WebSphere Commerce Accelerator vous permet de gérer vos magasins en ligne en effectuant diverses opérations. Si vous disposez de droits sur plusieurs magasins, vous sélectionnez le magasin et la langue de votre choix lorsque vous vous connectez à WebSphere Commerce Accelerator. Si vous disposez de droits sur un seul magasin, le nom de ce dernier est présélectionné à la connexion. Si le magasin prend en charge plusieurs langues, vous sélectionnez alors la langue de votre choix.

Les tâches que vous êtes autorisé à effectuer dans le cadre de votre rôle s'affichent dans les menus de la page d'accueil de WebSphere Commerce Accelerator. Ces tâches sont basées sur des niveaux de droits d'accès des groupes, définis par l'administrateur de site à partir de la console d'administration.

Pour revenir à la page d'accueil de WebSphere Commerce Accelerator, cliquez sur le lien **Accueil** de l'historique WebSphere Commerce Accelerator.

Ouverture d'une session WebSphere Commerce Accelerator

Pour ouvrir une session WebSphere Commerce Accelerator, tapez l'adresse Web suivante dans le navigateur :

`https://nom_hôte:8000/accelerator`

nom_hôte correspondant au nom d'hôte HTTP complet de WebSphere Commerce Server.

Chapitre 11. Gestion du stock

Le présent chapitre décrit les principales opérations relatives à la configuration du système de stock et à la gestion du stock dans le centre de distribution. Plusieurs types d'utilisateurs ou personnes chargées de rôles différents sont impliqués dans ces opérations. Ce chapitre consacre une section à chacun de ces rôles.

► **B2C** **Gestionnaire des opérations** ou ► **B2B** **Responsable de la logistique**

- Gestion des informations sur le centre de distribution
- Gestion des motifs de retour
- Rapports de gestion des retours

Acheteur

- Gestion des informations sur les fournisseurs
- Gestion des informations sur les produits
- Gestion du stock prévu

Réceptionnaire

- Réception du stock prévu
- Ajustement de la quantité de stock
- Création d'un avis de réception de stock ad hoc
- Réception des marchandises retournées

Gestionnaire des retours

- Traitement de la destination des retours

Détermination de la méthode de gestion du stock

Le stock comprend tout ce qui peut être physiquement pris en compte dans le centre de distribution. Les types de stock peuvent correspondre à plusieurs définitions spécifiques, par exemple des articles, des produits, des SKU, des offres groupées, des colis et des kits dynamiques ; mais il s'agit toujours de stock. La méthode de gestion de ce stock est déterminée au cours de la phase d'installation et de planification du site par le ► **B2C** gestionnaire des opérations ou par le ► **B2B** responsable de la logistique, en collaboration avec l'équipe de développement de magasin.

WebSphere Commerce prend en charge les méthodes de gestion des stocks suivantes :

- Utilisez WebSphere Commerce pour contrôler et gérer le stock.
Cette méthode prend uniquement en compte le stock vendu par le biais de votre magasin en ligne. WebSphere Commerce ne reconnaît aucune autre méthode de vente de vos produits.
- Utilisez votre centre de distribution actuel pour contrôler et gérer le stock.
Avec cette méthode, MQSeries et le système de communication en mode message seraient configurés de manière à établir une communication entre WebSphere Commerce et le centre de distribution. Pour plus d'informations, reportez-vous à l'aide en ligne de WebSphere Commerce.
- Utilisez un système central.
Pour la compatibilité amont, si vous utilisiez des instructions d'activité dans les précédentes versions du produit pour communiquer avec votre propre système de stock (ResolveFulfillmentCenter, CheckInventory, UpdateInventory et ReverseUpdateInventory), vous pouvez continuer à utiliser les implémentations par défaut correspondantes. Le système WebSphere Commerce détermine l'ensemble des interfaces à utiliser via un indicateur de configuration. Une valeur nulle pour l'attribut Store.AllocationGoodFor indique que les anciennes interfaces d'instruction d'activité doivent être appelées à la place des nouvelles instructions ATP.

Si votre site utilise l'une des deux premières méthodes, vous disposez d'outils permettant de connaître le stock disponible à la vente (ATP). Ce dernier fournit un mécanisme permettant de garantir que les engagements pris auprès des clients sont basés sur les informations du vendeur concernant le stock prévu ainsi que le stock actuellement disponible. Vous pouvez gérer la liste des enregistrements de stock prévu (anticipation de la date d'arrivée d'un stock provenant d'un fournisseur dans un centre de distribution), gérer et contrôler le stock.

Affectation du stock

Le stock disponible est déterminé par un examen de l'ensemble des avis de réception d'un article disponible dans un magasin donné et en prenant en compte les stocks réservés (à une vente aux enchères ou autre) ou affectés à des commandes en amont.

Le stock disponible est la somme des stocks disponibles dans la table RECEIPT (QTYONHAND - QTYINPROCESS), à laquelle on soustrait les stocks réservés par le magasin et indiqués dans la table ITEMFFMCTR, ainsi que les stocks affectés à des commandes en amont de la table ITEMFFMCTR.

Gestion du stock à l'aide de WebSphere Commerce Accelerator

WebSphere Commerce vous fournit des outils de gestion de votre stock :

- Interface de gestion des stocks permettant au vendeur et au  gestionnaire des opérations ou au  responsable de la logistique de contrôler et de gérer leur stock de produits.
- Mise à jour en temps réel du stock de produits au fur et à mesure des commandes ou des retours des produits par les clients.
 - Si votre magasin s'appuie sur des modèles de magasin NewFashion ou ToolTech, les clients peuvent savoir si certains articles de leur commande sont actuellement en amont. Grâce à ces informations, les clients peuvent décider d'annuler ou de partager leur commande.
 - Si votre magasin s'appuie sur les modèles de magasin NewFashion ou ToolTech, les représentants du service clientèle ou les représentants commerciaux peuvent savoir si certains produits de leur commande sont actuellement en amont à l'aide du bloc-notes de commande des clients.
 - Le  directeur des ventes et l'acheteur peuvent visualiser l'état des stocks en exécutant le rapport Etat des stocks (voir à la page 150).
- Prise en charge des commandes en amont.
 - Seuls les magasins utilisant les modèles de magasin NewFashion ou ToolTech assurent la prise en charge des commandes en amont.
 - Pour permettre la mise en amont de certains produits, le responsable produit sélectionne le menu Autoriser les commandes en amont sur la page Distribution du produit du bloc-notes Produits.
 - Le responsable produit a également la possibilité de différer la livraison d'un produit particulier. Pour ce faire, il sélectionne le menu Commande en amont impérative sur la page Distribution du produit du bloc-notes Produits.
 - Pour connaître les commandes en amont, exécutez le rapport Produits commandés en amont (voir à la page 150).
- Création d'un enregistrement de stock prévu.
- Création d'avis de réception de stock ad hoc pour un centre de distribution.
- Réception du stock par rapport à un avis de réception de stock attendu pour un centre de distribution.
- Vérification que la réception du stock attendu a eu lieu.
- Clôture de l'ajustement de stock pour un centre de distribution.

Définition d'un sous-système de stock

Pour pouvoir utiliser le stock et les fonctions ATP dans votre magasin, vous devez définir les fonctions suivantes :

- Centre(s) de gestion
- Codes de motif
- Fournisseurs

- Produits

Centre de distribution

Les centres de distribution jouent à la fois le rôle d'entrepôts et de centres de distribution et de réception des stocks. Un magasin peut être associé à un ou à plusieurs centres de distribution. Dans WebSphere Commerce Accelerator, la sélection d'un centre de distribution s'effectue lors de la connexion, par un utilisateur doté du rôle de vendeur, de  gestionnaire des opérations ou de  responsable de la logistique, d'acheteur, d'administrateur des retours, de réceptionnaire ou de préparateur. Pour changer de centre de distribution, il n'est pas nécessaire de se déconnecter : il suffit de cliquer sur l'icône située dans l'angle supérieur gauche de WebSphere Commerce Accelerator.

Dans WebSphere Commerce Server, un objet FulfillmentCenter est séparé de l'objet Store. Cet objet permet de gérer le stock de produits et leur expédition. Le centre de distribution livre la commande en fonction de l'objet ShippingMode précisé par le client. Cet objet indique le transporteur et la méthode d'expédition permettant d'exécuter la commande du client.

Dans un centre de distribution, l'objet ShippingArrangement indique qu'un objet Store est convenu, avec un objet FulfillmentCenter, de l'expédition des produits à l'aide d'un objet ShippingMode déterminé, dans une plage de temps définie. Par exemple, un magasin peut s'accorder avec son centre de distribution pour livrer une commande dans les 24 heures si le client sélectionne l'option de livraison par transport rapide.

Le  gestionnaire des opérations ou le  responsable de la logistique peuvent visualiser, créer, modifier ou supprimer un centre de distribution. Pour travailler avec un centre de distribution, sélectionnez l'option **Centre de distribution** du menu **Magasin**. Pour chaque centre de distribution créé, vous devez fournir le nom, le nom affiché (dans la barre de titre de WebSphere Commerce Accelerator), la description et l'adresse.

Motifs de retour

Le motif de retour est une raison définie par le magasin autorisant le retour du produit. C'est le  gestionnaire des opérations ou le  responsable de la logistique qui définit ce motif. Les motifs de retour doivent émaner du vendeur et des clients, car dans certains cas, leurs avis peuvent diverger. Par exemple, il peut arriver qu'un client retourne un produit en déclarant que celui-ci ne fonctionne pas convenablement ; l'administrateur des retours peut, quant à lui, signaler que le client n'a pas suivi les instructions d'utilisation et que le produit fonctionne en réalité parfaitement. Les motifs de retour émanent soit du client, soit du vendeur.

Pour exploiter les codes de motif, sélectionnez l'option correspondante dans le menu **Magasin**. Le  gestionnaire des opérations ou le  responsable de la logistique peuvent visualiser, créer, modifier ou supprimer des codes de retour. Ceux-ci doivent contenir les informations suivantes : motif, description et type du motif. Le type indique si le retour émane du client, du commerçant ou des deux.

Lorsque le représentant du service clientèle crée un enregistrement de retour, il indique la cause de retour. Lorsque l'administrateur des retours signale l'écoulement du retour, la cause de retour du vendeur est spécifiée.

Rapports de gestion des retours

1.  Sélectionnez l'option **Retours** du menu **Opérations**.
 Sélectionnez l'option **Retours** du menu **Logistique**. La page **Retours** s'affiche.
2. Cliquez sur **Rapports**. La liste **Rapports de gestion des retours** s'affiche.
3. Sélectionnez le rapport approprié.

Retours avec réceptions partielles

Ce rapport présente les retours pour lesquels au moins un produit a été reçu du client et au moins un produit n'a pas été reçu.

Retours reçus mais non rebutés

Ce rapport décrit les retours par produit pour les produits reçus, mais non encore mis au rebut.

Retours en attente

Ce rapport répertorie les retours qui ont été enregistrés, mais pour lesquels aucun des produits n'a été reçu du client. Il ne prend pas en compte les retours enregistrés pour lesquels certains produits ont été reçus du client ; ces retours figurent dans le rapport **Retours avec réceptions partielles**.

Fournisseurs

Un fournisseur est une entreprise à laquelle votre magasin achète ses marchandises. Les fournisseurs sont définis par l'acheteur. L'acheteur peut consulter la liste de l'ensemble des fournisseurs, ajouter un nouveau fournisseur, modifier un fournisseur existant ou supprimer un fournisseur.

Pour effectuer des opérations relatives aux fournisseurs, procédez comme suit :

-  Sélectionnez **Fournisseurs** dans le menu **Marchandisage**.
-  Sélectionnez le menu **Fournisseurs** dans le menu **Produits**.

Pour créer un fournisseur, indiquez les informations suivantes : nom et adresse du fournisseur, coordonnées de la personne à contacter.

Les enregistrements de stock prévu s'affichent, sur la page Stock prévu, avec le nom du fournisseur, l'ID externe (généralement, un numéro d'ordre d'achat) et la date de commande.

Produits

Avant réception du stock par le centre de distribution, l'enregistrement de produit correspondant doit exister. Les enregistrements de produits sont créés au moment de la création du stock. Le responsable produit peut créer et mettre à jour des produits à l'aide de WebSphere Commerce Accelerator. Pour plus d'informations, reportez-vous au Chapitre 12, «Gestion du catalogue» à la page 155.

Gestion du stock

Cette section décrit le cycle d'enregistrement de stock prévu, jusqu'à la réception du stock et son classement en tant que stock disponible. La réception du stock peut être réalisée comme suit :

- Stock prévu associé à un enregistrement de stock prévu
- Stock ad hoc ou stock non enregistré comme prévu

Enregistrements de stock prévu

Un enregistrement de stock prévu énumère les articles attendus par le centre de distribution. Chaque enregistrement contient les informations suivantes : nom du fournisseur, date de la commande, détails relatifs au stock et, éventuellement, ID externe. Les détails relatifs au stock sont des informations de type : référence du produit, centre de gestion, date prévue, quantité, unité de mesure et commentaires. Un enregistrement de stock prévu peut contenir des informations concernant un ou plusieurs produits. L'acheteur peut visualiser, modifier, ajouter, clore, recevoir et supprimer des enregistrements.

Un enregistrement de stock prévu ne peut pas être supprimé une fois qu'il a servi à réceptionner un produit et les caractéristiques d'un stock prévu ne peuvent être ni modifiées ni supprimées une fois qu'une partie de ce stock a été reçue.

Quand on commande un stock qui est disponible dans un centre de distribution, WebSphere Commerce attribue un stock à ces commandes. Quand un stock est attribué à une commande, il devient indisponible pour le système de commandes. Si la commande est annulée, le stock redevient disponible.

S'il y a une commande pour un produit indisponible, une commande en amont peut être créée. S'il y a un stock prévu susceptible de correspondre à la commande en amont, le stock prévu est attribué à la commande en amont et le client peut recevoir une date d'expédition prévue.

Création d'un enregistrement de stock prévu

En général, l'acheteur crée des avis de réception de stock et le Réceptionnaire réceptionne le stock avec cet avis. L'acheteur clôt l'avis de réception une fois que tous les stocks prévus ont été réceptionnés.

Pour créer un enregistrement de stock prévu, procédez comme suit :

1.  Sélectionnez **Enregistrements de stock prévu** dans le menu **Marchandisage**.
 Sélectionnez **Enregistrements de stock prévu** dans le menu **Produits**.

La liste des enregistrements de stock prévu s'affiche.

Cette liste indiquent les commandes passées auprès des différents fournisseurs. L'acheteur peut créer un nouvel enregistrement de stock prévu, visualiser les détails relatifs aux enregistrements précédents, modifier ces détails, clore ou supprimer un ou plusieurs enregistrements et exécuter des rapports associés.

Clôture d'un enregistrement de stock prévu

Lorsque tous les stocks d'un enregistrement de stock prévu ont été réceptionnés par le centre de distribution, l'enregistrement peut être clos. La clôture de l'enregistrement est en général effectuée par un acheteur. Pour fermer un enregistrement de stock, procédez comme suit :

1.  Sélectionnez **Enregistrements de stock prévu** dans le menu **Marchandisage**.
 Sélectionnez **Enregistrements de stock prévu** dans le menu **Produits**. La page Stock prévu s'affiche.
2. Activez la case à cocher située à la gauche des enregistrements de stock prévu que vous souhaitez fermer, puis cliquez sur **Fermer**. La liste Stock prévu est régénérée, supprimant ainsi les enregistrements de stock prévu qui ont été fermés.

Une fois l'enregistrement de stock fermé, vous ne pouvez pas le rouvrir. Assurez-vous que le stock associé à l'enregistrement de stock prévu a effectivement été reçu avant de clore l'enregistrement.

Rapports de stock

WebSphere Commerce Accelerator fournit les rapports suivants afin de détecter les problèmes affectant le stock. Pour exécuter un rapport sur le stock, procédez comme suit :

1.  Sélectionnez **Rapports sur les stocks** dans le menu **Opérations**.
 Sélectionnez **Rapports sur les stocks** dans le menu **Logistique**.

2. Activez la case à cocher correspondant au rapport à exécuter, puis cliquez sur **Rapports**.
3. Sélectionnez les options de rapport appropriées, puis cliquez sur **OK**.

Réception de stock par produit

Ce rapport répertorie l'intégralité des réceptions : réceptions reçues via des enregistrements de stock prévus, réceptions ad hoc et réceptions ajoutées suite à l'écoulement de produits. Utilisez ce rapport pour visualiser les réceptions de stock. Les options de rapport comprennent : date de début, date de fin, SKU et centres de distribution. Les résultats du rapport peuvent être classés par SKU ou par date de réception.

Ajustements de stock

Ce rapport présente les ajustements de stock par produit. Les options de rapport comprennent : date de début, date de fin, SKU et causes de l'ajustement. Les résultats du rapport peuvent être classés par date d'ajustement ou par SKU. Les résultats du rapport sont regroupés par produit, centre de distribution et date d'ajustement.

Etat du stock

Ce rapport décrit l'affectation du stock et l'état de réception actuels des produits en stock. Les options du rapport comprennent les SKU et les centres de distribution. Les résultats du rapport sont classés par SKU. Les résultats du rapport sont regroupés par centre de gestion et par SKU.

Produits commandés en amont

Ce rapport cumule, par produit, les informations relatives aux commandes en amont. Utilisez ce rapport pour contrôler les affectations de stocks et l'état de réception actuels des produits en stock. Les options du rapport comprennent les SKU et les centres de distribution. Les résultats du rapport sont classés par SKU. Les résultats du rapport sont regroupés par centre de gestion et par SKU.

Rapport des enregistrements de stock prévu

Ce rapport présente les rapports d'enregistrements de stock prévu. Utilisez ce rapport pour contrôler les réceptions de stock prévu et les enregistrements de stock prévu en attente. Les options de rapport comprennent : date de début, date de fin, SKU et fournisseurs. Les résultats de ce rapport sont classés par SKU et par date prévue.

Tâches du réceptionnaire

Réception du stock prévu

En général, le réceptionnaire réceptionne le stock à l'aide de l'enregistrement de stock prévu. Pour réceptionner un stock dans un centre de distribution, procédez comme suit :

1.  Sélectionnez **Stock prévu** dans le menu **Opérations**.
 Sélectionnez **Stock prévu** dans le menu **Logistique**. La page Stock prévu s'affiche.
2. A partir de la page Stock prévu, activez la case à cocher située en regard de l'enregistrement de stock prévu à l'aide duquel vous souhaitez réceptionner le stock, puis cliquez sur **Détails**.
La liste Caractéristiques du stock prévu s'affiche.
3. Activez la case à cocher située en regard du produit que vous souhaitez recevoir, puis cliquez sur **Recevoir**.
4. Saisissez la quantité de stock reçue, le coût et la date de réception, puis cliquez sur **Recevoir**.

Rapports sur les réceptions de stock ad hoc

Les rapports sur les réceptions de stock ad hoc sont créés au moment de la réception du stock dans le centre de distribution et lorsqu'il n'existe pas d'enregistrement de stock prévu correspondant. L'absence d'enregistrement peut être due à l'arrivée d'un stock imprévu ou à une décision du vendeur de ne pas utiliser les enregistrements de stock prévu pour enregistrer la réception de ce stock.

Pour travailler avec des enregistrements de stock ad hoc, procédez comme suit :

1.  Sélectionnez **Recherche de stock** dans le menu **Opérations**.
 Sélectionnez **Recherche de stock** dans le menu **Logistique**.
2. Effectuez une recherche de stock en renseignant les zones **Nom** et **SKU** ; puis cliquez sur **Rechercher**. Le système procède à une recherche et affiche les résultats correspondant aux critères que vous avez saisis dans la page Résultats de la recherche.
3. Activez la case à cocher située en regard du **SKU** que vous souhaitez recevoir, puis cliquez sur Réception ad Hoc. Le bloc-notes Réception ad Hoc s'affiche.
4. Renseignez les zones appropriées, puis cliquez sur **OK**.

Rapport des ajustements de stock

Un *ajustement de stock* est un ajustement direct par rapport au niveau du stock en ligne. Les ajustements de stock sont effectués lorsque le nombre de stocks du centre de distribution ne correspond plus à celui qui est enregistré dans WebSphere Commerce Accelerator. Il existe différentes causes possibles. Ainsi, lorsque les stocks du centre de distribution sont volés ou endommagés, le nombre de stock disponible doit alors être ajusté afin de refléter la réalité de la situation. Lorsqu'un comptage est réalisé au sein du centre de distribution et que le résultat est supérieur au chiffre escompté, celui-ci doit alors être enregistré.

Pour ajuster les niveaux de stock, procédez comme suit :

1.  Sélectionnez **Recherche de stock** dans le menu **Opérations**.
 Sélectionnez **Recherche de stock** dans le menu **Logistique**.
2. Effectuez une recherche de stock en renseignant les zones **Nom** et **SKU** ; puis cliquez sur **Rechercher**. Le système procède à une recherche et affiche les résultats correspondant aux critères que vous avez saisis dans la page Résultats de la recherche.
3. Activez la case à cocher située en regard du **SKU** à ajuster, puis cliquez sur **Ajustement de la quantité**. La boîte de dialogue Ajustement de la quantité s'affiche.
4. Renseignez les zones appropriées, puis cliquez sur **OK**.

Traitement de la destination des retours

Lorsque des marchandises sont retournées par un centre de distribution, le réceptionnaire procède à l'enregistrement confirmant la réception de ce stock. Une fois les marchandises réceptionnées, l'administrateur des retours indique si les marchandises doivent être retournées au stock ou éliminées.

Pour réceptionner les marchandises retournées, le réceptionnaire doit procéder comme suit :

1.  Sélectionnez **Retours** dans le menu **Opérations**.
 Sélectionnez **Retours** dans le menu **Logistique**.
2. Activez la case à cocher correspondant au retour pour lequel vous souhaitez recevoir des produits, puis cliquez sur **Recevoir**. La boîte de dialogue Réception des produits s'affiche.
3. Saisissez la date de réception et la quantité de produits souhaitée, puis cliquez sur **OK** pour enregistrer ces informations. La liste Retours s'affiche. Elle contient les informations les plus récentes.

Tâches de l'administrateur des retours

Sélection de l'écoulement des produits retournés

Après réception des produits retournés, l'administrateur des retours indique si les marchandises doivent être retournées au stock ou éliminées.

Pour définir l'écoulement des produits retournés, procédez comme suit :

1.  Sélectionnez **Retours** dans le menu **Opérations**.
2.  Sélectionnez **Retours** dans le menu **Logistique**.
3. Activez la case à cocher correspondant au retour à traiter, puis cliquez sur **Produits retournés**. La page Produits retournés s'affiche.
4. Activez la case à cocher située en regard du produit que vous souhaitez écouler, puis cliquez sur **Ecoulement**. La page Ecoulement s'affiche.
4. Renseignez les zones appropriées, puis cliquez sur **Ajouter** pour enregistrer ces informations.

Chapitre 12. Gestion du catalogue

Le présent chapitre décrit les tâches suivantes :

- Gestion des catégories
- Gestion des produits
- Gestion des remises
- Rapports de gestion des produits

Dans WebSphere Commerce, les principaux outils de création et de gestion des informations de catalogue sont le module Loader et Catalog Manager. Pour plus d'informations sur l'utilisation de ces outils afin de créer un catalogue, reportez-vous au Chapitre 7, «Création d'un catalogue en ligne» à la page 73. Ces outils, exécutés par l'administrateur de site, permettent de mettre à jour plusieurs produits simultanément. Le responsable produit et le gestionnaire de catégories peuvent, en revanche, mettre à jour des produits individuellement à l'aide des outils fournis dans WebSphere Commerce Accelerator. La gestion des catégories et des produits peut également se faire à l'aide de Web Editor. Pour plus de détails sur cet outil, reportez-vous à l'aide en ligne.

Gestion des catégories

Le gestionnaire de catégories gère la hiérarchie des catégories par création, modification et suppression de catégories.

Le catalogue principal constitue l'outil central de gestion des marchandises en vente dans le magasin. Il contient toutes les informations de catalogue nécessaires au magasin. C'est le catalogue unique qui contient tous les produits, les articles et les prix standard de chaque entité.

Lorsque vous affichez le catalogue à l'aide de l'outil de gestion des produits, vous obtenez une représentation du catalogue principal.

Gestion des catégories

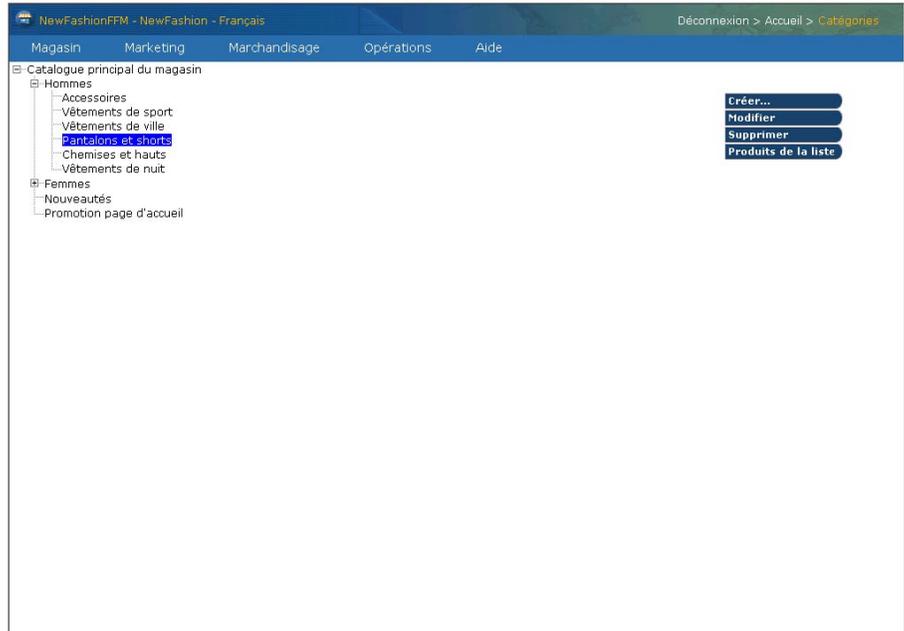
Une catégorie est un groupe d'objets dotés de caractéristiques similaires. Les catégories sont utilisées pour organiser des produits ou des services offerts par le magasin. Le gestionnaire de catégories peut créer, rechercher, lister, modifier et supprimer des catégories. Vous pouvez classer les produits et les SKU sous différentes catégories parentes.

Pour gérer les catégories, procédez comme suit :

1. **B2C** Sélectionnez **Catégories** dans le menu **Marchandisage**.

B2B Sélectionnez **Catégories** dans le menu **Produits**.

La page Catégories s'affiche.



2. Sélectionnez l'action souhaitée : Créer, Modifier, Supprimer, Produits de la liste.

Recherche de catégories

Pour rechercher une catégorie, procédez comme suit :

1. **B2C** Sélectionnez **Recherche de catégories** dans le menu **Marchandisage**.

B2B Sélectionnez **Recherche de catégories** dans le menu **Produits**.

2. Dans la page Recherche, tapez un nom ou une description de catégorie, puis cliquez sur **Chercher**.

La liste des catégories qui répondent aux critères de recherche s'affiche.

Gestion des produits

Dans WebSphere Commerce Accelerator, les caractéristiques suivantes peuvent être associées à un produit :

- Le code produit qui identifie le produit de façon unique.
- Le nom et la description du produit.
- Des spécifications de marchandisage, par exemple, l'indication qu'un produit est actuellement affiché ou qu'il fait partie d'une promotion spéciale.
- Des images miniatures et grandeur réelle du produit.
- Les spécifications de taxe et de frais d'expédition.
- Les remises attribuées au produit.
- Les informations sur le fabricant.
- Les informations avancées suivantes :
 - Une adresse URL. Dans le cadre de vente de logiciels en ligne, vous devez indiquer l'adresse du site Web à partir duquel le logiciel doit être téléchargé.
 - Une description du produit au format XML.

Création de produits, d'attributs et de SKU

Une fois que le gestionnaire de catégories a créé des catégories dans le catalogue, le responsable produit peut créer des entrées de catalogue ou des produits.

L'exemple qui suit montre comment un responsable produit entre un nouveau produit dans le catalogue du magasin. Cet exemple part du principe que le magasin est basé sur le modèle de magasin NewFashion. Le produit créé dans cet exemple est un pantalon classique, disponible en rouge ou noir, en taille 1, 2 ou 3 (Small, Medium ou Large). Les frais de port dépendant de la commande, les informations relatives à l'expédition ne sont pas requises au niveau produit. Le produit ne fait partie d'aucune catégorie particulière ; aucune taxe ne lui est donc appliquée. Le magasin accepte les euros et les dollars américains.

L'image ci-dessous montre le nouveau produit créé dans le magasin.

The screenshot shows the NewFashion website interface. The top navigation bar includes 'CHARIOT', 'MON COMPTE', 'NOUS CONTACTER', and 'AIDE'. Below this, there are links for 'Accueil', 'Hommes', 'Femmes', and 'Nouveautés'. The main header displays 'Hommes - Pantalon décontracté 5 poches en coton'. On the left sidebar, there are sections for language selection (Français), currency selection (Euro), a search bar, and services information. The product details on the right include a photo of the pants, the price (€ 27,45), a description, quantity selector (set to 1), and a color dropdown (set to marron). Two buttons are visible: 'Ajouter à mon chariot' and 'Ajouter à votre liste de pré-sélection'. The footer contains links for 'Accueil', 'Chariot', 'Mon compte', 'Nous contacter', 'Confidentialité', and 'Aide'.

Étape 1. Création du produit.

Les produits font office de modèles pour les SKU, qui sont les articles vendus au client. L'Assistant produit vous permet de créer des produits pour le catalogue.

- B2C** Sélectionnez **Produits** dans le menu **Marchandisage**.

B2B Sélectionnez **Produits** dans le menu **Produits**La liste Produits s'affiche.
- Cliquez sur **Nouveau**. Le bloc-notes Produit s'ouvre sur la page Généralités.
- Entrez les informations suivantes :

Code produit	SKU-0003
Nom	Pantalon classique
Affichage aux clients	✓
Pour l'achat	✓

- Cliquez sur **Suivant**. La page Description s'affiche. Entrez les informations suivantes :

Description abrégée	Pantalon classique
Description détaillée	Pour les jours de travail décontractés. Confortable et classique. Pantalon 5 poches traditionnel avec braguette. Polyester et coton mélangés. Pas de repassage.

Cliquez sur **Suivant**. La page Catégorie s'affiche.

- e. Développez l'icône en regard de Catalogue maître du magasin, puis développez Hommes. Sélectionnez Pantalons et shorts, puis cliquez sur **Suivant**. La page Images s'affiche.
- f. Indiquez le répertoire dans lequel sont stockées les images du produit, par exemple :

Fichier et emplacement de l'image en taille réelle images/mens_pants_dress.gif

Fichier et emplacement de l'image miniature images/mens_pants_dress.gif

Il s'agit du répertoire de la machine WebSphere Commerce dans lequel se trouvent les images du produit. Pour définir de nouvelles images, utilisez le bloc-notes Copie de publicité décrit à la section «Élément annexe» à la page 203. Cet exemple utilise des images déjà stockées dans le répertoire d'images de NewFashion.

Cliquez sur **Suivant**. La page Fabricant s'affiche.

- g. Les magasins basés sur le modèle NewFashion n'affichent pas de données du fabricant ; cliquez sur **Suivant**. La page Remises s'affiche.
- h. Cette page affiche les remises associées au produit. Lorsqu'aucune remise n'a été définie, le message suivant s'affiche :

Aucune remise n'est affectée au produitspécifié.
Pour définir une remise, sélectionnez **Remises**
dans le menu Marchandisage,
puis cliquez sur **Créer**.

Cliquez sur **Suivant**. La page Taxe s'affiche.

- i. La page Taxe afférente aux frais de port s'affiche, avec le message suivant :

Aucune taxe à l'achat n'a été définie ou n'est disponible pour affectation à ce produit.

Cliquez sur **Suivant**. La page Taxe afférente aux frais de port s'affiche.

- j. La page Taxes s'affiche, avec le message suivant :

Aucune taxe à l'expédition n'a été définie ou n'est disponible pour affectation à ce produit.

Cliquez sur **Suivant**. La page Catégories d'expédition s'affiche.

- k. La zone catégories disponibles affichent les catégories d'expédition définies par le magasin. La zone Catégories sélectionnées affiche les catégories d'expédition appliquées au produit. Utilisez cette page pour ajouter ou modifier des catégories d'expédition associées à un produit. Une catégorie d'expédition est généralement définie par une plage de poids, tailles ou quantités. Par exemple, vous pouvez avoir une catégorie d'expédition pour les commandes importantes, moyennes ou petites. A chaque catégorie d'expédition est affecté une taxe ou des frais de port différents. Cliquez sur **Suivant**. La page Unités de mesure pour l'expédition s'affiche.
- l. Cette page est utilisée lorsque le magasin varie le mode d'expédition des commandes client en fonction du poids des produits. Vous n'avez pas à entrer d'informations sur cette page. Les zones affichées sont les suivantes :
 - Poids
 - Mesure de poids
 - Vendu en multiple de cette quantité
 - Nombre d'articles par emballage
 - Unité de mesure

Cliquez sur **Suivant**. La page Distribution du produit s'affiche.

- m. Cette page donne des détails concernant la distribution du produit. Acceptez les valeurs par défaut proposées.

Traitement des stocks

Autoriser les commandes en amont

Commande en amont impérative

Lancement séparément

Retour possible

Remboursable

Entrez la plus petite quantité mesurable

Unité de mesure

Cliquez sur **Suivant**. La page Avancé s'affiche.

- n. La page Avancé permet d'indiquer une adresse URL de produits téléchargeables. Vous n'avez pas à entrer d'informations sur cette page. Cliquez sur **Terminer** pour sauvegarder les modifications et fermer le bloc-notes. La page Produits s'affiche.

Étape 2. Définition des prix.

Le prix d'un produit ou SKU est défini dans une ou plusieurs devises, ainsi qu'une série de conditions telles qu'une plage de dates de prise d'effet ou une plage de quantités acceptables. Les conditions doivent être satisfaites pour utiliser le prix. Dans l'exemple, le prix du pantalon classique est indiqué en euros et en dollars. Le prix reste identique quelle que soit la quantité achetée.

- a. Cochez la case située à gauche du produit qui vous intéresse, SKU-0003, puis cliquez sur **Prix**. La page Tarification s'affiche. Cette page permet de définir le prix d'un produit d'après la devise et la quantité vendue.
- b. Tapez 100.00.
- c. Sélectionnez EUR et tapez 100. Cliquez sur **OK**.

Étape 3. Définition des attributs et des valeurs d'attribut.

Les attributs sont les propriétés des produits d'un magasin en ligne, telles que la couleur ou la taille. Chaque combinaison d'attributs et de valeurs d'attribut constitue une nouvelle SKU.

Pour le produit Pantalon classique, deux attributs sont définis : la taille et la couleur. Notez que l'article est proposé dans six combinaisons différentes : 2 en taille Small, 2 en Medium et 2 en Large.

	Small	Medium	Large
Rouge	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Noir	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

- a. Cochez la case située à gauche du produit qui vous intéresse, puis cliquez sur **Attributs**. La page Attributs s'affiche.
- b. Pour créer un attribut, cliquez sur **Créer**. La page Nouvel attribut s'affiche.
- c. Sélectionnez Français dans la liste déroulante Langue.
- d. Tapez Taille, vérifiez que l'attribut Texte est sélectionné, puis cliquez sur **Ajouter une valeur**.
- e. Dans la zone Valeur, tapez Small, puis cliquez sur **Ajouter**.
- f. Dans la zone Valeur, tapez Medium, puis cliquez sur **Ajouter**.
- g. Dans la zone Valeur, tapez Large, puis cliquez sur **Ajouter**.
- h. Cliquez sur **OK**. Un message vous informe que l'attribut a été créé. La liste Attributs s'affiche.
- i. Pour créer un attribut, cliquez sur **Créer**. La page d'informations générales sur les attributs s'affiche.

- j. Tapez Couleur, vérifiez que l'attribut Texte est sélectionné, puis cliquez sur **Ajouter une valeur**.
- k. Dans la zone Valeur, tapez Rouge, puis cliquez sur **Ajouter**.
- l. Dans la zone Valeur, tapez Noir, puis cliquez sur **Ajouter**.
- m. Cliquez sur **OK**. Un message vous informe que l'attribut a été créé. La liste Attributs s'affiche.

Si vous le souhaitez, vous pouvez ajouter les valeurs d'attribut correspondant à toutes les langues prises en charge par le magasin.

Étape 4. Génération de SKU.

Après avoir créé le produit, les attributs et les valeurs de ces derniers, vous devez créer des SKU correspondant à chaque article vendu pouvant être commandé. Toutes les SKU liées à un produit particulier présentent le même ensemble d'attributs et se distinguent les uns des autres par les valeurs de ces attributs.

- a. Cliquez sur le lien Produits situé dans l'angle supérieur droit. La liste Produits s'affiche.
- b. Cochez la case située à gauche du produit qui vous intéresse, puis cliquez sur **Générer des SKU**.

La création des SKU prend quelques secondes. Dans l'exemple Pantalon classique, six SKU sont créées, une pour chaque combinaison de valeurs d'attribut.

- c. Si vous le souhaitez, vous pouvez changer le numéro des SKU. Les clients de votre magasin visualisent les SKU dans la page Commande.

Dans certains magasins, l'Acheteur fournit au Responsable produit les numéros de SKU appropriés.

Le produit et les SKU associés sont désormais visibles au niveau de votre magasin, mais il n'existe aucun stock ni enregistrement de stock.

- #### Étape 5.
- Dans le cas de magasin à deux langues, passez à l'autre langue. Accédez à la page Produits, sélectionnez SKU-003 et cliquez sur Modifier. Entrez un nom de produit et une description pour l'autre langue.

Étape 6. Création de réceptions de stock

Pour créer des réceptions, suivez les instructions de la section «Création d'un enregistrement de stock prévu» à la page 149.

Rapports de gestion des produits

1.  Sélectionnez **Recherche de produits** dans le menu **Marchandisage**.

 Sélectionnez **Recherche de produits** dans le menu **Produits**. La liste Produits s'affiche.

2. Cliquez sur **Rapports**. La page Rapports sur les produits s'affiche. Sélectionnez l'un des rapports suivants.

Réceptions de stock par produit

Ce rapport répertorie l'intégralité des réceptions : réceptions reçues via des enregistrements de stock prévus, réceptions ad hoc et réceptions ajoutées suite à l'écoulement de produits.

Etat du stock

Ce rapport indique l'attribution de stock et l'état de réception actuels des produits en stock.

Produits commandés en amont

Ce rapport cumule, par produit, les informations relatives aux commandes en amont.

Retours en attente

Ce rapport répertorie les retours qui ont été enregistrés, mais pour lesquels aucun des produits n'a été reçu du client. Ce rapport ne prend pas en compte les retours enregistrés pour lesquels certains produits ont été reçus du client ; ces retours figurent dans le rapport des retours avec réceptions partielles.

Instructions de mise à jour des produits

Lorsque vous modifiez les informations relatives aux produits, tenez compte des points suivants :

- Prenez en compte les informations marketing relatives au produit, comme les remises, les campagnes ou les ventes aux enchères associées au produit, ou les groupes de clients disponibles pour le magasin. Chacune de ces informations peut affecter le produit que vous voulez modifier. Par exemple, si vous mettez à jour le prix d'un produit, vous pouvez également avoir besoin de mettre à jour la remise attribuée au produit. De plus, pour chaque produit, vous pouvez créer des offres en fonction des groupes de clients.
- Actualisez le prix pour toutes les devises acceptées. Par exemple, vous pouvez afficher un pull-over à 50 euros ou 75 \$ canadiens.
- Si vous supprimez un attribut ou une valeur d'attribut, toutes les références SKU le contenant seront supprimées.

Recherche d'un produit

Pour rechercher des produits dans le magasin, procédez comme suit :

-  Sélectionnez **Recherche de produits** dans le menu **Marchandisage**.
-  Sélectionnez **Recherche de produits** dans le menu **Produits**.

pour rechercher des produits du magasin à l'aide de la SKU, du nom, de la description, du groupe du produit ou de la catégorie. Si le système trouve plusieurs produits correspondant à vos critères de recherche, les résultats de la recherche s'affichent dans une liste.

Remises

Les remises visent à inciter les clients à réaliser des achats. Vous pouvez offrir des pourcentages de remise (par exemple, 10 % de rabais) ou des montants fixes de remise (par exemple \$15 de rabais). Les remises peuvent s'appliquer à des produits ou des SKU spécifiques, ou bien à la totalité des achats. Vous pouvez, par exemple, offrir une réduction de 20 % à vos anciens clients ou, si vous disposez de nombreuses casquettes rouges en stock, offrir une remise de 25 % sur l'achat de chaque casquette, pendant une période définie.

Pour créer des remises, utilisez l'Assistant remises de WebSphere Commerce Accelerator. Les utilisateurs dotés des rôles suivants peuvent créer des remises : Responsable produit, Acheteur, Gestionnaire de catégories, Directeur des ventes et Représentant commercial. Vous pouvez également créer des remises à l'aide de l'utilitaire de chargement ou en importer lors de la migration à partir d'une précédente version. Ces remises fonctionneront, mais elles ne s'afficheront pas correctement dans WebSphere Commerce Accelerator.

Les remises peuvent être actives ou inactives. Par défaut, elles sont définies comme étant actives à leur création, mais elles peuvent être désactivées à tout moment à l'aide de WebSphere Commerce Accelerator. Par exemple, vous pouvez souhaiter désactiver une remise avant sa date d'expiration car vous remarquez que le niveau de stock du produit auquel s'applique la remise est trop faible compte tenu de l'accroissement de la demande.

Par défaut, les remises s'affichent sur la page Règlement. Cette page s'affiche une fois que le client a fourni les informations de paiement ; en conséquence, les clients peuvent ne pas avoir connaissance de la remise tant qu'ils n'ont pas acheté le produit. Vous pouvez annoncer les remises à l'aide des outils de marketing de WebSphere Commerce Accelerator. Pour ce faire, créez une copie de publicité contenant la remise, puis sélectionnez cette copie lorsque vous programmez l'emplacement e-marketing spécifique que doit occuper la publicité.

Types de remises

WebSphere Commerce propose neuf types de remises. Le tableau ci-dessous indique les différences entre les méthodes de calcul utilisées et les résultats obtenus.

Remise simple

Un client achète 4 livres coûtant chacun 10 euros. Il achète également 3 DVD à 20 euros pièce. Le total de ses achats sans remise s'élève à 100 euros. La remise est appliquée pour déterminer le prix final.

Tableau 2. Remise simple : Calcul A

Type de remise	Règles	Calcul	Résultat
Remise en pourcentage sur le total des achats	25 % de remise sur le total sans qualification minimum.	$[(4 \times 10 \text{ euros}) + (3 \times 20 \text{ euros})] \times (1 - 25 \%)$	75 euros
Montant de réduction sur le total des achats	A partir de 90 euros d'achats, bénéficiez d'une remise de 15 euros	$[(4 \times 10 \text{ euros}) + (3 \times 20 \text{ euros})] - 15 \text{ euros}$	85 euros
Remise en pourcentage par produit	25 % de remise à partir de quatre livres achetés.	$[4 \times (10 \text{ euros} \times \{1 - 25 \%\})] + (3 \times 20 \text{ euros})$	90 euros
Montant déduit par produit	A partir de 3 livres achetés, 5 euros de remise sur chaque livre	$[4 \times (10 \text{ euros} - 5 \text{ euros})] + (3 \times 20 \text{ euros})$	80 euros

Remise sur tranches successives

Calcul A :

Un client achète 4 livres coûtant chacun 10 euros. Il achète également 3 DVD à 20 euros pièce. Le total de ses achats sans remise s'élève à 100 euros. La remise est appliquée pour déterminer le prix final.

Tableau 3. Remise sur tranches successives : Calcul A

Type de remise	Règles		Calcul	Résultat
Remise en pourcentage sur le total des achats	0 à 39,99 euros	Pas de remise	$[(4 \times 10 \text{ euros}) + (3 \times 20 \text{ euros})] \times (1 - 10 \%)$	90 euros
	40 euros à 109,99 euros	10 % de réduction sur le total des achats		
	A partir de 110 euros	20 % de réduction sur le total des achats		

Tableau 3. Remise sur tranches successives : Calcul A (suite)

Type de remise	Règles		Calcul	Résultat
Montant de réduction sur le total des achats	0 à 99,99 euros	Pas de remise	$[(4 \times 10 \text{ euros}) + (3 \times 20 \text{ euros})] - 10 \text{ euros}$	90 euros
	100 euros à 199,99 euros	10 euros de réduction sur le total des achats		
	A partir de 200 euros	20 euros de réduction sur le total des achats		
Montant déduit sur les produits éligibles	1 à 5 livres	10 euros de réduction sur les livres	$[(4 \times 10 \text{ euros}) - 10 \text{ euros}] + (3 \times 20 \text{ euros})$	90 euros
	A partir de 6 livres achetés	20 euros de réduction sur les livres		
Remise en pourcentage par produit	1 à 5 livres	10 % de réduction sur chaque livre	$[4 \times (10 \text{ euros} \times \{1 - 10\% \})] + (3 \times 20 \text{ euros})$	96 euros
	A partir de 6 livres achetés	20 % de réduction sur chaque livre		
Montant déduit par produit	1 à 5 livres	3 euros de réduction sur chaque livre	$[4 \times (10 \text{ euros} - 3 \text{ euros})] + (3 \times 20 \text{ euros})$	88 euros
	A partir de 6 livres achetés	6 euros de réduction sur chaque livre		

Calcul B :

Un client achète 8 livres coûtant chacun 10 euros. Il achète également 2 DVD à 20 euros pièce. Le total de ses achats sans remise s'élève à 120 euros. La remise est appliquée pour déterminer le prix final.

Tableau 4. Remise sur tranches successives : Calcul B

Type de remise	Règles		Calcul	Résultat
Remise en pourcentage sur le total des achats	0 à 39,99 euros	Pas de remise	$[(8 \times 10 \text{ euros}) + (2 \times 20 \text{ euros})] \times (1-20 \%)$	96 euros
	40 euros à 109,99 euros	10 % de réduction sur le total des achats		
	A partir de 110 euros	20 % de réduction sur le total des achats		
Montant de réduction sur le total des achats	0 à 99,99 euros	Pas de remise	$[(8 \times 10 \text{ euros}) + (2 \times 20 \text{ euros})] - 10 \text{ euros}$	110 euros
	100 euros à 199,99 euros	10 euros de réduction sur le total des achats		
	A partir de 200 euros	20 euros de réduction sur le total des achats		
Montant déduit sur les produits éligibles	1 à 5 livres	10 euros de réduction sur les livres	$[(8 \times 10 \text{ euros}) - 20 \text{ euros}] + (2 \times 20 \text{ euros})$	100 euros
	A partir de 6 livres achetés	20 euros de réduction sur les livres		
Remise en pourcentage par produit	1 à 5 livres	10 % de réduction sur chaque livre	$\{8 \times [10 \text{ euros} \times (1-20 \%)]\} + (2 \times 20 \text{ euros})$	104 euros
	A partir de 6 livres achetés	20 % de réduction sur chaque livre		
Montant déduit par produit	1 à 5 livres	3 euros de réduction sur chaque livre	$[8 \times (10 \text{ euros} - 6 \text{ euros})] + (2 \times 20 \text{ euros})$	72 euros
	A partir de 6 livres achetés	6 euros de réduction sur chaque livre		

Lancement de la page des remises

La procédure qui suit montre comment accéder à la page de liste des remises. A partir de cette page, vous pouvez créer un code de remise, supprimer un code de remise existant, activer ou désactiver une remise et afficher le récapitulatif d'un code de remise sélectionné.

- ▶ B2C Sélectionnez **Remises** dans le menu **Marchandisage**.
▶ B2B Sélectionnez **Remises** dans le menu **Produits**.

La liste des remises actuellement définies s'affiche.

2. Sélectionnez l'action appropriée :

Créer Crée un code de remise. Après création, affectez la remise à un produit ou une SKU, sauf si elle est applicable au total des achats. Pour affecter la remise à un produit ou une SKU, suivez les instructions de la section «Attribution d'une remise à un produit ou à une SKU».

Récapitulatif

Affiche le récapitulatif d'une remise existante. Ce récapitulatif contient les informations suivantes : nom de la remise, description et critères actuellement définis.

Activer

Active une remise.

Désactiver

Désactive une remise. Les remises peuvent être désactivées lorsqu'elles ne sont référencées par aucun produit, SKU ou commande.

Supprimer

Supprime un code de remise. Un code de remise ne peut être supprimé que s'il n'est référencé par aucun produit, SKU ou commande. Lorsque vous cliquez sur **Supprimer**, le code de remise est supprimé de la liste des remises, mais pas de la base de données. Pour le supprimer de la base de données, l'administrateur de site doit exécuter l'utilitaire dbclean.

Attribution d'une remise à un produit ou à une SKU

Une remise peut être attribuée à un produit ou à une SKU. Attribuez-la au produit lorsque toutes les SKU de ce produit doivent bénéficier de la remise. Attribuez-la à une SKU particulière lorsque la remise ne doit pas s'appliquer à toutes les SKU du produit.

1.  Sélectionnez **Produits** dans le menu **Marchandisage**.

 Sélectionnez **Produits** dans le menu **Produits**.

La page **Produits**, qui contient la liste de tous les produits actuellement définis, s'affiche.

2. Appliquez une remise :

- A un produit
 - Ouvrez le bloc-notes **Produit** en cochant la case en regard du produit qui vous intéresse, puis cliquez sur **Mettre à jour**.
 - Dans le cadre de navigation de gauche, cliquez sur **Remises**. La page **Remises** s'affiche.
 - Pour attribuer une remise au produit, sélectionnez le nom de la remise dans la liste **Remises disponibles**, puis cliquez sur **Ajouter**.

- Pour apporter d'autres modifications à ce produit, utilisez les liens se trouvant sur le côté gauche pour passer d'une page du produit à l'autre. Pour enregistrer les modifications d'attribution de remise et fermer le bloc-notes, cliquez sur **OK**.
- A une SKU
 - Affichez les SKU qui vous intéressent en cochant la case située à gauche du produit, puis cliquez sur **SKU**.
 - Ouvrez le bloc-notes SKU en cochant la case en regard de la SKU qui vous intéresse, puis cliquez sur **Mettre à jour**.
 - Dans le cadre de navigation de gauche, cliquez sur **Remises**. La page Remises s'affiche.
 - Pour attribuer une remise à la SKU, sélectionnez le nom de la remise dans la liste Remises disponibles, puis cliquez sur **Ajouter**.
 - Pour apporter d'autres modifications à cette SKU, utilisez les liens se trouvant sur le côté gauche pour passer d'une page de la SKU à l'autre. Pour enregistrer les modifications d'attribution de remise et fermer le bloc-notes, cliquez sur **OK**.

Chapitre 13. Gestion des informations client

Le présent chapitre décrit les principales tâches de service au client, à savoir :

- recherche d'un client,
- modification des informations relatives aux clients (réinitialisation des mots de passe, informations personnelles, déverrouillage des comptes),
- assistance clients,
- recherche d'une commande,
- création d'une commande pour le compte d'un client enregistré,
- création d'une commande pour le compte d'un client non enregistré,
- modification d'une commande,
- annulation d'une commande,
- ajout de commentaires à une commande,
- traitement du paiement,
- traitement des retours.

Ces tâches sont en principe effectuées par un représentant du service clientèle ou, dans le cas d'un magasin B2B (business-to-business), par un représentant commercial.

Informations sur l'enregistrement des clients

Le représentant du service clientèle peut gérer les informations relatives aux clients enregistrés. Aucune information sur les clients non enregistrés (invités) n'est stockée dans la base de données et n'est donc pas à gérer.

Client non enregistré

Client qui ne possède pas d'ID connexion ni de mot de passe pour ses achats au magasin. Le client n'a pas fourni les informations d'enregistrement, telles que les personnes à contacter, les informations démographiques. La liste de pré-sélection ou le contenu du chariot ne seront pas conservés en vue des prochaines visites du client. Un client non enregistré est considéré comme un invité.

Client enregistré

Client qui a fourni des informations pour créer un profil client. Ce client a un ID de connexion et un mot de passe, qui sont requis au moment où il passe ses commandes. Les listes de pré-sélection ou le contenu du chariot sont "gardés en mémoire" de sorte que le client n'a pas besoin de parcourir la catalogue en ligne lors de ses visites suivantes.

Pour gérer les informations client, telles que l'adresse, le mot de passe ou l'état du compte, le représentant du service clientèle peut effectuer des recherches sur les clients, puis mettre à jour les informations appropriées. Les

informations d'enregistrement fournies par les clients dépendent du modèle de magasin et certaines peuvent être facultatives. Pour consulter ou mettre à jour les informations client, servez-vous du bloc-notes Informations client. Ce bloc-notes présente les informations suivantes :

Généralités

Informations de sécurité, confirmation d'identité et, éventuellement, état du certificat de sécurité X.509. Les généralités incluent également le nom complet du client, la langue et la devise privilégiées pour les achats, ainsi que l'état du compte (activé ou désactivé).

Adresse

Adresse complète.

Contact

Personnes à contacter, adresses électroniques, numéros de téléphone et de télécopie. Les clients peuvent indiquer leur méthode de communication favorite et l'heure à laquelle ils préfèrent être appelés. Ils peuvent également spécifier s'ils souhaitent ou non recevoir les offres promotionnelles du magasin.

Informations personnelles

Données démographiques, telles que l'âge, le sexe, la situation de famille, le revenu annuel, le nombre de personnes au foyer, le nombre d'enfants, le nom du client ayant déjà passé une commande, la profession, le nom de l'employeur et les loisirs.

Recherche d'un client

Pour modifier les informations d'enregistrement des clients, utilisez le bloc-notes d'informations client et mettez à jour les zones requises. Pour ouvrir le bloc-notes, procédez comme suit :

-  Sélectionnez l'option **Recherche de clients** du menu **Opérations**.
-  Sélectionnez l'option **Recherche de clients** du menu **Ventes**.

Vous pouvez rechercher un client sur les critères suivants : ID de connexion, nom et prénom, numéro de téléphone, adresse électronique principale, ville et code postal de l'adresse indiquée pour la personne à contacter et, éventuellement, numéro de compte de l'entreprise. Entrez les informations appropriées, puis cliquez sur **Rechercher**.

Assistance clients

Le modèle de magasin NewFashion illustre la fonction d'assistance clients. Cette fonction assure un support client en temps réel par l'intermédiaire d'une interface texte synchrone mettant en œuvre le serveur Lotus Sametime. Lorsqu'un client accède au site et, une fois sur la page du magasin, clique sur

un lien pointant vers un représentant du service clientèle, il peut communiquer avec ce représentant ou s'entretenir avec lui sur Internet.

NewFashion

Assistance clients

Vous allez bientôt être mis en contact avec l'un de nos agents.
abc Bonjour, puis-je vous aider ?

Envoyer Terminer la discussion

Attention : fenêtre d'applet

Ample au niveau des hanches et des cuisses. Entrejambe 15 cm. Braguette zippée. Lavable en machine. Détails	l'encolure. De coupe classique, il tombe juste en-dessous de la taille. 100 % coton. Prélavée, elle ne rétrécit pas au lavage. Lavable en machine. Détails	coton. Col arrondi. Longueur : aux genoux. Imprimé ciel nocturne. Prélavée, elle ne rétrécit pas au lavage. Lavable en machine. Détails
---	--	---

Accueil | Chariot | Mon compte | Nous contacter | Confidentialité | Aide

Le représentant du service clientèle accède à l'interface de l'assistance clients via WebSphere Commerce Accelerator. Il peut en outre visualiser la page du magasin sur laquelle le client demande de l'aide et récupérer les informations relatives au chariot et au profil de ce dernier. Cette interface permet également au représentant du service clientèle de communiquer avec d'autres représentants. Pour plus de détails, reportez-vous à la rubrique de l'aide en ligne intitulée *Présentation de la fonction Assistance clients*.

Activation de l'assistance clients

Pour pouvoir utiliser Customer Care Sametime, vous devez commencer par installer ce programme et par le configurer en vue de son utilisation avec WebSphere Commerce. Pour plus de détails, reportez-vous au document *WebSphere Commerce Additional Software*.

Gestion des commandes client

Vous pouvez suivre et gérer les caractéristiques des commandes, notamment les informations sur le client, le destinataire, les produits, la quantité des articles, le coût total (taxes et frais de port inclus), les spécifications de livraison, les modes de règlement et les commentaires éventuels. La gestion des commandes client comprend trois tâches principales : la création et la mise à jour de commandes pour le compte des clients, l'octroi d'autorisations de retour de marchandises. Vous pouvez également annuler une commande ou inclure une révision du prix dans le coût total de la commande.

Recherche de commandes client

Vous pouvez rechercher une commande sur la base de sa référence, de son état, de l'ID de connexion du client ou du numéro de compte. Pour rechercher une commande, procédez comme suit :

-  Sélectionnez l'option **Recherche de commandes** du menu **Opérations**.
-  Sélectionnez l'option **Recherche de commandes** du menu **Ventes**.

Le résultat s'affiche. Si vous souhaitez travailler sur une commande client, sélectionnez la case à cocher à gauche de celle-ci, puis cliquez sur l'un des boutons de la page. Vous pouvez afficher un récapitulatif de commande, apporter des modifications (aux produits et aux articles, à l'adresse de facturation, aux informations sur le paiement), ajouter des commentaires, annuler la commande, traiter le paiement, ou créer un retour d'article.

Modification de commandes client

Des modifications peuvent être apportées à une commande soumise, à condition que celle-ci ne soit pas encore passée en phase de distribution. Les commandes associées à l'état Expédiée, Annulée, Lancée ou Déposée ne peuvent pas être modifiées.

Utilisez le bloc-notes de modification d'une commande client pour modifier une commande. Par exemple, si un client passe une commande en spécifiant au départ que l'adresse de facturation est identique à l'adresse de livraison et qu'il décide ensuite de faire livrer sa commande chez un ami, il peut contacter le magasin pour faire modifier l'adresse de livraison. Servez-vous du bloc-notes de modification d'une commande client pour inclure la nouvelle adresse de livraison dans la page Adresse de livraison.

Annulation d'une commande

Pour annuler une commande client, recherchez celle-ci en suivant les instructions de la section «Recherche de commandes client», puis cliquez sur **Annuler une commande**. Lorsque vous annulez une commande client, vous pouvez en donner les raisons, comme par exemple le fait que le client ait par erreur commandé le mauvais article ou que le produit sélectionné est provisoirement en rupture de stock et qu'il ne souhaite pas attendre jusqu'au prochain approvisionnement. Vous pouvez alors envoyer au client un message électronique contenant le texte de ce commentaire. Les commandes associées à l'état Expédiée, Annulée, Lancée ou Déposée ne peuvent pas être annulées.

Ajout de commentaires à une commande

Pour ajouter des commentaires à une commande client, recherchez celle-ci en suivant les instructions de la section «Recherche de commandes client», puis cliquez sur **Ajout de commentaires**. Vous pouvez indiquer que les commentaires doivent parvenir au client par courrier électronique.

Vous pouvez faire des recommandations en ajoutant un commentaire à une commande, ou l'envoyer au client par courrier électronique. Par exemple, si le stock d'un produit est insuffisant pour répondre à une commande, vous pouvez l'indiquer dans un commentaire et le transmettre au client par courrier électronique. De cette manière, les clients sont informés des délais de livraison plus longs.

Traitement du paiement d'une commande

Pour que la commande puisse être livrée, le paiement doit être validé.

Payment Manager permet de traiter les paiements. Pour modifier l'état d'une commande client, l'utilisateur doté des droits d'accès appropriés peut se connecter à Payment Manager à partir de WebSphere Commerce Accelerator. Pour traiter les paiements, cliquez sur **Traitement du paiement** dans le menu Commandes. Les états de paiement possibles sont En attente, Approuvé, Déposé, Fermé, Annulé ou Refusé.

Création de commandes client

Servez-vous de l'une des méthodes ci-après pour créer une commande client. Suivez l'ordre des pages de l'assistant Nouvelle commande client pour fournir les informations requises pour la commande, notamment les informations sur les produits, la quantité des articles, l'adresse de facturation, de livraison, le mode d'expédition, de paiement et sur une révision éventuelle du prix.

Création d'une commande pour le compte d'un client enregistré

-  Sélectionnez l'option **Recherche de clients** du menu **Opérations**.
-  Sélectionnez l'option **Recherche de clients** du menu **Ventes**.
La liste de résultats s'affiche.
- A partir de cette liste, sélectionnez un client et cliquez sur **Passer une commande** pour ouvrir l'assistant Nouvelle commande client.

Création d'une commande pour le compte d'un client non enregistré

-  Sélectionnez l'option **Passer une commande visiteur** du menu **Opérations**.
-  Sélectionnez l'option **Passer une commande visiteur** du menu **Ventes**.
L'assistant Nouvelle commande client démarre.

Retours

Si un client n'est pas satisfait d'un achat, il peut en demander le remboursement par le crédit de sa carte bancaire ou de sa ligne de crédit. Dans WebSphere Commerce, les taxes payées sur la commande sont créditées en cas de retour, mais pas nécessairement les frais de port. Pour créditer les frais de port, vous devez les ajouter manuellement au total à rembourser.

En fonction de votre entreprise, le retour physique du produit par le client n'est pas toujours obligatoire. Par exemple, si un client souhaite le remboursement d'un produit frais acheté dans une épicerie, celle-ci ne demandera probablement pas le retour du produit au magasin.

Une fois créé, le magasin définit des règles de retour. Par exemple, le magasin NewFashion établit que tous les retours reçus dans un délai maximal de 30 jours après la date d'achat seront automatiquement approuvés. Le magasin NewFashion ne facture pas les retours. Un client peut être autorisé à renvoyer une marchandise à un centre de distribution. Il s'agit d'une autorisation de retour d'article. Les clients peuvent prendre contact avec le magasin et demander au représentant du service clientèle de leur accorder une autorisation de retour d'article. Tous les retours qui respectent les règles de retour établies par le magasin sont automatiquement approuvés par le système. Les retours qui ne répondent pas aux règles définies peuvent être approuvés par le responsable du service clientèle.

Création d'un retour

Les retours sont créés dans WebSphere Commerce Accelerator, à l'aide de l'assistant Nouveau retour et du bloc-notes de modification des retours. Pour créer un retour, recherchez la commande ou le client pour lequel le retour doit être préparé. A partir de la page Liste des clients ou Liste des commandes, cliquez sur **Nouveau retour**.

Validation d'un retour refusé par le système

WebSphere Commerce refuse les retours qui ne respectent pas les règles de retour définies par le magasin. Les motifs courants de refus sont les suivants :

- Le produit doit normalement être renvoyé physiquement au magasin pour le remboursement. Par exemple, un CD est marqué dans le système en tant qu'article à renvoyer pour le remboursement, mais le client doit quand même prendre contact avec le magasin pour indiquer que le CD a été rayé lors de la livraison. Plutôt que de demander au client de restituer le produit défectueux et de rembourser les frais de port, le magasin peut simplement lui envoyer un autre CD. Dans ce cas, le représentant du service clientèle indique, dans le système, qu'aucun retour physique n'est exigé et ajoute une note explicative. Le système va refuser le retour qui doit être approuvé manuellement par le responsable du service clientèle.
- La quantité livrée est supérieure à la quantité renvoyée. Par exemple, le client a commandé trois livres, mais il n'en renvoie qu'un seul.
- Le remboursement demandé est supérieur au montant payé pour l'achat initial. Par exemple, le client a réglé 100 euros pour sa commande, mais souhaite un remboursement de 150 euros. C'est peut-être le cas lorsque le client a acheté un article en solde, mais que la remise n'est plus applicable.
- La période de retour a expiré. Par exemple, le magasin n'accepte peut-être pas les retours au terme d'un délai de 10 jours après l'achat.

- Le système a déterminé si le produit renvoyé devait être expédié au centre de distribution d'origine, mais cet état a été modifié (par exemple, par le représentant du service clientèle).
- Le magasin n'utilise pas de règle de validation automatique des retours. Dans ce cas, tous les retours doivent être approuvés manuellement.

Pour accepter des retours refusés par le système, procédez comme suit :

1.  Sélectionnez l'option **Recherche de retours** du menu **Opérations**.

 Sélectionnez l'option **Recherche de retours** du menu **Logistique**.

Le résultat s'affiche.

2. Recherchez le retour voulu par l'une au moins des informations suivantes :

- la référence de la commande,
- la référence du retour,
- l'ID connexion de l'expéditeur,
-  l'intitulé du contrat,
- l'état du retour.

Cliquez sur **Rechercher**. La liste des retours qui correspondent aux critères de recherche s'affiche.

3. Cochez la case en regard du retour voulu, puis cliquez sur **Valider** pour l'accepter. La boîte de dialogue Validation des retours s'ouvre avec la liste des retours qui nécessitent une validation manuelle et le motif de leur refus par le système.
4. Cliquez sur **Valider** pour fermer la boîte de dialogue.

Chapitre 14. Distribution

Le présent chapitre traite de la distribution des commandes. Les processus qu'il décrit supposent que votre magasin utilise les fonctions DAV (disponible à la vente) de WebSphere Commerce. Si votre magasin est basé sur les modèles NewFashion ou ToolTech, les informations ci-après sont applicables. Par contre, elles ne s'appliquent pas si vous avez basé votre magasin sur les modèles InFashion ou WebFashion, ou que vous gérez la distribution avec un système hérité.

Le processus de distribution correspond à une étape du cycle de vie des commandes. Ce cycle de vie varie d'un magasin à l'autre, mais nous avons établi ci-après les grandes lignes du processus observé généralement dans un magasin en ligne :

1. Un client passe commande auprès du magasin et règle son achat à l'aide d'une carte de crédit.
2. Le représentant du service clientèle traite le paiement. Une fois que la somme a été réservée, la commande est lancée. Son état passe alors à Stock en traitement.
3. Le préparateur de commande crée un lot de bordereaux de préparation.
Un lot de bordereaux de préparation regroupe des articles lancés en phase de distribution et permet aux préparateurs de commande de prélever les produits en stock en améliorant son efficacité. Par exemple, si un même produit est nécessaire pour deux lancements de préparation, il est plus rapide de prélever simultanément les deux produits que d'effectuer deux trajets dans la zone de prélèvement.
Un lancement de préparation regroupe des articles d'une même commande lancés en phase de distribution en tant qu'unité. Tous les articles d'un lancement de préparation doivent être associés au même transporteur, à la même adresse de livraison et au même centre de distribution. Les articles d'un lancement de préparation peuvent être lancés séparément si la règle du magasin l'exige.
4. Le personnel du centre de distribution reçoit et prépare la commande.
5. Le préparateur entre les informations concernant les colis.
6. Le préparateur confirme la livraison.
7. La somme est virée au magasin par la société de carte de crédit.

Le présent chapitre décrit les processus de préparation, d'emballage et de livraison d'une commande.

Distribution d'une commande

C'est le préparateur qui distribue les commandes. Pour prélever, préparer et expédier une commande, procédez comme suit :

Création d'un lot de bordereaux de préparation

1. Connectez-vous au magasin et au centre de distribution en cours.
2.  Dans le menu **Opérations**, sélectionnez l'option **Lots de bordereaux de préparation**.

 Dans le menu **Logistique**, sélectionnez l'option **Lots de bordereaux de préparation**. La page correspondante s'affiche.

3. Cliquez sur **Créer**.

Un message de confirmation s'affiche lorsque le lot de bordereaux de préparation est créé. Si le nombre d'articles est supérieur au nombre d'articles à inclure dans le lot de bordereaux de préparation, l'excédent est placé dans le lot suivant. Si aucun article n'est disponible pour la création d'un lot de bordereaux de préparation, un message d'information s'affiche. Vous remarquerez que les lots de bordereaux de préparation dont tous les articles ont été expédiés ne s'affichent pas sur la page Lots de bordereaux de préparation.

Prélèvement des articles de commande

4. Choisissez le lot que vous venez de créer, puis cliquez sur **Bordereaux de préparation**. Le lot de bordereaux de préparation s'affiche et peut être imprimé si nécessaire.

Un bordereau de préparation est un document qui contient la liste des articles requis pour la distribution de tous les lancements de préparation d'un lot de bordereaux de préparation donné. Ce document permet aux préparateurs de regrouper les produits pour l'emballage.

5. Prélevez le produit en stock dans la zone de prélèvement, puis transmettez-le au poste d'emballage.

Préparation des articles de commande

Une liste de colisage est un document qui présente toutes les lignes articles concernées par un lancement en phase de distribution. Ce document précise généralement l'adresse de livraison, le transporteur et la liste des articles de commande lancés en phase de distribution. Le prix des articles est mentionné sur la liste de colisage. Cette liste permet aux préparateurs d'emballer les articles en vue de leur distribution physique. La liste de colisage est généralement incluse dans le lot pour que le client vérifie qu'il reçoit les articles appropriés.

6. Sélectionnez le lot de bordereaux de préparation, puis cliquez sur **Listes de colisage**.

Affichez et imprimez la liste sélectionnée, puis emballez les articles dans les cartons, conformément aux indications fournies sur cette liste de colisage.

7. Les cartons sont ensuite transmis à l'expéditionnaire.

Saisie des informations sur les colis

8. Une fois que la commande a été emballée, indiquez les informations relatives aux colis.

 Dans le menu **Opérations**, sélectionnez l'option **Lancements de commandes prêtes pour expédition**.

 Dans le menu **Logistique**, sélectionnez l'option **Lancements de commandes prêtes pour expédition**.

La page du même nom s'affiche.

9. Sélectionnez le numéro de commande et le numéro de lancement, puis cliquez sur **Colis**.

La page Détails du nouveau colis s'affiche.

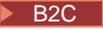
10. Entrez les informations suivantes (qui figurent généralement sur le manifeste du transporteur) :

- ID du colis,
- ID de suivi,
- ID de prélèvement,
- transporteur,
- poids du colis,
- unité de mesure,
- frais de port,
- devise,
- date de livraison.

Cliquez sur **OK**. Un message s'affiche, indiquant que le colis a été créé. Recommencez cette étape pour tous les colis de la commande.

Confirmation de la livraison

11. Une fois que vous avez saisi toutes les informations relatives aux colis, vous pouvez confirmer la livraison.

 Dans le menu **Opérations**, sélectionnez l'option **Lancements de commandes prêtes pour expédition**.

 Dans le menu **Logistique**, sélectionnez l'option **Lancements de commandes prêtes pour expédition**.

La page du même nom s'affiche.

12. Sélectionnez le numéro de commande et le numéro de lancement, puis cliquez sur **Confirmer livraison**.

Un message s'affiche, indiquant que l'expédition du lancement de préparation sélectionné a été confirmée. Recommencez cette étape pour tous les lancements de la commande. Lorsque l'expédition de tous les lancements de la commande est confirmée, l'état de cette dernière passe à Livrée. Les commandes livrées n'apparaissent pas sur la page Lancements de commandes prêtes pour expédition.

Chapitre 15. Gestion des relations commerciales

Le présent chapitre décrit les tâches suivantes :

- création et gestion de comptes clients ;
- définition d'attributs pour des comptes individuels tels que :
 - informations de contact client,
 - ordre d'achat,
 - mode de livraison des factures,
 - autorisation de crédit.
- collaboration.

WebSphere Commerce Business Edition :

Les informations contenues dans ce chapitre s'appliquent uniquement à WebSphere Commerce Business Edition. Si votre magasin est de type d'entreprise à consommateur (B2C ou business-to-consumer), le menu Ventas de WebSphere Commerce Accelerator ne contient pas l'option Comptes.

WebSphere Commerce Business Edition est fourni avec le modèle de magasin ToolTech. Nous vous recommandons de publier et de configurer ce modèle de magasin pour mieux comprendre les informations contenues dans le présent chapitre. Pour en savoir plus sur la publication et la configuration du modèle de magasin ToolTech, reportez-vous à l'aide en ligne.

Politique de gestion

La politique de gestion, ou stratégie commerciale, est une série de règles suivies par un magasin ou un groupe de magasins, qui définissent des processus de gestion, des pratiques industrielles ainsi que le secteur d'activité et les caractéristiques des offres d'un magasin ou d'un groupe de magasins. Ces règles définissent toutes les pratiques autorisées et prises en charge par un magasin ou un groupe de magasins.

La politique de gestion d'un magasin est élaborée à la création du magasin. Les règles de gestion sont enregistrées dans le fichier `businesspolicy.xml`, lui-même contenu dans le fichier SAR du magasin. Pour plus d'informations sur la création de règles de gestion, reportez-vous au document *Store Developer's Guide*.

Dans WebSphere Commerce, vous pouvez définir les types suivants de règles de gestion :

Catalogue

Les règles de gestion de catalogue définissent le domaine et les caractéristiques des produits proposés à la vente, y compris leurs prix et leur classification dans le catalogue principal du magasin. Vous pouvez créer les règles de gestion de catalogue suivantes :

Listes de prix

Une liste de prix indique les prix d'un groupe de produits. Ces prix peuvent être affichés dans plusieurs devises. La liste de prix peut inclure des prix basés sur des quantités. WebSphere Commerce crée une liste des prix de tous les produits figurant dans le catalogue principal du magasin. La liste de prix constitue la référence de tarification pour tous les produits du catalogue principal. Elle est mentionnée dans le contrat, qui peut prévoir des ajustements calculés selon un pourcentage du prix de base.

Familles de produits

Les familles de produits permettent d'effectuer les opérations suivantes :

1. ajuster le prix de produits dans une liste de prix,
2. inclure dans un contrat des parties du catalogue principal, ou les en exclure. On parle alors d'*habilitation* ou de *contraintes de sélection des produits*.

Les familles de produits sont créées à partir de catégories du catalogue principal d'un magasin. Si une famille de produits est créée à l'aide de WebSphere Commerce Accelerator, elle est automatiquement mise à jour lorsque des produits sont ajoutés au catalogue principal du magasin ou qu'ils en sont supprimés.

Facturation, paiement et remboursement

La politique de gestion de la facturation, des paiements et des remboursements définit les types de paiement acceptés, les modes de remboursement et le format des factures d'un magasin. Vous pouvez définir les règles de gestion des paiements suivantes :

Modes de paiement

Les magasins prennent en charge tous les modes de paiement pris en charge par Payment Manager. Ils peuvent également accepter comme mode de paiement une ligne de crédit ou un ordre d'achat.

Format de facture

Le format de facture définit la présentation de la facture envoyée à l'acheteur avec sa livraison.

Retours

La politique de gestion des retours définit si les retours sont acceptés, le délai pendant lequel ils sont acceptés et les frais de réapprovisionnement éventuellement applicables. Vous pouvez définir les règles de gestion des retours suivantes :

Frais de retours

Les frais de retours déterminent le montant remboursé pour une marchandise retournée. Ils couvrent les frais de réapprovisionnement et le pourcentage remboursé du prix de l'article.

Acceptation des retours

Une politique d'acceptation des retours détermine dans quelles conditions un retour est automatiquement accepté.

Mode de règlement des retours

La politique de gestion du mode de règlement des remboursements définit comment l'acheteur est remboursé en cas de retour de marchandise.

Expédition

Les règles de gestion d'expédition définissent les modes d'expédition dont dispose un magasin et les frais associés à chacun de ces modes. Vous pouvez définir les règles de gestion d'expédition suivantes :

Modes d'expédition

Les règles de gestion des modes d'expédition définissent les modes d'expédition et les transporteurs que votre magasin prend en charge.

Le modèle de magasin ToolTech prend en charge les modes d'expédition suivants :

- **Courrier international**, 5 euros par commande, plus 1 euro par article, 5 jours ouvrés
- **Express**, 6 euros par commande, plus 2 euros par article, 3 jours ouvrés
- **Coursier**, 10 euros par commande, plus 3 euros par article, 1 jour ouvré

Pour modifier la politique de gestion d'expédition, modifiez le fichier `shipping.xml` ou utilisez le bloc-notes d'expédition. Ce bloc-notes est décrit à l'étape 3 à la page 65.

Types de frais de port

Les types de frais de port pris en charge sont les suivants :

- Aucun type de frais de port
- Le vendeur calcule les frais de port lors de l'enregistrement de la commande.
- Le transporteur facture les frais de port à l'acheteur.

Habilitation client

La politique de gestion définit la portée des pratiques acceptées dans le cadre d'un magasin ou d'un groupe de magasins. L'habilitation client vous permet de personnaliser ces pratiques en fonction des clients. Cette notion recouvre les actions pouvant être effectuées par un client dans le magasin. Elle consiste, pour vous, à donner un droit ou *habiliter* les clients sur différents éléments, notamment sur les produits qu'ils peuvent acheter, le prix des produits et les modes de paiement pouvant être acceptés. L'habilitation client est contenue dans les modalités définies dans un *contrat* entre l'acheteur et le vendeur.

L'habilitation client par défaut est définie par le *contrat par défaut* du magasin. Ce contrat par défaut précise généralement que les clients peuvent accéder au catalogue principal et acheter des articles aux prix de base. Il définit également les modes de paiement acceptés par le magasin et les transporteurs auxquels est confié l'envoi des commandes.

Contrat par défaut

Un contrat par défaut définit les autorisations accordées par défaut à un client dans un magasin ou un groupe de magasins. Les paramètres du contrat par défaut sont définis dans le fichier `contract.xml` à la création du magasin. Le contrat par défaut s'applique à tous les clients du magasin non habilités auprès de ce magasin par un autre contrat. Si le client est autorisé à acheter des produits non couverts par un contrat, le contrat par défaut s'applique à ces produits.

Le contrat par défaut d'un magasin définit l'habilitation client suivante :

- Le client peut acheter tous les produits proposés dans le catalogue du magasin.
- Le client paie le prix de base des produits. Aucune majoration ni réduction n'est appliquée.
- Le mode de paiement est précisé au traitement de la commande. Le client peut choisir l'un des modes de paiement acceptés par le magasin.
- Le client peut choisir l'un des transporteurs proposés par le magasin pour l'acheminement de sa commande.
- L'adresse du destinataire d'une commande est indiquée par le client lors du traitement de la commande.
- Les frais de port sont calculés par le vendeur à l'enregistrement de la commande.
- Aucun frais de retour ne sont prévus.
- Le remboursement des produits retournés dans un délai de 30 jours est toujours accepté.
- Le remboursement des articles retournés s'effectue à l'aide du support de paiement d'origine.

Pour modifier le contrat par défaut, reportez-vous à la rubrique de l'aide en ligne "Fichiers d'amorçage" et au document *Store Developers Guide*. Si vous ne souhaitez pas utiliser le contrat par défaut pour une entreprise cliente particulière, vous pouvez créer un contrat propre à cette entreprise.

Comptes commerciaux

Les comptes commerciaux sont l'élément de base pour la gestion des relations entre un magasin et des entreprises clientes. Vous pouvez les utiliser pour le suivi des contrats et des commandes des entreprises clientes. Ils vous permettent également de configurer la méthode utilisée par ces entreprises pour effectuer des achats dans votre magasin.

Un compte commercial contient les informations suivantes concernant une entreprise cliente :

- Nom de l'entreprise cliente et d'un contact au sein de cette entreprise
- Nom et service du représentant du compte au sein du magasin en charge de l'entreprise cliente
- Informations relatives aux ordres d'achat en cours de l'entreprise cliente avec un magasin
- Mode d'envoi des factures à l'entreprise cliente
- Montant de la ligne de crédit accordée par le magasin (si l'entreprise cliente dispose d'une ligne de crédit)
- Remarques d'ordre général concernant le compte

Définition de comptes commerciaux

Les comptes commerciaux sont gérés par des utilisateurs auxquels est attribué le rôle de Directeur des ventes.

Sélectionnez **Comptes** dans le menu **Ventes**. Dans la page Comptes, sélectionnez **Créer** pour créer un compte.

Contrats

Les contrats permettent à une entreprise cliente d'acheter des produits dans un magasin ou un groupe de magasin au prix déterminé, pendant le délai défini. Les contrats peuvent être créés à l'aide de WebSphere Commerce Accelerator, ou par la création de fichiers XML à l'aide du module Loader pour alimenter la base de données.

Détermination du mode de création d'un contrat

La plupart des magasins créent et gèrent les contrats à l'aide de WebSphere Commerce Accelerator. Toutefois, certaines modalités ne peuvent pas être précisées à l'aide de WebSphere Commerce Accelerator. Dans ce cas, vous

devez créer le contrat à l'aide de fichiers XML et du module Loader. Pour plus d'informations, reportez-vous au document *Store Developer's Guide*.

Modalités indéfinissables à l'aide de WebSphere Commerce Accelerator

Droit d'acheter un montant

Cette modalité plafonne le total des commandes passées dans le cadre d'un contrat. Ce total doit être inférieur ou égal au montant indiqué. En cas de dépassement du plafond lors d'une passation de commande, le traitement de celle-ci échoue.

Obligation d'acheter un montant

Cette modalité fixe la valeur minimale du total des commandes à passer dans le cadre du contrat, dans un certain délai après le déploiement de celui-ci. Si la valeur cumulée des commandes passées dans le cadre du contrat est inférieure au montant convenu à la date fixée, le magasin peut annuler le contrat.

Centre de distribution

Cette modalité permet de préciser le centre de distribution à partir duquel les commandes passées dans le cadre du contrat doivent être honorées.

Format d'affichage

Indique la présentation des factures à envoyer par courrier électronique à l'entreprise cliente.

Création d'une entreprise, d'un compte et d'un contrat pour un client

La présente section explique comment ajouter une entreprise, un compte, un client et un contrat au magasin ToolTech. Pour créer ce contrat, vous allez utiliser WebSphere Commerce Accelerator. Pour plus d'informations sur la création de contrats à l'aide de fichiers XML, reportez-vous à l'aide en ligne. Quatre contrats sont fournis avec le modèle de magasin ToolTech. Ils sont définis dans le fichier `contract.xml`, lui-même contenu dans le fichier SAR du magasin.

Étape 1. L'administrateur de site crée une entreprise représentant l'entreprise acheteuse.

Pour plus d'informations, reportez-vous à la section «Entreprises» à la page 115.

Étape 2. L'administrateur de site crée un utilisateur et lui affecte le rôle d'acheteur pour l'entreprise acheteuse.

Pour plus d'informations, reportez-vous à la section «Rôles» à la page 116.

Étape 3. Le directeur des ventes crée un compte associé à l'entreprise acheteuse.

Pour plus d'informations, reportez-vous à la section «Définition de comptes commerciaux» à la page 187.

Étape 4. Le représentant commercial crée un contrat.

Création d'un contrat à l'aide du bloc-notes Contrat

- a. Sélectionnez l'option **Comptes** du menu **Ventes**. La page Comptes s'affiche.
- b. Sélectionnez le compte pour lequel vous voulez créer un contrat, puis cliquez sur **Nouveau contrat**. La page Informations générales sur les contrats s'affiche.

Sur cette page, entrez le nom et la description du contrat. Vous pouvez également fournir les dates de début et de fin du contrat. Si vous ne le faites pas, le contrat commencera à la date en cours et prendra fin un an plus tard. Vous pouvez également définir un contrat sans date d'expiration.

- c. Dans le cadre de navigation, cliquez sur **Clients**.

Sur la page Clients du contrat, sélectionnez les clients (entreprises acheteuses) auxquels s'applique le contrat. Dans la liste Clients disponibles, l'entreprise acheteuse associée au compte est affichée, ainsi que tout service faisant partie de cette entreprise.

- d. Dans le cadre de navigation, cliquez sur **Produits et prix**.

Sur les pages Tarification, définissez les produits disponibles dans le cadre d'un contrat et les prix de vente correspondants. Vous pouvez valoriser les produits du contrat en combinant les méthodes suivantes : tarification basée sur des pourcentages, tarification fixe et contraintes de sélection.

- **Tarification basée sur des pourcentages**

- Application d'un ajustement à l'intégralité du catalogue principal.

Définit un ajustement des prix par pourcentage sur l'intégralité du catalogue. Tout élément figurant dans le catalogue fait l'objet de l'ajustement de prix. Tous les produits du catalogue sont disponibles à la vente et font l'objet d'un ajustement (majoration ou minoration) en pourcentage par rapport au prix de base défini dans le catalogue principal du magasin.

- Application d'un ajustement aux catégories de contrat optimisées suivantes :

Tous les produits du catalogue sont disponibles à la vente et font l'objet d'un ajustement en pourcentage sur la sous-catégorie sélectionnée. Cet ajustement (majoration ou minoration) est appliqué au prix de base défini dans le catalogue principal du magasin.

Pour définir une catégorie de contrat optimisée, cochez la case "A utiliser dans les contrats", dans le bloc-notes Produit. Les procédures de création et de modification des produits sont décrites à la section «Création de produits, d'attributs et de SKU» à la page 157.

- Application d'un ajustement aux catégories et produits suivants :

Tous les produits du catalogue sont disponibles à la vente et font l'objet d'un ajustement en pourcentage sur les sous-catégories ou les produits sélectionnés. Cet ajustement (majoration ou minoration) est appliqué au prix de base défini dans le catalogue principal du magasin.

Pour inclure des sous-catégories dans le contrat ou en exclure, utilisez Contraintes de sélection des produits du contrat.

- **Tarification fixe**

Dans la tarification fixe, la liste des produits disponibles à la vente et les prix correspondants sont personnalisés au titre d'un contrat. Tout produit du catalogue peut être ajouté à une liste de prix fixes. Les listes de prix sont uniques par contrat et ne sont pas réutilisables d'un contrat à l'autre.

Pour ajouter des produits à la liste, entrez la référence SKU, le nom ou la description abrégée du produit, puis cliquez sur **Rechercher**. Sur la page Résultats de la recherche, indiquez le prix du produit, puis cliquez sur **Ajouter**. Le produit est ajouté à la liste.

- **Contraintes de sélection des produits du contrat**

Utilisez les contraintes de sélection si le contrat stipule une tarification en pourcentage, mais que le catalogue principal du magasin n'est pas disponible à la vente dans son intégralité. Vous pouvez inclure des sous-catégories et des articles dans le contrat afin de les proposer à la vente, ou en exclure.

Exclure de la vente, dans ce contrat, les sous-catégories et articles suivants

Indiquez les sous-catégories et les articles du catalogue principal à exclure du contrat.

Inclure pour la vente, dans ce contrat, uniquement les sous-catégories et articles suivants

Indiquez les sous-catégories et les produits du catalogue principal à inclure dans le contrat.

- e. Définissez les modalités de livraison.

Les modalités de livraison précisent le mode d'expédition de la commande, son adresse de livraison et le responsable du paiement des frais de port.

Transporteurs

Permet de définir le mode de livraison des commandes créées dans le cadre d'un contrat. Si aucun transporteur n'est sélectionné, tout mode d'expédition disponible dans le magasin peut être utilisé. La liste des transporteurs disponibles contient tous les transporteurs définis pour le magasin.

Type de frais

Permet d'indiquer si les frais de port sont facturés par le transporteur ou par le magasin.

Adresses

Permet de préciser l'adresse de livraison des commandes passées dans le cadre d'un contrat. Cette option permet de limiter les destinations possibles. L'adresse de destination doit être renseignée pour chaque commande passée dans le cadre d'un contrat. La liste Adresses de livraison disponibles contient l'adresse de livraison associée au compte.

f. Sélectionnez un mode de règlement.

Indiquez les modes de règlement acceptés pour les commandes passées dans le cadre du contrat. Si aucune modalité relative à un mode de paiement n'est spécifiée dans le contrat, tout mode de paiement accepté par le magasin est accepté pour les commandes passées dans le cadre de ce contrat. Par exemple, selon le contrat, le mode de paiement exigé peut être Offline Card. Si le compte comporte une ligne de crédit, vous pouvez indiquer que le règlement peut être effectué sur la base de cette ligne de crédit.

g. Définissez le mode de traitement des retours.

Règles de gestion

Permet de sélectionner le mode de validation des retours et les frais afférents à facturer au client.

Remboursement

Permet de sélectionner les modes de remboursement possibles dans le cadre du contrat. Par défaut, les clients peuvent choisir tous les modes de remboursement disponibles dans le magasin.

h. Définissez le montant minimum des commandes à valider.

Cochez la case Acceptation obligatoire lorsque les commandes doivent être validées par l'entreprise cliente. Dans ce cas, vous

pouvez indiquer le montant minimum de la commande à valider. Cette option permet d'exécuter, sans validation par l'entreprise cliente, les commandes dont le montant est inférieur à la valeur en devise.

i. Indiquez les annexes.

Les annexes désignent toute information jointe au contrat. Par exemple, il peut s'agir d'un document au format PDF stipulant les modalités standard et joint par l'entreprise cliente à tous les contrats. Indiquez l'adresse URL complète de cette annexe, par exemple <http://www.ibm.com/attachments/terms.pdf>. La page Récapitulatif du contrat contient toutes les annexes aux contrats.

j. Ajoutez les remarques.

Les remarques regroupent tous les commentaires sur le contrat et s'affichent sur la page Récapitulatif du contrat.

k. Lorsque vous êtes prêt pour l'enregistrement du contrat, cliquez sur **OK**.

Le nouveau contrat apparaît sur la page Contrats. Il est à l'état provisoire. Pour être utilisable dans le magasin, il doit d'abord être validé et déployé.

Soumission du contrat pour validation

Étape 5. Un contrat soumis désigne un contrat provisoire complet et envoyé en validation. Pour soumettre un contrat, vous devez d'abord définir un mode de tarification, un type de frais de port et un client. Le directeur des ventes ou le représentant commercial détermine si un contrat provisoire est prêt pour l'envoi en validation. Si la fonction d'acceptation a été configurée, les valideurs désignés revoient le contrat, sinon celui-ci passe à l'état actif.

Validation du contrat

Étape 6. Si les valideurs désignés décident que le contrat est complet et acceptable, ils lui affectent l'état validé. WebSphere Commerce tente automatiquement de déployer un contrat validé.

Les contrats peuvent être acceptés ou refusés par les valideurs et les administrateurs dotés des droits d'accès appropriés. Généralement, c'est le directeur des ventes qui accepte les contrats. La procédure d'acceptation ou de refus de contrat est identique à celle utilisée pour toutes les acceptations dans WebSphere Commerce. Pour accepter ou refuser un contrat, procédez comme suit :

Dans le menu **Magasin**, sélectionnez **Demandes d'approbation**. La page correspondante s'affiche. Cochez la case en regard du contrat à accepter ou à refuser. Pour afficher un récapitulatif des caractéristiques du contrat, cliquez sur **Récapitulatif**. Cliquez sur

Approuver ou sur **Rejeter**, selon le cas. L'état du contrat utilisé est mis à jour en fonction de votre décision.

Déploiement du contrat

Étape 7. Un contrat déployé est un contrat actif. Les utilisateurs enregistrés d'une entreprise acheteuse peuvent désormais effectuer des achats dans le magasin selon les modalités définies dans le contrat.

Rapports de gestion des contrats

Le directeur des ventes peut rapidement générer des rapports sur un compte ou un contrat déterminé. Les représentants commerciaux peuvent obtenir des rapports sur les comptes et contrats dont ils sont chargés.

1. Sélectionnez l'option **Comptes** du menu **Ventes**.
2. Sélectionnez un compte, puis cliquez sur **Contrats**. La page Contrats s'affiche.
3. Sur la page Contrats, sélectionnez un contrat, puis cliquez sur **Rapports**.
4. Sélectionnez l'un des types de rapport suivants :

Soldes débiteurs par contrat

Ce rapport répertorie toutes les commandes associées au contrat sélectionné.

Remboursements par contrat

Ce rapport répertorie tous les remboursements associés au contrat sélectionné.

Rapports de gestion des comptes

Le Directeur des ventes peut optimiser un contrat en analysant les performances et l'efficacité de ce contrat. Une meilleure connaissance des clients permet d'optimiser les contrats et de mieux cibler les possibilités de ventes de produits et services aux clients. Une fine analyse des comportements et des tendances d'achat permet d'optimiser l'activité commerciale. Terminez par une analyse des informations et des tendances sous-jacentes afin d'obtenir des résultats réels.

Le directeur des ventes peut rapidement générer des rapports sur un compte ou un contrat déterminé. Les représentants commerciaux peuvent obtenir des rapports sur les comptes et contrats dont ils sont chargés.

1. Sélectionnez l'option **Comptes** du menu **Ventes**. Sur la page Comptes, sélectionnez un compte et cliquez sur **Rapports**.
2. Sélectionnez l'un des types de rapport suivants :

Commandes par compte

Ce rapport répertorie toutes les commandes associées au compte sélectionné.

Dépenses par numéros d'ordres d'achat plafonnés

Ce rapport indique le solde en cours et la limite des ordres d'achat plafonnés du compte sélectionné.

Remboursements par compte

Ce rapport répertorie les remboursements effectués sur le compte sélectionné.

Contrats dont la date d'expiration est proche

Ce rapport répertorie les contrats associés au compte sélectionné dont la date d'expiration est proche.

Commandes par contrat

Ce rapport répertorie toutes les commandes associées au contrat sélectionné.

Remboursements par contrat

Ce rapport répertorie les remboursements effectués pour le contrat sélectionné.

Demandes de devis

Les demandes de devis (RFQ) constituent l'un des mécanismes de transaction disponibles dans WebSphere Commerce. Un acheteur peut créer une demande de devis pour des produits et services présentés dans le catalogue. À l'aide d'une liste de pré-sélection, les acheteurs ajoutent les produits voulus à leur demande de devis. Ils peuvent inclure un nombre quelconque de produits dans une même demande de devis, et définir des spécifications uniques par produit. Ils peuvent également indiquer les modalités d'une transaction. Un vendeur peut visualiser une demande de devis et y répondre lorsque cette demande est à l'état Actif. L'acheteur peut également modifier ou annuler sa demande de devis.

Lorsqu'un vendeur répond à une demande de devis, il peut le faire par produit ou par spécification de produit. Le vendeur peut également modifier ou annuler sa réponse.

Le vendeur peut examiner les réponses aux demandes de devis à l'état Close pour choisir un ou plusieurs gagnants. Lorsque l'acheteur a accepté la réponse à la demande de devis et que le vendeur en est informé, la transaction est terminée de l'une des deux manières suivantes :

- l'acheteur passe une commande prédéfinie avec les informations relatives à la demande de devis,
- un contrat pré-établi avec les informations relatives à la demande de devis est créé.

Un enregistrement de la demande de devis est conservé dans la liste des demandes de devis pendant une période déterminée, ce qui permet de copier les demandes de devis fréquemment utilisées. Les réponses sont également

conservées pendant le même délai pour faciliter la réponse du vendeur à des demandes de devis identiques émanant du même acheteur.

Les vendeurs peuvent activer le flux d'acceptation pour la procédure de réponse aux demandes de devis, s'ils souhaitent que leurs réponses soient revues avant d'être transmises à l'acheteur.

Activation des demandes de devis

Pour activer les demandes de devis, l'administrateur de site doit effectuer les opérations suivantes :

- publication du modèle de magasin ToolTech,
- planification des travaux de demande de devis de niveau site,
- activation des messages de demande de devis,
- affectation des rôles d'utilisateur appropriés,
- activation ou non de l'approbation des réponses.

Ces tâches sont décrites dans l'aide en ligne et dans le tutoriel *Request for Quote (RFQ) Creating Requests and Responses*, disponible sur la page Technical Library du site WebSphere Commerce.

Procédure de demande de devis

La section suivante décrit le processus de demande de devis du point de vue de l'acheteur et du vendeur.

Étape 1. **Acheteur** L'acheteur parcourt le catalogue du magasin et place des articles dans sa liste de pré-sélection.

Étape 2. **Acheteur** Création d'une demande de devis.

- a. A partir du magasin ToolTech, cliquez sur **Demande de devis**.
- b. L'outil Demande de devis s'ouvre sur la page des demandes de devis. Pour créer une demande de devis, cliquez sur **Créer**.
- c. L'assistant Demande de devis s'ouvre sur la page Généralités.

Entrez les informations suivantes :

Nom Intitulé de la demande de devis.

Description abrégée

Description abrégée de la demande de devis.

Description détaillée

Description détaillée de la demande de devis.

Création d'un contrat ou d'une commande

Contrat	La demande de devis aboutit à la conclusion d'un contrat.
Commande	La demande de devis aboutit à la passation d'une commande.

Cliquez sur **Suivant**.

- d. Sur la page *Durée*, indiquez les dates de début et de fin de la demande de devis, puis cliquez sur **Suivant**. Si vous n'indiquez pas de date de début, la demande de devis devient effective au moment de sa validation.
- e. Sur la page *Modalités*, cliquez sur **Ajouter** pour ajouter les modalités éventuellement requises. Vous pouvez préciser les modalités suivantes :

Ajouter

Ajoute une nouvelle modalité à la demande de devis.

Retirer

Retire des modalités de la demande de devis.

Modalités

Entrez les modalités requises.

Spécification requise dans la réponse

Choisissez *Ouï* si la spécification est requise dans la réponse. Dans le cas contraire, cochez *Non*.

La spécification peut être modifiée

Choisissez *Ouï* si la spécification peut être modifiée dans la réponse. Dans le cas contraire, cochez *Non*.

Ajoutez autant de modalités que nécessaire. Lorsque vous avez terminé, cliquez sur **Suivant**. La page *Produits* s'affiche.

- f. Sur la page *Produits*, cliquez sur **Ajouter des produits**. La page *Ajouter des produits* depuis la liste de pré-sélection s'affiche. Cette page contient tous les produits de la liste de pré-sélection.
- g. Cochez la case en regard du produit voulu dans la liste, puis cliquez sur **Ajouter dans la demande de devis**. La page *Produits* s'affiche.
- h. Pour chaque produit, indiquez le prix, la quantité et l'unité de mesure (par exemple, "un" ou "kilo").
- i. Si vous le souhaitez, vous pouvez indiquer des spécifications. Pour cela, sélectionnez le produit et cliquez sur **Spécifications**.

Remarque :

Les spécifications que vous indiquez sont prédéfinies par le vendeur à l'aide de la fonction *Attributs personnalisés* de WebSphere Commerce Accelerator. Pour plus d'informations, reportez-vous à la rubrique d'aide en ligne "*Attributs personnalisés*".

- j. Si vous le souhaitez, vous pouvez indiquer des commentaires. Pour cela, sélectionnez le produit et cliquez sur **Commentaires**.

- k. Cliquez sur **Terminer** pour enregistrer la demande de devis. La page Demandes de devis s'affiche à nouveau, avec la nouvelle demande de devis.

Étape 3. **Vendeur** Création d'une réponse à la demande de devis.

Lorsque l'acheteur a soumis une demande de devis, le vendeur peut y répondre. Pour répondre à une demande de devis, procédez comme suit :

- a. Connectez-vous à WebSphere Commerce Accelerator.
- b. Dans le menu **Ventes**, sélectionnez **Demandes de devis**. La liste de demandes de devis s'affiche.
- c. Localisez la demande de devis souhaitée, en procédant comme suit :
 - Cochez la case en regard de cette demande, puis cliquez sur **Répondre**. Le formulaire Général s'affiche.
 - Pour déterminer si des réponses ont été apportées à cette demande, cliquez sur **Réponses**. La page obtenue affiche les réponses existantes pour la demande sélectionnée. Cliquez sur **Créer** pour créer une réponse.
- d. Entrez le nom de la réponse dans la zone **Nom**.
- e. Si vous le souhaitez, indiquez des remarques, puis cliquez sur **Suivant**. La page Modalités s'affiche.
- f. Répondez aux modalités, puis cliquez sur **Suivant**. La page Produits s'affiche.
- g. Répondez aux spécifications relatives au produit, puis cliquez sur **Terminer**. La page de réponse aux demandes de devis s'affiche.
- h. Cliquez sur **Soumettre** pour transmettre votre réponse à un valideur.

La réponse est soumise au valideur si la fonction d'approbation a été activée. Une fois acceptée par le valideur, la réponse est soumise à l'acheteur.

Étape 4. **Vendeur** Approbation de la demande de devis.

- a. Dans le menu **Magasin**, sélectionnez **Demandes d'approbation**. La page correspondante s'affiche.
- b. Cochez la case en regard de la demande utilisée, puis cliquez sur **Récapitulatif**. La page correspondante s'affiche.
- c. Passez en revue les détails de la demande de devis, puis cliquez sur **Valider** ou sur **Rejeter**, selon le cas. Un message indique si la tentative d'approbation ou de rejet a abouti. La page Demandes d'approbation s'affiche, indiquant l'état actualisé de la demande de devis en cours.

- Étape 5. **Acheteur** A partir du magasin ToolTech, cliquez sur **Lancer l'application Demande de devis**. L'application Demande de devis s'ouvre sur la page des demandes de devis. Pour visualiser les réponses, cliquez sur la demande de devis, puis sur **Réponses**.
- Étape 6. Sélectionnez la réponse, puis cliquez sur **Récapitulatif**. Pour accepter la réponse, sélectionnez-la, puis cliquez sur **Accepter**.

Collaboration

Les espaces de travail collaboratif offrent une interface via Lotus QuickPlace qui permet d'engager des discussions professionnelles, par exemple de négocier les termes d'un contrat entre un acheteur et un vendeur (ou le représentant commercial de ce vendeur). Les différents utilisateurs au sein de l'entreprise vendeuse peuvent également faire usage des espaces de travail collaboratif. Ces espaces sont créés à l'aide de WebSphere Commerce Accelerator et du modèle QuickPlace. Tout membre de l'entreprise vendeuse peut créer un espace de travail collaboratif. Un représentant commercial ou un directeur des ventes disposant d'un accès à QuickPlace Manager peut ajouter des acheteurs à cet espace de travail. Pour que les espaces de travail collaboratif puissent être activés, les données relatives à leurs membres doivent se trouver sur un serveur LDAP connecté à WebSphere Commerce et disposant des liaisons appropriées à la base de données WebSphere Commerce Server. Vous devez également installer et configurer QuickPlace sur un serveur différent de la machine hébergeant WebSphere Commerce et le serveur LDAP. Pour plus d'informations sur l'installation, reportez-vous au document *WebSphere Commerce Additional Software Guide*. Les données relatives aux espaces de travail collaboratif et leurs membres sont gérées à l'aide de WebSphere Commerce. Tous les fils de discussion, les messages échangés et les fichiers joints utilisés pour la collaboration sont stockés sur le serveur QuickPlace.

Vous trouverez dans le modèle de magasin ToolTech une illustration des espaces de travail collaboratif et de l'assistance clients.

Partie 5. Extension des fonctionnalités offertes par votre magasin

Cette partie du manuel propose une introduction aux fonctionnalités avancées dont vous pouvez doter votre magasin.

Chapitre 16. Marketing

WebSphere Commerce simplifie le marketing et la personnalisation, en permettant au personnel marketing d'interagir directement avec le site, sans devoir recourir aux services du département informatique de l'entreprise pour opérer les modifications voulues. Les responsables marketing créent des campagnes à grande échelle qui ciblent divers profils client en vue d'augmenter le chiffre d'affaires du site ou de sensibiliser davantage les clients.

Le présent chapitre traite des points suivants :

- les emplacements e-marketing,
- l'élément annexe,
- la création et la maintenance des profils client,
- la création et la maintenance d'une campagne marketing et d'une initiative de campagne,
- les bons de réduction.

Remarques :

1. L'aide en ligne WebSphere Commerce contient un didacticiel qui décrit la procédure d'ajout d'initiatives de campagne et de remises pour le magasin WebFashion. Pour plus d'informations, reportez-vous, dans l'aide en ligne, aux rubriques *Création de remises dans WebFashion* et *Création d'une campagne marketing dans WebFashion*.
2. Seul le modèle de magasin WebFashion contient des emplacements e-marketing sur les pages de magasin. Pour ajouter un contenu personnalisé aux pages de l'un des modèles de magasin, le développeur de magasin doit ajouter des emplacements e-marketing aux pages appropriées. Pour obtenir des informations sur l'ajout d'emplacements e-marketing aux pages JSP, reportez-vous au modèle de magasin WebFashion dans l'aide en ligne.

Emplacements e-marketing

Outre un fonctionnement codé par règles, le système marketing WebSphere Commerce exploite la caractéristique qu'ont les sites Web d'afficher des données de manière dynamique. Des composants spéciaux appelés emplacements e-marketing autorisent ce formatage dynamique. Un emplacement e-marketing affiche un contenu promotionnel, des recommandations relatives aux catégories ou des recommandations relatives aux produits.

Les développeurs de magasin insèrent les emplacements e-marketing sur les pages appropriées. Chaque emplacement e-marketing porte un nom unique. Le responsable marketing sélectionne ensuite l'emplacement e-marketing qu'il souhaite cibler dans le cadre du lancement d'une campagne.

Pendant que le client parcourt votre magasin, les emplacements e-marketing communiquent avec WebSphere Commerce Server pour déterminer quel contenu doit leur être substitué. Le nombre d'emplacements e-marketing sur une page JSP n'est pas limité. Toute page JSP de votre site peut contenir un emplacement e-marketing.

Pour afficher un emplacement e-marketing, sélectionnez **Emplacements e-marketing** dans le menu **Marketing**.

Nom	Description
<input type="checkbox"/> AccessoriesCategory	Display suggestive sellings on the Accessories category display page.
<input type="checkbox"/> AccessoriesCategoryAd	Display awareness advertisements on the Accessories category display page.
<input type="checkbox"/> ActivewearCategory	Display suggestive sellings on the Activewear category display page.
<input type="checkbox"/> ActivewearCategoryAd	Display awareness advertisements on the Activewear category display page.
<input type="checkbox"/> AddressBookAd	Display awareness advertisements on the address book page.
<input type="checkbox"/> AddressBookPage	Display suggestive sellings on the address book page.
<input type="checkbox"/> Footer	Display suggestive sellings in the footer.
<input type="checkbox"/> FooterAd	Display awareness advertisements in the footer.
<input type="checkbox"/> Header	Display suggestive sellings in the header.
<input type="checkbox"/> HeaderAd	Display awareness advertisements in the header.
<input type="checkbox"/> MenswearAd	Display awareness advertisements on the Menswear page.
<input type="checkbox"/> MenswearPage	Display suggestive sellings on the Menswear page.
<input type="checkbox"/> MyAccountAd	Display awareness advertisements on the My Account page.
<input type="checkbox"/> MyAccountPage	Display suggestive sellings on the My Account page.
<input type="checkbox"/> NewArrivalsAd	Display awareness advertisements on the New Arrivals page.
<input type="checkbox"/> NewArrivalsPage	Display suggestive sellings on the New Arrivals page.
<input type="checkbox"/> PantsCategory	Display suggestive sellings on the Pants category display page.

La liste des emplacements e-marketing définis dans la base de données pour le magasin sélectionné s'affiche. Cette liste n'indique pas les pages JSP qui contiennent des emplacements e-marketing. Pour identifier ces pages, le responsable marketing doit faire appel au développeur de magasin. Par exemple, la page d'accueil du magasin WebFashion, `StoreCatalogDisplay.jsp`, contient trois emplacements e-marketing. Dans l'illustration ci-après, les emplacements e-marketing affichent des produits recommandés.

WebFashion CHARIOT [MON COMPTE](#) [NOUS CONTACTER](#) [AIDE](#)

Accueil [Hommes](#) [Femmes](#) [Nouveautés](#)

CHOIX D'UNE LANGUE
 Français

SERVICES
[S'enregistrer](#) maintenant et obtenir 10% de réduction sur le premier achat !
[Besoin d'aide ?](#) Il suffit de demander !



mode
HOMMES



mode
FEMMES



nouveau !
ARRIVAGES

Les meilleures ventes du mois :



Short 100 % coton avec 2 plis sur le devant, deux poches latérales et ceinture à passants. Ample au niveau des hanches et des cuisses. Entrejambe 15 cm. Braguette zippée. Lavable en machine. [Détails](#)



T-shirt d'été à col en V et manches courtes, motif à rayures et bande contrastée au niveau du cou. De coupe classique, il tombe juste en-dessous de la taille. 100 % coton. Prétraité, il ne rétrécit pas au lavage. Lavable en machine. [Détails](#)



Chemise de nuit sans manches légère et confortable, idéale pour les nuits d'été. 100 % coton. Décolleté arrondi. Longueur aux genoux. Imprimé ciel nocturne. Prélavée, elle ne rétrécit pas au lavage. Lavable en machine. [Détails](#)

Accueil | Chariot | Mon compte | Nous contacter | Confidentialité | Aide

Pour planifier l'apparition d'une initiative dans un emplacement e-marketing sur le site, cliquez sur **Programmer**. Le bloc-notes Programmer initiatives de campagne s'affiche. A l'aide de ce bloc-notes, vous pouvez définir les dates de début et de fin des initiatives de campagne.

Élément annexe

L'élément annexe (également appelé "copie de publicité") se rapporte au matériel de soutien des campagnes publicitaires. Il est créé par les dessinateurs et les rédacteurs au format Flash, gif ou JPEG. Il s'agit notamment d'images et de graphiques relatifs au produit, utilisés dans le texte publicitaire et marketing.

Pour enregistrer un élément annexe dans la base de données, sélectionnez **Élément annexe** dans le menu **Marketing**. La liste des éléments annexes s'affiche, incluant l'élément annexe en cours pour le magasin choisi. Cliquez sur **Nouveau**. L'assistant Copie de publicité s'ouvre pour vous permettre de définir votre élément annexe.

L'élément annexe est normalement conservé dans le répertoire images des magasins. Les images qui contiennent du texte traduisible sont généralement conservées dans le répertoire magasin/*environnement_local*/images. Avant d'utiliser l'assistant relatif à l'élément annexe, assurez-vous que les fichiers image se trouvent dans l'emplacement approprié sur le poste WebSphere Commerce.

Profils client

Les profils client définissent des groupes de clients possédant en commun un certain nombre de caractéristiques. Ces profils permettent d'identifier des cibles dans le cadre de vos campagnes marketing. A partir de divers critères, vous pouvez créer des profils et leur affecter ensuite des valeurs ciblées. Lorsqu'un client visite votre site, le système compare ses données personnelles aux critères précisés. En fonction du client et des profils définis, des publicités de sensibilisation ou des messages de vente suggestive s'affichent. Il existe de nombreux critères possibles, dont les données fournies au cours de l'enregistrement en ligne, l'historique des achats et la fréquence des visites d'un client.

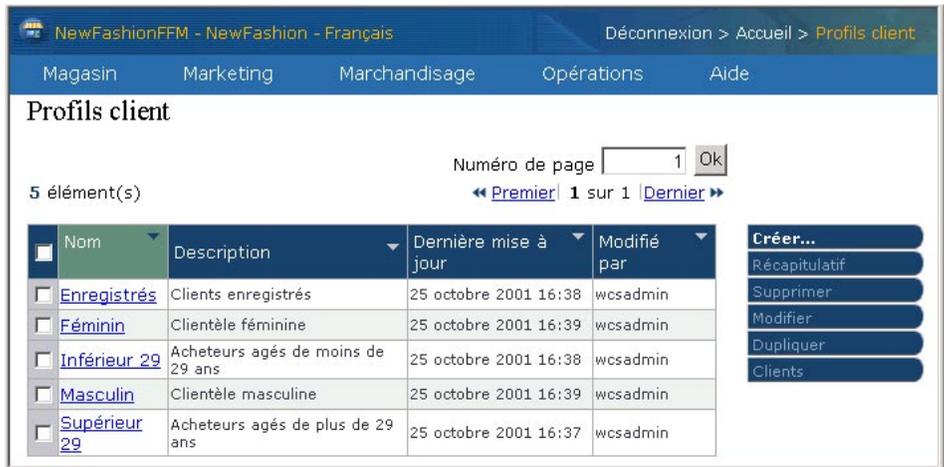
Par exemple, vous pouvez affecter à des groupes de "seniors" des profils définis de manière à cibler des clients de plus de soixante ans. Par la suite, vous avez la possibilité de modifier ce profil en vue de cibler une population senior essentiellement féminine, en ajoutant ce nouveau paramètre à celui de l'âge.

Les profils servent de cibles dynamiques pour vos efforts de marketing. Selon les critères définis, vos clients peuvent correspondre ou non à un profil particulier à tout moment. Par exemple, vous pouvez créer un profil dénommé "Nouveaux clients", qui ne comprend que les clients enregistrés au cours des 30 derniers jours. Alors que la plupart de vos clients n'appartiennent pas à ce profil, après enregistrement, tous les nouveaux clients cadrent avec celui-ci. La durée d'adéquation entre les nouveaux clients et ce profil ne pourra excéder 30 jours. Ceci est dynamique car aucune intervention de votre part n'est nécessaire, cela s'applique aux clients sur une base individuelle et le résultat est en temps réel. La date limite d'inclusion dans ce profil dépend de la date d'enregistrement du client et du délai maximal (en jours) défini lors de la création du profil.

Si vous optez pour l'application de profils client, vous devez les créer préalablement au lancement de nouvelles campagnes marketing. C'est lors de la phase de création d'une campagne que vous sélectionnez le profil cible. Vous pouvez créer des campagnes applicables à tous les clients. Toutefois, les profils client peuvent cibler un sous-ensemble déterminé de clients.

Gestion des profils client

Vous pouvez créer et gérer les profils client à l'aide du bloc-notes Profil client. Sélectionnez **Profils client** dans le menu **Marketing**. La page Profil client s'affiche.



The screenshot shows the 'Profils client' page in the NewFashionFFM system. The page has a blue header with the title 'Profils client' and a navigation menu with options: Magasin, Marketing, Marchandisage, Opérations, and Aide. Below the header, there is a search bar and a 'Numéro de page' field set to 1. A table lists five client profiles with columns for 'Nom', 'Description', 'Dernière mise à jour', and 'Modifié par'. To the right of the table is a vertical menu with buttons: 'Créer...', 'Récapitulatif', 'Supprimer', 'Modifier', 'Dupliquer', and 'Clients'.

<input type="checkbox"/>	Nom	Description	Dernière mise à jour	Modifié par
<input type="checkbox"/>	Enregistrés	Clients enregistrés	25 octobre 2001 16:38	wcsadmin
<input type="checkbox"/>	Féminin	Clientèle féminine	25 octobre 2001 16:39	wcsadmin
<input type="checkbox"/>	Inférieur 29	Acheteurs agés de moins de 29 ans	25 octobre 2001 16:38	wcsadmin
<input type="checkbox"/>	Masculin	Clientèle masculine	25 octobre 2001 16:39	wcsadmin
<input type="checkbox"/>	Supérieur 29	Acheteurs agés de plus de 29 ans	25 octobre 2001 16:37	wcsadmin

Dans la page Profil client, recherchez les profils client définis pour le magasin en cours. La liste affichée contient des informations relatives au nom et à la description du profil. Vous pouvez effectuer sur les profils les opérations suivantes : tri, création, copie, suppression ou modification des profils et affichage des clients associés.

Instructions pour la création d'un profil client

Pour exploiter efficacement les profils client, les pages du magasin doivent enregistrer les informations requises par le profil. Le responsable marchandisage et le responsable marketing doivent communiquer leurs besoins aux développeurs de magasin. Une page d'enregistrement bien conçue, explicitant au client les modalités de saisie des informations, permet d'éliminer nombre d'anomalies éventuelles. Notez les points suivants :

- Les chaînes sont traitées telles qu'elles sont saisies, et les majuscules/minuscules sont différenciées.

Pour créer un profil client basé sur une région, vous pouvez entrer "Ile-de-France" sur la page Etat/Province/Région/Département du bloc-notes Profil client. Tout client entrant "Ile-de-France" dans la page d'enregistrement du magasin sera inclus dans le profil. Par contre, le client qui entre "IDF" ne sera pas inclus. Pour cibler tous les clients voulus, servez-vous d'une liste sur la page d'enregistrement. Plutôt que de saisir le nom d'une région, les clients sélectionnent celle-ci dans la liste. Vous pouvez envisager d'utiliser des listes pour les zones de type Région, Ville, Domaine d'adresse électronique, Centres d'intérêt, Numéro de téléphone et Code postal.

- Lorsque des chaînes concordantes sont trouvées, le client est inclus dans le profil.

Pour créer un profil client basé sur un indicatif de pays, vous pouvez entrer, par exemple, 44 sur la page Numéro de téléphone du bloc-notes Profil client. Tout client dont le numéro de téléphone contient 44 sera inclus dans le profil. Ceci vaut aussi bien pour l'indicatif de pays du client que pour l'indicatif régional, l'indicatif local ou la fin du numéro de téléphone. Si vous indiquez (44), mais que le client entre 44, celui-ci sera exclu du profil. Pour éviter ces exclusions, vous devez indiquer les parenthèses lors de la création du profil. Le développeur de magasin doit s'assurer que la page d'enregistrement du magasin valide les parenthèses délimitant l'indicatif de pays.

Campagnes

Chaque campagne repose sur deux composants principaux qui interagissent en vue de fournir une stratégie marketing souple et optimisée : la campagne et les initiatives de campagne.

1. Campagne

Une campagne représente un effort marketing considérable, ainsi que des objectifs commerciaux connexes. Elle englobe les initiatives.

2. Initiatives de campagne

Elles fournissent le contenu personnalisé. Les initiatives constituent des activités coordonnées conçues pour atteindre l'objectif principal d'une campagne. Elles représentent les messages individuels utilisés pour concrétiser l'objectif commercial. Il existe trois types d'initiative.

Suggestions d'achat

Fournissent des recommandations sur des produits ou sur des catégories. Ces recommandations suggèrent des produits connexes pour effectuer une tentative de vente amont ou de vente croisée. Elles avertissent également le client de l'existence de produits associés à des achats précédents ou au contenu actuel de son chariot.

Recommandation basée sur le filtrage commun

Fournissent des recommandations sur des produits. Ces recommandations suggèrent des produits connexes pour effectuer une tentative de vente amont ou de vente croisée. Elles avertissent également le client de l'existence de produits associés, en fonction de son comportement global, plutôt que sur la base de règles prédéfinies. Pour pouvoir utiliser ces initiatives, vous devez avoir installé et configuré LikeMinds Personalization Server pour le site.

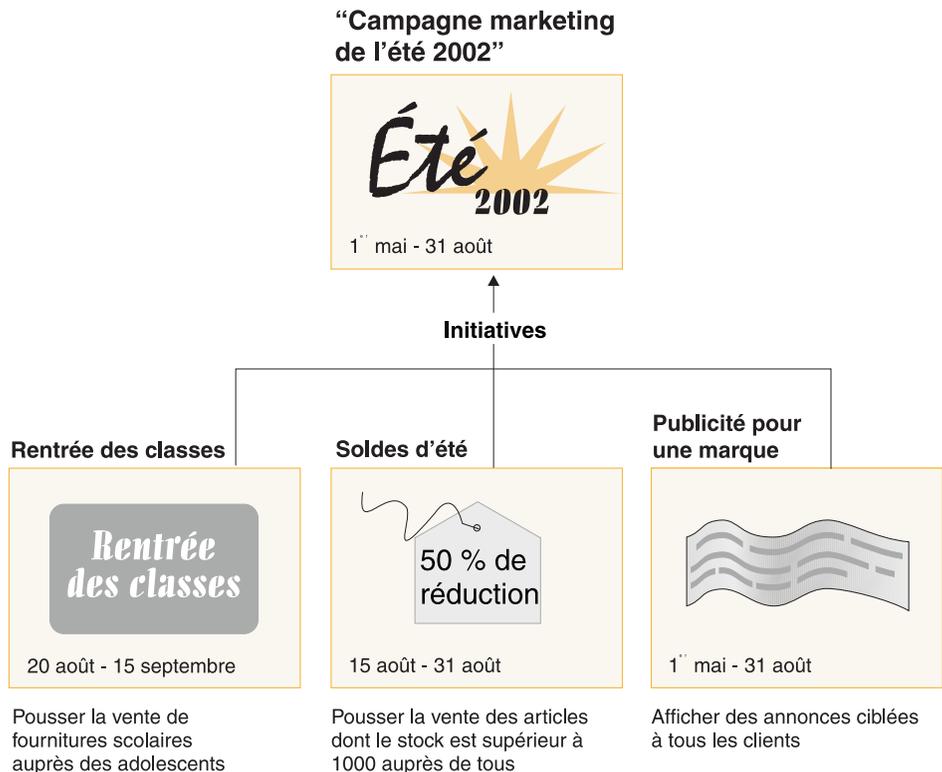
Publicité de sensibilisation

Affichage de publicités conçues pour sensibiliser d'avantage un client. Par exemple, des publicités de sensibilisation peuvent informer les clients sur des événements à venir ou tenter de rehausser l'image d'une marque.

Les initiatives de campagne s'insèrent dans la page à un ou plusieurs endroits ciblés (les emplacements d'e-marketing).

Initiatives conditionnelles de vente suggestive

Le schéma ci-après présente la relation qui existe entre une campagne marketing et les initiatives qu'elle contient.



Ce schéma illustre une campagne marketing fictive intitulée "Campagne marketing de l'été 2002". Cette campagne contient les trois initiatives suivantes :

Rentrée des classes

Il s'agit d'une initiative de vente suggestive visant un profil client d'adolescents et suggérant des fournitures scolaires. Cette initiative se déroule du 20 août au 15 septembre

Soldes d'été

Il s'agit d'une initiative de vente suggestive visant tous les profils client et qui concerne tous les produits dont le nombre d'unités en stock est supérieur à 1000. Cette initiative se déroule du 15 au 31 août.

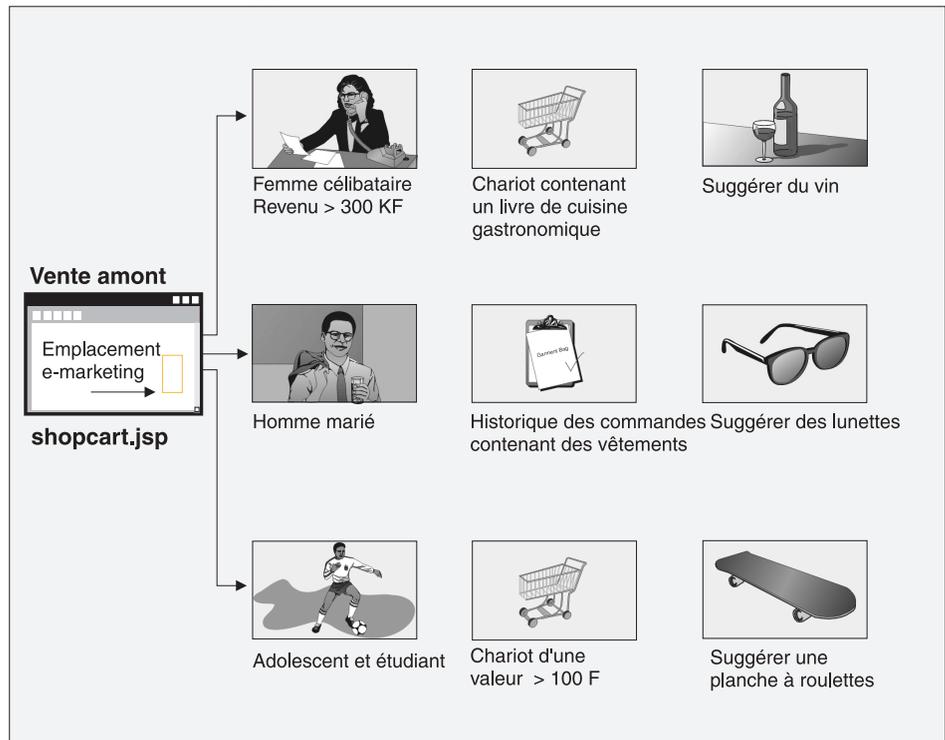
Publicité pour marques spécifiques

Il s'agit d'une initiative de publicité de sensibilisation visant tous les profils clients et affichant des messages publicitaires destinés à promouvoir certaines marques en particulier. Cette initiative se déroule du 1er mai au 31 août.

Initiatives conditionnelles de vente suggestive

Le schéma ci-après présente la relation qui existe entre les emplacements d'e-marketing, les profils client et les initiatives de vente suggestive. Une initiative de vente dynamique a pour résultat un contenu dynamique.

Initiative de vente suggestive



Cette page présente un emplacement e-marketing défini qui correspond à une initiative de vente suggestive. L'initiative associée à l'emplacement e-marketing comporte trois conditions, représentées par les trois rangées du schéma. Chaque condition précise le profil client ciblé, le cas où la condition est vraie et le produit à recommander si la condition est remplie. Lorsque cette page s'affiche, l'un des quatre événements suivants peut se produire :

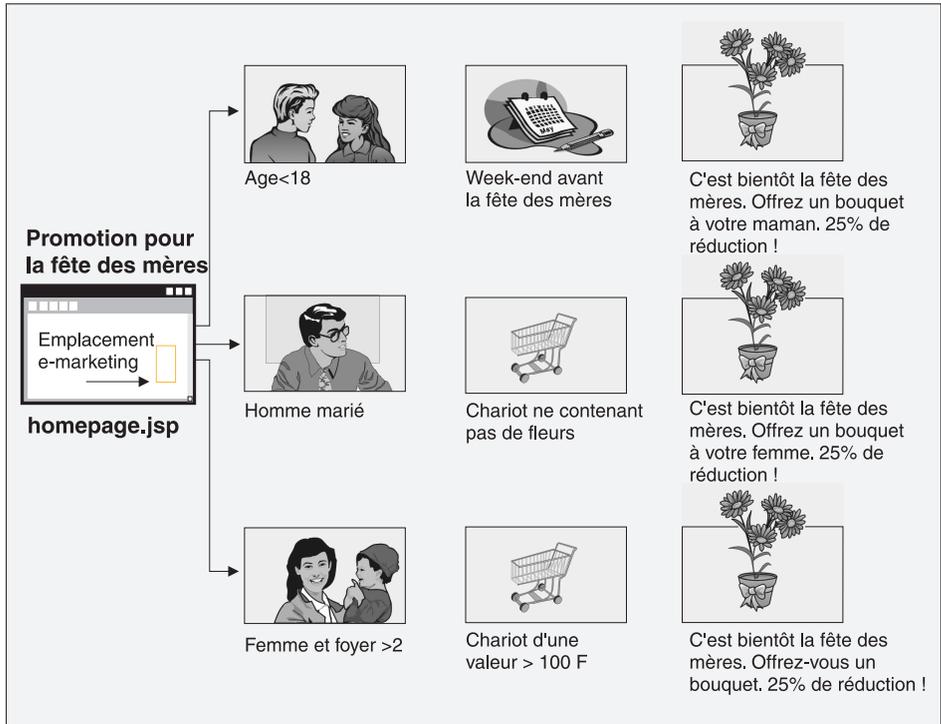
- Si le client est une femme célibataire dont le revenu annuel est supérieur à cinquante mille euros et que son chariot contient un livre de recettes de cuisine, alors conseillez-lui une bouteille de vin.
- Si le client est un homme marié et que son historique des commandes inclut une housse pour vêtements, alors conseillez-lui une paire de lunettes.
- Si le client est un adolescent, qu'il fait des études et que la valeur du contenu de son chariot est supérieure à vingt euros, alors conseillez-lui une planche à roulettes.
- Si le client ne correspond à aucun des profils ou si la situation ne satisfait pas aux critères définis, aucune recommandation ne s'affiche.

Publicité de sensibilisation

Pour chaque initiative de campagne créée, vous devez définir la condition où l'initiative est vraie. Associez chaque condition à une initiative en particulier. Les conditions définissent les scénarios dans lesquels le message se rapportant à une initiative donnée sera susceptible de s'afficher. Pour créer et définir une condition, vous répondez à des questions. Les questions portent sur la cible que doit viser l'initiative, sur la date de déclenchement (jour de la semaine), sur le message à afficher (dans le cas où l'initiative est prise en compte) et sur les comportements des clients qu'il convient de cibler. Vos réponses à ces questions définissent la situation dans laquelle une condition particulière s'avère vraie, entraînant l'affichage d'un message personnalisé. Les conditions permettent également d'afficher plusieurs messages dans le même emplacement, selon différentes situations.

Le schéma ci-après présente la relation qui existe entre les emplacements e-marketing, les profils client et les initiatives de publicité de sensibilisation. Considérons le cas d'une boutique en ligne présentant une campagne de printemps, dont une initiative est de sensibiliser sa clientèle à l'événement de la Fête des Mères.

Initiative de sensibilisation



L'emplacement e-marketing correspond à une initiative de publicité de sensibilisation à la Fête des Mères. L'initiative associée à l'emplacement e-marketing comporte trois conditions, représentées par les trois rangées du schéma. Chaque rangée indique comment fonctionnent les conditions afin de déterminer le contenu dynamique à afficher en fonction d'une situation donnée. Chaque condition précise le profil client ciblé, le cas où la condition est vraie et l'élément annexe cible à afficher si la condition est remplie. Lorsque cette page s'affiche, l'un des quatre événements suivants peut se produire :

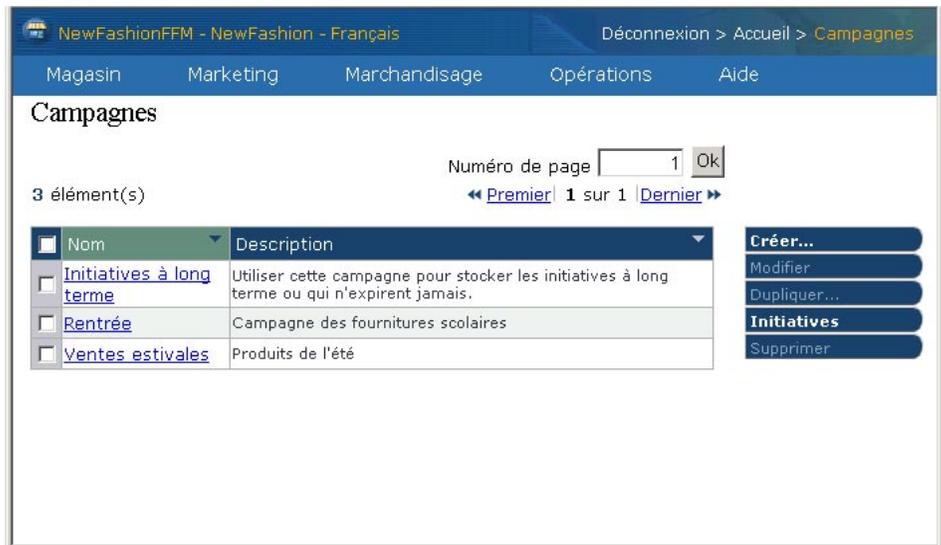
- Si le client a moins de dix-huit ans et que le jour de visite de la page s'inscrit dans le week-end précédant la Fête des Mères, affichez alors un message rappelant au client d'offrir des fleurs à sa mère.
- Si le client est un homme marié et que son chariot ne contient pas de bouquet de fleurs, affichez alors un message rappelant au client d'offrir des fleurs à sa femme.
- Si le client est une femme, que son foyer comporte au moins deux personnes et si la valeur du contenu de son chariot est supérieure à vingt euros, alors affichez un message rappelant à la cliente de s'offrir des fleurs.
- Si le client ne correspond à aucun des profils ou si la situation ne satisfait pas aux critères définis, aucun message ne s'affiche.

Gestion de campagne

Le bloc-notes Campagne facilite la création et la maintenance de campagnes de marketing. Ces campagnes en ligne sont conçues pour mettre sur pied des techniques de marketing, y compris la vente suggestive et les publicités de sensibilisation. Les campagnes représentent d'importants efforts de marketing, généralement associées avec une occasion ou un objectif, tel qu'une campagne de rentrée des classes ou une campagne de Noël. Les initiatives et leurs conditions mettent en pratique un traitement basé sur des règles pouvant être utilisées pour générer un contenu personnalisé, en déterminant ce qui doit être affiché aux clients, sur une base de client à client.

Le contenu d'une campagne s'affiche sur les pages JSP de votre magasin. Il est stocké dans des beans de données spéciaux, appelés emplacements e-marketing. Les développeurs de magasin les créent et les utilisent en tant que marques de réservation lors de la conception des pages.

Sélectionnez l'option **Campagnes** du menu **Marketing** pour afficher la liste Campagnes.



The screenshot displays the 'Campagnes' page in the NewFashionFFM system. The page title is 'NewFashionFFM - NewFashion - Français' and the breadcrumb is 'Déconnexion > Accueil > Campagnes'. The navigation menu includes 'Magasin', 'Marketing', 'Marchandisage', 'Opérations', and 'Aide'. The main content area is titled 'Campagnes' and shows '3 élément(s)'. The page number is '1' out of '1', with 'Premier' and 'Dernier' navigation buttons. The table below lists the campaigns:

<input type="checkbox"/>	Nom	Description
<input type="checkbox"/>	Initiatives à long terme	Utiliser cette campagne pour stocker les initiatives à long terme ou qui n'expirent jamais.
<input type="checkbox"/>	Rentrée	Campagne des fournitures scolaires
<input type="checkbox"/>	Ventes estivales	Produits de l'été

On the right side of the table, there are several action buttons: 'Créer...', 'Modifier', 'Dupliquer...', 'Initiatives', and 'Supprimer'.

Servez-vous de la page Campagnes pour afficher les campagnes marketing définies pour le magasin considéré. La liste affichée contient des informations relatives au nom et à la description de la campagne. A partir de cette liste, vous pouvez également effectuer d'autres actions, comme la création de nouvelles campagnes, la suppression ou la modification de campagnes existantes.

Initiatives de campagne

Pour créer une initiative de campagne, procédez comme suit :

1. Dans le menu marketing, sélectionnez **Initiatives de campagne**. La liste des initiatives de campagne s'affiche. Cliquez sur **Nouveau**.
2. Dans la page Définition générale, procédez comme suit :
 - Tapez un nom d'initiative de campagne.
 - Dans la liste Classification de l'initiative, sélectionnez Général, Vente amont, Vente croisée, Remise ou Bon de réduction.
 - Si vous le souhaitez, entrez une description.
 - Dans la liste des campagnes, sélectionnez la campagne éventuellement associée.

Cliquez sur **Suivant**.

3. Dans la page Définition du contenu dynamique affiché, déterminez le type de contenu dynamique à afficher :
 - suggestion de produits spécifiques,
 - recommandation d'une catégorie,
 - affichage de messages publicitaires (publicité générale, publicité sur les remises ou les bons de réduction),
 - suggestion de produits émise par le système en fonction des séquences de clics,
 - suggestion de produits émise par le système en fonction d'un ou plusieurs filtres.

Cliquez sur **Suivant**.

4. Sur la page Définition de la clientèle cible, sélectionnez le ciblage de tous les clients ou de certains profils client. Les profils client doivent déjà être définis. Cliquez sur **Suivant**.
5. Dans les dates de définition associées au client cible, choisissez les jours de la semaine pendant lesquels l'initiative de campagne doit s'afficher. Cliquez sur **Suivant**.
6. Sur la page Définition des comportements de la clientèle cible, cliquez sur Ajouter pour définir un comportement client afin d'afficher l'initiative de campagne. La valeur et le contenu en cours du chariot sont des exemples type de comportement client. Si l'initiative de campagne doit s'afficher indépendamment du comportement client, cliquez sur **Terminer**.

Rapports sur les campagnes

Les initiatives de campagne font l'objet de statistiques d'utilisation. Ces statistiques peuvent être consultées par les vendeurs et les responsables marketing à l'aide de WebSphere Commerce Accelerator. Les statistiques illustrent un débit de clics de sortie pour une initiative, sur chaque emplacement e-marketing concerné. Ces statistiques assurent un retour

d'informations sur l'efficacité de l'initiative et sur son taux de succès par rapport aux autres emplacements qui l'affichent.

Promotions

Bons de réduction

Les bons de réduction permettent au responsable produit d'inciter les clients à réaliser des achats. Un *bon de réduction* est une instance d'action promotionnelle, applicable à certains produits (condition de type produit), ou au total de la commande (condition de type commande). Par exemple, si vous disposez de nombreuses casquettes rouges en stock, vous pouvez offrir une remise de 25 % sur l'achat de chaque casquette, pendant une période définie. Vous pouvez également accorder une remise de 3 euros sur l'achat d'une casquette à ceux qui passent une commande dans votre magasin pour une valeur totale de 50 euros.

Le bon de réduction électronique est l'équivalent en ligne du bon de réduction papier. C'est une offre sous forme électronique accordée par un magasin en ligne à un client. Le bon de réduction électronique offre une remise au client sur tout ou partie des articles de la commande. Il peut être soumis à des conditions de validité, telles que l'utilisation d'un seul bon par commande.

Les bons de réduction électroniques comportent trois éléments :

Bons de réduction

Action promotionnelle lancée par un responsable produit. Cette action promotionnelle offre des bons de réduction aux clients.

Bon Version électronique du bon de réduction papier. C'est une instance d'action promotionnelle, identifiable de manière unique dans le système.

Portefeuille de bons de réduction

Série de bons de réduction accordés aux clients enregistrés.

Note à l'attention des développeurs de magasin

Les modèles de magasins ne comportent pas de page JSP pour le support des bons de réduction. Pour ajouter ce type de support à un modèle de magasin, reportez-vous au magasin de référence disponible dans la bibliothèque technique (page Technical Library) à l'adresse suivante :

 ibm.com/software/webservers/commerce/wcs_pro/lit.html

 ibm.com/software/webservers/commerce/wc_be/lit.html

Définition d'un bon de réduction

Les exemples ci-après décrivent la procédure de définition d'un bon de réduction.

Définition d'un bon de réduction

1. Dans le menu **Marchandisage**, sélectionnez **Bons de réduction**. La liste des bons de réduction s'affiche.
2. Pour définir un bon de réduction, cliquez sur **Créer**. La page Informations générales sur les bons de réduction s'affiche.
3. Définissez le nom, la description et la date/heure de validité du bon de réduction, puis cliquez sur **Suivant**. La page Détails s'affiche.
4. Définissez la devise, le nombre de bons de réduction et la condition d'achat.

Type de produit

Le client doit acheter un certain produit pour recevoir un bon de réduction.

Type de commande

Le client doit passer une commande d'un montant minimal ou maximal pour recevoir un bon de réduction.

Cliquez sur **Suivant**.

5. Définissez la valeur du bon de réduction, le pourcentage ou le montant fixe de remise, puis cliquez sur **Terminer**.

Définition de l'élément annexe

L'équipe de conception multimédia crée des images miniatures grandeur réelle des images requises pour l'action promotionnelle. Elle rédige également les descriptions à associer.

6. Copiez les graphiques ou les fichiers Flash dans le répertoire approprié sur le poste WebSphere Commerce. L'administrateur de site est peut-être le seul utilisateur habilité à accéder à ce répertoire.
7. A l'aide de la fonction Copie de publicité, mettez le texte et les graphiques à la disposition de l'initiative de campagne et définissez l'URL d'action du bon de réduction électronique. L'utilisation du bloc-notes Copie de publicité est décrite dans la section «Élément annexe» à la page 203.
8. Affectez le bon de réduction à un emplacement e-marketing et planifiez-le.

Mode d'utilisation par les clients des bons de réduction électroniques

Pour utiliser les bons de réduction électroniques, le client procède de l'une des manières suivantes :

1. Il clique sur la bannière publicitaire pour accepter le bon de réduction proposé.

WebSphere Commerce crée une instance du bon de réduction et l'ajoute au portefeuille de bons de réduction du clients.

2. Il clique sur le lien bons de réduction électronique.

Tous les bons de réduction valides s'affichent.

3. Le client vérifie dans le chariot en cours si les bons de réduction sont applicables. Il achète un produit concerné par l'offre et utilise le bon de réduction correspondant.

La remise s'affiche sur la page de règlement de la commande.

Chapitre 17. Assistant produit

La présente section décrit l'utilitaire Assistant produit et fournit une vue d'ensemble de son utilisation pour accroître les capacités de votre catalogue en ligne. Lisez cette section pour mieux comprendre le fonctionnement de l'Assistant produit et les tâches impliquées dans la création de fonctions de recherche évoluée. Pour des instructions plus complètes et détaillées sur la manière d'effectuer ces tâches, consultez l'aide en ligne de WebSphere Commerce.

L'Assistant produit permet de créer des catalogues étendus. Un catalogue étendu est un catalogue interactif qui peut générer une liste des produits les mieux adaptés aux besoins du client. Il remplace les vendeurs et les spécialistes produit, qui aident les clients à faire des recherches, à comparer et à déterminer les produits les mieux adaptés à leurs besoins.

L'Assistant produit aide les clients à trouver le bon produit aussi rapidement que possible. Si la recherche des produits désirés est accélérée et facilitée, la probabilité que l'internaute devienne un acheteur augmente.

Fonctions de recherche évoluée

Les clients interagissent avec le catalogue en utilisant des *fonctions de recherche évoluée*. Il y a trois types de fonction de recherche évoluée, chacune présentant les données catalogue de façon toute particulière :

Comparaison des produits

La fonction Comparaison des produits affiche les produits apparentés côte à côte. Les clients peuvent alors identifier les similitudes et les différences entre ces produits. Elle est lancée directement ou à partir des fonctions de recherche évoluée Exploration des produits et Assistant de ventes. Elle permet aux clients de comparer les produits sélectionnés.

Exploration des produits

La fonction Exploration des produits s'adresse aux clients déjà familiarisés avec les caractéristiques d'une catégorie de produits donnée. Le client sélectionne les valeurs de caractéristiques voulues, ce qui déclenche une recherche paramétrique sur les données relatives au produit. La fonction de recherche évoluée Exploration des produits peut être utilisée pour afficher la liste des produits correspondant aux valeurs de paramètres sélectionnées.

Assistant des ventes

La fonction Assistant des ventes s'adresse aux clients qui ne savent pas exactement où débiter la recherche. Elle présente une série de questions à choix multiples, chaque réponse déterminant la question suivante. Vous pouvez créer autant de réponses que vous voulez à une question donnée. Pour chaque réponse, vous pouvez créer une question suivante.

Au fur et à mesure que le client répond aux questions, les informations fournies par chaque réponse sont collectées. La liste des produits répondant aux besoins du client s'affine progressivement. Le client peut choisir d'afficher cette liste ou de continuer à répondre aux questions. Par défaut, les réponses à la dernière question établissent un lien à la fonction Comparaison des produits. Lorsque le client répond à la dernière question, la liste des produits concordants s'affiche automatiquement. Vous pouvez remplacer ce lien par défaut par un lien vers une fonction de recherche évoluée ou une adresse URL différente.

La fonction Assistant des ventes est la seule fonction de recherche évoluée pouvant être préparée sans catalogue préalable.

Détermination de la pertinence ou non des données de catalogue pour l'Assistant produit

Pour déterminer si votre catalogue peut être utilisé avec pertinence avec l'Assistant produit, tenez compte des points suivants :

Caractéristiques

Assurez-vous que votre catalogue possède un grand nombre de caractéristiques produit. Les fonctions de recherche évoluée incluent ou excluent les produits des listes de produits en fonction des caractéristiques produit. Pour distinguer les produits les uns des autres, chaque produit doit donc posséder une large gamme de caractéristiques.

Prenons l'exemple d'un magasin qui vend des ordinateurs, dont plusieurs caractéristiques sont définies : l'unité de CD-ROM, l'unité de disque dur, la mémoire, le système d'exploitation et le processeur. C'est sur la base de ces caractéristiques que les fonctions de recherche évoluée peuvent restreindre la sélection des produits qui conviennent au client. Par exemple, les clients peuvent indiquer qu'ils ne sont intéressés que par les ordinateurs équipés d'au moins 256 Mo de mémoire vive. Pour que les fonctions de recherche exploitent cette information, définissez une fonction correspondant à cette caractéristique (dans ce cas, la *mémoire*). En d'autres termes, identifiez et définissez les caractéristiques qui permettent aux clients de différencier les produits, avant de créer vos fonctions de recherche évoluée.

Hiérarchisation du catalogue

La hiérarchie du catalogue doit regrouper les produits possédant les mêmes caractéristiques dans la même catégorie.

Attributs de produits

La fonction Assistant produit emploie les attributs définis dans les tables de la base de données WebSphere Commerce. Utilisez un attribut par caractéristique requise par l'Assistant produit. Assurez-vous que vous utilisez le même attribut pour tous les produits (ou articles) d'une même catégorie.

Conception des questions et réponses pour la fonction de recherche évoluée Assistant des ventes

Cette fonction doit montrer toute l'étendue de vos compétences. Aussi, sollicitez, pour sa conception, la participation des vendeurs et des spécialistes produit les plus avisés.

Planification des ressources

Un développeur de catalogue doit créer la hiérarchie des catégories, ainsi que les attributs de produit et d'article. Il doit être en relation avec un spécialiste des ventes ou des produits qui sait comment les clients différencient les produits. Il regroupe les produits dotés de caractéristiques similaires dans une même catégorie. Il définit les attributs appropriés pour que les fonctions de recherche évoluée puissent réduire efficacement les listes de sélection de produits. Une fois cette hiérarchie et ces attributs définis, le développeur n'a plus qu'à créer le catalogue.

Le développeur de catalogue, le vendeur ou le spécialiste du produit peut créer l'arborescence question et réponse. Cette personne doit comprendre et prévoir les questions que les clients sont susceptibles de poser pour préciser leur recherche. Elle doit donc connaître les caractéristiques et les utilisations du produit. Par exemple, il est très utile d'organiser les questions de façon à déterminer l'usage qu'un client fera d'un produit. Ainsi, les clients n'auront pas besoin de préciser les caractéristiques voulues. Les contraintes définies en fonction des réponses sélectionnées permettent de déterminer ces caractéristiques à la place des clients. Par exemple, si un acheteur indique qu'il va utiliser son ordinateur pour des jeux contenant de nombreux graphiques, la liste ne doit afficher que des ordinateurs qui acceptent les jeux.

Les pages Assistant produit présentent les pages d'affichage à l'aide des modèles JSP. Les pages JSP sont générées dynamiquement, en fonction des demandes des clients. Le développeur de magasin qui crée des pages Assistant produit doit être familiarisé avec la création de pages JSP.

Assistant produit et Catalog Manager

Assistant produit et Catalog Manager sont deux outils avancés et complémentaires de création de catalogue.

Nous vous recommandons d'employer Catalog Manager pour créer votre catalogue, puis de développer celui-ci en créant des fonctions de recherche évoluée de l'Assistant produit. Une fois le catalogue créé à l'aide de Catalog Manager, publiez-le dans la base de données WebSphere Commerce. Lorsque vous créez un espace de recherche de l'Assistant produit à l'aide de l'utilitaire paconfig, vous préparez une catégorie qui sera utilisée par ces fonctions. Vous pouvez ensuite créer des fonctions de recherche évoluée à l'aide de l'utilitaire PABatchXML. Ces utilitaires configurent l'espace de recherche et les fonctions de recherche évoluée à partir de fichiers XML.

Statistiques de l'Assistant produit

WebSphere Commerce Accelerator fournit des rapports qui présentent les statistiques de l'Assistant produit. Vous pouvez accéder à ces rapports à partir du menu **Marchandisage**.

Statistiques Assistant produit

Cette liste permet d'afficher les statistiques du site pour toutes les fonctions de recherche évoluée de l'Assistant produit. Les statistiques sont affichées dans un tableau, accompagnées des informations suivantes : ID de catégorie, nom de catégorie, nom de fonction, compteur.

Statistiques Comparaison des produits

Cette liste permet d'afficher les statistiques du site pour toutes les fonctions de recherche évoluée de la Comparaison des produits. Les statistiques sont affichées dans un tableau, accompagnées des informations suivantes : ID de catégorie, nom de catégorie, ID des vues (nombre total de produits comparés), clics (fréquence d'obtention, par la fonction de recherche évoluée, de clics ultérieurs sur un produit).

Statistiques Exploration des produits

Cette liste permet d'afficher les statistiques du site pour toutes les fonctions de recherche évoluée de l'Exploration des produits. Les statistiques sont affichées dans un tableau, accompagnées des informations suivantes : ID de catégorie, nom de catégorie, nom de caractéristique, compteur.

Statistiques Assistant de ventes

Cette liste permet d'afficher les statistiques du site pour toutes les fonctions de recherche évoluée de l'Assistant de ventes. Les statistiques sont affichées dans un tableau, accompagnées des informations suivantes : ID de catégorie, type, ID d'arborescence, ID de concept, ID de concept parent, nom de concept.

Chapitre 18. Ventes aux enchères

Les ventes aux enchères représentent un mode de vente de plus en plus populaire dans les transactions en ligne. Elles permettent de négocier et de fixer de façon dynamique le prix et les autres modalités de vente de produits et de services. WebSphere Commerce vous fournit les outils permettant de créer et de gérer des ventes aux enchères sur votre site. Le composant de vente aux enchères fournit un environnement idéal pour l'implémentation de ventes aux enchères de petite à moyenne échelle dans le cadre de votre solution e-commerce. Pour vous familiariser avec les ventes aux enchères et les composants associés, aidez-vous du modèle de magasin WebAuction.

La création et la gestion d'une vente aux enchères WebSphere Commerce est simple. Vous pouvez utiliser les styles de ventes aux enchères fournis par le système ou créer des styles personnalisés. Les styles de ventes aux enchères comprennent des valeurs prédéfinies pour les zones d'entrée et permettent de réduire la durée nécessaire à la création des ventes aux enchères.

Les ventes aux enchères WebSphere Commerce sont sécurisées. Dans les centres commerciaux, les commerçants ou les administrateurs d'un magasin ne sont pas autorisés à créer ou à modifier les ventes aux enchères d'un autre magasin. Les utilisateurs habilités peuvent afficher les offres. Par défaut, les utilisateurs exerçant le rôle de vendeur ou de responsable produit peuvent afficher les offres. Seuls les clients enregistrés connectés au site peuvent soumettre des offres. Le système chiffre toute information sensible.

Les fonctions de recherche à attributs multiples vous permettent de rechercher des ventes aux enchères spécifiques. Vous pouvez rechercher des ventes aux enchères par magasin, par type ou par produit. Vous pouvez également rechercher des styles de ventes aux enchères et des règles de contrôle des offres.

A l'aide des groupes de discussion, le représentant du service clientèle peut consulter les messages des clients sur une vente aux enchères et y répondre. Utilisez ces groupes de discussion pour fournir aux clients des informations complémentaires sur le produit mis aux enchères, sur les règles régissant ces ventes ou sur les ventes à venir.

Implémentation d'une vente aux enchères

La section suivante décrit brièvement l'implémentation d'une vente aux enchères dans WebSphere Commerce. Avant la première utilisation des ventes aux enchères, vous devez activer les travaux du planificateur de ventes aux enchères. Le planificateur appelle les instructions qui traitent les messages et les offres des ventes aux enchères. Il doit être configuré et lancé. Si vous utilisez Payment Manager, celui-ci doit être actif avec les ventes aux enchères. Les développeurs de magasins ne doivent pas modifier les fichiers JSP d'exemples de ventes aux enchères à l'aide de WebSphere Commerce Studio, sinon ils peuvent obtenir des résultats imprévus. Ils doivent plutôt employer Wordpad ou un autre éditeur de texte.

Fonctions pour les participants à une vente aux enchères

L'illustration ci-après présente la page des ventes aux enchères en cours pour le modèle de magasin WebAuction. Les actions que les participants peuvent effectuer sont décrites dans la liste qui suit.

Nom du produit	Quantité	Type de vente aux enchères (Meilleure offre) (Afficher toutes les offres)	Limite de soumission de l'offre	Créer ou modifier vos enchères
Chemise sport à manches courtes Règles de vente aux enchères	100	A cri public (€ 0,00) (Afficher toutes les offres)	28 octobre 2001 15:00:00	Nouvelle enchère Nouvelle offre automatique Vos enchères
Bomber Règles de vente aux enchères	50	Sous pli scellé	26 octobre 2001 19:00:00	Nouvelle enchère Vos enchères
Pantalon à revers Règles de vente aux enchères	20	Enchères au rabais (Afficher toutes les offres)	31 octobre 2001 20:00:00	Nouvelle enchère Vos enchères
Short de marche Règles de vente aux enchères	66	A cri public (€ 0,00) (Afficher toutes les offres)	10 novembre 2001 12:00:00	Nouvelle enchère Nouvelle offre automatique Vos enchères

Le produit * a un prix de réserve

Niveau du site

Les ventes aux enchères s'effectuent au niveau du site. Un client enregistré peut sélectionner le magasin dont il souhaite afficher les ventes aux enchères.

Offres automatiques

Les participants peuvent soumettre des offres automatiques dans les ventes à cri public. Pour ce faire, ils configurent les offres automatiques en précisant, notamment, la valeur maximale de l'enchère.

Galerie de ventes aux enchères

La galerie de ventes aux enchères affiche les ventes aux clients. Ces derniers peuvent ajouter ou supprimer des enchères de la galerie. La galerie comprend les ventes aux enchères ajoutées par le client afin que celui-ci puisse suivre ou participer à ces ventes. La vente aux enchères est ajoutée à la galerie lorsque le client soumet une offre.

Messages de notification de vente aux enchères

Les participants reçoivent des messages de notification d'événements, par exemple lorsqu'ils remportent une vente aux enchères. Si les clients ne lisent pas le message dans le délai défini, ils reçoivent automatiquement un message électronique contenant la même information.

Groupes de discussion

Les clients peuvent communiquer avec le magasin par le biais de groupes de discussion spécialisés dans les ventes aux enchères.

Types de vente aux enchères

WebSphere Commerce fournit trois types de vente aux enchères :

A cri public

Les ventes à cri public reposent sur le principe des ventes aux enchères publiques. Chacun peut voir les offres soumises. Les ventes aux enchères à cri public prévoient généralement un bref temps de réponse entre la dernière enchère et la clôture de la vente par l'administrateur. Ces ventes aux enchères réunissent des acheteurs potentiels simultanément et leur permettent de surenchérir rapidement. Si nécessaire, l'administrateur peut prolonger le délai entre la dernière offre et la clôture de la vente aux enchères. Les clients ont alors davantage de temps pour répondre et soumettre leurs offres.

Sous pli scellé

Les ventes aux enchères sous pli scellé à un tour reposent sur un système d'enchères privées. Les participants soumettent une offre, connue uniquement d'eux-mêmes et de l'administrateur. La vente aux enchères prend fin à la date limite de soumission des offres. L'administrateur détermine les gagnants et les perdants de la vente aux enchères. Utilisez les ventes sous pli scellé lorsque les participants n'ont pas la possibilité de surenchérir immédiatement. Les caractéristiques des ventes sous pli scellé sont les suivantes :

- anonymat des offres émises,
- long délai de soumission permettant aux enchérisseurs de réunir des informations, de prendre des décisions et de préparer leur offre.

Au rabais

Dans une vente au rabais, l'administrateur annonce un prix et demande aux participants si l'un d'entre eux souhaite conclure la vente à ce prix. Dans les ventes à cri public et sous pli scellé, les participants proposent

des prix. La vente débute à une mise à prix élevée, puis l'administrateur baisse le montant de l'offre jusqu'à ce que le nombre d'enchérisseurs soit suffisant pour écouler le stock.

Dans tous les types de ventes, l'interaction a lieu entre votre magasin et les clients, et non entre les clients.

Contrairement aux ventes classiques qui ont lieu successivement, plusieurs ventes aux enchères WebSphere Commerce peuvent être organisées simultanément.

Styles de ventes aux enchères

Le style de vente aux enchères sert de modèle à la vente. Au lieu de renseigner toutes les zones à chaque création de vente aux enchères, vous pouvez créer un style de vente aux enchères par défaut, que vous utilisez ensuite pour renseigner certaines zones.

Un style de vente aux enchères doit inclure toutes les zones obligatoires. Ensuite, vous pouvez créer la vente aux enchères par l'entrée des détails sur le produit. Pour ce faire, vous utilisez l'assistant de vente aux enchères.

Sélectionnez l'option **Styles de ventes aux enchères** du menu

 **Marchandisage**  **Produits** pour afficher la liste des styles de ventes aux enchères.

Règles des ventes aux enchères

Chaque vente aux enchères est régie par un ensemble de règles. Les participants doivent prendre connaissance de celles-ci avant de participer à une vente. Les règles de vente aux enchères précisent les informations suivantes :

- Type de vente, nom du produit et quantité.
- Prix de réserve pour la vente aux enchères (éventuellement).
- Acompte. Les gagnants qui n'acceptent pas les articles vendus aux enchères perdent leur acompte. La base de données enregistre les acomptes lorsqu'un client soumet une offre, mais Payment Manager ne les traite pas. Si vous souhaitez les traiter, vous devez définir le processus dans le code des fichiers correspondants.
- Date et heure de début de la vente aux enchères.
- Conditions régissant la clôture de la vente (date et heure de fin de la vente).
- Règles de contrôle des offres régissant la vente (montant minimal, quantité, et incrément de l'offre). Elles s'appliquent aux ventes à cri public et sous pli

scellé. Pour plus d'informations, reportez-vous à la section «Définition des règles de contrôle des offres» à la page 225.

- Modes d'adjudication de la vente.

Lorsque plusieurs produits sont mis aux enchères, la vente peut être associée à plusieurs gagnants. Les offres gagnantes peuvent concerner des valeurs différentes. Les modes d'adjudication entrent en vigueur si plusieurs articles sont mis aux enchères, ou que la quantité disponible ne correspond pas à la quantité minimale de l'offre. Les ventes aux enchères WebSphere Commerce prennent en charge deux modes d'adjudication :

Discriminatoire

Les gagnants paient le montant exact qu'ils ont proposé.

Non discriminatoire

Les gagnants paient le prix proposé par le moins-disant.

Les ventes à cri public ou sous pli scellé doivent utiliser le mode d'adjudication discriminatoire ou non discriminatoire.

- Commentaires supplémentaires sur la vente aux enchères. Entrez vos commentaires dans les zones de description abrégée ou détaillée, sur la page des règles. Les informations que vous ajoutez sont communiquées aux enchérisseurs.

En cas de modification des règles pendant une vente aux enchères, les enchérisseurs doivent prendre connaissance des nouvelles règles avant de soumettre leur offre ou de la mettre à jour. Les offres soumises avant la modification des règles ne sont pas concernées. Elles peuvent toujours remporter la vente.

Définition des règles de contrôle des offres

Pour définir des règles de contrôle des offres, sélectionnez l'option **Règles d'enchères** du menu  **Marchandisage**  **Produits**. La page Règle de contrôle des offres s'affiche.

Sur la page Règle de contrôle des offres, consultez les règles de contrôle des offres disponibles pour les ventes aux enchères (par exemple, le nom et la description de la règle, la valeur et la quantité minimales des offres). Vous pouvez créer, modifier et supprimer des règles de contrôle des offres à partir de cette page.

Gestion des ventes aux enchères pour le site

Une fois qu'une vente est créée, vous pouvez la visualiser, la modifier, la retirer ou la fermer. Vous pouvez également visualiser les offres soumises et retirer celles en cours. La gestion des ventes aux enchères inclut également les fonctions liées aux groupes de discussion. Vous pouvez répondre aux questions des clients, envoyer des informations complémentaires et retirer des messages individuels ou des séquences complètes de discussion.

Sélectionnez le menu  **Marchandisage**  **Produits** pour afficher la page Vente aux enchères du magasin.

La page Ventes aux enchères présente les informations suivantes : ID de vente aux enchères, type, état, produits et quantité de produits. A partir de la liste affichée, vous pouvez effectuer d'autres actions :

- création d'une vente aux enchères,
- modification d'une vente aux enchères,
- affichage d'un récapitulatif de vente aux enchères,
- retrait d'une vente aux enchères,
- gestion des groupes de discussion sur les ventes aux enchères,
- gestion des offres,
- clôture des offres,
- recherche de ventes aux enchères.

Création d'une vente aux enchères

Sélectionnez l'option **Ventes aux enchères** du menu  **Marchandisage**  **Produits** pour afficher la liste des ventes aux enchères en cours. A partir de cette liste, cliquez sur **Nouvelle** pour lancer l'assistant des ventes aux enchères.

Cet assistant permet de créer des ventes aux enchères. Précisez les informations suivantes : type de vente aux enchères, produits mis en vente, dates de début et de fin, prix et modèle d'affichage. Vous pouvez éventuellement inclure des règles de contrôle des offres pour les ventes à cri public et sous pli scellé. Les règles de contrôle des offres définissent la valeur et la quantité minimales de l'offre, ainsi que les incréments de valorisation. Les règles de contrôle des offres sont utilisables lorsqu'elles ont été prédéfinies. Pour plus d'informations, reportez-vous à la section «Définition des règles de contrôle des offres» à la page 225.

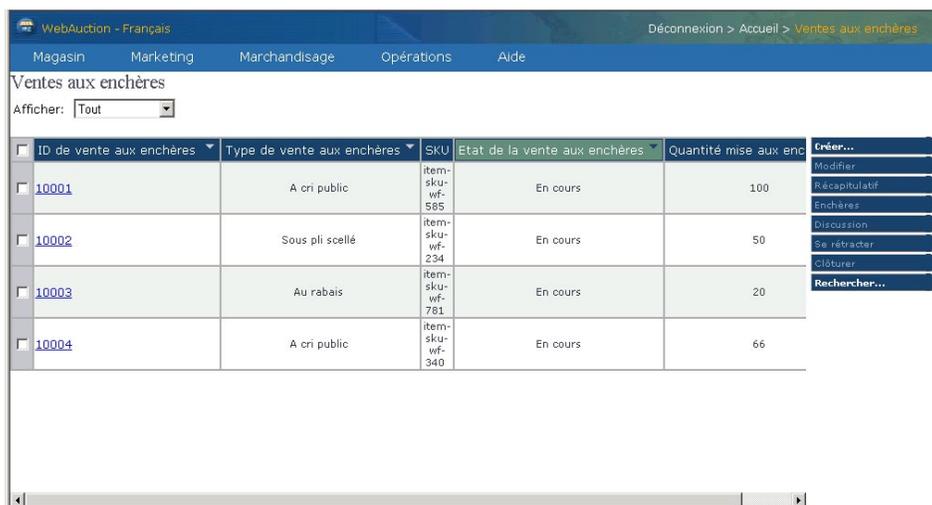
Recherche d'une vente aux enchères

Sélectionnez l'option **Recherche de ventes aux enchères** du menu  **Marchandisage**  **Produits** pour rechercher une vente en fonction de l'ID de vente aux enchères, de la référence SKU ou du type de vente aux enchères.

La page Ventes aux enchères présente les ventes aux enchères disponibles. A partir de la liste affichée, vous pouvez effectuer d'autres tâches comme la création, la modification ou le retrait de ventes aux enchères.

Gestion des ventes aux enchères pour les clients

En général, les représentants du service clientèle gèrent les ventes aux enchères pour les clients. Pour effectuer des tâches liées aux ventes aux enchères pour le compte de clients, par exemple, le retrait d'offres et la gestion des groupes de discussion, sélectionnez l'option **Ventes aux enchères** du menu **B2C Opérations** ou **B2B Ventes**. La liste des ventes aux enchères s'affiche.



ID de vente aux enchères	Type de vente aux enchères	SKU	Etat de la vente aux enchères	Quantité mise aux enchères	
10001	A cri public	item-sku-wf-585	En cours	100	Créer... Modifier Récapitulatif Enchères
10002	Sous pli scellé	item-sku-wf-234	En cours	50	Discussion Se rétracter Clôturer
10003	Au rabais	item-sku-wf-781	En cours	20	Rechercher...
10004	A cri public	item-sku-wf-340	En cours	66	

Cette page permet d'afficher des détails sur les ventes aux enchères, notamment les informations suivantes :

- l'ID de ventes aux enchères, qui permet d'identifier de manière unique une vente aux enchères,
- le type de vente aux enchères, par exemple une vente au rabais, à cri public ou sous pli scellé,
- la référence SKU, qui identifie de façon unique le produit mis aux enchères,
- l'état de la vente aux enchères,
- la quantité des produits mis aux enchères.

Vous pouvez également effectuer les tâches suivantes à partir de cette page :

- recherche de ventes aux enchères,
- affichage de ventes aux enchères,
- retrait d'offres pour les clients,
- création et gestion de groupes de discussion pour les clients.

Chapitre 19. Rapports et solutions d'aide à la décision

Le présent chapitre décrit les possibilités de génération de rapports et les solutions d'aide à la décision de WebSphere Commerce. WebSphere Commerce fournit des rapports qui contiennent des informations relatives aux événements de campagne et à l'utilisation de l'Assistant produit. WebSphere Commerce Analyzer, composant optionnel de WebSphere Commerce, offre des possibilités d'aide à la décision plus puissantes.

Pour visualiser des rapports, connectez-vous à WebSphere Commerce Accelerator, puis sélectionnez l'option **Rapports sur les solutions d'aide à la décision** du menu **Magasin**. Les rapports que vous pouvez visualiser dépendent de votre rôle.

Rapports WebSphere Commerce

Le moniteur d'événements marketing (Marketing Event Monitor) collecte des statistiques à l'aide de simples compteurs de la base de données WebSphere Commerce, qui s'incrémentent chaque fois qu'un événement de déclenchement se produit. Des statistiques sont collectées pour les événements suivants :

- Événements de campagne, y compris impressions et clics.
Une impression se produit chaque fois qu'une initiative de campagne particulière s'affiche pour un client. Chaque initiative entraîne l'affichage d'une publicité ou d'une incitation à l'achat. Un clic se produit chaque fois qu'un client clique sur le contenu affiché pour obtenir plus d'informations. Afin d'enregistrer les clics, le développeur de magasin doit associer la commande ClickInfo à un contenu dynamique. Le moniteur d'événements marketing enregistre les initiatives de campagne et affiche des emplacements e-marketing. Vous pouvez ainsi plus facilement cibler vos campagnes publicitaires ou vérifier si certaines de vos publicités sont vues.
- Utilisation de l'Assistant produit par les clients.
Des statistiques sont conservées pour chacune des trois fonctions de recherche évoluée sur catalogue, de sorte que leur efficacité respective peut être comparée.

Le moniteur d'événements marketing compile également un journal détaillé des événements de campagne générés pendant l'utilisation du site. Chaque fois qu'un événement de campagne se produit, le journal enregistre la page demandée, les emplacements e-marketing affichés et les initiatives utilisées pour générer le contenu. Ce journal est enregistré dans la table CPGNLOG de

la base de données WebSphere Commerce. WebSphere Commerce Analyzer génère des rapports basés sur les données collectées.

Les sections suivantes décrivent les différents rapports :

- «Rapports de stock» à la page 149.
- «Rapports de gestion des produits» à la page 162.
- «Rapports de gestion des comptes» à la page 193.
- «Rapports de gestion des contrats» à la page 193.

Solutions d'aide à la décision

Toute entreprise commerciale collecte une grande quantité de données liées aux opérations quotidiennes, telles que les commandes, les comptes fournisseurs, le stock et les clients.

Savoir consolider et analyser ces données afin de prendre de meilleures décisions commerciales constitue un réel avantage concurrentiel. Par exemple, un gros fabricant détaillant d'une chaîne de magasins de vêtements peut personnaliser ses stocks pour les adapter aux préférences locales, une banque peut déterminer les services qui lui permettront de retenir ses clients et un directeur des ventes peut cerner des points de dysfonctionnement dans des secteurs géographiques.

Les solutions d'aide à la décision vous permettent de prendre de meilleures décisions commerciales en vous appuyant sur vos données d'actif. Elles vous donnent accès aux données adéquates, vous permettent d'analyser les informations sous-jacentes à ces données et d'utiliser ces informations pour prendre les décisions appropriées.

La solution d'aide à la décision de WebSphere Commerce se nomme WebSphere Commerce Analyzer.

WebSphere Commerce Analyzer

WebSphere Commerce Analyzer fournit des rapports prédéfinis relatifs aux activités de marketing et d'achat au niveau du magasin. Vous pouvez utiliser ces rapports pour assurer votre succès commercial. Il est impossible de personnaliser les rapports.

WebSphere Commerce Analyzer crée et gère un magasin de données qui contient les informations requises pour générer des rapports relatifs au magasin. Le magasin de données est créé sur le serveur WebSphere Commerce Analyzer, installé à l'aide du programme d'installation de WebSphere Commerce Analyzer. Le magasin de données est une base de données relationnelles IBM DB2. Il contient des informations provenant des serveurs de base de données WebSphere Commerce. IBM DB2 fournit les

outils nécessaires à l'administration d'une base de données. Le programme d'installation installe également l'outil de génération de rapports, Brio Broadcast Server, fourni par Brio Technology en tant qu'élément de Brio Enterprise Server 6.2. L'outil de génération de rapports Brio Broadcast Server génère les rapport commerciaux.

Les rapports commerciaux contiennent des informations relatives à l'efficacité des campagnes, ainsi que des informations sur les ventes et sur les clients qui fréquentent le magasin. Ces rapports vous aideront à prendre des décisions concernant la stratégie commerciale à appliquer et les produit vendus dans le magasin. Les rapports commerciaux sont accessibles depuis WebSphere Commerce Accelerator.

Après l'installation, vous pouvez programmer la génération quotidienne de rapports. Par exemple, chaque soir à minuit ou à tout autre moment de faible activité dans le magasin.

WebSphere Commerce Analyzer, qui vous permet de consulter des informations sur un magasin, prend en charge plusieurs langues, environnements locaux et devises. Cependant, les rapports WebSphere Commerce Analyzer ne sont générés que dans une langue, un environnement local et une devise.

Les rapports commerciaux fournissent des informations détaillées sur le site. Ils incluent des informations extraites vers un magasin de données situé sur une machine distante et analysées afin de produire des informations très précises. Ces rapports ne sont disponibles que si l'administrateur de site a installé et configuré WebSphere Commerce Analyzer. Pour plus d'informations sur les procédures d'installation, reportez-vous au document *WebSphere Commerce Analyzer Installation and Configuration Guide*. L'administrateur de site doit en outre activer les composants UserTrafficEventListener et CampaignRecommendationListener. Pour plus d'informations sur l'utilisation de WebSphere Commerce Analyzer, reportez-vous au document *WebSphere Commerce Analyzer Installation and Configuration Guide*.

Le tableau qui suit répertorie les rapports d'activités commerciales. La plupart de ces rapports sont disponibles sous forme de tableau ou de diagramme à barres ; certains ne le sont que sous forme de tableau. Les rapports que vous pouvez visualiser dépendent de votre rôle.

Attribut	Dimensions/Information	Description
Impressions affichées	Campagne Initiative Emplacement e-marketing Période 10 premières Secteur Total absolu d'impressions affichées	Ce rapport analyse la fréquence à laquelle un contenu personnalisé est affiché pour l'utilisateur.
Impressions cliquées	Campagne Initiative Emplacement e-marketing Période 10 premières Secteur Total absolu d'impressions affichées Total absolu d'impressions cliquées Taux de clics	Ce rapport analyse la fréquence à laquelle un utilisateur clique sur un contenu personnalisé. Ce rapport permet de déduire que le client est intéressé par le contenu proposé.
Impressions cliquées suivies de commandes	Campagne Initiative Emplacement e-marketing Période 10 premières Secteur Total absolu d'impressions affichées Total absolu d'impressions cliquées suivies de commandes	Ce rapport analyse la fréquence à laquelle un contenu personnalisé (par ex. une recommandations sur un produit) a été affiché par un client, puis activé par un clic du client et suivi d'une commande/vente du produit.

Attribut	Dimensions/Information	Description
Impressions suivies d'un abandon des produits (unités abandonnées)	Campagne Initiative Emplacement e-marketing Période 10 premières Total absolu d'impressions cliquées Total absolu d'abandons	Ce rapport analyse la fréquence à laquelle une impression est suivi d'un abandon du produit dans le chariot. Il indique une perte de demande.
Ventes de produits - recettes	Période 10 premières/dernières	Ce rapport analyse les recettes de ventes de produits.
Ventes de produits - unités vendues	Période 10 premières/dernières	Ce rapport analyse le volume de ventes de produits.
Produits abandonnés	Période 10 premières	Ce rapport analyse les produits abandonnés dans le chariot. Il indique une perte de demande.
Récapitulatif des commandes - volume	Période	Ce rapport analyse le volume de commandes sur une période donnée.
Valeur à la vente et unités vendues	Secteur Période Démographique par tranche d'âge Démographique par tranche de revenus Démographique par sexe Démographique par situation familiale Compte/Contrat (valeur de vente)	Ce rapport analyse les recettes et le volume des ventes pour les critères fournis.

Annexe. Aide

Lorsque vous utilisez la gamme IBM WebSphere Commerce pour créer un magasin, vous vous servez d'un certain nombre de produits associés. La présente annexe décrit les types d'informations qui sont fournies avec cette famille de produits, et indique où les trouver.

Aide de WebSphere Commerce

Vous pouvez également télécharger une version actualisée des publications et de l'aide en ligne à partir de la bibliothèque technique (page Technical Library) du site Web WebSphere Commerce, à l'adresse suivante :

 ibm.com/software/webservers/commerce/wcs_pro/lit.html

 ibm.com/software/webservers/commerce/wc_be/lit.html

Informations d'installation et de configuration

Un guide d'installation est inclus dans WebSphere Commerce. Il décrit comment installer et configurer WebSphere Commerce.

Un guide d'installation est également inclus dans Commerce Studio. Il décrit comment installer et configurer Commerce Studio.

Informations de programmation

Le document *IBM WebSphere Commerce Programmer's Guide, version 5.4* est fourni avec WebSphere Commerce. Il décrit les concepts et l'architecture, fournit un modèle aux programmeurs, explique le cycle de vie du développement et propose des exemples de personnalisation de l'environnement d'e-commerce.

Aide en ligne

Le système d'aide en ligne de WebSphere Commerce est accessible à partir de MS Internet Explorer, version 5.5, sur un poste Windows (il ne fonctionnera pas correctement à partir d'un navigateur Netscape), par l'une des méthodes suivantes :

- A partir de l'adresse suivante :
http://nom_hôte/wchelp/, *nom_hôte* correspondant au nom de votre machine WebSphere Commerce.

Si l'aide en ligne de WebSphere Commerce n'est pas installée, reportez-vous au *guide d'installation* qui contient les instructions d'installation du composant Documentation.

-  A partir du menu **Démarrer**, en sélectionnant successivement les options suivantes :
Démarrer -> **Programmes** -> **IBM WebSphere Commerce** -> **Documentation**

Versions imprimables de l'aide en ligne

Certaines parties de l'aide en ligne de WebSphere Commerce sont disponibles sous forme de fichiers PDF, que vous pouvez obtenir à partir de la page Technical Library.

Aide de Commerce Studio

IBM WebSphere Commerce Studio, Developer et Professional Developer Editions (également appelés Commerce Studio) intègrent plusieurs outils de développement de site dans un environnement de développement unique. Par conséquent, les informations d'aide sont accessibles en différents points. La présente section décrit les différents types d'informations auxquels vous pouvez vous reporter lors de l'utilisation de Commerce Studio.

Aide en ligne

L'aide en ligne de Commerce Studio a été fusionnée avec celle de WebSphere Commerce. Une copie de WebSphere Commerce doit être installée sur la même machine que Commerce Studio. Pour plus d'informations sur l'accès à l'aide en ligne de WebSphere Commerce, reportez-vous à la section «Aide en ligne» à la page 235.

Glossaire

A

accord de partage de stock : Accord selon lequel un magasin partage ses réceptions de stock avec un autre magasin pour l'affectation du stock.

acheteur : L'acheteur est le premier contact des fournisseurs. Il est chargé des opérations suivantes : négociations et passation des commandes, suivi du stock, décisions d'achat, suivi des entrées et enregistrements de stock prévus, analyse des retours.

actifs de magasin : Partie du magasin en ligne pouvant être vue par les clients au cours de leur navigation. Les actifs de magasin sont composés des pages HTML, des fichiers JSP, des feuilles de style, des images, des graphiques et d'autres types de fichier multimédia. S'oppose à *logique commerciale back-office*.

▶ **B2B** **action soumise à validation :**

Commande ou groupe de commandes appelé par un utilisateur et ne pouvant pas être exécuté sans l'accord préalable d'un valideur de l'entreprise.

activer : (1) Lancer un programme de marchandisage tel qu'une offre de remise.
(2) Transférer un bean d'entreprise d'un support auxiliaire à la mémoire.

▶ **B2B** **administrateur d'entreprise :** Dans WebSphere Commerce, représentant d'une entreprise membre qui établit les flux d'acceptation et attribue les rôles aux utilisateurs de l'entreprise.

administrateur de site : Rôle défini dans WebSphere Commerce et chargé de l'installation, de la configuration et de la gestion de WebSphere Commerce ainsi que des logiciels et matériel associés. L'administrateur de site réagit aux avertissements, alertes et erreurs provenant du système ; il effectue un diagnostic et résout

les incident système. En général, ce rôle contrôle les accès et les autorisations, administre le site Web, suit les performances et gère les tâches de répartition de la charge.

adresse IP : Adresse unique sur 32 bits qui représente dans le réseau Internet l'emplacement de chaque unité ou poste de travail. Par exemple, 9.41.41.103 est une adresse IP.

affectation du stock : Affectation à une commande du stock disponible dans un centre de distribution. A ne pas confondre avec la réservation, qui répond à des règles plus strictes et ne s'applique généralement pas aux commandes. S'oppose à *affectation du stock prévu*.

affectation du stock prévu : Affectation à une commande du stock devant être reçu au centre de distribution. Les informations relatives au stock prévu figurent généralement dans un enregistrement de stock prévu. S'oppose à *affectation du stock*.

annulation : Suppression des modifications apportées à des fichiers de base de données soumis à un contrôle de validation depuis la dernière frontière de validation. Retour à un état antérieur stable.

applet : Programme d'application écrit en langage Java, qui peut être téléchargé à partir d'un serveur Web et exécuté par un navigateur Web. La référence à une applet figure dans le marquage d'une page Web, comme pour un fichier graphique, et le navigateur extrait l'applet de la même manière que ce type de fichier. Pour des raisons de sécurité, les droits d'accès d'une applet sont limités de deux façons : l'applet ne peut pas accéder au système de fichiers du client qui l'utilise et les communications sur le réseau sont limitées au serveur à partir duquel elle a été téléchargée. S'oppose à *servolet*.

application : En programmation Java, programme Java autonome et indépendant qui comporte une méthode principale statique. Il ne nécessite aucun afficheur d'applet. S'oppose à *applet*.

archive de magasin : Fichier condensé contenant tous les actifs (y compris les actifs de fichier et les informations de base de données) nécessaires pour créer un magasin. La publication de l'archive de magasin sur un serveur WebSphere Commerce entraîne la création d'un magasin opérationnel. Voir *SAR*.

article : Entité désignée par un numéro ou une référence SKU. Tous les articles liés à un produit donné présentent le même ensemble d'attributs et se distinguent les uns des autres par les valeurs de ces attributs. Un article ne doit pas être obligatoirement associé à un produit. Si aucun attribut n'identifie un article, alors aucun produit ne lui est associé.

article de lot : Article vendu comme faisant partie d'un lot.

article retenu : Article désigné par un client pour un achat récurrent ou potentiel. Un article retenu est stocké avec des informations de quantité, mais non de prix. Les articles retenus constituent une liste d'articles.

ASCII (American Standard Code for Information Interchange) : Système de codage normalisé qui désigne les caractères par des valeurs binaires. Ce système est utilisé pour l'échange d'informations dans les systèmes de traitement et de communication des données, ainsi que pour les équipement associés. Le jeu de caractères ASCII représente tous les caractères de l'alphabet anglais ainsi que les caractères spéciaux à l'aide des valeurs numériques comprises entre 0 et 127. La plupart des systèmes PC utilisent un code ASCII étendu à 8 bits comportant 128 caractères supplémentaires et permettant de représenter des symboles spéciaux, des caractères nationaux et des graphiques. Les systèmes d'exploitation fondés sur UNIX et DOS (à l'exception de Windows NT) utilisent le code ASCII pour les fichiers texte. Windows NT utilise une norme plus récente, Unicode. Les

programmes de conversion permettent aux différents systèmes d'exploitation de faire passer un fichier d'un code à l'autre.

association de marchandisage : Association de deux articles du catalogue pour des opérations de vente. Par exemple, un appareil photo peut avoir une association de marchandisage de type "nécessite" avec un jeu de piles et une chemise particulière en avoir une de type "va avec" avec un pantalon déterminé.

assortiment : Regroupement, dans un contexte déterminé, de produits qui ne présentent pas de caractéristiques communes précises. Les assortiments sont généralement utilisés à des fins de marchandisage. Par exemple, regroupements effectués par thème : fêtes de Noël, Pâques, etc.

attribut : Caractéristique d'un article dans un magasin en ligne. Par exemple, une couleur ou une taille. Un article peut avoir plusieurs attributs.

attribut de caractéristique : Spécifie le mode de présentation aux clients des informations sur les produits. Par exemple, les caractéristiques comportant des descriptions numériques peuvent être affichées au client dans l'ordre croissant ou décroissant.

B2B

attributs personnalisés : Dans le mécanisme de transaction correspondant aux demandes de devis, liste d'attributs créée par une entreprise vendeuse et devant être utilisée par un acheteur lorsque celui-ci envoie une demande de devis à cette entreprise. Outre les attributs prédéfinis fournis par le vendeur, les acheteurs doivent indiquer des attributs spécifiques dans les zones d'attributs spécifiées.

automate fini : Dans WebSphere Commerce, l'automate fini met en application la validité des actions utilisateur, suit l'exécution des actions dans une instance du processus métier et fournit à l'interface utilisateur d'exécution la liste des actions d'une instance de ce processus métier. Ce faisant, il permet la configuration et l'exécution des étapes successives du processus de gestion des travaux.

autorisation de retour de marchandise :

Autorisation accordée par un vendeur à un client, lui permettant de retourner des produits commandés auprès d'un magasin et de recevoir un avoir, un remboursement ou un produit de remplacement. Il peut arriver que le vendeur ne soumette pas le dédommagement du client au retour des marchandises.

autorité de certification (AC) : Organisme délivrant des certificats. L'AC authentifie l'identité du propriétaire d'un certificat et les services pouvant être utilisés par cette personne, délivre de nouveaux certificats, renouvelle des certificats existants et révoque les certificats appartenant à des utilisateurs qui n'ont plus le droit de les utiliser.

avec état : Qualifie un système ou un processus qui suit l'état de l'interaction. S'oppose à *sans état*.

avis de réception de stock ad hoc :

Enregistrement de stock physique parvenu à un centre de distribution spécifique à un moment donné, mais n'entrant pas dans le cadre du stock prévu.

B

base de données WebSphere Commerce : Base de données contenant les données d'exploitation de magasins en ligne.

B2B (business-to-business) : Les logiciels d'e-commerce B2B permettent de créer des sites Web pour l'échange de produits, de services ou d'informations entre entreprises. Généralement, les transactions B2B s'opèrent entre acheteurs, fournisseurs, fabricants, revendeurs, distributeurs et partenaires commerciaux. S'oppose à *B2C*.

B2C (business-to-consumer) : Les logiciels d'e-commerce B2C permettent de créer des sites Web pour l'échange de produits, de services ou d'informations entre des entreprises et des clients. Il s'agit de la partie vente au détail de l'e-commerce. S'oppose à *B2B*.

bean : Définition ou instance d'un composant JavaBeans. Voir *Java bean*.

bean de données : Type de bean Java qui est placé dans un fichier JSP. Un bean de données représente les données auxquelles peut accéder le développeur de magasin. Ces beans peuvent être associés à des instructions appelées lorsque la page JSP instancie le bean de données au moment de l'exécution.

bean d'entité : Bean d'entreprise qui contient des données rémanentes et qui peut être sauvegardé dans différents magasins de stockage de données rémanentes. Chaque bean d'entité possède sa propre identité. Il existe deux types de beans d'entité : les beans d'entité CMP (persistance gérée par conteneur) et les beans d'entité BMP (persistance gérée par bean). S'oppose à *bean de session*.

bean d'entreprise : Objet non visuel conforme à l'architecture Enterprise JavaBeans. Les beans d'entreprise sont déployés dans un conteneur EJB et s'exécutent sur un serveur EJB. Il en existe deux types : les beans de session et les beans d'entité.

bean de session : Bean d'entreprise d'une durée de vie relativement courte. Il en existe deux types : les *beans de session avec état* et les *beans de sessions sans état*. S'oppose à *bean d'entité*.

bean de session avec état : Bean d'entreprise de session qui agit pour le compte d'un seul client et met à jour des informations de session spécifiques du client (appelées état conversationnel) concernant plusieurs appels de méthodes et transactions. S'oppose à *bean de session sans état*.

bean de session sans état : Bean d'entreprise de session qui ne gère aucun état conversationnel. Ces beans sont regroupés dans un conteneur. S'oppose à *bean de session avec état*.

bean d'instruction : Bean Java contenant la logique de programmation nécessaire au traitement d'une demande déterminée. Les instructions WebSphere Commerce sont conformes au modèle de programmation des instructions WebSphere. Il existe quatre types d'instructions : les *instructions de contrôle*, les

instructions d'activité, les instructions de bean de données et les instructions de visualisation.

beaninfo : (1) Classe Java fournissant des informations explicites sur les propriétés, les événements et les méthodes d'une classe de bean. (2) Dans l'environnement IDE de VisualAge for Java, page de l'afficheur de classes fournissant des informations sur les beans.

bean Java : Composant logiciel réutilisable conforme aux spécifications JavaBeans de Sun Microsystems, Inc. Les beans appliquent des modes standard pour la mise en œuvre de leurs propriétés, méthodes et événements, afin qu'ils puissent être examinés et manipulés par des programmes. WebSphere Commerce et Commerce Studio comprennent un certain nombre de beans spécifiques de WebSphere Commerce que vous pouvez utiliser pour ajouter des informations dynamiques aux pages de magasin créées à l'aide de la technologie JSP (JavaServer Pages).

beans d'accès : Encapsuleurs de beans d'entreprise généralement utilisés par des programmes client. Les beans d'accès éliminent la complexité liée aux interfaces locales et distantes. Ces beans sont générés par les outils fournis avec VisualAge for Java. Les commandes WebSphere Commerce utilisent des beans d'accès pour faciliter les opérations sur les bases de données.

beans WebSphere Commerce : Ensemble de beans Java fourni avec WebSphere Commerce et Commerce Studio, permettant d'accéder aux informations contenues dans les tables de base de données. Lorsque vous créez des pages de magasin à l'aide de ces beans, vous pouvez afficher les informations qui sont fréquemment modifiées, comme c'est le cas pour les listes de catégories ou de produits, ou pour les prix de ces derniers.

BMP : Voir *persistence gérée par bean*.

bordereau de préparation : Document imprimé contenant la liste de tous les produits requis pour la distribution des lancements de préparation d'un lot de bordereaux de

préparation. Ce document permet aux préparateurs de commande de regrouper les produits devant être emballés et expédiés pour tous les lancements de préparation du lot de bordereaux de préparation.

C

campagne : Série d'opérations planifiées, incluant notamment la publicité et les techniques de vente suggestive (ou d'incitation à l'achat), qui sont réalisées pour atteindre un ensemble défini d'objectifs commerciaux. Dans WebSphere Commerce Accelerator, les campagnes permettent de coordonner et de regrouper des initiatives de campagne.

carnet d'adresses : Ensemble d'adresses d'expédition et de facturation associé à un client. Ce carnet est pratique lorsqu'un client achète plusieurs articles et les fait livrer à des adresses différentes.

cas d'utilisation : Dans WebSphere Commerce, affiche le cheminement de chaque interaction de l'utilisateur dans le modèle de magasin et sert de modèle pour créer votre propre magasin.

catalogue : Voir *catalogue en ligne*.

catalogue en ligne : Terme générique désignant un ensemble de groupes de catalogue ou d'entrées de catalogue disponibles à des fins d'affichage et d'achat dans un magasin en ligne.

catalogue maître : Catalogue principal contenant tous les produits, références SKU, descriptions et prix standard de ces produits. Chaque produit appartient à une seule catégorie. Voir également *catalogue en ligne*.

catégorie : Groupe d'objets dotés de caractéristiques similaires. Dans WebSphere Commerce, les catégories sont utilisées pour organiser les produits ou les services proposés par le magasin. Par exemple, un magasin d'habillement peut contenir des catégories organisées selon le style de vêtement (sport, habillé, loisir), le genre (masculin, féminin) ou l'âge (enfants, adultes). Une catégorie est

généralement mise en œuvre en tant que groupe de catalogue. Voir également *catégorie enfant* et *catégorie parent*.

catégorie de taxe : Classification des différentes taxes qu'un magasin peut être amené à collecter (taxes d'état, taxes fédérales aux Etats-Unis, taxes municipales, etc.). A chaque catégorie de taxe doit être attribué l'un des types de taxe (à la vente ou sur frais de port).

catégorie d'expédition : Ensemble des spécifications d'une expédition. Une catégorie d'expédition est généralement définie par une plage de poids, tailles ou quantités. Par exemple, vous pouvez avoir une catégorie d'expédition pour des produits de taille standard et une autre pour des produits de grande taille. Chaque catégorie est associée à un tarif différent. WebSphere Commerce définit deux catégories d'expédition par défaut : coût par article et coût par commande. Ces deux catégories ne peuvent être ni modifiées ni supprimées.

catégorie enfant : Catégorie subordonnée à une autre catégorie, dans une hiérarchie. Voir également *catégorie parent*.

catégorie parent : Catégorie contenant d'autres catégories dans une hiérarchie. Voir également *catégorie enfant*.

catégorie principale : Dans un catalogue en ligne, catégorie d'éléments sans parent.

CCF : Voir *Common Connector Framework*.

centre de distribution : Entrepôt dans lequel les produits sont préparés et expédiés aux clients. Les centres de distribution, les magasins et les transporteurs sont traités comme des entités séparées.

centre de traitement d'appels téléphoniques : Dans WebSphere Commerce, groupe d'agents définis comme utilisateurs du groupe d'accès des représentants commerciaux et pouvant exécuter certaines fonctions à la demande d'un client. Ils peuvent par exemple mettre à jour les informations sur les clients, notamment leur mot de passe, ou encore mettre à jour des commandes ou passer une nouvelle commande.

Le paramètre `forUser` permet d'activer les centres de traitement des appels.

certificat X.509 : Certificats client permettant l'authentification des utilisateurs accédant à un site WebSphere Commerce sécurisé.

chariot : Commande en cours. Voir également *article retenu*.

chemin Web de l'application Web : Partie de l'adresse URL correspondant à une application Web.

chiffrement : Conversion des données dans un format difficilement compréhensible, de manière à éviter tout accès non autorisé, notamment au cours de la transmission.

classes MQSeries pour JMS (Java Message Service) : Ensemble de classes Java mettant en œuvre les interfaces Java Message Service (JMS) de Sun Microsystems, Inc. pour activer les programmes JMS d'accès aux systèmes MQSeries.

clé associée : Dans une base de données relationnelles, clé dans une table qui renvoie à la clé primaire d'une autre table.

clé composée : Dans une base de données relationnelles, clé constituée d'au moins deux attributs dans une relation.

clé primaire : Dans une base de données relationnelles, clé identifiant de façon unique une ligne d'une table de cette base de données.

ClickstreamEngine : Composant de LikeMinds Personalization Server permettant l'accès aux informations sur les transactions et générant des recommandations en fonction du comportement de l'utilisateur sur un site Web. WebSphere Commerce génère des événements en fonction de ce comportement, qui comprend par exemple la visualisation d'une page d'informations détaillées sur un produit ou l'ajout d'articles à un chariot ou à une liste de pré-sélection. Ces événements sont ensuite envoyés à Clickstream Engine.

client : Utilisateur d'un magasin en ligne.

client : Unité fonctionnelle qui reçoit des services partagés provenant d'un serveur. Par exemple, un PC sollicitant des documents HTML d'un serveur Web est un client de ce serveur.

client : Voir *client*.

client enregistré : Client qui est enregistré auprès d'un magasin. Lors de l'enregistrement, le client doit fournir au système WebSphere Commerce des informations personnelles, telles que son adresse électronique.

client non enregistré : Client qui n'est pas enregistré auprès d'un magasin. Un client non enregistré est créé lorsqu'un client ajoute un article dans le chariot sans s'être encore enregistré.

clone : Copie d'un objet ayant une configuration identique, tel qu'un serveur d'applications. Les clones peuvent être utilisés à des fins de pondération de charge. Par exemple, pour permettre une évolutivité verticale ou horizontale.

CMP : Voir *persistance gérée par conteneur*.

code de calcul : Code associé aux articles de commande, aux entrées de catalogue ou aux groupes de catalogue et permettant de définir le calcul des remises, des frais de port, des taxes sur les ventes et à l'utilisation, ou encore des taxes afférentes au transport.

commande : (1) Un ou plusieurs articles ou lots, ou combinaison des deux, sélectionnés pour l'achat. Une commande comporte des quantités, des prix, des informations de livraison, des taxes et des frais de port ; ces informations sont compilées et affichées aux clients après qu'ils ont lancé le processus de commande. Dans WebSphere Commerce, une commande peut se trouver dans l'un des états suivants : nouvelle, en cours, expédiée, terminée ou annulée. (2) Un ou plusieurs produits, leur prix et la quantité indiquée, qu'un client a sélectionnés pour l'achat ou a achetés. Un représentant du service clientèle peut également passer une commande pour le compte d'un client. Outre les informations sur les produits, une commande client comporte les

éléments suivants : adresse de livraison (non disponible pour les achats par téléchargement, tels que les logiciels), mode d'expédition, transporteur et service, modalités de paiement, taxes et frais de port, ainsi que tout commentaire ou ajustement de prix stipulés par la personne

chargée de passer la commande.  Le gestionnaire des opérations s'assure que les commandes ont été normalement honorées, que les paiements ont été reçus et que les

marchandises ont été expédiées.  Le directeur des ventes s'assure que les commandes ont été normalement honorées, que les paiements ont été reçus et que les marchandises ont été expédiées.

commerçant : Outre le suivi des ventes du magasin, le commerçant supervise la gestion et les objectifs globaux de ce dernier. Il a un rôle équivalent à celui du *vendeur*.

Common_Connector_Framework : Définitions d'interface et de classe qui constituent un moyen cohérent d'interaction avec les ressources de l'entreprise (par exemple, des transactions CICS et Encina) à partir d'un environnement d'exécution Java.

Composition Services : Composant du système de communication orienté messages de WebSphere Commerce, qui permet d'obtenir une sortie formatée des messages à partir de modèles de pages JSP.

compresser : Réduire la taille d'un ensemble de données, par exemple un fichier, de façon à réduire l'espace occupé ou la durée de transmission.

configurateur : Logiciel offrant les fonctionnalités d'un kit basé sur des règles dynamiques et permettant d'identifier des articles susceptibles d'être vendus de façon groupée. Le configurateur peut également fournir un prix pour la configuration. La méthode de regroupement repose non seulement sur les données entrées par l'utilisateur, mais aussi sur des règles prédéfinies.

conteneur de position commerciale : Contient des offres, également appelées positions commerciales. Pour pouvoir être utilisées par les clients, les positions commerciales figurant dans un conteneur sont associées à un ou plusieurs contrats. Un conteneur de position commerciale peut être restreint. Un client effectuant des achats dans un magasin ne peut bénéficier des offres comprises dans un conteneur de position commerciale restreint que s'il est membre d'un ou de plusieurs groupes de clients associés à ce conteneur.

conteneur EJB : Environnement d'exécution qui gère un ou plusieurs beans d'entreprise. Il gère les cycles de vie de ces beans, coordonne les transactions réparties et implémente la sécurité au niveau des objets. Généralement, chaque conteneur EJB est fourni par un serveur EJB et contient un ensemble de beans d'entreprise qui s'exécutent sur ce serveur.

contexte de rapport : Base d'un rapport affiché. Ce contexte change selon la fonction que vous utilisez dans WebSphere Commerce Accelerator. Les contextes de rapport disponibles sont les campagnes, les initiatives et un contexte combiné.

contrat : Dans WebSphere Commerce, accord qui présente les modalités s'appliquant à une transaction. Le contrat est un groupement logique de conteneurs de position commerciale disponibles dans un magasin. Par exemple, le calcul des remises et frais de port appliqués à un article de commande peut varier selon le contrat concerné.

contre-valeur : Montant converti de la devise d'achat dans une autre devise.

contrôle de validation : Méthode de regroupement d'opérations sur des fichiers permettant de traiter ou de supprimer en une fois un ensemble de modifications apportées à des bases de données.

contrôleur Web : Adaptateur pour les instructions WebSphere Commerce. Il existe

plusieurs types de contrôleurs Web, un pour chaque protocole d'appel client : requête HTTP ou requête MQSeries.

contrôleur Web HTTP : Voir *contrôleur Web*.

CSR : Voir *représentant du service clientèle*.

D

déclencheur : Objet qui lance une action lorsqu'une opération de mise à jour (UPDATE), de suppression (DELETE) ou d'insertion (INSERT) est appliquée à une table. L'action est appelée action déclenchée et l'opération, événement déclencheur. Les actions déclenchées peuvent permettre d'effectuer les actions suivantes :

- Synchronisation d'autres tables en fonction des modifications résultant des événements déclencheurs
- Validation des données entrées
- Génération de valeurs pour les nouvelles lignes

définition de type de document (DTD) : Règles définissant la structure d'une classe particulière de documents SGML ou XML. Cette structure, définie à l'aide d'éléments, d'attributs et de notations, établit des contraintes déterminant la manière dont chaque élément, attribut ou notation peut être utilisé dans une classe de documents donnée. Proche du schéma de base de données, la DTD décrit de façon exhaustive la structure d'un langage de marquage.

 **demande de devis :** Mécanisme de transaction utilisé lorsqu'un acheteur demande un devis pour un ensemble spécifique de marchandises ou de services. La demande de devis peut être utilisée par un acheteur qui ne trouve pas un article dans le catalogue, trouve un article sans prix ou souhaite négocier un accord d'approvisionnement à long terme et à prix fixe d'un article donné.

déploiement : (1) Regroupement de beans d'entreprise dans un fichier JAR en vue de leur

distribution vers un conteneur sur un serveur de beans d'entreprise. (2) Processus de mise à disposition du code d'application de WebSphere Commerce en vue de son utilisation. Ce processus comprend le regroupement d'instructions personnalisées, de beans de données et de beans d'entreprise dans des fichiers JAR. Ces fichiers doivent ensuite être installés et configurés dans un conteneur.

descripteur de déploiement : Objet sérialisé contenant les paramètres d'exécution d'un bean d'entreprise et transmettant au conteneur EJB les informations sur la méthode de gestion et de contrôle de ce bean.

développeur de magasin : Rôle défini dans WebSphere Commerce et chargé de la création initiale du magasin, des groupes de membres, des pages d'affichage des produits et autres pages du magasin, des fonctions de recherche évoluées sur catalogue, ainsi que des systèmes de commande et de paiement, notamment des taxes et frais de port. Le développeur de magasin est également chargé de la conception du magasin et de la personnalisation du code requise.

devise d'achat : Devise utilisée par un magasin lors de ses transactions avec un client déterminé. Voir également *devise préférée* et *devise prise en charge*.

devise préférée : Devise indiquée par un client comme étant celle dans laquelle il préfère voir afficher les prix. Cette devise est spécifiée dans le profil client. Voir également *devise d'achat* et *devise prise en charge*.

devise prise en charge : Devise que le magasin peut afficher et traiter. Voir également *devise d'achat* et *devise préférée*.

▶ **B2B** **directeur des ventes :** Rôle défini dans WebSphere Commerce et chargé de la gestion du traitement des commandes. Le directeur des ventes veille également à ce que ces commandes soient normalement honorées, que les paiements soient reçus et que les marchandises soient expédiées. Il peut rechercher des commandes client, afficher les détails de ces

commandes, gérer leurs informations et créer et modifier des retours. ▶ **B2C** Voir *gestionnaire des opérations*.

DMZ : Voir *zone démilitarisée*.

double affichage : Affichage simultané d'un montant monétaire dans la devise d'achat et d'une ou de plusieurs contre-valeurs dans une autre devise.

DTD : Voir *définition de type de document*.

dynamique : S'applique à une opération se produisant au moment où elle est nécessaire plutôt qu'à un moment prédéterminé ou fixé. S'oppose à *statique*.

E

échange de données informatisé : Echange de données électroniques structurées entre systèmes informatiques en fonction de normes de messages prédéfinies.

échelle de calcul : Ensemble de fourchettes pouvant être utilisées par une règle de calcul. Par exemple, pour les frais de port, vous pouvez avoir des fourchettes de poids correspondant chacune à un coût donné. Ainsi, l'expédition d'un produit pesant entre 0 et 5 kg peut coûter 10 euros et celle d'un produit pesant entre 5 et 10 kg, 15 euros.

écoulement : Transfert du stock retourné par un client au centre de distribution du vendeur.

EDI : Voir *échange de données informatisé*.

EJB : Voir *Enterprise JavaBeans*.

élément annexe : Élément (information, image ou autre support) de soutien d'une activité marketing. Egalement appliqué *copie de publicité*.

e-mail ciblé : Méthode de communication d'une campagne à des destinataires spécifiques par courrier électronique, en fonction de leur profil client.

emplacement e-marketing : Dans WebSphere Commerce, données figurant sur une page Web, qui résultent habituellement d'une activité marketing telle qu'une campagne publicitaire.

en amont : Etat d'un produit commandé lorsque, d'après l'affectation du stock, ce produit n'est pas disponible.

en aval : Dans la direction du flux de données ou vers la destination de la transmission ; généralement d'un serveur d'informations vers un utilisateur final.

encapsuleur : Programme ou script qui prépare et rend possible l'exécution d'un programme plus important.

enchères : Méthode de vente, généralement au plus offrant, permettant de négocier et d'établir de façon dynamique le prix et autres conditions de vente de produits et de services.

enregistrement de stock prévu : Liste des éléments du stock commandés à un fournisseur et devant être reçus par le vendeur. Un enregistrement de stock prévu peut contenir des informations sur les articles, les centres de distribution et les dates. Voir également *réception de stock*.

Enterprise JavaBeans : Architecture de composants répartis définie par la société Sun Microsystems, Inc.

entité : Dans une conception orientée objet, élément qui peut être traité comme une unité et, souvent, comme un membre d'une catégorie ou d'un type particulier. Il peut s'agir d'une chose concrète ou d'une idée abstraite.

entité magasin : Superclasse pouvant représenter un magasin ou un groupe de magasins.

entrée de catalogue : Objet figurant dans un catalogue en ligne. Une entrée comporte un nom, une description, un prix catalogue et d'autres détails. Elle peut se limiter à une référence d'article (SKU) ; il peut également s'agir d'un produit qui est automatiquement éclaté en articles, tel qu'une offre groupée ou un lot.

entrée de catalogue atomique : Ensemble indivisible d'entrées de catalogue disponibles à l'achat. Généralement désigné sous le nom de *lot*.

entrée de catalogue composite : Ensemble d'entrées de catalogue qui se décompose en ses différents composants lors de la commande. Généralement désignée sous l'expression d'*offre groupée*.

environnement de développement intégré (IDE) : Ensemble d'outils intégrés permettant de développer des logiciels. Dans VisualAge for Java, il s'agit d'un ensemble de fenêtres qui permet à l'utilisateur d'accéder aux outils de développement. Les fenêtres principales sont celles de l'atelier (Workbench), du journal (Log), du débogueur (Debugger) et de l'Explorateur de référentiel (Repository Explorer).

environnement d'exécution : (1) Contexte dans lequel s'exécute un programme, une action, etc. (2) Dans WebSphere Commerce, site Web actif exerçant des activités commerciales.

espace de recherche principal : Fonctionnalité de l'Assistant produit. Utilise les tables de base de données principales de WebSphere Commerce pour faciliter la recherche d'une catégorie particulière de produits. Voir également *espace de recherche séparé*.

espace de recherche séparé : Fonctionnalité de l'Assistant produit. Pour pouvoir utiliser cette fonctionnalité, vous devez créer des tables de base de données supplémentaires contenant des métadonnées, qui facilitent la recherche d'une catégorie particulière de produits. Voir également *espace de recherche principal*.

état : (1) Etapes du cycle de vie d'un objet correspondant à la condition dans laquelle se trouve cet objet. La combinaison de plusieurs états constitue un flux commercial. Voir également *automate fini*. (2) Dans VisualAge for Java, caractéristique d'un objet apparaissant dans ses membres de données public et privé. Les états peuvent se diviser en deux catégories : essentiels et non essentiels.

événement marketing : Dans WebSphere Commerce, tout événement au sein du système considéré comme important dans une optique de commercialisation. La plupart des événements marketing découlent directement du comportement des clients. Par exemple, l'exploration du catalogue, la navigation, l'utilisation du chariot.

évolutif : Qualifie la capacité d'un système à s'adapter facilement à une augmentation ou une diminution de l'utilisation, du volume ou de la demande. Par exemple, un système évolutif peut s'adapter aisément à des réseaux plus ou moins importants exécutant des tâches plus ou moins complexes.

évolutivité horizontale : Capacité de répartition des processus JVM (machine virtuelle Java) sur plusieurs machines physiques.

évolutivité verticale : Capacité de création de plusieurs processus JVM (machine virtuelle Java) sur une même machine.

exception : Anomalie qui survient au cours de l'exécution d'un programme.

Extensible Markup Language : Voir *XML*.

F

factory : Bean qui crée dynamiquement des instances de beans. La fabrique d'instructions (utilisée pour créer des objets instruction) est un exemple de l'utilisation de ce schéma de conception dans WebSphere Commerce.

fichier JSP : Fichier doté de l'extension jsp, créé par un développeur à l'aide de balises HTML standard, de balises JSP et d'instructions de langage de script, et permettant d'afficher des pages dynamiques dans un navigateur Web. [Sun Microsystems, Inc.]

file d'attente de sortie : Mécanisme général qui consiste à séparer un ensemble de produits requérant un traitement spécial dans le processus. La file d'attente de sortie peut acheminer les informations sur les produits commandés vers une imprimante ou dans un

fichier. Par exemple, l'utilisation de monogrammes peut faire l'objet d'un traitement spécial ; l'envoi vers la même file d'attente de produits sur lesquels un monogramme doit être apposé se justifie.

filtrage commun : Technologie de calcul de la similitude entre des utilisateurs fondée sur les opinions et les classements fournis par un certain nombre d'autres personnes. Le filtrage commun permet d'élaborer des estimations et des recommandations pour le client en cours en fonction du comportement des clients qui se rapprochent le plus de ce client.

flux commercial unifié  **:** Fonctionnalité permettant la création et la modification souples des processus métier. Le flux commercial unifié permet aux développeurs de modifier les flux commerciaux dans plusieurs sous-composants de WebSphere Commerce.

 **flux d'acceptation :** Procédure lancée lorsqu'un utilisateur tente d'exécuter une tâche impliquant une action soumise à validation. Cette procédure commence par vérifier que l'utilisateur est autorisé à appeler la commande en question. Si tel est le cas, la demande d'exécution de la commande est envoyée au valideur approprié, qui l'accepte ou la rejette. Il existe plusieurs niveaux d'acceptation.

fonction de secours : Dans l'architecture HACMP (High-Availability Cluster Multiprocessing), acquisition par un nœud actif de ressources auparavant détenues par un autre nœud de cluster, afin d'en préserver la disponibilité.

format d'affichage : Ensemble de préférences d'affichage susceptibles d'être sélectionnées par le client d'un magasin multiculturel, en fonction de sa langue et de son environnement local. Par exemple, un site commercial multiculturel peut avoir des formats différents pour l'anglais (Etats-Unis) et le japonais. Cette distinction s'établit aussi bien au niveau de la langue utilisée pour le texte, qu'au niveau d'autres éléments tels que la devise, les unités de mesure et les formats de données.

formule de LUHN : Norme de l'industrie utilisée par de nombreuses sociétés de cartes de crédit et assurant une protection assez sommaire contre les escroqueries à la carte de crédit.

frontière de validation : Point à partir duquel aucune modification apportée à un fichier de base de données n'est en attente dans un travail.

G

géocodeur : Dans WebSphere Commerce, code propre à une application et représentant une zone géographique.

gestionnaire de beans de données : Module appelant une instruction de bean de données pour extraire les données à partir des beans d'entité correspondants.

gestionnaire de catégories : Rôle défini dans WebSphere Commerce et chargé de la gestion de la hiérarchie des catégories par la création, la modification et la suppression de ces catégories. La hiérarchie de catégories permet d'organiser les produits et services proposées par le magasin. Le gestionnaire de catégories gère également les produits, les enregistrements de stock prévu, les informations sur les fournisseurs, le stock et les motifs de retour.

gestionnaire de magasin : Rôle défini dans WebSphere Commerce, chargé de la gestion des actifs de magasin et de l'application des modifications apportées aux transporteurs et aux informations sur le magasin.

B2C **gestionnaire des opérations :** Rôle défini dans WebSphere Commerce et chargé de la gestion du traitement des commandes. Le gestionnaire des opérations veille également à ce que ces commandes soient normalement honorées, que les paiements soient reçus et que les marchandises soient expédiées. Il peut rechercher des commandes client, afficher les détails de ces commandes, gérer leurs informations et créer et modifier des retours.

B2B Voir *directeur des ventes*.

gestionnaire des retours : Rôle défini dans WebSphere Commerce et chargé de l'écoulement des produits retournés.

groupe d'accès : Type de groupe de membres utilisé pour définir un contrôle d'accès. Les instructions et les vues sont associées à un ou plusieurs groupes d'accès. Les membres associés à ce rôle ont alors accès à ces vues et à ces instructions. WebSphere Commerce prédéfinit un ensemble de groupes d'accès. À l'aide de la console d'administration WebSphere Commerce, l'administrateur de site affecte un accès à ces groupes et ajoute de nouveaux groupes, si nécessaire.

B2B **groupe d'actions :** Groupe d'opérations explicitement défini et correspondant à des commandes Java portant sur des ressources.

B2B **groupe d'approbation :** Ensemble d'utilisateurs d'une entreprise spécifique auquel est adressée une demande de validation lorsqu'une action soumise à validation est appelée. Ces demandes sont adressées au groupe dans son ensemble, et non pas à une personne en particulier.

groupe de catalogue : Ensemble d'une ou de plusieurs entrées de catalogue ou de groupes de catalogue permettant de créer une hiérarchie de navigation pour un catalogue en ligne.

groupe de clients : Type de groupe de membres constitué d'un ensemble de clients regroupés par un administrateur de site car partageant les mêmes habitudes d'achat ou les mêmes caractéristiques. Généralement, les groupes de clients sont constitués en fonction des informations fournies par les clients lors de l'enregistrement. L'appartenance à un groupe de clients permet de bénéficier de remises et d'autres promotions ou d'un affichage de pages de produits et de catégories différentes de celles présentées aux autres clients. Un client peut appartenir à un ou plusieurs groupes de clients par magasin.

groupe de membres : Les groupes de membres mettent en œuvre le contrôle fondé sur les rôles dans WebSphere Commerce. La fonction prévue du groupe de membres est déterminée par son type. Ainsi, un groupe de clients a une fonction générale, alors qu'un groupe d'accès joue un rôle de contrôle d'accès.

▶ **B2B** **groupe de ressources :** Un groupe de ressources peut inclure des objets métier tels que les contrats ou un ensemble d'instructions apparentées. Dans les règles de contrôle d'accès, les groupes de ressources déterminent les ressources auxquelles l'accès est autorisé par ces règles.

groupe d'utilisateurs : Voir *groupe de clients*.

H

hôte : Ordinateur constituant un point d'accès à un réseau. Un hôte peut être un client, un serveur ou un client-serveur.

HTML : Voir *langage de marquage hypertexte*.

HTTP : Voir *protocole de transfert hypertexte*.

I

▶ **400** **ID d'instruction d'appel :**

Identificateur numérique d'une instruction appelant une fonction API.

IDE : Voir *environnement de développement intégré*.

ID session : Identificateur unique qui est affecté au client lors de son premier accès à WebSphere Commerce. Dans le cas d'un client non enregistré, l'ID est attribué par le système. Quant aux clients référencés, leur ID session est l'identificateur qu'ils utilisent pour se connecter.

impression : Dans la publicité sur le Web, présentation d'une publicité sur une page affichée. Par exemple, si une page Web comporte trois publicités, chacune correspond à une impression. Les éditeurs d'informations en ligne

vendent souvent de l'espace publicitaire sur la base des impressions. S'oppose à *taux de clics de sortie*.

instance : Voir *instance WebSphere Commerce* et *instance de serveur Web*.

instance de serveur Web : Configuration unique du serveur Web destinée à prendre en charge une ou plusieurs instances WebSphere Commerce.

instance de WebSphere Commerce : Configuration unique de WebSphere Commerce destinée à prendre en charge un site Web de commerce électronique pouvant contenir un ou plusieurs magasins.

instruction d'activité : Instruction qui implémente une logique applicative spécifique. Généralement, une instruction de contrôleur et une série d'instructions mettent en œuvre à elles deux la logique d'application pour une requête d'URL. Une instruction d'activité ne peut être ciblée car elle est toujours exécutée dans le même conteneur que l'instruction de contrôleur.

instruction de bean de données : Instruction associée à un bean de données et appelée par un fichier JSP. Elle extrait les données correspondant au bean à partir d'un objet persistant, tel qu'un bean d'entité.

instruction de contrôleur : Instruction qui dialogue directement avec un contrôleur Web. A la fin de l'exécution, une instruction de contrôleur renvoie le nom d'une activité de visualisation pour exécution. Le contrôleur Web détermine la classe d'implémentation correcte associée à l'instruction de visualisation, puis l'appelle.

instruction de visualisation : Instruction utilisée pour composer une vue en réponse à une requête du client.

instruction pouvant être ciblée : Instruction que vous pouvez exécuter sur un conteneur cible différent. L'appel d'une instruction de contrôleur pouvant être ciblée induit une surcharge. Le fait de rendre une instruction d'activité non ciblée

peut améliorer les performances de la structure générale des instructions.

instruction URL : Instruction de contrôleur dotée d'une interface URL. Vous pouvez appeler une instruction URL en entrant l'adresse URL dans un navigateur.

intégrité référentielle : (1) Etat d'une base de données dans laquelle toutes les valeurs des clés associées sont valides. (2) Etat dans lequel toutes les références prévues entre les données d'une colonne d'une table spécifique et les données d'une autre colonne de la même table ou d'une autre table sont valides. L'intégrité référentielle n'est assurée que si DB2 UDB for z/OS applique des contraintes référentielles à toutes les opérations LOAD, RECOVER, INSERT, UPDATE et DELETE.

ISO 4217 : Norme à trois lettres adoptée par l'ISO (International Organization for Standardization) et permettant d'identifier la devise dans laquelle est exprimé un montant. Par exemple, l'euro est désigné par le code EUR.

J

JAR (Java Archive) : Format de fichier indépendant de toute plateforme qui regroupe plusieurs fichiers en un seul. Plusieurs applets Java et leurs composants (fichiers .class, fichiers image, sons et autres fichiers de ressources) peuvent être regroupés en un fichier JAR et ensuite téléchargés sur un navigateur en une seule transaction HTTP.

Java : Langage de programmation orienté objet utilisé pour l'écriture de code interprétatif portable permettant l'interaction entre objets éloignés. Java a été conçu et défini par la société Sun Microsystems, Inc.

JavaBeans : Modèle de composants portable, réutilisable, indépendant de la plateforme, défini par Sun Microsystems.

Java Database Connectivity (JDBC) : Spécification conçue pour l'activation de programmes Java en vue de l'accès à des bases de données à l'aide de requêtes SQL.

Java Message Service (JMS) : API de Sun Microsystems, Inc. prenant en charge la communication formelle correspondant à l'échange de messages entre les différents ordinateurs d'un réseau. L'interface JMS permet aux programmeurs d'appeler des systèmes de communication en mode message, par exemple MQSeries.

JavaScript : Langage de script Web similaire à Java.

JavaServer Pages (JSP) : Technologie de script orientée serveur permettant d'intégrer du code Java dans des pages statiques Web (fichiers HTML) et d'exécuter le code Java lors de l'utilisation de ces pages. Grâce à ce procédé, vous pouvez utiliser les JSP pour créer des pages de catalogue contenant des informations dynamiques, telles que des produits, des prix ou des attributs.

JDBC : Voir *Java Database Connectivity*.

JSP : Voir *JavaServer Pages*.

jurisdiction : Zone géographique définie en fonction de taxes ou de caractéristiques d'expédition, correspondant à un pays, une région, une province, un territoire, une fourchette de codes postaux ou un géocodeur spécifique d'une application.

K

kit dynamique : Groupe de produits commandés de façon unitaire. Les informations sur les produits contenus dans un kit dynamique sont contrôlées par un configurateur externe et fournies au moment de la saisie de la commande. Les composants d'un kit dynamique ne sont pas modifiables, mais peuvent être reconfigurés par le configurateur. La configuration entière doit être distribuée de façon globale. Voir également *offre groupée* et *entrée de catalogue composite*.

kit statique : Voir *lot*.

L

lancement de préparation : Ensemble de produits d'une commande donnée, associés à la même adresse de destinataire, au même centre de distribution et au même transporteur. Les produits d'un lancement de préparation peuvent être expédiés en plusieurs lots. Par exemple, si le lancement de préparation contient quatre écrans, il sera plus pratique de les expédier dans plusieurs colis que dans un seul très volumineux, mais ils seront quand même considérés comme un seul lancement de préparation. Les produits d'un lancement de préparation peuvent être livrés séparément si les règles d'administration du vendeur l'exigent.

langage de marquage hypertexte (HTML) : Langage de marquage conforme à la norme SGML et conçu principalement pour l'affichage en ligne d'informations textuelles et graphiques comportant des liens hypertextes. Ce langage est utilisé pour la création de pages de magasins électroniques destinées au Web.

langue d'achat : Langue employée lors de l'affichage des pages à un client déterminé. Il s'agit de la langue préférée du client, si celle-ci est prise en charge. Dans le cas contraire, ce sera la langue par défaut du magasin ou du site. Voir également *langue préférée*.

langue préférée : Langue indiquée par un client comme étant celle dans laquelle il préfère effectuer ses transactions. Elle peut être consignée dans le profil client ou spécifiée par le paramètre langId, disponible à partir des instructions de contrôleur en zone URL. Voir également *devise d'achat*.

LDAP : Voir *Lightweight Directory Access Protocol*.

Lightweight Directory Access Protocol (LDAP) : Protocole ouvert utilisant TCP/IP pour permettre l'accès à des annuaires d'informations.

LikeMinds Personalization Server : Logiciel mettant en œuvre des recommandations de filtrage commun.

liste de colisage : Document imprimé contenant la liste de tous les produits d'un lancement de préparation. Généralement, ce document contient également l'adresse du destinataire, les informations sur le transporteur et, parfois, le prix. Cette liste de colisage est utilisée par les préparateurs pour emballer les produits devant être expédiés. Elle peut ensuite être incluse dans le lot pour que le client puisse vérifier le contenu du colis.

logique commerciale back-office : Mise en œuvre de la logique applicative, à l'aide de commandes et d'un code personnalisé, qui permet au client d'effectuer une action en devanture (par exemple, de passer une commande). S'oppose à *actifs de magasin*.

lot : (1) Ensemble d'entrées de catalogue doté d'une référence SKU et susceptible d'être commandé en tant qu'article unique. Voir également *offre groupée*. (2) Unité d'expédition pouvant faire l'objet d'un suivi de la part d'un transporteur.

lot : Ensemble de transactions de paiement (telles que remises en compensation, crédits, annulation de remise en compensation et annulations de crédit) traité de façon globale. Les lots sont soumis en tant qu'entités au système financier de l'acquéreur. Les règles commerciales relatives à l'utilisation du traitement par lots sont définies par les organismes d'acquisition de crédit. Les commerçants définissent eux aussi des règles qui s'alignent sur celles de ces organismes.

lot de bordereaux de préparation : Groupe de lancements de préparation gérés en tant qu'unité dans un centre de distribution.

M

magasin : Voir *magasin en ligne*.

magasin de données : Sous-ensemble d'un entrepôt de données qui contient des données sur mesure répondant aux besoins d'un service ou d'une équipe. Il peut s'agir d'une partie d'un entrepôt concernant la totalité de votre entreprise.

magasin de référence : Magasin en ligne contenant le code opérationnel des fonctions sélectionnées pour un magasin en ligne, par exemple, les ventes aux enchères. Les magasins de référence offrent aux développeurs de magasin des modèles de code pour les fonctions sélectionnées.

magasin en ligne : (1) Magasin qui utilise les technologies d'Internet pour vendre ou échanger des biens ou des services. (2) Ensemble de fichiers HTML et JSP (JavaServer Pages), et d'actifs de base de données (taxes, livraison, paiement, catalogue et autres). Dans WebSphere Commerce, ces fichiers et ces actifs de base de données sont contenus dans une archive de magasin. WebSphere Commerce fournit des modèles de magasin et des magasins de référence pouvant être utilisés par les clients.

manifeste : Confirmation d'expédition pouvant contenir des informations relatives au suivi des marchandises.

B2B **marché** : Site Web de commerce électronique B2B dans lequel les entreprises autorisées peuvent consulter une vue unifiée des produits et services proposés à la vente sur ce site. Ces entreprises ont également à leur disposition un certain nombre de mécanismes de transactions destinés à faciliter les échanges commerciaux entre elles.

B2B **mécanisme de transaction** : Dans WebSphere Commerce, méthode par laquelle les acheteurs et vendeurs effectuent des transactions commerciales. Selon la version de WebSphere Commerce, ces méthodes peuvent inclure le prix fixe, le contrat, la demande de devis et les ventes aux enchères.

membre : Personne, groupe ou entreprise connu du système. Ce peut être un utilisateur, une entreprise, une unité d'entreprise ou un groupe de membres. Un membre peut agir en tant que client ou administrateur, ou être propriétaire d'entités. **B2B** Un membre doit commencer par devenir membre d'un marché avant de devenir un utilisateur.

mémoire cache : Mémoire tampon à usage spécifique, de moindre volume et plus rapide que la mémoire principale, servant à stocker une copie des instructions et données extraites de la mémoire principale et susceptibles d'être prochainement utilisées par le processeur.

mémoire tampon : Partie de mémoire utilisée pour le stockage temporaire de texte, de balises de marquage et d'autres objets.

message entrant : Message reçu par WebSphere Commerce à partir d'une application externe ou dorsale. L'adaptateur de transfert prend en charge cinq messages entrants au format XML : Order Status Update (mise à jour de l'état des commandes), Product Inventory Update (mise à jour du stock de produits), Product Price Update (mise à jour du prix des produits), Customer Update (mise à jour des clients) et Customer New (nouveau client). Les messages entrants permettent d'intégrer WebSphere Commerce à d'autres systèmes.

message sortant : Message généré par WebSphere Commerce et envoyé à un système dorsal. L'adaptateur de transfert de WebSphere Commerce prend en charge un message sortant, appelé Order Create (création de commande). Ce message contient les informations relatives à la commande, qui sont copiées de WebSphere Commerce Server vers les systèmes dorsaux sur lesquels se déroulent les processus suivants de traitement de la commande. Les messages sortants permettent d'intégrer WebSphere Commerce à d'autres systèmes.

méthode d'entrée : Composant convertissant les séquences de touches en texte lorsque celui-ci ne peut pas être tapé directement ; c'est le cas notamment des caractères non natifs du système d'exploitation. Par exemple, la méthode d'entrée peut être utilisée pour taper du texte japonais à partir d'un clavier français.

MIS (Merchant Initiated SET) : Extension LLC de SET Secure Electronic Transaction pour les messages SET Secure Electronic Transaction. Cette extension permet à un commerçant d'utiliser les messages SET pour l'acceptation et la remise en compensation du paiement des

commandes passées par un porteur de carte qui a choisi une méthode de transmission autre que SET.

modèle : Dans WebSphere Commerce, modèle ou schéma qui détermine la présentation des informations de la base de données WebSphere Commerce sur une page Web. Le modèle détermine l'emplacement et le type du texte et des images sur la page, ainsi que d'autres attributs, tels que la couleur du fond. Les modèles sont créés suivant la technologie JSP (Java ServerPages), à l'aide de balises HTML ou de beans renvoyant à la base de données WebSphere Commerce.

modèle d'archive de magasin : Archive de magasin destinée à être copiée et utilisée comme base pour la création de nouveaux magasins. Les modèles d'archive de magasin peuvent être copiés et publiés plusieurs fois. Ils ne contiennent pas de clés primaires générées spécifiques d'une instance particulière de la base de données. En revanche, ils utilisent des alias internes qui sont résolus par l'utilitaire de résolution d'ID au moment de la publication. Les modèles de magasin fournis avec WebSphere Commerce sont des modèles d'archive de magasin.

modèle de magasin : Magasin en ligne pleinement opérationnel, fourni au format SAR (archive de magasin) dans WebSphere Commerce. Les modèles de magasin sont conçus pour servir de base à la création des magasins en ligne.

moteur de personnalisation : Composant de LikeMinds Personalization Server identifiant l'algorithme utilisé pour générer les recommandations client. LikeMinds Personalization Server prend en charge cinq moteurs différents : Clickstream, Purchase, Item Affinity, Preference et Product Matching. WebSphere Commerce fonctionne avec le moteur Clickstream.

moteur de servlet : Fonction du serveur d'applications Web qui gère les servlets. Il gère la création et la suppression des servlets, distribue le servlet approprié pour chaque URL reçue et spécifie les servlets qui doivent être

automatiquement chargés en mémoire au démarrage et ceux qui ne doivent être chargés qu'à la première demande.

N

nœud : Point de connexion dans un réseau. Il s'agit d'un point de redistribution ou d'un point final pour la transmission de données. En général, un nœud est doté d'une capacité programmée ou intégrée à reconnaître et à traiter ou réacheminer des transmissions vers d'autres nœuds.

nom de domaine : Dans le protocole de communication Internet, nom d'un système hôte dans un réseau. Un nom de domaine est composé d'une suite de noms de niveau inférieur séparés par un délimiteur.

nom d'hôte : Dans la suite de protocoles Internet, nom donné à un ordinateur. Le *nom d'hôte* peut parfois désigner le nom de domaine complet. Dans d'autres cas, il correspond au nom de niveau inférieur le plus précis d'un nom de domaine complet. Par exemple, si `monordinateur.ville.société.fr` correspond au nom de domaine complet, l'un des deux noms suivants peut être considéré comme le nom d'hôte :

- `monordinateur.ville.société.fr`
- `monordinateur`

O

objet : (1) Élément qu'un utilisateur peut manipuler comme une seule unité pour exécuter une tâche. Il peut s'afficher sous forme de texte, d'icône, ou des deux. (2) Dans une conception ou programmation orientée objet, les objets sont regroupés en classes qui partagent des fonctions membres et des définitions de données communes. Chaque objet de la classe est considéré comme une instance de celle-ci.

objet fenêtre (widget) : (1) Élément d'une interface utilisateur graphique qui affiche des informations ou qui permet à l'utilisateur de dialoguer de façon spécifique avec le système

d'exploitation ou les applications. Il peut s'agir d'icônes, de menus déroulants, de boutons, de cases à cocher, de barres de défilement, de fenêtres, de formulaires et de tout autre dispositif permettant d'afficher des informations et de solliciter l'utilisateur, d'accepter ses données ou de répondre à ses actions. (2) En programmation orientée-objet, chaque type d'objet fenêtre est défini en tant que classe (ou de sous-classe appartenant à une classe générique plus large) et est toujours associé à une fenêtre particulière. Un objet fenêtre met en œuvre des procédures par le biais de sa structure de classe. La plupart, voire tous les langages de développement d'applications actuels tels que Java, comportent une bibliothèque d'objets fenêtre pouvant être intégrés et modifiés par les programmeurs.

objet SKU : (1) Objet désigné par une référence SKU et disponible à l'achat. Il peut s'agir d'un article seul, d'un produit, d'un module ou d'une offre groupée. (2) Pour les utilisateurs de WebSphere Commerce Accelerator, l'article disponible à la commande est appelé produit. Il existe de légères différences entre les produits et les articles SKU (comme par exemple dans le schéma de base de données de WebSphere Commerce), mais WebSphere Commerce Accelerator ne prend pas en compte cette distinction.

offre : Prix d'un produit dans une ou plusieurs devises, accompagné d'une série de conditions telles qu'une période définie ou une plage de quantités acceptable. Également appelée *position commerciale*. Voir également *conteneur de position commerciale*.

offre groupée : Concept permettant aux responsables produit et aux responsables marketing de désigner plusieurs articles en une seule opération. Plus spécifiquement, il s'agit d'une entrée de catalogue composite comportant au minimum une référence d'article (SKU). Lorsqu'on ajoute une offre groupée à une commande, elle est décomposée en articles susceptibles d'être commandés séparément, qui s'ajoutent ensuite à la commande, puis le prix est totalisé. Une offre groupée ne peut pas faire l'objet d'un achat direct. Voir également *lot*.

► AIX ► Solaris **Open Database**

Connectivity (ODBC) : Interface de programmation d'applications (API) standard permettant d'accéder aux données contenues dans des systèmes de gestion de bases de données relationnelles et non relationnelles. Cette API permet aux applications de base de données d'accéder aux données stockées dans des systèmes de gestion de base de données sur différents types d'ordinateurs, même si chaque SGDB utilise un format de stockage des données et une interface de programmation différents. S'oppose à *Java Database Connectivity (JDBC)*.

P

page d'affichage : (1) Page de catalogue qui affiche des informations sur les catégories et les produits. (2) Page d'un magasin en ligne générée en réponse à une instruction.

page de catégorie : Page Web d'un magasin en ligne qui affiche des catégories de produit. Les pages de catégories renvoient les clients à des pages de catégories enfant ou à des produits appartenant à la catégorie sélectionnée.

page de produit : Page Web qui affiche des informations détaillées sur un produit d'un magasin en ligne.

page JSP : Document texte fondé sur des données de modèles et des éléments JSP fixes et décrivant la méthode de traitement d'une demande en vue de la création d'une réponse. [Sun Microsystems, Inc.]

partitionnement d'applications : Dans le planificateur, regroupement de travaux dont l'exécution met en œuvre d'importantes ressources. Cette méthode permet d'éviter la surcharge du pool d'applications par défaut du planificateur.

passerelle : Unité fonctionnelle qui connecte un réseau local de données à un autre réseau.

persistance : Caractéristique d'une donnée qui est préservée au-delà d'une session, généralement dans une zone de stockage

rémanente telle qu'un système de bases de données ou un répertoire. La persistance d'un bean repose sur la sauvegarde en mémoire de ses propriétés, de ses champs et des informations sur son état, puis de leur restauration, qui lui permettent d'être conservé lorsque l'application à l'origine de sa création n'est plus exécutée.

persistance gérée par bean (BMP) : En environnement de développement EJB, persistance gérée par un bean d'entité (ou entity bean). S'oppose à *persistance gérée par conteneur (CMP)*.

persistance gérée par conteneur (CMP) : En environnement de développement EJB, persistance déléguée à un conteneur de beans d'entreprise, et non pas gérée par le bean lui-même. S'oppose à *persistance gérée par bean (BMP)*.

personnalisation : (1) Utilisation de la connaissance du client pour proposer une expérience d'achat personnalisée. (2) Création, pour un utilisateur donné, d'un ensemble d'informations associées pouvant être utilisées pour personnaliser les ressources en fonction de cette personne.

PGP : Voir *Pretty Good Privacy*.

► **AIX** ► **Solaris** ► **pilote ODBC** : Toute base de données prenant en charge l'interface ODBC comporte ses propres pilotes ODBC. Ces pilotes fournissent un ensemble d'interfaces de programmation d'applications standard permettant d'exécuter diverses fonctions de base de données, par exemple la connexion, l'exécution de fonctions SQL dynamiques et la validation ou l'annulation de transactions.

planificateur : Serveur d'arrière-plan multitâche et multitraitements conçu pour gérer la planification et le lancement de travaux, en fonction d'un plan de synchronisation simple.

► **B2B** ► **politique de gestion** : Ensemble de règles suivies par un magasin ou un groupe de magasins, qui définissent des processus de

gestion, des pratiques sectorielles, ou encore le domaine et les caractéristiques des offres commerciales.

position commerciale : Voir *offre*.

► **B2B** ► **post-acceptation** : Exécution de l'instruction post-approve éventuellement définie, lorsqu'une action soumise à validation est acceptée. Par exemple, cette instruction peut entraîner la transmission d'un processus spécial de notification. Voir également *pré-acceptation* et *post-refus*.

► **B2B** ► **post-refus** : Exécution de l'instruction post-reject éventuellement définie, lorsqu'une action soumise à validation est rejetée. Par exemple, cette instruction peut vérifier la taille d'une commande et informer le responsable si cette commande dépasse un volume défini. Voir également *post-acceptation* et *pré-acceptation*.

► **B2B** ► **pré-acceptation** : Exécution d'une instruction avant l'acceptation d'une action soumise à validation à l'origine de la demande de validation. Par exemple, avant la validation d'une commande, l'exécution de l'instruction de vérification du stock permet de savoir si le produit est bien disponible. Voir également *post-acceptation* et *post-refus*.

préparateur : Rôle défini dans WebSphere Commerce et chargé de prélever les produits dans les centres de distribution et de les emballer en vue de leur expédition aux clients. Le préparateur gère également les bordereaux de préparation et les listes de colisage permettant de confirmer la livraison des produits lors de la distribution de la commande.

Pretty Good Privacy (PGP) : Protocole de transfert électronique permettant l'échange privé de fichiers ou de courrier avec mise en œuvre d'un chiffrement de clé publique.

prix catalogue : Prix intégré à une entrée de catalogue. Compte tenu du fait qu'un catalogue peut être créé par un fabricant, qui indique un prix dans la description de chaque entrée de ce

catalogue, ce prix n'est pas nécessairement celui auquel l'article sera vendu. Le prix auquel cet article sera vendu est déterminé par le magasin. Il est également désigné sous l'expression de prix de vente. Il n'est donc pas toujours approprié d'afficher le prix catalogue. Si un magasin crée ses propres entrées de catalogue, le prix appliqué peut correspondre au prix catalogue ou au prix de vente.

prix de vente : Prix auquel des articles sont vendus par un magasin. Il s'agit du prix final payé, hors taxes, remises et frais d'expédition. Le prix de vente peut être déterminé par la quantité commandée (il peut en effet exister différents prix de vente par quantité), les délais, les groupes de membres ou le contrat. Lorsque des articles sont placés dans une liste d'articles ou dans une commande, le prix affiché est le prix de vente. Voir également *prix catalogue*.

produit : (1) Entité pouvant être considérée comme un groupe d'objets SKU (ou articles) partageant les mêmes attributs. Tous les objets SKU correspondant à un produit donné présentent le même ensemble d'attributs et se distinguent les uns des autres par les valeurs de ces attributs. (2) Pour les utilisateurs de WebSphere Commerce Accelerator, l'article pouvant être commandé est appelé *produit*. Il existe de légères différences entre les produits et les articles SKU (comme par exemple dans le schéma de base de données de WebSphere Commerce), mais WebSphere Commerce Accelerator ne prend pas en compte cette distinction.

profil client : Totalité des informations sur le client détenues par le vendeur. Cela peut comprendre des informations démographiques élémentaires, l'historique des commandes ou des données opérationnelles telles que l'ID utilisateur et l'adresse de livraison. Les profils client sont dynamiques ; ce sont les responsables marketing qui définissent les critères selon lesquels un client sera inclus dans un profil. Ces profils peuvent constituer des cibles dans le cadre de vos campagnes.

projet : Unité d'organisation de fichiers et d'actifs dans WebSphere Studio. Par exemple,

vous pouvez créer un projet dans WebSphere Studio dans lequel vous gérez tous les actifs Web de votre magasin.

projet de règles : Le projet de règles contient les informations requises par votre site pour fonctionner avec le serveur de règles Blaze Advisor.

propriétaire : (1) Membre propriétaire d'une entité. (2) Personne détenteur de droits d'accès à une entité et autorisé à y effectuer des opérations.

propriétaire de magasin : Dans WebSphere Commerce, propriétaire de la base de données et des actifs de fichier associés au magasin en ligne, chargé du contrôle de ces ressources. Une entreprise peut être propriétaire de magasin.

protocole de transfert hypertexte (HTTP) : Dans la suite de protocoles Internet, protocole utilisé pour le transfert et l'affichage de documents hypertextes sur le Web.

protocole de transfert hypertexte sécurisé (S-HTTP) : Variante du protocole HTTP offrant une sécurité accrue. S-HTTP permet aux serveurs et aux clients de s'identifier mutuellement et de définir le type de sécurité utilisé. Ce protocole constitue une autre possibilité par rapport au protocole de sécurité connu, SSL (Secure Sockets Layer). Voir également *serveur sécurisé*.

protocole SMTP (Simple Mail Transfer Protocol) : Dans la suite de protocoles Internet, protocole utilisé pour le transfert de courrier entre utilisateurs dans l'environnement Internet. SMTP spécifie les séquences d'échange de courriers et le format des messages. Il suppose que le protocole TCP (Transmission Control Protocol) est le protocole sous-jacent.

protocole SSL (Secure Sockets Layer) : Protocole de sécurité qui permet l'authentification du serveur par le client ainsi que le chiffrement de toutes les données et requêtes. L'URL d'un serveur sécurisé protégé par SSL commence par HTTPS (au lieu de HTTP). Voir également *serveur sécurisé*.

protocole TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol) : Ensemble de protocoles de communication prenant en charge les fonctions de connexion entre entités homologues, tant pour les réseaux locaux que pour les réseaux longue distance.

publier : Action qui consiste à transférer des fichiers dans un emplacement situé sur le serveur WebSphere Commerce. Il existe deux contextes différents pour cette opération. (1) Avec les services d'archivage de magasin, vous pouvez publier l'archive de magasin sur un serveur WebSphere Commerce et créer ainsi un magasin opérationnel. Vous ne pouvez visualiser ce dernier que si vous avez préalablement publié l'archive de magasin sur un serveur WebSphere Commerce. (2) Avec WebSphere Studio, vous pouvez publier les actifs Web vers une archive de magasin ou un magasin opérationnel installé en local sur votre poste de travail, dans un système de fichiers partagé, ou sur un système éloigné auquel vous accédez à l'aide du protocole FTP.

Q

400 **QNETCOMM :** (1) Nom de la bibliothèque de produits WebSphere Commerce. (2) Espace de sous-système réservé aux travaux WebSphere Commerce. (3) Nom de l'instance de serveur Web par défaut. Cette instance est utilisée pour l'exécution de plusieurs instances de WebSphere Commerce.

R

réception de stock : Réception de produits au centre de distribution. Ces produits peuvent être prévus et figurer dans des enregistrements de stock prévu ou reçus ad hoc. Les avis de réception de stock ad hoc ne figurent pas dans les enregistrements de stock prévu.

réceptionnaire : Rôle défini dans WebSphere Commerce, comprenant la réception du stock au centre de distribution, le suivi des enregistrements de stock prévu et des avis de

réception ad hoc pour les produits commandés, ainsi que la réception des produits retournés par les clients.

recherche paramétrique : Recherche effectuée dans le catalogue en ligne en fonction de critères (attributs ou valeurs).

recommandation sur les produits : Technique marketing ou de vente, selon laquelle un stock du catalogue est suggéré aux clients en fonction de leur profil ou de critères indépendants. Voir *vente croisée* et *vente amont*.

référence SKU (Stock Keeping Unit) : Identificateur alphanumérique associé à chaque article de marchandise ou à chaque entrée de catalogue. Il s'agit de la plus petite unité disponible pour la gestion des stocks. Cette référence peut comporter des variables correspondant au rayon, à la classe, au vendeur, au style, à la couleur, à la taille et à l'emplacement.

référenceur : Enregistrement affichant le nombre de renvois de clients au site Web par une autre entreprise ou un autre site Web. Les référenceurs peuvent être reconnus dans le cas où le vendeur et le tiers mesurent leur nombre à des fins de reconnaissance. Ils peuvent également ne pas l'être lorsque le vendeur les mesure à des fins propres. Les référenceurs peuvent être mesurés au moyen de différentes techniques : analyse du cheminement sur le site, taux de clics de sortie, services de marketing par affiliation, études, etc.

règle : Instruction associant un ensemble d'actions à un ensemble de conditions. La forme de base d'une règle est : si la condition est remplie, l'action se produit. Les règles permettent la mise en œuvre de la personnalisation.

règle de calcul : Règle définissant la méthode selon laquelle un calcul doit être effectué. Chaque code de calcul contient un ensemble de règles de calcul. Généralement, seul un sous-ensemble des règles d'un code de calcul s'applique à un ensemble donné d'articles de commande. Par exemple, l'expédition d'articles vers différentes zones géographiques fait appel à différentes règles de calcul.

règle de suppression : Règle associée à une contrainte référentielle qui établit les restrictions relatives à la suppression d'une ligne parente ou définit les conséquences de cette suppression sur les lignes dépendantes.

► **B2B** **règles de contrôle d'accès :** Groupe de contraintes et de critères défini par l'administrateur de site et l'administrateur de magasin, permettant de limiter l'accès d'un utilisateur aux ressources qui lui sont nécessaires pour effectuer les tâches liées au rôle qu'il détient.

regroupement de ressources : Contient le texte destiné aux pages de magasin. Si le magasin prend en charge plusieurs langues, le regroupement de ressources contient plusieurs "modules", soit un par langue. Les fichiers de regroupement sont créés et utilisés avec l'API Java PropertyResourceBundle.

remise : Promotion offerte aux clients sur un achat.

remise en compensation : Processus par lequel l'acquéreur reçoit un paiement de l'organisme financier du client et vous remet ce paiement. Ce processus garantit la disponibilité des fonds et la réalisation du transfert.

répartition de la charge : Méthode permettant de diviser la charge de travail d'un ordinateur entre deux ordinateurs ou plus, afin que les utilisateurs en ligne soient pris en charge plus rapidement. Si un serveur est saturé, les demandes sont orientées vers un autre serveur doté d'une plus grande capacité. Généralement, la répartition de la charge de travail est la principale raison justifiant la création de clusters de serveurs. Cette méthode requérant plusieurs serveurs, elle est généralement associée à une fonction de secours et de sauvegarde.

répertoire principal de l'application Web : Emplacement dans le système de fichiers où sont stockés les actifs Web d'une application, tels que les fichiers statiques HTML, JSP et GIF.

► **B2B** **réponse à la demande de devis :** Dans le mécanisme de demande de devis, réponse envoyée par le vendeur à l'acheteur qui lui a adressé une demande de devis. Cette réponse stipule les modalités de vente des produits ou services.

représentant commercial ► **B2B** : Le représentant commercial joue un rôle essentiel dans la gestion des comptes : il crée les contrats, modifie les commandes et surveille les opérations relatives aux comptes. Il fait partie du service Ventes et peut donc participer à la création de promotions ciblées (remises ou bons de réduction).

représentant du service clientèle : Rôle défini dans WebSphere Commerce et chargé de la gestion des demandes client. Le représentant du service clientèle traite également l'enregistrement des clients, les commandes et les retours. Certaines entreprises peuvent avoir un responsable du service clientèle pourvu des droits requis pour effectuer certaines actions auxquelles n'ont pas accès les représentants du service clientèle, par exemple la validation d'enregistrements de retours refusés par le système. ► **Professional** Le représentant du service clientèle s'occupe également de ventes aux enchères, notamment de l'annulation des offres et de la gestion des groupes de discussion.

résolution d'ID : Génération de numéros de référence préalable au chargement d'éléments XML dans une base de données. La résolution d'ID permet d'identifier de façon unique les données du système de base de données.

► **B2B** **responsable de la logistique :** Rôle défini dans WebSphere Commerce et chargé de la gestion de la distribution. Le responsable de la logistique a accès à toutes les tâches opérationnelles, notamment celles du préparateur de commande, du réceptionnaire et de l'administrateur des retours.

responsable du service clientèle : Rôle défini dans WebSphere Commerce et ayant accès à toutes les tâches relatives au service clientèle. Le

responsable du service clientèle gère les demandes des clients (concernant les enregistrements, commandes, retours et ventes aux enchères) et dispose des droits lui permettant d'effectuer des tâches auxquelles n'ont pas accès les représentants du service clientèle, par exemple la validation d'enregistrements de retour refusés par le système et le contact avec les clients au sujet de cas particuliers concernant le paiement (par exemple, échec d'autorisation d'une carte de crédit).

responsable marchandisage : Le responsable marchandisage assure le suivi des achats des clients et suggère des remises. Il est également chargé de déterminer la meilleure façon de présenter, de facturer et de vendre des produits dans le magasin en ligne. Il a un rôle équivalent à celui du *responsable produit*.

responsable marketing : Rôle défini dans WebSphere Commerce et chargé de la surveillance, de l'analyse et de l'interprétation du comportement des clients. Le responsable marketing est également chargé de la création et de la modification des profils client pour une vente ciblée, ainsi que de la conception et de la gestion des campagnes.

responsable produit : Rôle défini dans WebSphere Commerce et chargé de déterminer la meilleure façon de présenter, de facturer et de vendre des produits dans le magasin en ligne. Il effectue le suivi des achats des clients et propose des remises. Le responsable produit s'occupe également de déterminer les techniques de vente suggestive, de créer et de gérer les ventes aux enchères, et de contrôler les offres. Son rôle est équivalent à celui de *responsable marchandisage*.

retour : Un ou plusieurs produits, leur prix et la quantité indiquée, qu'un client a sélectionnés pour en demander le remboursement au magasin dans lequel il les a achetés. Le retour peut donner lieu à un avoir, à un remboursement ou à l'échange du produit contre un produit de remplacement. En fonction de votre entreprise, le retour physique du produit par le client n'est pas

toujours obligatoire. Par exemple, pour un abonnement à un magazine, aucun retour physique n'est requis.

B2B RFQ : Voir *demande de devis*.

RMA : Voir *autorisation de retour de marchandise*.

rôle : Ensemble des niveaux d'accès dont dispose un utilisateur donné, qui détermine les ressources spécifiques pouvant être modifiées par ce dernier. L'accès aux informations peut également être soumis à la détention du rôle requis. Un même utilisateur peut détenir plusieurs rôles.

S

sans état : Sans enregistrement des interactions précédentes. Un serveur sans état traite une requête uniquement en fonction des informations que celle-ci fournit et non en fonction des informations enregistrées à partir de requêtes précédentes. S'oppose à *avec état*.

SAR (archive de magasin) : Dans WebSphere Commerce, format de fichier indépendant de toute plateforme qui regroupe plusieurs fichiers en un seul. Voir *archive de magasin*.

schéma : Ensemble d'instructions, exprimées dans un langage de définition de données, qui décrit de façon exhaustive la structure d'une base de données. Dans une base de données relationnelles, le schéma définit les tables, les champs de chaque table et les relations entre ces champs et ces tables.

sécurité : Protection, par un système informatique, de ses ressources internes contre les opérations de lecture, modification ou suppression involontaires ou mal intentionnées.

séquence de clics : Dans la publicité sur le Web, séquence de clics ou de pages demandées au cours de l'exploration d'un site Web par un visiteur.

serveur : (1) Unité fonctionnelle qui fournit des services partagés à un ou plusieurs clients dans

un réseau. (2) Ordinateur ou programme qui répond aux instructions provenant d'un client. Exemples : serveur de fichiers, serveur d'impression et serveur de courrier. Voir également *WebSphere Commerce Server* et *serveur Web*.

serveur d'applications : Dans un réseau réparti, programme serveur qui fournit l'environnement d'exécution d'un programme d'application. Par exemple, WebSphere Commerce Server fournit l'environnement d'exécution des magasins en ligne.

serveur de commerce : Voir *WebSphere Commerce Server*.

serveur de production : Serveur WebSphere Commerce vital pour l'entreprise.

serveur de transfert : Instance de WebSphere Commerce Server utilisée à des fins de test avant que de nouvelles fonctions ou données soient déployées sur le serveur de production.

serveur sécurisé : Serveur qui chiffre les fichiers qu'il envoie et déchiffre ceux qu'il reçoit afin de faciliter les communications sécurisées avec un client.

serveur Web : Serveur sur le Web prenant en charge des demandes de documents http. Le serveur Web contrôle le flux de transactions émis ou reçu par WebSphere Commerce. Il assure la confidentialité des transactions client et garantit la transmission sécurisée de l'identité de l'utilisateur à WebSphere Commerce Server. Ce niveau de sécurité est possible grâce à l'utilisation du protocole SSL (Secure Sockets Layer).

service de règles : Interface permettant l'interaction avec le serveur de règles Blaze Advisor. Un service de règles définit des méthodes d'entrée et de sortie facilitant la communication entre deux applications.

servlet : Programme d'application écrit en langage Java, qui s'exécute sur un serveur Web. La référence à un servlet figure dans le marquage d'une page Web, comme pour un fichier graphique. Le serveur Web exécute le servlet et

envoie le résultat de cette opération, le cas échéant, au navigateur Web. S'oppose à *applet*.

SET (Secure Electronic Transaction) : Norme de l'industrie pour le paiement sécurisé par carte bancaire sur des réseaux ouverts tels qu'Internet. Le protocole SET garantit la confidentialité des informations, l'intégrité des données transmises, l'authentification du porteur de carte et du commerçant ainsi que l'interopérabilité.

S-HTTP : Voir *protocole de transfert hypertexte sécurisé*.

SMTP : Voir *protocole SMTP*.

solutions d'aide à la décision : Consolidation et analyse des données collectées au cours du fonctionnement quotidien d'une entreprise, qui sont ensuite utilisées en tant qu'outils d'aide à l'amélioration des décisions commerciales et de l'avantage concurrentiel.

sous-commande : Partie d'une commande livrée à une adresse spécifique. Une commande peut être composée de plusieurs sous-commandes. Par exemple, un client peut indiquer plusieurs adresses d'expédition pour différents articles du chariot. Chacune d'elles constitue alors une sous-commande avec les produits qui lui sont associés.

SQL (Structured Query Language) : Langage de programmation normalisé qui permet de définir et de gérer des données dans une base de données relationnelles.

SSL : Voir *protocole SSL (Secure Sockets Layer)*.

statique : S'applique à une opération se produisant à un moment prédéterminé ou fixé. S'oppose à *dynamique*.

stock DAV. : Voir *stock disponible à la vente*.

stock disponible : Stock pouvant être utilisé pour honorer les commandes.

stock disponible à la vente (DAV) : Stock disponible, à l'exception de celui réservé aux ventes amont et du stock réservé.

stock prévu : Stock commandé à un fournisseur et devant être reçu par l'acheteur. Les informations relatives au stock prévu figurent dans un enregistrement de stock prévu.

stock réservé : Stock affecté à un but précis et ne pouvant pas être commandé.

structure : Ensemble de classes d'objets regroupant des fonctions liées pour un utilisateur ou un logiciel.

► **B2B** **structure d'échanges unifiée :**
Architecture commune sur la base de laquelle tous les mécanismes de transaction peuvent être créés, notamment ceux développés en interne.

Structured Query Language : Voir *SQL*.

suppression en cascade : Processus DB2 selon lequel une action est effectuée sur certaines lignes d'une base de données pendant qu'une autre ligne est supprimée.

T

tableau de catégorie : Représentation dynamique des informations sur les catégories sous forme de lignes et de colonnes.

taux de clics de sortie : Dans la publicité sur le Web, nombre de sélections (clics) d'une publicité figurant sur une page HTML, exprimé en pourcentage du nombre de fois où elle a été téléchargée avec une page. S'oppose à *impression*.

TCP/IP : Voir *protocole TCP/IP*.

transfert : Moyen permettant d'envoyer un message sortant à partir de WebSphere Commerce.

transporteur : Société assurant l'expédition de biens entre un centre de distribution et un client.

transporteur : Combinaison d'un transporteur et d'un type de service offert par cette société. Par exemple, l'offre proposée par le transporteur XYZ.

travail : Instruction WebSphere Commerce dont l'exécution est planifiée à un moment précis ou selon un intervalle prédéfini.

travail de diffusion : Travail qui s'exécute simultanément sur tous les clones. A l'instar de tout autre travail, il est géré par le planificateur.

type de taxe : Il existe deux types de taxe : les taxes à la vente et les taxes sur frais de port. Chaque type de taxe est associé à un ensemble unique de catégories de taxe.

U

► **B2B** **UBF :** Voir *flux commercial unifié*.

Unicode : Norme universelle de codage des caractères prenant en charge l'échange, le traitement et l'affichage de texte écrit dans n'importe quelle langue du monde moderne. Cette norme prend également en charge de nombreuses variantes classiques et historiques de langues actuelles. L'Unicode repose sur un jeu de caractères à 16 octets défini par la norme ISO 10646.

unité abandonnée : Article pouvant être commandé, placé dans un chariot, mais dont la commande n'a pas été effectuée lors de l'extraction des données.

unité de stockage : Voir *référence SKU*.

URL : Adresse d'un fichier sur Internet. L'URL contient le nom du protocole, le nom de domaine complet, ainsi que le chemin et l'adresse du fichier. Voir également *instruction URL*.

URL de réacheminement : Adresse URL utilisée dans une instruction URL et permettant d'indiquer la page devant être envoyée au client à l'exécution de l'instruction.

► **B2B** **UTF :** Voir *structure d'échanges unifiée*.

V

valider : Terminer une unité de travail en mettant fin à son verrouillage, de sorte que les modifications effectuées par cette unité soient disponibles pour les autres processus.

B2B valideur : Personne chargée d'accepter ou de rejeter une action soumise à validation.

vendeur : (1) Rôle défini dans WebSphere Commerce et donnant accès à toutes les fonctions de WebSphere Commerce Accelerator. (2) Rôle qui, outre le suivi des ventes du magasin, est chargé de superviser la gestion et les objectifs globaux de ce dernier. Son rôle est équivalent à celui de *commerçant*.

vente amont : Recommandation produit d'un produit voisin mais plus cher appartenant à la même gamme que le produit actuellement affiché ou sélectionné. Voir également *vente croisée*.

vente croisée : Recommandation d'un produit associée au produit actuellement affiché ou sélectionné, ou complémentaire de ce dernier. Voir également *vente amont*.

vue : Mode de représentation des données d'une ou de plusieurs tables. Une vue peut contenir toutes les colonnes de la table ou des tables pour lesquelles elle est définie ou uniquement certaines d'entre elles.

W

WebSphere Application Server : Serveur d'applications Web basé sur des servlets Java utilisé pour le déploiement et la gestion d'applications Web. WebSphere Application Server est un module d'extension de serveur Web créé sur le modèle de programmation Java côté serveur, qui utilise des servlets, des fichiers JSP et des beans d'entreprise.

WebSphere Catalog Manager : Outil de gestion de catalogues permettant de créer et de gérer des informations de catalogue en ligne. WebSphere

Catalog Manager est conçu pour fonctionner avec WebSphere Commerce.

WebSphere Commerce Accelerator : Dans WebSphere Commerce, suite d'outils en ligne permettant d'effectuer plusieurs types d'opérations destinées à la gestion des magasins en ligne. Si la machine WebSphere Commerce prend en charge plusieurs langues, vous pouvez effectuer ces opérations dans chaque langue. Si le rôle qui vous est attribué implique des opérations de distribution, WebSphere Commerce Accelerator vous permet de choisir le centre de distribution associé au magasin. Les tâches que vous êtes autorisé à effectuer dans le cadre de votre rôle s'affichent dans les menus de la page d'accueil de WebSphere Commerce Accelerator. Ces tâches sont définies par les rôles utilisateur et les niveaux de droits d'accès.

WebSphere Commerce Server : Serveur chargé de gérer les fonctions relatives aux magasins et aux opérations commerciales d'une solution e-commerce. WebSphere Commerce Server présente toutes les fonctionnalités WebSphere Commerce dans un conteneur Web et EJB.

WebSphere Commerce Studio : WebSphere Commerce Studio est disponible en trois éditions : Developer Edition, Professional Developer Edition et Business Developer Edition. Ces trois éditions comprennent tous les outils nécessaires à la création d'actifs Web destinés à votre magasin.

WebSphere Studio : Ensemble d'outils permettant de regrouper tous les aspects liés au développement d'un site Web dans une interface commune, afin de pouvoir créer, gérer et administrer votre site depuis un point central unique.

WYSIWYG (What You See Is What You Get) : Se dit d'un éditeur de texte capable d'afficher un texte exactement tel qu'il apparaîtra à l'impression ou dans un navigateur Web.

X

XML (Extensible Markup Language) : Norme de métalangage permettant de définir des

langages de marquage dérivés et formant un sous-ensemble de SGML. XML omet les parties les plus complexes et les moins utilisées de SGML et facilite l'écriture d'applications permettant de gérer des types de documents, de créer et gérer des informations structurées, d'en transmettre et d'en partager entre des systèmes informatiques hétérogènes. XML est défini par le Consortium World Wide Web (W3C).

Z

zone démilitarisée (DMZ) : Dans le domaine de la sécurité des réseaux, réseau qui est isolé d'un réseau sécurisé (par exemple, intranet privé) et d'un réseau non sécurisé (Internet, par exemple), et qui sert de zone neutre entre les deux. Généralement, l'accès à la zone neutre à partir d'un de ces deux réseaux est contrôlé par une ou plusieurs passerelles sécurisées.

Remarques

Le présent document peut contenir des informations ou des références concernant certains produits, logiciels ou services IBM non annoncés dans ce pays. Pour plus de détails, référez-vous aux documents d'annonce disponibles dans votre pays, ou adressez-vous à votre partenaire commercial IBM. Toute référence à un produit, logiciel ou service IBM n'implique pas que seul ce produit, logiciel ou service puisse être utilisé. Tout autre élément fonctionnellement équivalent peut être utilisé, s'il n'enfreint aucun droit d'IBM. Il est de la responsabilité de l'utilisateur d'évaluer et de vérifier lui-même les installations et applications réalisées avec des produits, logiciels ou services non expressément référencés par IBM.

IBM peut détenir des brevets ou des demandes de brevet couvrant les produits mentionnés dans le présent document. La remise de ce document ne vous donne aucun droit de licence sur ces brevets ou demandes de brevet. Si vous désirez recevoir des informations concernant l'acquisition de licences, veuillez en faire la demande par écrit à l'adresse suivante :

IBM EMEA Director of Licensing
IBM Europe Middle-East Africa
Tour Descartes
2, avenue Gambetta
92066 Paris-La Défense Cedex 50
France

Les informations sur les licences concernant les produits utilisant un jeu de caractères double octet peuvent être obtenues par écrit à l'adresse suivante :

IBM World Trade Asia Corporation
Licensing
2-31 Roppongi 3-chome, Minato-ku
Tokyo 106, Japan

Le paragraphe suivant ne s'applique ni au Royaume-Uni, ni dans aucun pays dans lequel il serait contraire aux lois locales.

LE PRESENT DOCUMENT EST LIVRE EN L'ETAT. IBM DECLINE TOUTE RESPONSABILITE, EXPLICITE OU IMPLICITE, RELATIVE AUX INFORMATIONS QUI Y SONT CONTENUES, Y COMPRIS EN CE QUI CONCERNE LES GARANTIES DE VALEUR MARCHANDE OU D'ADAPTATION A VOS BESOINS. Certaines juridictions n'autorisent pas l'exclusion des garanties implicites, auquel cas l'exclusion ci-dessus ne vous sera pas applicable.

Le présent document peut contenir des inexactitudes ou des coquilles. Il est mis à jour périodiquement. Chaque nouvelle édition inclut les mises à jour. IBM peut modifier sans préavis les produits et logiciels décrits dans ce document.

Les références à des sites Web non IBM sont fournies à titre d'information uniquement et n'impliquent en aucun cas une adhésion aux données qu'ils contiennent. Les éléments figurant sur ces sites Web ne font pas partie des éléments du présent produit IBM et l'utilisation de ces sites relève de votre seule responsabilité.

IBM pourra utiliser ou diffuser, de toute manière qu'elle jugera appropriée et sans aucune obligation de sa part, tout ou partie des informations qui lui seront fournies.

Les licenciés souhaitant obtenir des informations permettant : (i) l'échange des données entre des logiciels créés de façon indépendante et d'autres logiciels (dont celui-ci), et (ii) l'utilisation mutuelle des données ainsi échangées, doivent adresser leur demande à :

Lab Director
IBM Canada Ltd. Laboratory
8200 Warden Avenue
Markham, Ontario
L6G 1C7
Canada

Ces informations peuvent être soumises à des conditions particulières, prévoyant notamment le paiement d'une redevance.

Le logiciel sous licence décrit dans ces informations et tous les éléments sous licence disponibles s'y rapportant sont fournis par IBM conformément aux dispositions de l'ICA, des Conditions internationales d'utilisation des logiciels IBM ou de tout autre accord équivalent.

Les données de performance indiquées dans ce document ont été déterminées dans un environnement contrôlé. Par conséquent, les résultats peuvent varier de manière significative selon l'environnement d'exploitation utilisé. Certaines mesures évaluées sur des systèmes en cours de développement ne sont pas garanties sur tous les systèmes disponibles. En outre, elles peuvent résulter d'extrapolations. Les résultats peuvent donc varier. Il incombe aux utilisateurs de ce document de vérifier si ces données sont applicables à leur environnement d'exploitation.

Les informations concernant des produits non IBM ont été obtenues auprès des fournisseurs de ces produits, par l'intermédiaire d'annonces publiques ou via d'autres sources disponibles. IBM n'a pas testé ces produits et ne peut confirmer l'exactitude de leurs performances ni leur compatibilité. Elle ne peut recevoir aucune réclamation concernant des produits non IBM. Toute question concernant les performances de produits non IBM doit être adressée aux fournisseurs de ces produits.

Toute instruction relative aux intentions d'IBM pour ses opérations à venir est susceptible d'être modifiée ou annulée sans préavis, et doit être considérée uniquement comme un objectif.

Tous les tarifs indiqués sont les prix de vente actuels suggérés par IBM et sont susceptibles d'être modifiés sans préavis. Les tarifs appliqués peuvent varier selon les revendeurs.

Ces informations sont fournies uniquement à titre de planification. Elles sont susceptibles d'être modifiées avant la mise à disposition des produits décrits.

Le présent document peut contenir des exemples de données et de rapports utilisés couramment dans l'environnement professionnel. Ces exemples mentionnent des noms fictifs de personnes, de sociétés, de marques ou de produits à des fins illustratives ou explicatives uniquement. Toute ressemblance avec des noms de personnes, de sociétés ou des données réelles serait purement fortuite.

LICENCE DE COPYRIGHT :

Le présent logiciel contient des exemples de programmes d'application en langage source destinés à illustrer les techniques de programmation sur différentes plateformes d'exploitation. Vous avez le droit de copier, de modifier et de distribuer ces exemples de programmes sous quelque forme que ce soit et sans paiement d'aucune redevance à IBM, à des fins de développement, d'utilisation, de vente ou de distribution de programmes d'application conformes aux interfaces de programmation des plateformes pour lesquels ils ont été écrits ou aux interfaces de programmation IBM. Ces exemples de programmes n'ont pas été rigoureusement testés dans toutes les conditions. Par conséquent, IBM ne peut garantir expressément ou implicitement la fiabilité, la maintenabilité ou le fonctionnement de ces programmes. Vous avez le droit de copier, de modifier et de distribuer ces exemples de programmes sous quelque forme que ce soit et sans paiement d'aucune redevance à IBM, à des fins de développement, d'utilisation, de vente ou de distribution de programmes d'application conformes aux interfaces de programmation IBM.

Toute copie totale ou partielle de ces programmes exemples et des œuvres qui en sont dérivées doit comprendre une notice de copyright, libellée comme suit :

©Copyright International Business Machines Corporation 2001. Des segments de code sont dérivés des Programmes exemples d'IBM Corp. ©Copyright IBM Corp. 2000, 2001. All rights reserved.

Si vous visualisez ces informations en ligne, il se peut que les photographies et illustrations en couleur n'apparaissent pas à l'écran.

Marques

Les termes qui suivent sont des marques d'International Business Machines Corporation aux Etats-Unis et/ou dans certains autres pays :

AIX	CICS	DB2
DB2 Extenders	Encina	MQSeries
IBM	iSeries	VisualAge
SecureWay	WebSphere	400

Adobe et Acrobat sont des marques d'Adobe Systems Incorporated.

Blaze Advisor est une marque de HNC Software,Inc.

Lotus et Domino sont des marques de Lotus Development Corporation aux Etats-Unis et/ou dans certains autres pays.

Microsoft, Windows, Windows NT et le logo Windows sont des marques de Microsoft Corporation aux Etats-Unis et/ou dans certains autres pays.

Oracle et Oracle8 sont des marques d'Oracle Corporation.

SET et le logo SET sont des marques de SET Secure Electronic Transaction LLC. Pour plus d'informations, consultez le site Web suivant :
<http://www.setco.org/aboutmark.html>

Java et toutes les marques incluant Java sont des marques de Sun Microsystems, Inc. aux Etats-Unis et/ou dans certains autres pays.

Linux est une marque de Linus Torvalds.

UNIX est une marque de The Open Group aux Etats-Unis et/ou dans certains autres pays.

D'autres sociétés sont propriétaires des autres marques, noms de produits ou de services qui pourraient apparaître dans ce document.

Index

A

- administration de la mémoire
 - cache 129
- Assistant produit 217
 - description 217
 - fonctions de recherche évoluée 217
 - statistiques Assistant de ventes 220
 - statistiques Assistant produit 220
 - statistiques Comparaison des produits 220
 - statistiques Exploration des produits 220
 - préparation à l'utilisation 219
 - utilisation avec Catalog Manager 220
- authentification 98, 119

C

- campagnes 206
 - élément annexe 203
 - initiatives de campagne 212
 - filtrage commun 206
 - publicité de sensibilisation 207, 209
 - vente suggestive 206, 207
- Catalog Manager 38
- catalogue 73
 - maître 90, 155, 186
 - méthodes de création 77
 - présentation 73
 - produits exemples
 - module Loader 83
 - suppression 83
- collaboration 198
- Commerce Studio 19
 - composants 19
 - Applet Designer 20
 - Page Designer 20
 - WebSphere Studio 19
- comptes 187
 - définition 187
 - rapports 193
 - bilan/limites des ordres d'achat limités 193
 - commandes 193

comptes (suite)

- rapports (suite)
 - commandes par contrat 193, 194
 - contrats dont la date d'expiration est proche 194
 - remboursement 194
 - remboursement par contrat 193, 194
- comptes commerciaux
 - Voir comptes
- console d'administration
 - configuration de l'application de messagerie 125
 - contrôle des accès 113
 - gestion des règles de Blaze 133
 - moniteur de performances 123
 - Payment Manager 128
- contrat par défaut 186
- contrôle des accès 113, 122
- cycle de développement 31
 - conception 36
 - déploiement 38
 - développement du catalogue 38
 - développement du magasin 36
 - évaluation des besoins 34
 - tests 38

D

- DB2 Extension Texte 17
- demande de devis 194
 - activation 195
 - traiter 195
- distribution 179
 - emballage 180
 - livraison 181
 - préparation 180
- DMS (Database Managed Space) 135

E

- expédition
 - affectation à un produit 160
 - bloc-notes Expédition 65
 - modes 185
 - types de frais 185
- Extractor 123

F

- fichiers journaux 127

fichiers JSP

- Voir fichiers JSP (JavaServer Pages)
- fichiers JSP (JavaServer Pages) 13, 53
- fournisseurs 147

G

- gestion, politique 183
 - catalogue 184
 - expédition 185
 - facturation, paiement et remboursement 184
 - habilitation client 186
 - retours 185
- Gestionnaire de configuration 12, 118, 129

I

- InFashion 54, 55, 56, 95, 179

L

- LDAP
 - Voir Lightweight Directory Access Protocol (LDAP)
- Lightweight Directory Access Protocol (LDAP) 119

M

- magasins
 - archive de magasin 62
 - création 53
 - déploiement 105
 - magasin multiculturel 57
 - modèle de magasin 53
 - pages 59
 - accueil 59
 - adresse 62
 - chariot 61
 - connexion 59
 - création de pages, WebSphere Studio 69
 - enregistrement 59
 - erreur système 62
 - exception 62
 - groupe de catalogue 60
 - liste de pré-sélection 61
 - lot et offre groupée 60
 - produit 60
 - règlement 61

- magasins (*suite*)
 - personnalisation d'une archive de magasin 65
 - publication d'une archive de magasin 68, 71
 - Store Services 63
 - tests 105
- maintenance de la base de données 133
 - gestion des espaces table 135
 - journalisation de la base de données 134
 - optimisation de la base de données 138
 - plans d'accès 136
 - réorganisation des tables 136
 - sauvegarde de la base de données 134
 - utilitaire de nettoyage de la base de données 136
- marketing
 - bons de réduction 213
 - campagnes 206
 - emplacement e-marketing 201
 - profil client 203
 - rapports 212
- module Loader 83
- O**
 - options de configuration 39
 - à deux niveaux 45
 - à trois niveaux 46
 - à un niveau 43
 - clonage 40
 - entreprise 48
 - multi-instances 50
 - Network Dispatcher 41
 - serveur de transfert 51
- P**
 - politique de gestion 183
 - catalogue 184
 - expédition 185
 - facturation, paiement et remboursement 184
 - habilitation client 186
 - retours 185
 - produits
 - affectation d'une remise 168
 - affectation dans une catégorie 159
 - définition des attributs 161
 - définition des prix 161
 - définition des unités de mesure 160
 - produits (*suite*)
 - définition des valeurs d'attribut 161
 - définition du fabricant 159
 - génération des références SKU 162
 - recherche 163
 - profil client 203
- Q**
 - QuickPlace 198
- R**
 - rapports
 - gestion des produits
 - état du stock 163
 - produits de la commande différée 163
 - réceptions de stock par produit 163
 - retours en attente 163
 - stock
 - ajustement du stock 150
 - état du stock 150
 - ouverture des enregistrements de stock prévu 150
 - produits de la commande différée 150
 - réceptions de stock par produit 150
 - représentant du service clientèle 171
 - commandes client 173
 - création de commandes 175
 - modification de commandes 174
 - recherche de commandes 173
 - informations
 - d'enregistrement 171
 - ventes aux enchères 226
 - responsable marketing 199
 - campagnes 211
 - caractéristiques de produit 157
 - profils client 205
 - retours 175
 - acceptation 185
 - création 176
 - frais 185
 - motifs de retour 146
 - rapports 147
 - retours avec réceptions partielles 147
 - retours en attente 147, 163
 - retours (*suite*)
 - rapports (*suite*)
 - retours reçus mais non rebutés 147
 - réception 152
 - retour non souhaité 160
 - sélection de l'écoulement 153
 - validation d'un retour refusé par le système 176
 - rôles 31
 - administrateur de magasin 33, 113
 - administrateur de site 33, 113
 - affectation de rôles aux utilisateurs 118
 - concepteur de pages Web 34
 - développeur de base de données 33
 - développeur de magasin 33
 - responsable Marketing 32
 - responsable produit. 32
- S**
 - sécurité
 - authentification 119
 - LDAP 119
 - personnalisée 119
 - registre d'utilisateurs 120
 - X.509 119
 - optimisation de la sécurité 120
 - blocage du compte 121
 - commandes protégées par mot de passe 120
 - contrôle de la sécurité 120, 122
 - délai d'inactivité de la connexion 120
 - invalidation du mot de passe 120
 - journalisation des accès 121
 - outil de mise à jour de la base de données 120
 - protection des scripts intersite 120
 - règles de mot de passe 121
 - serveur de transfert 106
 - SMS (System Managed Storage) 135
 - sous-systèmes
 - catalogue 24
 - commande 25
 - marketing 25
 - membres 23
 - stock 26
 - transactions 25

- stock 26
 - affectation 144
 - ajustements 152
 - disponible à la vente (DAV) 144
 - enregistrements de stock
 - prévu 148
 - rapports
 - ajustement du stock 150
 - état du stock 150
 - ouverture des enregistrements de stock prévu 150
 - produits de la commande différée 150
 - réceptions de stock par produit 150
 - réception ad hoc 151
 - réception des retours 152
 - traitement de la destination des retours 153

T

- taux de taxe
 - bloc-notes Taxe 66
 - affectation à un produit 159

V

- ventes aux enchères 221
 - galerie 222
 - géré par
 - représentant du service clientèle 226
 - mode d'adjudication 225
 - règles 224
 - styles 224
 - types
 - à cri public 223
 - au rabais 223
 - sous pli scellé 223

W

- WebSphere Commerce 9
 - composants 11
 - base de données 14
 - console d'administration 12
 - logiciel intégré 16
 - Payment Manager 15
 - recherche 17
 - sécurité 118
 - serveur Web 14
 - Store Services 11
 - WebSphere Application Server 13
 - WebSphere Commerce Accelerator 11



Référence : CT1D2FR

GC11-1901-01



(1P) P/N: CT1D2FR



Spine information:



IBM WebSphere Commerce

Notions de base

Version 5.4