

IBM® WebSphere® Commerce



Informazioni di base

Versione 54

IBM® WebSphere® Commerce



Informazioni di base

Versione 54

Nota:

Prima di utilizzare queste informazioni e il prodotto supportato, consultare il paragrafo Informazioni particolari.

Seconda edizione (maggio 2002)

Questa edizione si applica ai seguenti prodotti:

IBM WebSphere Commerce Business Edition per Windows NT e Windows 2000, versione 5.4

IBM WebSphere Commerce Business Edition per AIX, versione 5.4

IBM WebSphere Commerce Business Edition per software Solaris Operating Environment, Versione 5.4

IBM WebSphere Commerce Studio, Business Developer Edition per Windows NT e Windows 2000, Versione 5.4

IBM WebSphere Commerce Professional Edition per Windows NT e Windows 2000, Versione 5.4

IBM WebSphere Commerce Professional Edition per AIX, Versione 5.4

IBM WebSphere Commerce Professional Edition per software Solaris Operating Environment, Versione 5.4

IBM WebSphere Commerce Professional Edition per Linux, Versione 5.4

IBM WebSphere Commerce Business Edition per Linux, Versione 5.4

IBM WebSphere Commerce Professional Edition per iSeries, Versione 5.4

IBM WebSphere Commerce Business Edition per iSeries, Versione 5.4

IBM WebSphere Commerce Studio, Professional Developer Edition per Windows NT e Windows 2000, Versione 5.4

e tutti i successivi rilasci e tutte le modifiche dei prodotti elencati, se non diversamente specificato nelle nuove edizioni. Accertarsi di utilizzare l'edizione corretta per il livello del prodotto.

Richieste di ulteriori copie di questo prodotto o informazioni tecniche sullo stesso vanno indirizzate ad un rivenditore autorizzato o ad un rappresentante commerciale IBM.

Come ultima pagina del manuale è stato predisposto un foglio riservato ai commenti del lettore. Se il foglio è stato rimosso, i commenti possono essere inviati al seguente indirizzo:

Selfin S.p.A.

Translation Assurance

Via Francesco Giordani, 7

Napoli

Tutti i commenti e suggerimenti inviati potranno essere utilizzati liberamente dall'IBM o dalla Selfin e diventeranno esclusiva delle stesse.

© Copyright International Business Machines Corporation 2000, 2002. Tutti i diritti riservati.

Dove reperire informazioni

Con WebSphere Commerce vengono fornite informazioni in linea e su supporto cartaceo che descrivono in modo esauriente le soluzioni e-commerce. Le informazioni su WebSphere Commerce Studio sono incluse come parte di WebSphere Commerce. Inoltre, i prodotti software forniti con WebSphere Commerce o WebSphere Commerce Studio dispongono di ulteriori informazioni che descrivono le funzioni specifiche e le funzioni del software. Questa sezione offre una panoramica che agevola il reperimento delle varie informazioni.

Per ulteriori informazioni su queste tre fonti di informazioni, consultare l'“Informazioni di supporto” a pagina 235.

Pubblicazioni WebSphere Commerce

Nel seguente elenco sono riportate le pubblicazioni di WebSphere Commerce:

- *IBM WebSphere Commerce - Informazioni di base, Versione 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce - Guida per il programmatore, Versione 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce - Guida rapida per Windows NT e Windows 2000, Versione 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce - Guida rapida per AIX, Versione 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce - Guida rapida per Linux, Versione 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce per software Solaris Operating Environment - Guida rapida, Versione 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce per IBM eServer iSeries 400 - Guida rapida, Versione 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce Studio per Windows NT e Windows 2000 - Guida all'installazione, Versione 5.4*

Le seguenti pubblicazioni sono disponibili in formato PDF sulla pagina della documentazione tecnica.

Guide all'installazione

- *IBM WebSphere Commerce per Windows NT e Windows 2000 - Guida all'installazione per l'uso con DB2 Universal Database, Versione 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce per Linux - Guida all'installazione, Versione 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce per Windows NT e Windows 2000 - Guida all'installazione per l'uso con Oracle Database, Versione 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce per Windows NT e Windows 2000 - Guida al software aggiuntivo, Versione 5.4*

- *IBM WebSphere Commerce per AIX - Guida all'installazione per l'uso con DB2 Universal Database, Versione 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce per AIX - Guida all'installazione per l'uso con Oracle Database, Versione 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce per AIX - Guida al software aggiuntivo, Versione 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce per software Solaris Operating Environment - Guida all'installazione per l'uso con DB2 Universal Database, Versione 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce per software Solaris Operating Environment - Guida all'installazione per l'uso con Oracle Database, Versione 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce per software Solaris Operating Environment - Guida al software aggiuntivo, Versione 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce per IBM eServer iSeries 400 - Guida all'installazione, Versione 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce per IBM eServer iSeries 400 - Guida al software aggiuntivo, Versione 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce per Linux Guida al software aggiuntivo, Versione 5.4*

Guida alla migrazione

- *IBM WebSphere Commerce Commerce Studio per Windows NT e Windows 2000 - Guida alla migrazione, Versione 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce per Windows NT e Windows 2000 - Guida alla migrazione, Versione 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce per AIX - Guida alla migrazione, Versione 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce per software Solaris Operating Environment - Guida alla migrazione, Versione 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce per IBM eServer iSeries 400 - Guida alla migrazione, Versione 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce per Linux Guida alla migrazione, Versione 5.4*

Altre pubblicazioni

- *IBM WebSphere Commerce - Guida per lo sviluppatore del negozio, Versione 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce - Guida al controllo accessi, Versione 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce Catalog Manager - Guida per l'utente, Versione 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*

Per gli aggiornamenti a queste pubblicazioni, fare riferimento al seguente indirizzo Web:

 ibm.com/software/webservers/commerce/wc_pe/lit-tech-general.html

► **Business** ibm.com/software/webservers/commerce/wc_be/lit-tech-general.html

Guida in linea di WebSphere Commerce

La guida in linea di WebSphere Commerce è composta da informazioni in linea che è possibile visualizzare mediante un browser Web ed estratti delle informazioni in linea compilati in documenti PDF (Portable Document Format) nell'area argomenti relativa.

È possibile accedere alla guida in linea da un browser Web su Internet Explorer, Versione 5.5 o successiva, utilizzando il seguente indirizzo: http://nome_host/wchelp/, dove *nome_host* è il nome della macchina WebSphere Commerce utilizzata.

► **Windows** Inoltre, in Windows è possibile accedere alla guida in linea dal menu **Start** nel modo seguente:
Start → **Programmi** → **IBM WebSphere Commerce** → **Documentazione**

Guida in linea WebSphere Commerce Studio

La guida in linea di WebSphere Commerce Studio è fornita insieme alla guida in linea di WebSphere Commerce.

Guida in linea per i prodotti compresi nei pacchetti

► **Windows** La seguente tabella elenca le ubicazioni della guida in linea dei prodotti contenuti nei pacchetti di WebSphere Commerce e Commerce Studio.

Prodotto	Punto di accesso per le informazioni
WebSphere Studio	<ul style="list-style-type: none">• Guida per Studio Start → Programmi → IBM WebSphere Commerce Studio → Studio 4.0 → Guida per Studio• Introduzione Start → Programmi → IBM WebSphere Commerce Studio → Studio 4.0 → Introduzione
DB2 Universal Database®	Avvio → Programmi → IBM DB2® → Informazioni → Information Center
WebSphere Application Server	Avvio/Start → Programmi → IBM WebSphere → Application Server V4.0 → Documentazione

Prodotto	Punto di accesso per le informazioni
IBM HTTP Server	Avvio -> Programmi -> IBM HTTP Server -> Documentazione
IBM Payment Manager™	Avvio/Start -> WebSphere Payment Manager -> Payment Manager README

Ulteriori informazioni sul Web

È possibile trovare altre fonti di informazioni utili sul Web, come descritto nelle seguenti sezioni.

Supporto

Per informazioni di supporto, inclusi newsgroup, FAQ, note tecniche, informazioni sulla risoluzione dei problemi e download, fare riferimento al seguente indirizzo Web:
ibm.com/software/webservers/commerce/support.html.

Software partner

Esistono numerosi fornitori software che offrono prodotti e servizi per potenziare WebSphere Commerce. Per informazioni su questi partner, visitare il sito www.ibm.com/software/webservers/commerce/community e fare clic sul collegamento **Software Developers**.

Redbooks

Per informazioni tecniche avanzate, visitare il sito Web Redbooks all'indirizzo www.ibm.com/redbooks e cercare WebSphere Commerce.

Indice

Dove reperire informazioni.	iii
Publicazioni WebSphere Commerce	iii
Guida in linea di WebSphere Commerce	v
Guida in linea WebSphere Commerce Studio	v
Guida in linea per i prodotti compresi nei pacchetti	v
Ulteriori informazioni sul Web	vi
Supporto	vi
Software partner	vi
Redbooks	vi
Operazioni preliminari	xi
Convenzioni utilizzate in questa pubblicazione	xiii

Parte 1. Panoramica 1

Capitolo 1. Introduzione al software per l'e-commerce	3
Le differenze di WebSphere	4
Marketing con scopo di lucro	4
Il villaggio globale	5
La mobilità.	5
Rendere il sito interessante	5
Perché Java™?.	6
Strumenti per qualsiasi lavoro	6
Che cosa significa tutto ciò per il cliente	7

Capitolo 2. Panoramica su WebSphere Commerce	9
Prodotti disponibili	9
IBM WebSphere Commerce	9
Componenti di WebSphere Commerce	10
Strumenti	10
Componenti necessari.	12
Descrizione del software WebSphere Commerce	16
IBM WebSphere Commerce Studio	18
Componenti di Commerce Studio	19

Capitolo 3. Panoramica di WebSphere Commerce Server	23
Strumenti	23
Sottosistemi	23

Runtime di common server	26
Gestione di sistema	27
Servizi di messaggistica	27
WebSphere Application Server	27

Parte 2. Sviluppo del negozio . . . 29

Capitolo 4. Organizzazione del sito	31
Assemblaggio del team di sviluppo del sito	31
Raccolta dei requisiti	34
Progettazione	36
Sviluppo negozio	36
Gestione dati.	37
Sviluppo del catalogo	38
Procedure di test	38
Messa in opera	38

Capitolo 5. Selezione di una configurazione.	39
Scalabilità.	39
Clonazione	40
Gestione del carico di lavoro	40
Gestione sessione	41
IBM Network Dispatcher.	41
Contenuto di WebSphere Commerce Server	42
Configurazione a livello singolo	43
Configurazione a 2 livelli	44
Configurazione a 3 livelli	46
Configurazione enterprise tipica	47
Configurazione a più istanze	49
Configurazione server di trasferimento	51

Capitolo 6. Creazione del negozio	53
Che cos'è un negozio in linea?.	53
Negozzi di esempio	53
Creazione di negozio	62
Creazione di un negozio utilizzando un archivio negozio di esempio	63
Creazione di un negozio mediante un archivio negozio	69

Capitolo 7. Creazione di un catalogo in linea	73
Conoscenza di un catalogo in linea	73

Dati dei cataloghi	74	Sicurezza.	118
Pagine di visualizzazione dei cataloghi	76	Autenticazione.	118
Relazioni del catalogo.	76	Registro utente.	119
Creazione del catalogo principale	77	Miglioramento della sicurezza del sito	120
Creazione delle risorse di catalogo	78	Criteri di controllo accessi	121
Eliminazione dei prodotti di esempio	82	Controllo prestazioni.	123
Pacchetto Loader	83	Controllo prestazioni.	123
Pubblicazione e pacchetto Loader	83	Altri strumenti per le prestazioni	123
Inserimento dati nel database mediante il		Aspetti generali delle prestazioni.	124
pacchetto Loader	83	Configurazione	125
Gestione del catalogo in linea	88	Servizi di messaggistica.	125
Ricerca catalogo.	88	Programma di pianificazione	126
Aggiunta della funzione ricerca catalogo al		Registrazioni WebSphere Commerce	
sito	89	Server.	127
Prodotti configurabili	90	IBM WebSphere Payment Manager	128
Capitolo 8. Operazioni per la		Memorizzazione cache della pagina	
personalizzazione del negozio	91	dinamica.	129
Introduzione	91	Variazioni della configurazione della	
Componenti software di WebSphere		cache di WebSphere Commerce	130
Commerce	91	Gestione del servizio di regole	133
Modello di applicazione di WebSphere		Manutenzione dei sistemi	133
Commerce	92	Utilizzo del server	133
Architettura runtime di WebSphere		Manutenzione del database	133
Commerce	95	Gestione di WebSphere Application	
Riepilogo di una richiesta HTTP	100	Server.	138
Componenti personalizzabili	102	Gestione del server Web	139
Personalizzazione dei sottosistemi di		Risoluzione dei problemi	140
WebSphere Commerce	103		
Capitolo 9. Distribuzione del negozio	105	<hr/>	
Procedure di test	105	Parte 4. Gestione del fronte	
Server di trasferimento	106	negozio.	141
Configurazione di un server di			
trasferimento	108	Capitolo 11. Gestione dell'inventario	143
Pubblicazione	108	Definizione della gestione dell'inventario	143
		Assegnazione dell'inventario	144
<hr/>		Gestione dell'inventario mediante	
Parte 3. Gestione e		WebSphere Commerce Accelerator	144
mantenimento di un negozio e di		Impostazione di un sottosistema di	
un sito	111	inventario	145
Capitolo 10. Gestione del sito	113	Gestione dell'inventario.	148
Gestione accessi	113	Record di inventario previsto	148
Definizione organizzazioni ruoli e utenti	113	Prospetti di inventario	149
Organizzazioni.	114	Attività del ricevente.	151
Definizione dei processi che richiedono		Ricevimento dell'inventario previsto	151
approvazione	115	Ricevimenti inventario ad hoc	151
Ruoli	116	Regolazione dell'inventario	151
Utenti.	117	Ricevimenti dei prodotti restituiti	152
		Attività dell'Amministratore restituzioni	152
		Selezione della disposizione dei prodotti	
		restituiti	152

Capitolo 12. Gestione del catalogo	155
Gestione categorie	155
Gestione categorie	155
Gestione dei prodotti	156
Creazione di prodotti, attributi e SKU	157
Prospetti di gestione prodotti	163
Indicazioni aggiornate sul prodotto	163
Ricerca di un prodotto	164
Sconti	164
Tipi di sconto	165
Avvio della pagina Sconti	167
Assegnazione di uno sconto a un prodotto o a uno SKU	168
Capitolo 13. Gestione delle informazioni del cliente	171
Informazioni di registrazione cliente	171
Ricerca di un cliente	172
Assistenza clienti	173
Abitolazione di Assistenza clienti	173
Gestione degli ordini del cliente	173
Come trovare gli ordini clienti	174
Modifica degli ordini clienti	174
Restituzioni	176
Capitolo 14. Evasione degli ordini	179
Evasione di un ordine	180
Capitolo 15. Gestione delle relazioni commerciali	183
Politiche aziendali	183
Catalogo	184
Fatturazione, pagamento e rimborso	184
Restituzioni	184
Spedizione	185
Concessioni cliente	185
Contratto predefinito	186
Account aziendali	187
Definizione degli account aziendali	187
Contratti	187
Creazione di un contratto	187
Creazione di organizzazione, account e contratto per un cliente	188
Prospetti di gestione contratti	193
Prospetti di gestione conti	193
RFQ (Request for Quote)	194
Abitolazione RFQ	195
Elaborazione RFQ	195
Collaborazione	198

Parte 5. Ampliamento delle funzioni del negozio 199

Capitolo 16. Marketing	201
Spot di e-marketing	201
Copia pubblicitaria	203
Profili clienti	204
Gestione del profilo clienti	204
Campagne	206
Iniziativa di vendita persuasiva	207
Iniziativa di vendita persuasiva con condizioni	208
Pubblicità per la diffusione	209
Gestione campagna	211
Offerte promozionali	213
Promozioni coupon	213
Capitolo 17. Product Advisor	217
Metafore di acquisto	217
Determinazione dell'idoneità dei dati del catalogo per Product Advisor	218
Pianificazione delle risorse	219
Product Advisor Catalog Manager	219
Informazioni su Product Advisor	220
Capitolo 18. Aste	221
Implementazione dell'asta	221
Funzioni per i partecipanti di un'asta	222
Tipi di asta	223
Stili di asta	224
Regole per le aste	224
Definizione delle regole di controllo offerte	225
Gestione delle aste per il sito	225
Creazione di un'asta	226
Ricerca di un'asta	226
Gestione delle aste per i clienti	227
Capitolo 19. Creazione di prospetti e soluzioni aziendali	229
Prospetti di WebSphere Commerce	229
Soluzioni aziendali	230
WebSphere Commerce Analyzer	230
Appendice. Informazioni di supporto	235
Informazioni di supporto per WebSphere Commerce	235
Informazioni di installazione e configurazione	235

Informazioni per il programmatore	235	Informazioni particolari	263
Guida in linea	235	Marchi e marchi di servizio	266
Guida di Commerce Studio	236	Indice analitico	267
Guida in linea	236		
Glossario	237		

Operazioni preliminari

Questa edizione di *IBM WebSphere Commerce Business Edition, Informazioni di base* fornisce un'introduzione a WebSphere Commerce. Questo manuale contiene i seguenti tipi di informazioni:

- Panoramica sulla famiglia WebSphere Commerce, incluse le descrizioni e le spiegazioni sul funzionamento di tutti i componenti
- Informazioni sulla pianificazione del sito
 - Opzioni di configurazione e considerazioni fondamentali
 - Pianificazione del negozio e considerazioni fondamentali
- Panoramica dei Servizi del negozio
 - Creazione di un negozio
 - Pagine del negozio
 - Pagine del catalogo in linea
- Gestione del catalogo in linea
 - Creazione di un catalogo in linea
 - Utilizzo del pacchetto Loader
- Panoramica delle attività relative alla personalizzazione di un negozio
 - Pianificazione di un progetto
 - Risorse impiegate
 - Descrizione dei vari metodi disponibili per eseguire attività simili per consentire di scegliere quello più idoneo
- Test e sviluppo del negozio
 - Utilizzo di un server di trasferimento
- Amministrazione del sito e del negozio
 - Panoramica sulla Console di gestione
 - Panoramica sulla gestione del database
 - Gestione di sistema
- Gestione del fronte negozio
 - Gestione dell'inventario
 - Gestione del catalogo del negozio
 - Gestione delle informazioni sul cliente
 - Evasione ordini
 - Gestione delle relazioni commerciali
- Ampliamento delle caratteristiche del negozio

- Campagne
- Aste
- Prospetti Business intelligence
- Glossario

Convenzioni utilizzate in questa pubblicazione

Questa pubblicazione utilizza le seguenti convenzioni:

I termini di WebSphere Commerce Studio e Commerce Studio sono intercambiabili.

Grassetto: indica i comandi o i controlli della GUI (Graphical User Interface) quali i nomi dei campi, i pulsanti o le scelte di menu.

Monospazio: indica gli esempi di testo da immettere esattamente come sono mostrati ed i percorsi delle directory.

Corsivo: utilizzato per evidenziare delle parti e per indicare le variabili cui l'utente attribuisce dei valori.

-  **NT** indica le informazioni specifiche per Windows NT.
-  **2000** indica le informazioni specifiche per Windows 2000.
-  **AIX** indica le informazioni specifiche per AIX.
-  **Solaris** indica le informazioni specifiche per il sistema operativo Solaris.
-  **400** indica le informazioni specifiche per IBM iSeries 400 (precedentemente denominato AS/400®).
-  **Linux** indica le informazioni specifiche per Linux.
-  **Business** indica informazioni specifiche per la Business Edition.
-  **Professional** indica informazioni specifiche per la Professional Edition.
-  **B2C** indica informazioni specifiche per un sito B2C.
-  **B2B** indica informazioni specifiche per un sito B2B.



indica ulteriori informazioni che consentono di completare un'attività.

Parte 1. Panoramica

In questa sezione viene fornita un'introduzione al software di e-commerce e una descrizione di alcune funzioni principali di WebSphere Commerce, versione 5.4. Inoltre, viene fornita una descrizione delle offerte e dei componenti del prodotto.

Capitolo 1. Introduzione al software per l'e-commerce

Fino a non molti anni fa, l'obiettivo della maggior parte delle aziende era di disporre di un sito Web che descrivesse l'azienda e i prodotti o i servizi forniti. I tempi sono cambiati.

Per essere competitivi in un mercato globalizzato, i venditori in linea devono offrire livelli superiori di servizi e di supporto rispetto al passato. Quando i clienti visitano un sito Web di e-commerce, si aspettano come minimo di poter sfogliare un catalogo in linea, aggiungere prodotti a un carrello degli acquisti, effettuare acquisti protetti utilizzando la carta di credito e specificare il luogo di consegna. Ma non è tutto. I clienti hanno una maggiore conoscenza di Internet, pertanto le loro aspettative sono aumentate. Desiderano effettuare acquisti nella lingua e nella valuta preferite. Si aspettano di poter usufruire di servizi personalizzati in base ai propri interessi, in quanto non dispongono del tempo necessario per sfogliare i cataloghi. Desiderano, inoltre, assistenti intelligenti che fungano da commessi e forniscano loro consigli utili sui prodotti. Ben presto i clienti vorranno anche poter effettuare gli acquisti utilizzando dispositivi portatili.

I cambiamenti che interessano le funzioni software dell'e-commerce non si limitano al punto di vista del cliente. Per molti venditori, e-commerce si è trasformato da progetto sperimentale a parte integrante degli affari. Di conseguenza fanno parte, oggi, del processo e-commerce, molti membri di staff non tecnici. I responsabili del merchandising e del marketing utilizzano il software e-commerce nelle modalità più sofisticate per creare campagne di marketing, per indirizzare i prodotti a segmenti di clienti specifici e per controllare il successo delle campagne.

Anche i processi aziendali sono cambiati nel tempo. Il software e-commerce è integrato con i sistemi software esistenti, pertanto il venditore effettua un'unica gestione per le informazioni su clienti e prodotti. Di conseguenza, i clienti sanno se un prodotto è disponibile prima di effettuare l'acquisto. I venditori tentano di stabilire una relazione sempre più stretta con i fornitori, riducendo in questo modo i tempi di risposta alle richieste dei clienti.

WebSphere Commerce, nella sua quinta versione, ha tenuto fede alle aspettative e alle esigenze sempre maggiori di clienti e venditori. Con WebSphere Commerce è possibile creare un sito di e-commerce che trasforma i visitatori in acquirenti.

Le differenze di WebSphere

Il sito e-commerce ha bisogno di una piattaforma affidabile. Utilizzando il software WebSphere, si ottengono risultati che soddisfano gli standard industriali e che garantiscono alte prestazioni, affidabilità, scalabilità e sicurezza. Questi requisiti sono fondamentali per la creazione di un sito e-commerce.

La creazione della piattaforma WebSphere è fornita da WebSphere Application Server, un server potente per le applicazioni di e-commerce. Supporta gli standard software industriali quali file Java, Enterprise JavaBeans e JavaServer Pages e consente affidabili interazioni con i database di impresa e sistemi di transazione.

La piattaforma WebSphere include MQSeries, un prodotto middleware che consente di integrare le applicazioni di e-commerce con i sistemi di backend. In questo modo, viene agevolata la gestione di una singola fonte di dati, consentendo di rispondere rapidamente e in maniera efficace alle richieste dei clienti.

La famiglia di software WebSphere dispone di un insieme completo di strumenti per implementare le funzioni della piattaforma WebSphere. Due sono i prodotti particolarmente importanti per WebSphere Commerce: VisualAge per Java e WebSphere Studio. VisualAge per Java fornisce ai programmatori un ambiente completo di sviluppo Java, incluso il supporto per Enterprise JavaBeans. WebSphere Studio fornisce agli sviluppatori Web un ambiente completo di sviluppo HTML, incluso il supporto per la tecnologia JavaServer.

WebSphere Commerce sfrutta appieno la piattaforma WebSphere, consentendo di creare un sistema di e-commerce su cui contare per prestazioni e affidabilità. Questo consente di investire le proprie energie nella creazione di applicazioni uniche e con valore aggiunto che garantiscono il successo delle proprie imprese.

Marketing con scopo di lucro

Fino a non molto tempo fa, lavorare con il software e-commerce era responsabilità dei programmatori, dei responsabili di sito e degli esperti del Web. E i responsabili marketing? Sono loro che creano campagne, quali: "paghi uno prendi due", o "approfitta dei saldi di fine stagione". I responsabili marketing hanno bisogno di interagire con il sistema e-commerce per vendere prodotti e, con WebSphere Commerce, questo è possibile.

WebSphere Commerce Accelerator fornisce una serie completa di strumenti per i responsabili marketing. Essi sono in grado prima di tutto di creare i

profili clienti, che definiscono i dati demografici, la cronologia degli acquisti e altri attributi relativi ai clienti e di utilizzare le iniziative di campagne per destinare la pubblicità a segmenti di clienti specifici. Un processo di marketing "a circuito chiuso" consente di conoscere e di conseguenza servire meglio i clienti. Un massiccio sistema di informazioni commerciali, accessibile con WebSphere Commerce Accelerator, fornisce un record del successo delle campagne di marketing, nonché delle distribuzioni demografiche dei clienti. Questi record possono essere utilizzati per valutare le campagne recenti e per avviare modifiche alle campagne successive. Così si conclude il ciclo della campagna di marketing.

Il villaggio globale

La vendita dei prodotti non è più limitata solo a una comunità ristretta, pertanto è necessario rendere il sito e-commerce accessibile a un pubblico mondiale. In che modo è possibile? Durante la visita al sito, un cliente può effettuare la registrazione per comunicare i propri dati personali, il paese di provenienza, la lingua preferita, la valuta utilizzata. WebSphere Commerce, con il relativo supporto multiculturale, rende possibile tutto questo.

Quando i clienti visualizzano le informazioni sui prodotti, queste vengono mostrate nella lingua e nella valuta da essi preferite. Sarà dunque necessario tradurre tutte le informazioni, ma ne vale la pena, dal momento che si vende a un pubblico internazionale.

Lo staff può lavorare con WebSphere Commerce nella lingua scelta.

La mobilità

Utilizzando le interfacce di WebSphere Commerce, è possibile fornire accesso ai negozi in linea da unità di elaborazione pervasiva, come telefoni cellulari, PDA (Personal Digital Assistants) e dispositivi i-mode. Questo consente all'impresa di avere un pubblico più vasto.

Rendere il sito interessante

La funzione asta costituisce un elemento che spinge i clienti a tornare a visitare il sito. Scegliere tra i seguenti tipi di asta:

- Asta libera: tutte le offerte sono visualizzabili pubblicamente
- Offerta in busta chiusa: tutte le offerte vengono visualizzate solo dal responsabile dell'asta
- Asta al ribasso: si parte da un'offerta alta e si aspetta che qualcuno aderisca

Quale mezzo migliore per vendere merce in eccesso? Infatti, i prodotti venduti mediante le aste in Internet vendono, in media, a prezzi di listino.

Aggiungere un assistente di vendita al sito che aiuti i clienti a conoscere le categorie di prodotti. Coloro che hanno una buona conoscenza della categoria possono esplorare i prodotti selezionando le caratteristiche di prodotto desiderate da un elenco. Una volta ristretto l'ambito della ricerca, è possibile confrontare prodotti simili.

Perché Java™?

WebSphere Commerce utilizza un'architettura basata su un modello di programmazione Java, consentendo agli sviluppatori di negozio di modificare e aggiungere comandi per personalizzare le funzioni del negozio. Perché viene utilizzato Java?

- Il codice Java è più facile da creare e da gestire rispetto al codice C++, pertanto gli sviluppatori di negozio sono più produttivi e il codice creato risulta più affidabile con la personalizzazione delle operazioni di negozio. È molto più facile trovare programmatori esperti in Java piuttosto che in C++. Java è un linguaggio orientato all'oggetto, pertanto gli sviluppatori di negozio possono scrivere rapidamente le applicazioni cominciando dalle parti riutilizzabili. Inoltre, le estensioni Java, come i bean enterprise, lo rendono un linguaggio ideale per le applicazioni client-server distribuite a un pubblico mondiale.
- È più facile creare e gestire i file JavaServer Pages rispetto alle macro Net.Data, pertanto, gli ideatori web con conoscenze web di base possono creare o modificare le pagine dei negozi. Nei rilasci precedenti, chiunque ideasse pagine di negozi, necessitava delle abilità di programmazione Net.Data. In genere, gli ideatori Web hanno competenze di progettazione grafica piuttosto che di programmazione.
- Le applicazioni Java sono più facilmente trasportabili rispetto alle applicazioni C++, pertanto non è necessario che i sistemi di sviluppo e produzione siano gli stessi.

WebSphere Application Server supporta l'ambiente Java. Per servire i file JSP, per eseguire i servlet e per abilitare i bean enterprise, è necessario un server di applicazioni che fornisca alte prestazioni, affidabilità e sicurezza. WebSphere Application Server fornisce un ambiente solido per le applicazioni Java e una base affidabile per il sito Web e-commerce.

Strumenti per qualsiasi lavoro

La creazione e l'esecuzione di un negozio richiedono uno staff i cui membri dispongano di varie abilità e di strumenti specializzati.

Per l'ideatore Web, WebSphere Commerce Studio fornisce un ambiente di sviluppo web completo che offre le seguenti possibilità: modificare i file HTML o JSP utilizzando Page Designer, gestire le risorse utilizzando

WebSphere Studio, Pubblicare, quindi, il lavoro su WebSphere Commerce Server e sottoporre i risultati a prova di test.

Per lo sviluppatore del negozio, VisualAge per Java fornisce un ambiente di sviluppo java all'avanguardia. Utilizzare VisualAge per Java per creare o estendere i comandi WebSphere Commerce, Enterprise JavaBeans e i bean di dati. Quindi, pubblicare il lavoro su WebSphere Commerce Server e verificare i risultati ottenuti.

Per il Responsabile del sito, WebSphere Commerce fornisce gli strumenti per il controllo delle prestazioni della Console di gestione WebSphere Commerce per un migliore andamento delle attività. Inoltre, è possibile utilizzare la Console di gestione per gestire la sicurezza fornendo il controllo di accesso ai vari utenti del sistema.

Per il Responsabile del marketing , le interfacce WebSphere Commerce Accelerator consentono di visualizzare, fissare il prezzo e vendere prodotti nel negozio in linea, nonché di analizzare il comportamento dei clienti.

Per il rappresentante del servizio clienti, le interfacce WebSphere Commerce Accelerator consentono di gestire gli ordini dei clienti, le informazioni sui clienti e sui pagamenti.

Che cosa significa tutto ciò per il cliente

WebSphere Commerce versione 5.4 fornisce una soluzione completa per le esigenze e-commerce. Utilizzando software di prima qualità come DB2, WebSphere Application Server e VisualAge per Java, si ottiene una base sicura, scalabile, ad alte prestazioni per il sito e-commerce. WebSphere Commerce, disponendo di un'architettura aperta, è altamente personalizzabile per rispondere a tutti i requisiti.

Nella parte successiva del presente manuale viene descritta la soluzione WebSphere Commerce in maniera più dettagliata.

Capitolo 2. Panoramica su WebSphere Commerce

Questa sezione descrive la famiglia di prodotti IBM WebSphere Commerce ed elenca i singoli componenti software compresi nei pacchetti.

Prodotti disponibili

La famiglia WebSphere Commerce dispone dei seguenti prodotti:

- 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 versione 5.4, è una serie completa di componenti software integrati che consente di creare, gestire e ospitare negozi. I punti di forza di WebSphere Commerce sono l'affidabilità, la scalabilità e le prestazioni.

Alcuni dei siti e-commerce più grandi e visitati, tra cui il sito ShopIBM, www.ibm.com/shop, utilizzano WebSphere Commerce.

Nel seguente elenco sono riportati i componenti software di WebSphere Commerce. Per una descrizione più dettagliata di ciascun componente, fare riferimento alla sezione "Componenti di WebSphere Commerce" a pagina 10.

Disponibilità della piattaforma

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

Strumenti

- Servizi del negozio
- WebSphere Commerce Accelerator
- Console di gestione
- Gestione configurazione

Componenti necessari

- DB2 Universal Database Enterprise Edition, versione 7.2

▶ 400 DB2 Universal Database per iSeries, incluso con OS/400 per iSeries V5R1

- IBM HTTP Server, versione 1.3.19

▶ 400 IBM HTTP Server per iSeries V5R1

- WebSphere Application Server, Advanced Edition, Versione 4.0.2
- Blaze Advisor Rule Server, della HNC Software, Inc.
- Blaze Advisor Innovator Runtime, della HNC Software, Inc.
- IBM WebSphere Payment Manager, Versione 3.1.2

▶ 400 IBM WebSphere Payment Manager, Versione 3.1.2

Cassette Payment

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

Componenti facoltativi

- IBM SecureWay Directory Server, versione 3.2.1

▶ 400 Directory Services

- ▶ Windows ▶ AIX ▶ Solaris ▶ Linux DB2 Text Extender[®], Versione 7.1
- Segue SilkPreview, Versione 1.0
- WebSphere Recommendation Engine, Version 5.4
- WebSphere Commerce Analyzer, Version 5.4
- Brio Broadcast Server, versione 6.2
- Lotus QuickPlace, Version 2.0.8
- Lotus Sametime, Version 2.5

Componenti di WebSphere Commerce

Questa sezione fornisce i dettagli relativi ai componenti di WebSphere Commerce.

Strumenti

WebSphere Commerce fornisce i seguenti strumenti:

WebSphere Commerce Accelerator

WebSphere Commerce Accelerator fornisce un'ubicazione centrale per la gestione del negozio e per l'agevolazione delle strategie aziendali. WebSphere

Commerce Accelerator fornisce un punto di integrazione per le funzioni di un negozio in linea, quali la gestione del negozio e dei prodotti, il marketing, gli ordini e il servizio clienti.

Utilizzare il potenziale di WebSphere Commerce Accelerator per svolgere attività di marketing. Utilizzare WebSphere Commerce Accelerator per misurare l'attività sul sito Web e per raccogliere le informazioni chiave sui clienti e sulle loro abitudini di acquisto. È quindi possibile analizzare tali informazioni e apportare le opportune modifiche sulla base delle nuove informazioni. È possibile aggiungere un indice, profili cliente, offerte promozionali e di conseguenza, sviluppare la propria campagna.

WebSphere Commerce Accelerator è anche in grado di produrre una serie di prospetti che consentono di coadiuvare l'utente in relazione alle esigenze di operazioni aziendali.

Servizi del negozio

Servizi del negozio fornisce una posizione centrale per la creazione, la personalizzazione e la gestione di determinate funzioni di un negozio.

Gli strumenti di sviluppo del negozio di WebSphere Commerce forniscono ai clienti una guida per la creazione e la personalizzazione del proprio negozio. In WebSphere Commerce sono compresi dei negozi di esempio, forniti nel file di archivio negozio. Questo file è l'incapsulamento di un negozio, che include le risorse del file e del database. Utilizzando gli strumenti basati sul browser, è possibile personalizzare questo file per adattarlo alle esigenze del proprio negozio. Mediante un programma di utilità di pubblicazione è possibile convertire l'archivio in un negozio funzionante su WebSphere Commerce Server. Altri strumenti, quali il blocco appunti Profilo negozio, consentono di cambiare alcuni aspetti del negozio prima o dopo la pubblicazione.

Utilizzando Servizi del negozio, è possibile:

- Definire le informazioni sul negozio con il blocco appunti Profilo negozio
- Definire le informazioni sulla spedizione e sulla tassazione
- Pubblicare il negozio su WebSphere Commerce Server

Console di gestione

Console di gestione consente a un Responsabile del sito o a un responsabile del negozio di eseguire attività correlate alla configurazione del sito e del negozio. Tra le attività che possono essere eseguite dal Responsabile del sito mediante la Console di gestione vi sono:

- Gestione degli utenti, delle organizzazioni, dei ruoli e dei gruppi membri
- Gestione del controllo accessi
- Definizione dei trasporti e dei tipi di messaggio per il sito
- Controllo delle prestazioni del sito

- Specifica delle impostazioni di Payment Manager
- Configurazione di registrazione e traccia
- Abilitazione e disabilitazione dei componenti WebSphere Commerce
- Pianificazione dei lavori da eseguire per il sito
- Aggiornamento dei componenti del registro

Gestione configurazione

Gestione configurazione stabilisce e modifica l'infrastruttura richiesta per la distribuzione e l'esecuzione di WebSphere Commerce. Per stabilire l'infrastruttura è necessario acquisire informazioni relative all'ubicazione del database, del server Web e di Payment Manager e tutte le informazioni necessarie per la configurazione di queste applicazioni per l'utilizzo con WebSphere Commerce. Inoltre, sono necessarie le informazioni per l'impostazione della macchina in uso e per l'inizializzazione dell'applicazione WebSphere Commerce.

Gestione configurazione consente al Responsabile del sito di eseguire delle attività di gestione e configurazione evitando gli inconvenienti presentati dai file di configurazione sensibili alle sintassi. Di seguito sono riportate alcune delle operazioni che possono essere eseguite dal responsabile del sito:

- Creazione o cancellazione di un'istanza di WebSphere Commerce
- Modifica delle impostazioni di configurazione per un'istanza di WebSphere Commerce
- Configurazione del server Web
- Configurazione del database in modo che possa essere utilizzato come server di trasferimento
- Immissione dei parametri per Payment Manager

Per ulteriori informazioni su Gestione configurazione, consultare la Guida all'installazione relativa alla propria piattaforma oppure fare riferimento alla guida di WebSphere Commerce.

Componenti necessari

WebSphere Application Server

WebSphere Commerce include WebSphere Application Server. Questo server delle applicazioni Web è un server EJB (Enterprise JavaBeans) ad elevate prestazioni che implementa i componenti EJB per incorporare la logica aziendale. Esso supporta più piattaforme, database, sistemi di transazione, servlet e fornisce un gateway basato su Java, nonché la connettività EJB. Per informazioni sulla specifica EJB, fare riferimento al sito Web www.java.sun.com.

Supporto contenitore Web: Un contenitore Web è un componente del server delle applicazioni Web che gestisce i servlet. I servlet sono programmi Java

che possono essere eseguiti su server abilitati per Java. Un servlet viene utilizzato per estendere le capacità del server Web. Ad esempio, un servlet può creare delle pagine HTML dinamiche in risposta ad una richiesta client. Un altro servlet può gestire più connessioni client, accettare le richieste client e trasmettere la risposta a tutti i client interessati.

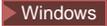
In passato le richieste provenienti dal server erano spesso gestite da programmi CGI (Common Gateway Interface). Rispetto ai programmi CGI, i servlet presentano alcuni vantaggi; essi possono, infatti, essere eseguiti con un minore carico di lavoro per il sistema, hanno una maggiore flessibilità d'impiego e sono più semplici da gestire.

Un contenitore Web gestisce la creazione e l'eliminazione dei servlet, distribuendo un servlet appropriato per ogni URL ricevuto. Inoltre, esso specifica quali servlet devono essere caricati automaticamente in memoria in fase di avvio e quali devono essere caricati su richiesta iniziale. Particolarmente importante per Commerce Studio è il servlet per la compilazione di tutti i file Java Server Pages, i quali generano risposte al client.

Nell'ambiente WebSphere Commerce, i file JSP, compilati in servlet, servono per la visualizzazione di pagine di prodotto e di categorie del catalogo. Inoltre, l'utente può trarre vantaggio dalle estensioni dell'API servlet fornita da WebSphere Application Server. Ad esempio, un'estensione consente di tenere traccia della pagina che ha indicato il sito dell'utente ai visitatori.

DB2 Universal Database

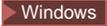
DB2 Universal Database è il database predefinito per il prodotto WebSphere Commerce. DB2 memorizza tutti i dati correlati al negozio, insieme con i beni e i servizi, e tutti i dati del cliente.

    WebSphere Commerce include DB2

Universal Database, Enterprise Edition.    In alternativa, è possibile usare Oracle come database; questo software non è però incluso.

 OS/400 per iSeries include DB2 Universal Database. Accertarsi che sia installata la versione aggiornata PTF.

Server Web

    IBM HTTP Server, fornito da Apache, è

il server web predefinito per il prodotto WebSphere Commerce. IBM ha migliorato il server Web Apache. Le funzioni comprendono:

- Supporto per collegamenti SSL sicuri
- Configurazione remota

- Supporto SNMP
- Supporto LDAP
- Acceleratore cache a risposta rapida per fornire pagine HTML statiche

Windows AIX Solaris IBM HTTP Server è il server web fornito; tuttavia, è possibile utilizzare Domino Web Server o Netscape iPlanet. Domino Web Server e Netscape iPlanet non sono inclusi.

400 IBM HTTP Server per OS/400 per iSeries è il server web predefinito per il prodotto WebSphere Commerce.

Blaze Advisor Rule Engine e Server

Blaze Advisor Rule Engine potenzia le applicazioni e-business individualizzate controllando, eseguendo e ottimizzando le prestazioni di personalizzazione e le regole aziendali create con Blaze Advisor Builder. Se integrato con Blaze Advisor Rule Engine, Blaze Advisor Rule Server offre servizi simultanei e-business personalizzati in maniera univoca per più clienti. WebSphere Commerce utilizza Blaze Advisor Rule Server per elaborare le regole e fornire servizi di marketing personalizzati, caratterizzati da annunci pubblicitari e tecniche di vendita persuasiva. WebSphere Commerce Server incorpora questo server. Entrambi questi prodotti fanno parte del pacchetto di installazione di WebSphere Commerce e sono richiesti per WebSphere Commerce Accelerator.

Blaze Advisor Innovator Runtime

Blaze Advisor Innovator Runtime consente di creare e modificare facilmente le regole aziendali senza programmazione. È possibile definire o regolare i criteri di valutazione, l'assegnazione dei prezzi ed altri criteri aziendali dinamici e inserirli nel funzionamento con la velocità richiesta dall'area di mercato e-business. Questo prodotto fa parte del pacchetto di installazione di WebSphere Commerce ed è necessario per WebSphere Commerce Accelerator.

IBM WebSphere Payment Manager

Payment Manager è un server per transazioni di pagamento indipendenti da protocollo per venditori in linea. Il suo utilizzo viene integrato con i sistemi software dei venditori e fornisce una funzionalità di registro di cassa per gestire l'elaborazione dei pagamenti.

In modo da fornire una funzione di pagamento specifica, le cassette possono essere inserite in Payment Manager. Una cassetta è un componente software in grado di convertire i messaggi generici di Payment Manager in messaggi specifici di protocolli di pagamento. Tali messaggi vengono poi inviati al gateway di pagamento appropriato per l'ulteriore elaborazione. Ogni cassetta fornisce un supporto per un determinato sistema di pagamento elettronico e

la struttura può gestire più cassette contemporaneamente. L'utilizzo di cassette agevola l'implementazione, la modifica e l'aggiornamento di Payment Manager.

WebSphere Commerce fornisce le seguenti cassette per il pagamento:

MIS (Merchant Initiated SET)

Un'estensione SET (Secure Electronic Transaction) che può essere utilizzata dai venditori per accettare le informazioni relative alle carte di credito degli acquirenti utilizzando tutti i metodi che non siano SET (Secure Electronic Transaction).

Cassetta CyberCash

Una cassetta di pagamento che fornisce supporto per CyberCash CashRegister, un servizio di elaborazione dei pagamenti elettronici fornito da CyberCash. CyberCash CashRegister consente ai venditori di accettare ed elaborare vari tipi di pagamento elettronico per beni e servizi acquistati su Internet.

Se si desidera utilizzare CyberCash per l'elaborazione del pagamento, è necessario installare la cassetta CyberCash.

Cassetta (SET Secure Electronic Transaction)

Questa cassetta comprende i protocolli standard industriali MIS (Merchant Initiated SET) e SET Secure Electronic Transaction.

Se si desidera utilizzare MIS (Merchant Initiated SET) o SET (Secure Electronic Transaction) per l'elaborazione del pagamento, è necessario installare la cassetta SET (Secure Electronic Transaction).

IBM WebSphere Payment Manager cassette per VisaNet

Questa cassetta consente agli utenti di Payment Manager di inviare transazioni Internet con carte di credito al sistema VisaNet per l'elaborazione. La cassetta consente ai venditori di utilizzare il segmento di carte di credito e-Commerce dei servizi VisaNet 6.0 Authorization e Data Capture. I messaggi di autorizzazione vengono formattati in accordo con la specifica EIS 1080 versione 6.0. I messaggi Data Capture vengono formattati in accordo con la specifica EIS 1081 versione 6.0.

Se si desidera utilizzare VisaNet per l'elaborazione del pagamento, è necessario installare la cassetta VisaNet.

Cassetta BankServACH

La cassetta BankServACH è utilizzata con il gateway di pagamento BankServ come interfaccia per il sistema ACH (Automated Clearing House) attivato dal Federal Reserve (del governo degli USA). La cassetta BankServACH consente delle transazioni elettroniche con assegni on-line mediante l'accesso alle varie istituzioni finanziarie. La cassetta BankServACH riscuote i pagamenti per conto dei venditori mediante la

comunicazione con il gateway di pagamento BankServ, il quale inoltra i dati della transazione al sistema ACH per una liquidazione giornaliera automatica.

Descrizione del software WebSphere Commerce

Le seguenti informazioni descrivono il software fornito con WebSphere Commerce. Se non diversamente specificato, il software è facoltativo.

IBM SecureWay Directory

   IBM SecureWay Directory fornisce una directory comune per ridurre gli elevati costi associati alle directory specifiche delle applicazioni. IBM SecureWay Directory è un potente server di directory a piattaforma incrociata altamente scalabile LDAP per la protezione e per le soluzioni e-business.

 OS/400 Directory Services fornisce una directory comune per ridurre gli elevati costi associati alle directory specifiche delle applicazioni. Questo servizio è incluso in OS/400 per iSeries e non viene fornito con WebSphere Commerce.

IBM WebSphere Commerce Analyzer

IBM WebSphere Commerce Analyzer è una funzione facoltativa di WebSphere Commerce. L'edizione base specifica di WebSphere Commerce di IBM WebSphere Commerce Analyzer fornisce prospetti specifici per le prestazioni di controllo campagna e profilo clienti. Non è possibile personalizzare i record. Non è possibile installare IBM WebSphere Commerce Analyzer senza Brio Broadcast Server. WebSphere Commerce Analyzer e Brio Broadcast Server vengono eseguiti su Windows, ma possono essere configurati in modo da collegarsi a un database in esecuzione su un'altra piattaforma.

Brio Broadcast Server

Brio Broadcast Server è un server di elaborazione batch che automatizza l'elaborazione delle interrogazioni e la distribuzione dei report. Brio Broadcast Server consente ai responsabili di controllare fermamente l'accesso al database e documentarne la distribuzione. Brio Broadcast Server viene eseguito su Windows, ma può essere configurato per il collegamento a un database in esecuzione su un'altra piattaforma.

Segue SilkPreview

Segue SilkPreview utilizza uno script per simulare un'interazione di un utente con applicazioni Web e server di database. SilkPreview consente di creare modelli realistici in grado di simulare, per esempio, diversi ambienti commerciali, Internet, ERP (Enterprise Resource Planning) e sistemi precedenti. SilkPreview fornisce inoltre una memoria di informazioni per l'analisi e il report dei risultati ottenuti per tutto lo sviluppo dell'applicazione.

WebSphere Commerce Recommendation Engine

WebSphere Commerce Recommendation Engine è un'applicazione opzionale inclusa in WebSphere Commerce. WebSphere Commerce Recommendation Engine è controllato da LikeMinds, un potente motore di filtro collaborativo che fornisce consigli relativi al prodotto in base ai modelli comportamentali del cliente.

WebSphere Commerce Recommendation Engine raccoglie informazioni sul profilo in base a un numero di algoritmi per sviluppare gruppi di suggerimenti. Tali gruppi formano la base per le successive raccomandazioni relative al prodotto. Ai clienti che corrispondono al profilo di una particolare comunità vengono visualizzati suggerimenti in base alle preferenze degli altri membri della comunità. Questo modello di personalizzazione viene denominato *adattivo* rispetto ad altri modelli in quanto i suggerimenti sono basati sulle attuali abitudini di acquisto dei clienti, ma tendono a cambiare nel tempo.

DB2 Text Extender

Lo sviluppatore di negozio può creare un meccanismo di ricerca per il negozio utilizzando DB2 Text Extender.

 DB2 Text Extender è fornito con OS/400 per iSeries V5R1. Benché WebSphere Commerce utilizzi la code page Unicode per supportare le funzioni multilingua e multiculturali, DB2 Text Extender per iSeries non funziona con i campi che contengono dati Unicode.

DB2 Text Extender fornisce funzioni di motore di ricerca avanzate. Utilizzando le funzioni di ricerca fornite da DB2 Text Extender, i clienti possono trovare informazioni relative a:

- Parole specifiche
- Parole dal suono simile
- Parole simili al termine ricercato
- Sinonimi del termine ricercato
- Variazioni del termine ricercato
- È possibile anche utilizzare un carattere globale per delle sezioni dei termini ricercati

L'installazione di DB2 Text Extender è facoltativa.

Nota:

In WebSphere Commerce sono disponibili varie opzioni di ricerca, le quali non richiedono DB2 Text Extender. Le varie opzioni di ricerca sono rivolte alle diverse esigenze dei clienti e dei responsabili. Ciascuno dei formati di ricerca è basato sulla tecnologia denominata *struttura di ricerca unificata*. La struttura di

ricerca è costituita principalmente da bean di dati con cui interagisce ciascun metodo di ricerca.

Di seguito sono riportati i metodi di ricerca basati sulla struttura di ricerca unificata:

Ricerca catalogo

La ricerca catalogo fornisce al sito funzioni di ricerca di base e avanzate per renderne più semplice l'utilizzo da parte dei clienti.

Product Advisor

Product Advisor fornisce delle guide agli acquisti interattive per consentire un'identificazione più rapida dei prodotti adatti alle esigenze dei clienti.

WebSphere Commerce Accelerator

WebSphere Commerce Accelerator dispone di vari strumenti che integrano le ricerche del prodotto o della categoria consentendo agli utenti di completare i propri obiettivi. Tali strumenti di ricerca comprendono le funzioni di ricerca del prodotto così come vengono trovate nei blocchi appunti e nelle procedure guidate dei profili Cliente e Campagne.

Per ulteriori informazioni consultare la sezione "Aggiunta della funzione ricerca catalogo al sito" a pagina 89.

IBM WebSphere Commerce Studio

Commerce Studio fornisce gli strumenti richiesti per gestire e modificare le risorse file per il negozio e svilupparlo in VisualAge per Java.

I pacchetti Commerce Studio includono una serie di strumenti di guida per lo sviluppo e la gestione delle risorse (ad esempio, le maschere JavaServer Pages) per le applicazioni e-commerce. Commerce Studio è disponibile per Windows NT e Windows 2000; tuttavia, le risorse del negozio possono essere pubblicate su qualsiasi server.

Una versione di WebSphere Commerce per Windows è inclusa con Commerce Studio, che può essere utilizzato a scopi di verifica. Se si desidera che il proprio sito venga messo in produzione, utilizzando WebSphere Commerce, è necessario acquistare una copia su licenza di WebSphere Commerce.

L'utilizzo di WebSphere Commerce insieme a Commerce Studio fornisce agli sviluppatori tutti gli strumenti necessari per creare e verificare un negozio.

Uno sviluppatore installa tutti i software su una macchina creando un ambiente completamente localizzato. Tra i vantaggi di questa configurazione vi sono:

- Un accesso più semplice ad un ambiente di test
- Procedura di debug rapida
- Un ambiente di sviluppo non collegato al resto del team, se richiesto
- WebSphere Commerce Studio
 - Blaze Advisor Workbench Versione 3.1
 - Blaze Innovator Runtime Versione 3.1
- VisualAge for Java, Enterprise Edition, versione 4.0

Componenti di Commerce Studio

Componenti di WebSphere Studio

WebSphere Commerce Studio, versione 4.0, è un ambiente di strumenti per l'organizzazione e la gestione di progetti di sviluppo Web. È possibile estendere questo ambiente servendosi degli strumenti di gestione dei controlli sorgente della IBM, della Lotus e di altri fornitori.

Page Detailer

Utilizzare Page Detailer per analizzare pagine Web e per visualizzare l'identità, la dimensione, l'origine e il tempo impiegato per consegnare ogni articolo della pagina.

Page Designer

Uno strumento integrato che può essere utilizzato per creare e gestire le pagine HTML e i file JSP per il proprio sito Web. Esso fornisce delle funzioni per la modifica delle pagine comuni quali:

- Modifica delle pagine WYSIWYG
- Strumenti di formattazione delle pagine a icone
- Immagini e collegamenti di trascinamento
- Più visualizzazioni della pagina (normale, origine HTML, anteprime browser e origine HTML frame)

Page Designer include un supporto per servlet, pagine HTML, pagine JSP, JavaScript e VBScript. Esso dispone di editor speciali che consentono di creare e gestire tali elementi. È possibile creare delle maschere JSP oppure modificare quelle create con le procedure guidate (wizard) di Studio ed aggiungere dati da altri bean. L'utente può inoltre scegliere da una libreria di script ed aggiungere funzioni dinamiche alle proprie pagine Web senza dovere scrivere una sola riga di codice. È possibile utilizzare maschere JSP per creare pagine di negozi trascinando e rilasciando i bean specifici di WebSphere Commerce.

Page Designer comprende due strumenti per la grafica: WebArt Designer e AnimatedGif Designer, disponibili nel menu **Strumenti** in Page Designer.

- **WebArt Designer**

WebArt Designer è uno strumento per la composizione di immagini ed è pienamente integrato con Page Designer, il che agevola l'inclusione di immagini nei file. È possibile utilizzare questo strumento per creare e gestire logo, titoli ed altre immagini utilizzate nel sito.

- **AnimatedGif Designer**

Utilizzare AnimatedGif Designer per creare file di immagini animate per il proprio sito Web. La procedura guidata per l'animazione in esso integrata spiega il processo di animazione. Utilizza il familiare concetto di striscia a fumetti per visualizzare le singole immagini utilizzate nell'animazione. La procedura guidata genera l'emissione dinamica per conto dell'utente. È quindi possibile aggiungere il file di animazione ad una pagina del sito Web.

Applet Designer

Utilizzare Applet Designer per creare applet Java. Questo strumento include una procedura guidata che spiega come creare una applet e bean di Java che è poi possibile modificare in un ambiente di sviluppo visuale.

IBM Distributed Debugger

Distributed Debugger è un'applicazione client/server che permette di individuare e analizzare eventuali errori nei programmi. È possibile utilizzarla per eseguire il debug di applicazioni Java sviluppate al di fuori di IDE. WebSphere Test Environment fornisce un supporto di run-time server per verificare ed eseguire il debug dei file JSP e dei servlet. I file JSP e i servlet eseguiti correttamente in WebSphere Test Environment vengono eseguiti correttamente anche in un ambiente di produzione WebSphere Application Server.

Procedure guidate Java Bean, Database e SQL

Queste procedure guidate costituiscono il modo più rapido per aggiungere contenuti dinamici alle pagine Web. Esse rendono semplice la creazione di pagine Web dinamiche poiché generano bean Java, istruzioni SQL e servlet sulla base delle richieste dell'utente.

Estensioni di Commerce Studio

Commerce Studio migliora l'ambiente standard di WebSphere Studio con le sue estensioni che includono :

Pubblicazioni avanzate

È possibile pubblicare le risorse del proprio negozio nel file di archivio negozio e sul WebSphere Commerce Server in una singola fase.

Importazione ed esportazione archivio negozio

Le risorse di presentazione del negozio vengono importate, modificate ed

aggiornate in WebSphere Studio. Una volta completata la modifica, le risorse di presentazione vengono esportate nuovamente da Studio all'archivio negozio.

Software di Commerce Studio

Di seguito sono descritti i componenti installati facoltativamente:

Pubblicazione Web di Macromedia

Offerta su CD in prova per 30 giorni, la pubblicazione Web di Macromedia consente di creare un sito Web più dinamico ed interessante. Utilizzare Fireworks per progettare e ottimizzare la grafica Web per una integrazione facilitata nelle proprie pagine HTML. Utilizzare Flash per creare siti Web sulla base di vettori animati. Utilizzare Director per sviluppare siti Web multimediali. Utilizzare Freehand per creare le illustrazioni per la stampa e per il Web.

VisualAge per Java, Enterprise Edition, Versione 4.0

VisualAge per Java, Enterprise Edition mira a soddisfare i requisiti di sviluppo per le applicazioni e-commerce e include una serie di strumenti per lo sviluppo e il debug delle maschere JSP. Integrando questa edizione con WebSphere Studio è possibile aggiungere più velocemente contenuti alle maschere JSP, accrescendo la produttività dei programmatori e degli sviluppatori Web. Include il supporto per le funzioni tecnologia e collegabilità Enterprise JavaBeans per supportare l'integrazione con altri sistemi, ad esempio CICS Transaction Systems, MQSeries e altri. Inoltre, l'ambiente di prova WebSphere integrato di VisualAge per Java, Enterprise Edition consente agli sviluppatori di eseguire le funzioni di WebSphere Commerce senza chiudere VisualAge per Java. In questo modo è possibile testare il proprio codice senza configurarlo su un WebSphere Commerce Server. Per ulteriori informazioni consultare il manuale *IBM WebSphere Commerce - Guida per il programmatore, versione 5.4* o il Capitolo 8, "Operazioni per la personalizzazione del negozio" a pagina 91 di questa guida.

Capitolo 3. Panoramica di WebSphere Commerce Server

WebSphere Commerce include un server di commercio basato su Java per controllare il flusso di informazioni all'interno del sistema WebSphere Commerce. Il seguente schema illustra i componenti di WebSphere Commerce Server:



Strumenti

WebSphere Commerce Accelerator

Un componente basato su un browser che può essere utilizzato per il funzionamento e la gestione di negozi in linea. Le varie attività si basano sul controllo degli accessi e sui livelli di autorità.

Servizi del negozio

Un componente basato su un browser che consente la creazione di un archivio negozio pienamente funzionale basato su un modello di negozio di esempio fornito con WebSphere Commerce.

Console di gestione

Un componente basato su un browser che consente di completare operazioni di gestione per il sito o per il negozio.

Sottosistemi

Membro

Il sottosistema membro è un componente del server WebSphere Commerce che include i dati dei partecipanti del sistema WebSphere Commerce. Un membro può essere un utente, un gruppo di utenti (anche denominato gruppo di membri), o un'entità organizzativa (vale a dire un'organizzazione come l'"IBM" o un'unità organizzativa di un'organizzazione come la "Divisione commercio elettronico"). La logica aziendale dei sottosistemi membro fornisce i servizi di

registrazione dei membri e gestione del profilo. Gli altri servizi che sono strettamente collegati al sottosistema membro comprendono il controllo accessi, l'autenticazione e la gestione sessione.

Il sottosistema membro consente ai membri delle entità organizzative e agli utenti l'assegnazione dei ruoli in base alle attività cui scelgono di partecipare. L'assegnazione ruoli spetta a un responsabile, come il Responsabile del sito. Il Responsabile di sito è anche un ruolo. Il Responsabile di sito concede agli utenti le autorizzazioni per il sistema. Una volta assegnato un ruolo a un membro, la componente controllo accessi autorizza il membro a partecipare alle attività associate a tale ruolo. Ad esempio, un'organizzazione può essere un acquirente, un venditore o entrambi. È possibile assegnare più ruoli all'utente.

Inoltre, il sottosistema membro consente di creare i gruppi membri, i quali sono gruppi di utenti classificati per vari motivi aziendali. Il raggruppamento può essere utilizzato per scopi di controllo accessi, per scopi di approvazione, nonché per scopi di marketing, quali il calcolo degli sconti, i prezzi e la visualizzazione dei prodotti.

Il sottosistema membro dispone delle seguenti funzioni:

- Informazioni sulla registrazione
- Gestione profilo
- Controllo o autorizzazione accessi
- Sicurezza, autenticazione e gestione della sessione

Per ulteriori informazioni sul sottosistema membro, consultare la guida in linea di WebSphere Commerce.

Catalogo

Il sottosistema Catalogo fornisce la funzione di navigazione del catalogo in linea, le funzioni di gestione della merce, gli elenchi di interesse e le funzioni di ricerca. Il sottosistema Catalogo comprende tutta la logica e i dati rilevanti per un catalogo, incluse le categorie, i prodotti e i relativi attributi, gli articoli e le associazioni o le relazioni tra loro. Esso interagisce con i sottosistemi Membro e Ordine per ottenere informazioni sulla visualizzazione di maschere e prezzi. Vengono fornite le seguenti funzioni:

Raggruppamenti

Viene introdotta una funzione di raggruppamento generica per la classificazione di vari prodotti. Il proprietario di un gruppo di cataloghi non è necessariamente il proprietario di tutte le voci di catalogo presenti nel gruppo. Questo consente

ai proprietari di definire le categorie di prodotti offerte mentre altri fornitori possono aggiungere i propri prodotti nel gruppo di catalogo.

Voci di catalogo

Una o più voci di catalogo possono appartenere a un gruppo del catalogo. Viene fornita una serie di oggetti base per rappresentare i prodotti, gli articoli SKU, i pacchetti e le raccolte di una voce di catalogo.

Associazioni merce

Permettono di creare un'associazione tra due oggetti qualsiasi del catalogo, che diventano così vendite incrociate, vendite al rialzo e promozioni.

Supporto multiculturale

La progettazione del catalogo è tesa al rispetto dei requisiti per il supporto delle funzioni multiculturali, quali la visualizzazione dei prodotti e il formato della valuta secondo la locale.

Negoziazione

Il sottosistema Negoziazione di WebSphere Commerce fornisce la logica, le funzioni e i dati necessari per la negoziazione del prezzo e della quantità di un prodotto o per la collocazione dei prodotti tra l'azienda acquirente e quella venditrice. Per la Professional Edition il sottosistema commerciale include le aste. Per la Business Edition il sottosistema commerciale comprende aste, contratti e componenti RFQ (Request for Quote).

Ordine

Il sottosistema ordine è un componente di WebSphere Commerce Server che fornisce carrelli degli acquisti, elaborazione degli ordini e altri supporti per le funzioni di gestione. Servizi relativi, come l'assegnazione dei prezzi, la tassazione, il pagamento, l'inventario e la gestione, sono parte del sottosistema dell'ordine.

Le capacità di elaborazione degli ordini includono l'ordinazione o l'acquisto rapido, gli ordini pianificati, gli ordini in sospeso, gli ordini ripetuti e gli ordini divisi o arretrati.

Marketing

Il sottosistema marketing è un componente di WebSphere Commerce Server e fornisce numerose idee di marketing per il sito. I componenti del sottosistema marketing forniscono le funzionalità per la creazione delle campagne di marketing, inclusi i suggerimenti per i prodotti, pubblicità, coupon elettronici, sconti, profili clienti e collaborazione.

Inventario

Il sottosistema inventario consente la gestione di un inventario in tempo reale. I componenti di tale sottosistema forniscono una funzione per la registrazione della merce ricevuta dai fornitori e restituita dai clienti, per la modifica della quantità dell'inventario, per la determinazione della disposizione della merce e per la spedizione o la ricezione della merce.

Runtime di common server

Il runtime di common server fornisce una struttura in cui vengono distribuite ed eseguite le applicazioni per il commercio. La struttura è composta di un modello di programmazione, un modello di elaborazione, della gestione delle eccezioni, del controllo delle transazioni, dell'accesso ai dati e del modello di persistenza. Il runtime di common server potenzia i servizi di runtime forniti da WebSphere Application Server per supportare le applicazioni WebSphere Commerce Server. Il runtime Common server sfrutta molte funzioni disponibili in WebSphere Application Server:

- Il file JSP (JavaServer Pages) forniscono gli script delle pagine Web dinamiche sul server. Questi consentono di separare la logica di presentazione dalla logica aziendale. WebSphere Commerce fornisce una serie di bean di dati estensibili per visualizzare informazioni dinamiche su utenti, catalogo, ordini e altro. Utilizzando lo strumento di creazione pagine WebSphere Studio, un ideatore di negozi può inserire i bean in un file JSP. I file JSP vengono compilati in servlet e vengono restituiti per la visualizzazione dei dati dinamici in runtime.
- WebSphere Commerce utilizza una struttura di entità bean enterprise. Gli sviluppatori possono accedere ai dati del sistema, quali oggetti di dati, senza essere direttamente vincolati allo schema di database sottostante. Il runtime di common server fornisce una serie di bean entità per lo schema di base. Gli sviluppatori di applicazioni possono personalizzare la logica aziendale e modificare gli oggetti entità estendendo lo schema di base ed associando nuovamente gli oggetti entità. Questo processo viene realizzato mediante lo strumento di associazione bean enterprise VisualAge per Java.
- Tutti i processi WebSphere Commerce Server e di pianificazione sono integrati nei processi WebSphere Application Server. Utilizzare la Console di gestione di WebSphere Application Server per gestire tali processi. Per impostazione predefinita, ciascun processo WebSphere Commerce Server è configurato come un'istanza WebSphere Application Server che si associa ad un unico processo Java a più thread. Tale processo esegue i file JSP, i servlet e i bean enterprise. È possibile clonare i processi multipli WebSphere Commerce Server con più istanze WebSphere Application Server per il bilanciamento del carico di lavoro e la disponibilità.

Gestione di sistema

Il componente di gestione di sistema di WebSphere Commerce fornisce al sistema affidabilità, disponibilità ed efficienza. WebSphere Commerce registra messaggi per notificare ai responsabili eventuali situazioni anomale nel sistema. Le informazioni sulla diagnostica consentono al responsabile di determinare la causa degli errori e di risolvere il problema.

Inoltre, WebSphere HTTP Server, WebSphere Application Server e DB2 Universal Database forniscono tutti gli strumenti di gestione del sistema per la configurazione, il controllo e la regolazione.

Servizi di messaggistica

I servizi di messaggistica consentono di inviare messaggi da WebSphere Commerce a utenti e sistemi. I servizi di messaggistica forniscono un'interfaccia API (Application Programming Interface) per i diversi tipi di notifica. Tra i tipi supportati sono comprese la trasmissione di e-mail venditore-cliente e la notifica ordine mediante un server SMTP (Simple Mail Transfer Protocol). Inoltre, il sistema di messaggistica consente l'invio di messaggi asincroni mediante MQSeries (che è possibile ordinare a parte). Per ulteriori informazioni, consultare il "Servizi di messaggistica" a pagina 125.

WebSphere Application Server

Per ulteriori informazioni su WebSphere Application Server, fare riferimento al paragrafo "WebSphere Application Server" a pagina 12.

Parte 2. Sviluppo del negozio

WebSphere Commerce versione 5.4 è un insieme di componenti software integrati che consentono agli sviluppatori di negozi di creare e gestire negozi per vendere beni e servizi sul web. In questa parte del manuale vengono fornite le informazioni necessarie per lo sviluppo di un negozio.

In primo luogo sono presentati i processi relativi alla pianificazione del sito, come ad esempio un'introduzione ai ruoli di WebSphere Commerce, alle possibili configurazioni e le risposte a una serie di possibili domande che precedono la creazione di un negozio.

Successivamente è descritta la creazione del negozio e del catalogo in linea con tutti i dettagli sul negozio di esempio, le attività relative alla creazione del negozio e i dati per il catalogo in linea.

Di seguito viene descritta la personalizzazione del negozio con le informazioni sulle possibilità di personalizzazione e di ampliamento delle soluzioni standard.

Il passo successivo è rappresentato dalla verifica e la conseguente distribuzione del negozio.

Capitolo 4. Organizzazione del sito

La seguente sezione descrive un tipico ciclo di sviluppo WebSphere Commerce. Questo ciclo di sviluppo di norma si articola nelle seguenti fasi:

- Assemblaggio del team di sviluppo del sito
- Raccolta dei requisiti
- Progettazione
- Sviluppo del negozio
- Sviluppo del catalogo
- Procedure di test
- Messa in opera

Assemblaggio del team di sviluppo del sito

L'utilizzo del software e-commerce per l'implementazione di attività aziendali in linea cambia in maniera significativa il comportamento di un'azienda che si occupa di vendite al dettaglio. Alcuni dei ruoli tipici della vendita al dettaglio, come ad esempio il cassiere, vengono sostituiti dall'automazione. In un'operazione e-commerce è necessario aggiungere alcuni ruoli fondamentali, quali il responsabile del sito.

Spesso i ruoli tipici della vendita al dettaglio non vengono facilmente convertiti, come accade per il socio delle vendite. In una soluzione e-commerce non esiste un corrispettivo diretto di questo ruolo. Alcuni dei compiti del socio delle vendite devono essere inseriti nel progetto del negozio, ad esempio far sentire a proprio agio il cliente, fornire informazioni sui prodotti, consigliare altri articoli e contattare il cliente dopo un acquisto. Altri compiti tipici di un negozio in linea ben progettato riguardano la raccolta di informazioni dai clienti registrati e la traccia dei record degli acquisti. Queste informazioni vengono utilizzate per stabilire le necessità future di un cliente e per dare consigli più appropriati per gli acquisti futuri. Per creare e gestire un sito e-commerce avanzato occorrono più persone con mansioni diverse.

Se si sta personalizzando il negozio di esempio per creare il proprio negozio o si sta sviluppando un negozio completamente nuovo, è necessario un team. Le dimensioni del team dipendono dalle dimensioni e dall'estensione del negozio o del sito che viene creato e deve includere i seguenti ruoli:

- Designer Web
- Sviluppatore di negozio
- Sviluppatore del database

- Responsabile del sito
- Responsabile di negozio
- Rivenditore
- Responsabile del marketing
- Direttore prodotti

WebSphere Commerce utilizza molti dei ruoli tipici della vendita al dettaglio standard, li fonde con altri, quindi, aggiunge i ruoli e-commerce richiesti per creare una soluzione e-commerce completa per il sito. Se necessario, il Responsabile del sito in WebSphere Commerce Console di gestione può creare nuovi ruoli. La seguente sezione descrive le caratteristiche richieste per assumere questi ruoli. A seconda delle dimensioni degli affari, i ruoli possono essere affidati a poche persone oppure a un team numeroso.

Venditore

Il venditore si occupa della parte commerciale delle operazioni del negozio. Questo ruolo richiede una conoscenza dettagliata dell'andamento generale degli affari. Il venditore gestisce lo staff e lavora con gli altri ruoli per determinare le caratteristiche dell'immagine del negozio, del profilo clienti e della merce. Il venditore sorveglia gli obiettivi generali del negozio, i profitti e la gestione, oltre a tenere traccia delle vendite.

Responsabile del marketing

Il Responsabile del marketing comunica la strategia di mercato e i messaggi ai clienti. Questo ruolo controlla, analizza e conosce il comportamento dei clienti. Inoltre, il responsabile marketing crea o modifica i profili delle vendite pilotate e crea e gestisce campagne e promozioni. La pianificazione della campagna può essere gestita da un team composto da rivenditore, responsabile marketing e Responsabile di prodotto. Il Responsabile marketing o il Responsabile di prodotto progettano le vendite per un evento promozionale e ne analizzano l'efficacia.

Responsabile di prodotto

Il Responsabile di prodotto è tenuto a comprendere la strategia di mercato e le modalità di acquisto dei clienti del negozio. Il Responsabile di prodotto determina il modo migliore per visualizzare, fissare il prezzo e vendere i prodotti del negozio in linea. Inoltre, il Responsabile di prodotto traccia gli acquisti dei clienti e determina sconti, aste e tecniche di vendite persuasive.

Questo ruolo supervisiona la gestione del catalogo, inclusa la creazione e la gestione di cataloghi di prodotti in linea, schemi di prezzi associati, categorie di prodotti e pubblicità dei prodotti. Questa persona è solitamente un esperto nell'ambito dei prodotti trattati con una buona conoscenza della linea di prodotti e delle relazioni tra i vari prodotti.

Responsabile del sito

Il Responsabile del sito installa, configura e gestisce WebSphere Commerce e il software e l'hardware associati. Il responsabile risponde agli avvertimenti, agli avvisi e agli errori del sistema e diagnostica e risolve i problemi del sistema. Questo ruolo in genere controlla l'accesso e l'autorizzazione (creazione e assegnazione di membri al ruolo appropriato), gestisce il sito Web, controlla le prestazioni e gestisce le attività di bilanciamento carichi. Il responsabile può, inoltre, occuparsi di stabilire e gestire diverse configurazioni server per stadi di sviluppo diversi: test, trasferimento e produzione. Questo ruolo gestisce, inoltre, i backup critici di sistema e risolve i problemi relativi alle prestazioni.

Il responsabile del sito può, inoltre, creare e pubblicare un negozio.

Il Responsabile del sito deve avere una certa conoscenza dell'hardware e dei sistemi operativi nonché una formazione su architettura e funzionamento di WebSphere Commerce.

Responsabile di negozio

Il Responsabile di negozio gestisce le risorse del negozio e gli aggiornamenti e pubblica le modifiche alle informazioni sulle imposte, sulla spedizione e sul negozio. Il responsabile del negozio, solitamente il capo del team di sviluppo del negozio, è l'unico all'interno del team con autorizzazione a pubblicare un archivio negozio (anche il Responsabile del sito può pubblicarlo). Il responsabile del negozio è di norma una persona esperta del Web dotata di una buona conoscenza delle procedure aziendali del negozio.

Sviluppatore del negozio

Gli sviluppatori di negozio creano file JSP e il codice personalizzato necessario e possono modificare la funzionalità standard fornita con WebSphere Commerce. Gli sviluppatori di negozio devono avere capacità di programmazione in Java, componente EJB, VisualAge per Java, JavaScript, HTML, JSP e deve avere familiarità con il modello di programmazione WebSphere Commerce.

Una volta creato un archivio di negozio, gli sviluppatori di negozio hanno l'autorizzazione ad apportare modifiche manualmente o utilizzando il blocco appunti Profilo negozio, Tassa e Spedizione, ma non possono pubblicare l'archivio su WebSphere Commerce Server.

Sviluppatore del database

Gli sviluppatori di database modificano ed estendono lo schema del database WebSphere Commerce allo scopo di implementare le funzioni del negozio personalizzate o di integrare le informazioni del database esistenti. Questo membro è di norma dotato di capacità di gestione dei database per DB2 o Oracle.

Nota: Il ruolo di sviluppatore del database non è definito nel WebSphere Commerce Server. Se necessario, agli sviluppatori del database dovrebbe essere assegnato l'accesso allo sviluppatore di negozio.

Designer Web

I designer Web creano l'immagine e l'aspetto del sito e lavorano con gli sviluppatori del negozio per creare le pagine del negozio. I designer Web devono essere esperti nell'utilizzo di strumenti multimediali, HTML e JavaScript, e devono avere una certa familiarità con la tecnologia JSP.

Nota: Il ruolo di designer Web non è definito nel WebSphere Commerce Server. Al contrario, ai designer Web dovrebbe essere assegnato l'accesso sviluppatore di negozio.

Raccolta dei requisiti

I requisiti funzionali definiscono sia le funzioni commerciali che il sistema e-commerce e il flusso delle pagine Web. I requisiti vengono determinati con una buona conoscenza delle necessità della propria attività commerciale in linea e di ciò che si spera di ottenere dal sito. Si considerino, ad esempio, aspetti quali obiettivi commerciali, scopi del sito Web e aspetti di utilità, ad esempio chi sono gli utenti e come si aspettano di interagire con il negozio. Considerando i requisiti, si tengano presenti eventuali problemi di coerenza, ad esempio la corrispondenza dell'aspetto del negozio nel sito Web. È importante raccogliere al più presto questi requisiti e scoprire le eventuali difficoltà che da principio possono essere risolte più facilmente.

Una volta stabiliti i requisiti funzionali, è possibile determinare anche i requisiti tecnici o di sistema. Esempi di requisiti tecnici includono problemi di integrazione e requisiti della macchina.

Di seguito sono riportati esempi di domande cui dare una risposta durante la fase di raccolta dei requisiti:

Requisiti funzionali

- Il negozio si rivolge ad altri commercianti o a consumatori?
- Quali sono le lingue supportate dal negozio?
- Come gestire più valute (se richiesto)?
- Quali sono i beni e servizi che si desidera vendere? La linea dei prodotti sarà diversa per i vari gruppi di acquirenti, paesi o regioni in cui si esercita l'attività commerciale?
- Se si vende in più paesi o regioni, il negozio viene presentato in modo diverso per renderlo più appropriato alle differenti culture?
- Che aspetto si desidera dare al negozio?

- È possibile riutilizzare disegni esistenti? In caso affermativo, in che formato?
- Cosa sta facendo la concorrenza?
- Si richiederà ai clienti di eseguire la registrazione prima di potere acquistare prodotti?
- Si utilizzeranno le funzioni di personalizzazione per fornire delle esperienze di acquisto uniche per i singoli clienti?
- Che tipo di informazioni clienti si desidera catturare (e quante)?
- Si faranno promozioni sui prodotti in base ai profili o ai comportamenti dei clienti?
- Come si intende eseguire l'elaborazione degli ordini?
- Come si intende eseguire l'elaborazione dei pagamenti?
- Come verranno implementate le imposte?
- Come verranno implementate le spese di spedizione?
- Qual è la strategia di servizio clienti che si desidera utilizzare?
- Qual è il flusso delle pagine Web?
- Si inseriranno collegamenti ad altri siti?

Requisiti tecnici

- Come verranno spostati i dati da un sistema esistente a un nuovo sistema?
- Che tipo di sicurezza si desidera utilizzare?
- Che livello di prestazioni si desidera?
- Qual è il livello di traffico clienti previsto?
- Qual è la dimensione di macchina necessaria per il numero di clienti?
- Come si dovranno gestire e regolare le macchine server al fine di ottenere migliori prestazioni?

Requisiti di integrazione

- Si desidera eseguire un'integrazione con i sistemi tecnologici esistenti?

È possibile che le domande cui occorre dare una risposta per determinare i requisiti del proprio negozio siano molte di più; questo dipende ovviamente dalle proprie esigenze aziendali.

Alla fine della fase di determinazione dei requisiti, è necessario:

- Creare un flusso di acquisti e utilizzare i casi dai requisiti funzionali.
Esempi di casi di utilizzo possono includere la registrazione dei clienti o l'elaborazione degli ordini. È possibile trovare esempi di casi di utilizzo nella guida in linea di WebSphere Commerce.

- Definire la topologia del sito. Per ulteriori informazioni sulle opzioni di configurazione disponibili, fare riferimento al Capitolo 5, “Selezione di una configurazione” a pagina 39.

Progettazione

La fase di raccolta dei requisiti è seguita dalla fase di progettazione, che include la determinazione della progettazione dell’architettura telematica, di WebSphere Commerce e del database.

Una volta raccolte tutte le informazioni, creare un prototipo HTML statico del negozio per assicurare che lo sviluppo stia procedendo in modo corretto e che non siano stati omessi dei requisiti. Il prototipo può essere creato da un designer web o multimediale utilizzando l’applicazione integrata Page Designer di WebSphere Studio. In alternativa, è possibile sviluppare il prototipo fuori dall’ambiente Commerce Studio. È possibile fare ciò insieme o indipendentemente dai casi di utilizzo.

Sviluppo negozio

La fase di sviluppo del negozio consiste nella creazione delle risorse di negozio. Lo sviluppatore di negozio crea il piano del progetto che descrive come (e quando) il progetto verrà completato. Lo sviluppatore di negozio è un ruolo che può essere formato da più di una persona, a seconda delle capacità necessarie. Il piano di progettazione deve contenere:

- Un piano del personale che descrive le capacità necessarie allo sviluppatore di negozio per la progettazione e lo sviluppo dell’infrastruttura, del codice e delle pagine.
- Un elenco del numero complessivo di file JSP, tabelle, EJB, bean di dati e comandi che è necessario sviluppare (questo condiziona le dimensioni del progetto e le risorse necessarie).
- Un elenco di tutti gli elementi grafici e di progettazione supporti necessari.
- Una pianificazione che elenca i principali punti di controllo. La pianificazione deve portare a termine il collaudo del sistema.
- Una descrizione delle prestazioni e del test di stress che verrà effettuato sul sito.

Oltre allo sviluppo del piano di progettazione, lo sviluppatore del negozio crea la home page del negozio, le pagine di visualizzazione del catalogo in linea e il flusso di acquisti del negozio.

Il metodo consigliato per creare un negozio è basare il proprio negozio su un negozio di esempio. Le operazioni necessarie per la creazione di un negozio vengono descritte nel Capitolo 6, “Creazione del negozio” a pagina 53.

Gestione dati

Gli sviluppatori del database si dedicano alla gestione dati, incluse le seguenti attività, che vengono svolte sul server del database di sviluppo:

- Estensione dello schema del database (facoltativa e basata sui requisiti aziendali).
L'estensione dello schema del Database WebSphere Commerce può essere richiesta se il negozio sta eseguendo un'integrazione con il database esistente che utilizza uno schema diverso oppure se WebSphere Commerce è stato personalizzato.
- Abilitazione della migrazione di dati esistenti.
Dopo aver modificato lo schema di database (se richiesto), è possibile migrare le informazioni esistenti, come i dati relativi ai clienti, verso Database WebSphere Commerce. Per eseguire la migrazione delle informazioni, lo sviluppatore di database deve scrivere ed eseguire script di database.
- Inoltre, è possibile creare un meccanismo per l'immissione di dati nel database (se richiesto).
Per i negozi WebSphere Commerce che utilizzano le applicazioni di impresa esistenti, è possibile sviluppare meccanismi per l'immissione automatica di dati dall'applicazione di impresa per il sistema WebSphere Commerce. In questo modo viene abilitata la sincronizzazione dei dati tra due sistemi. È possibile utilizzare il Pacchetto Loader a questo scopo.

Per tutta la durata del processo di sviluppo, è necessario controllare il codice sorgente per il negozio in un sistema SCM (software configuration management) per semplificare la gestione dei file.

Uno sviluppatore di negozio a cui è assegnato il compito di assemblare le risorse in un negozio attivo, utilizza Commerce Studio per pubblicare il negozio su una macchina di verifica.

Se si opera all'esterno dell'ambiente di Commerce Studio, lo sviluppatore di negozio deve estrarre il codice dal sistema SCM e trasferire il negozio sulla macchina di verifica. È possibile che la piattaforma della macchina di verifica sia diversa dalla piattaforma dello sviluppatore.

Dopo aver creato il negozio, è necessario eseguire la procedura di test per garantire la qualità del build.

Sviluppo del catalogo

Il catalogo in linea viene sviluppato da vari ruoli. Il Direttore prodotti decide quali prodotti vengono venduti e a quale prezzo. Questa fase di sviluppo può essere eseguita parallelamente alla fase di sviluppo del negozio. Il metodo utilizzato per creare il catalogo dipende dalle dimensioni del catalogo e dalla disponibilità dei dati nel catalogo in formato elettronico.

Utilizzare il Pacchetto Loader per creare e aggiornare i cataloghi in linea. In questo modo, uno sviluppatore di negozio può gestire il catalogo del prodotto. In seguito, può formattare le informazioni consentendo al Pacchetto Loader di immettere dati sul database. Il Pacchetto Loader può essere utilizzato anche per la migrazione di dati da un negozio WebSphere Commerce esistente.

Per la creazione di un catalogo più sofisticato, usare IBM WebSphere Direttore catalogo.

Una volta sviluppato, il catalogo viene pubblicato su un server di trasferimento (durante gli stadi di sviluppo) o su un server di produzione (al completamento dello sviluppo). Per ulteriori informazioni sullo sviluppo del catalogo consultare il Capitolo 7, "Creazione di un catalogo in linea" a pagina 73.

Procedure di test

Generalmente, il Responsabile del sito verifica il negozio eseguendo dei test relativi all'unità, alla funzionalità, al sistema, all'integrazione e alle sollecitazioni. È possibile eseguire test sulla progettazione visuale e sull'interazione con l'utente. Per ulteriori informazioni sulle procedure di test consultare il Capitolo 9, "Distribuzione del negozio" a pagina 105.

Messa in opera

Una volta completato il test, il Responsabile del sito aggiorna il sistema di produzione. In genere, questa operazione viene eseguita in due fasi: replicando il database e pubblicando le risorse del negozio (HTML, GIF) sul server di produzione. Per ulteriori informazioni sulla pubblicazione o lo sviluppo di un negozio, fare riferimento al Capitolo 6, "Creazione del negozio" a pagina 53 e al Capitolo 9, "Distribuzione del negozio" a pagina 105 oppure alla guida in linea di WebSphere Commerce.

Capitolo 5. Selezione di una configurazione

La seguente sezione descrive le possibili configurazioni di WebSphere Commerce. Esistono molte opzioni di configurazione per un'azienda, ma alcune sono più adatte rispetto ad altre. Le configurazioni hanno le stesse basi. Il problema reale relativo alla configurazione riguarda il numero di macchine necessario per portare avanti la propria attività ed il layout o la topologia migliore di queste macchine.

In questa sezione riportate le seguenti informazioni:

- Opzioni di configurazione che sfruttano le potenzialità del sistema
- Descrizioni delle varie configurazioni
- Configurazioni di esempio
- Utilizzo della configurazione
- Pro e contro
- Possibilità di espansione

Note:

1. In tutte le configurazioni in cui il server Web, WebSphere Commerce Server, e il server database si trovano su macchine fisiche diverse, devono utilizzare lo stesso sistema operativo.
2. In tutte le configurazioni in cui sono presenti più server web, è necessario che siano lo stesso tipo di server web (ad esempio tutti IBM HTTP Server o tutti Netscape iPlanet).
3. In tutte le configurazioni in cui si utilizza WebSphere Commerce Analyzer o WebSphere Direttore catalogo, è preferibile installarli su sistemi dedicati, lasciando risorse disponibili sul WebSphere Commerce Server.

Una volta pronti per la selezione di una configurazione, fare riferimento al documento *WebSphere Commerce, Guida per la pianificazione delle capacità* disponibile dalla pagina della libreria tecnica. Questa *Guida per la pianificazione delle capacità* contiene le informazioni da seguire passo-passo per scegliere una topologia appropriata per il sito.

Scalabilità

La configurazione deve consentire al sistema generale di gestire un carico client superiore rispetto alla configurazione di base. Idealmente, dovrebbe essere possibile gestire qualsiasi carico semplicemente aggiungendo il numero di server o macchine appropriato.

Clonazione

La clonazione è un meccanismo che consente la creazione di più copie di un oggetto configurate in maniera identica, ad esempio di un server delle applicazioni. Il processo di clonazione inizia prendendo un server impostato precedentemente e creando un modello basato su quest'impostazione. Una volta creato un modello, è possibile creare cloni di quel server. Con l'esecuzione di altri cloni è possibile migliorare le prestazioni del server.

Alcuni vantaggi importanti della clonazione sono:

- Gestione semplificata del sistema (utilizzare i cloni per creare e gestire copie identiche di una configurazione server)
- Distribuzione organizzata del carico di lavoro per diversi meccanismi forniti con WebSphere Application Server
- Maggiore disponibilità e affidabilità (quando una JVM (Java Virtual Machine) è occupata, le altre JVM possono comunque gestire le richieste del client). Inoltre, se un server non funziona o viene disattivato per manutenzione, le JVM in esecuzione sui server clonati sono ancora disponibili.
- Maggiore scalabilità (elevando le CPU sulla macchina)

In uno scenario tipico, un Responsabile del sito può creare un modello di un server delle applicazioni, inserirvi gli oggetti necessari per l'implementazione della relativa applicazione di destinazione e regolare le proprietà di questi oggetti. Appena è pronto a distribuire l'applicazione, il Responsabile del sito crea e avvia un certo numero di cloni che eseguiranno l'applicazione.

La clonazione di un server delle applicazioni su un'unica macchina fisica rappresenta un modo per aumentare la velocità di trasmissione mediante il concetto di "scalabilità verticale." La *clonazione verticale* fornisce un meccanismo semplice per la creazione di processi JVM (Java Virtual Machine) multipli che, possono utilizzare completamente tutte le potenzialità di elaborazione disponibili. Inoltre, la clonazione può essere utilizzata anche per supportare il concetto di "scalabilità orizzontale" in cui più processi sono distribuiti su più macchine fisiche. La *clonazione orizzontale* può fornire un aumento sia della velocità di trasmissione che del failover (disponibilità).

Gestione del carico di lavoro

Con la gestione del carico di lavoro, ogni macchina o server elabora una giusta condivisione del carico generale che viene elaborato dal sistema. Anche se la distribuzione non deve essere uguale, non bisogna avere un carico pesante su una macchina mentre un'altra è quasi inattiva. Se le macchine in uso sono potenti in misura pressoché uguale, ogni macchina deve elaborare la

propria condivisione del carico. Se alcune macchine hanno capacità diverse, ciascuna deve elaborare una porzione del carico proporzionale al potere di elaborazione.

Gestione sessione

La gestione sessione consente di gestire e memorizzare le informazioni sulla sessione nel server o nel database. A meno che non si disponga di un unico server delle applicazioni o l'applicazione sia priva di stato, la gestione dello stato di una sessione tra richieste client HTTP avrà un ruolo importante nel determinare la topologia durante la gestione del carico di lavoro.

Un'applicazione senza stato è un server che elabora le richieste unicamente sulla base delle informazioni fornite dalla richiesta stessa, pertanto non importa se la richiesta viene elaborata da server diversi.

Per ulteriori informazioni consultare il documento *Scalabilità WebSphere: WLM e clustering con WebSphere Application Server, Advanced Edition*, disponibile al seguente indirizzo web: www.ibm.com/redbooks

IBM Network Dispatcher

IBM Network Dispatcher è un prodotto ordinabile a parte come complemento di WebSphere Commerce. Accetta i pacchetti di richieste in arrivo, quali HTTP o SSL dai client Web e li reindirizza verso uno dei server Web che fanno parte di un cluster Network Dispatcher. Questo è un processo trasparente agli altri client Web. Ciascun client Web apparirà in comunicazione diretta con un server Web, quando Network Dispatcher intercetta e indirizza queste richieste.

Network Dispatcher fornisce scalabilità e bilanciamento del carico tra tutti i server Web del cluster distribuendo una parte delle richieste in arrivo a ciascun server. Fornisce anche il failover, tenendo traccia dei server correntemente disponibili o non funzionanti e distribuendo le richieste solo ai server correntemente disponibili. Sebbene Network Dispatcher venga, di norma, eseguito su una macchina dedicata, per l'esecuzione del software possono cooperare due macchine dedicate. Pertanto, se un dispatcher non funziona, l'altro eseguirà il software automaticamente.

Per impostazione predefinita, Network Dispatcher distribuisce le richieste client tra i server disponibili seguendo un ordine sequenziale e ciclico. È possibile, tuttavia, personalizzare il sistema di distribuzione per consentire al Responsabile del sito di controllare il modo in cui vengono distribuite le richieste. Alcuni esempi di personalizzazione di Network Dispatcher includono:

- Specificazione della percentuale di carico su una macchina
- Regolazione dinamica del carico per ciascun server in base al numero di richieste

- Indirizzamento consistente di richieste da un determinato client o gruppo di client a un particolare server, per ridurre la necessità di coordinamento di più server che stanno tutti elaborando richieste per conto dello stesso client

Per visualizzare Network Dispatcher all'interno di una configurazione, fare riferimento alla sezione "Configurazione enterprise tipica" a pagina 47.

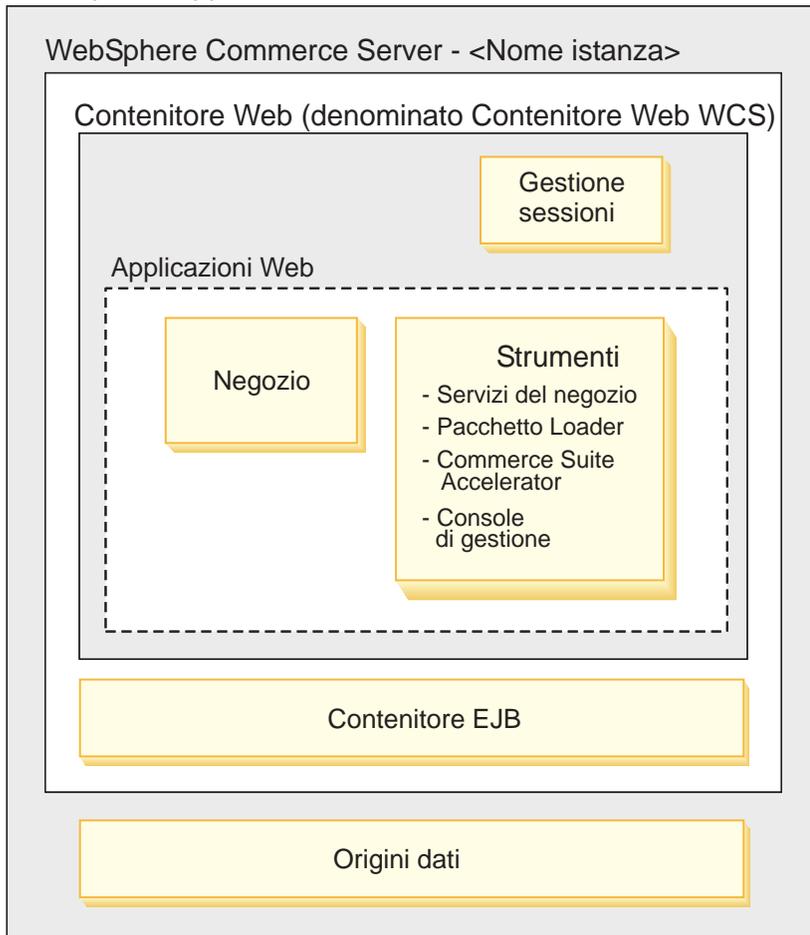
Network Dispatcher è ora parte integrante del prodotto IBM WebSphere Edge Server. Per ulteriori informazioni, visitare il sito Web al seguente indirizzo: www.ibm.com/software/webservers/edgeserver/

Contenuto di WebSphere Commerce Server

WebSphere Commerce Server è implementato come un server delle applicazioni. WebSphere Commerce Server fornisce tutte le funzioni di WebSphere Commerce in un contenitore Web e in un contenitore EJB. Il contenitore Web ha due applicazioni Web che forniscono la logica aziendale e di visualizzazione: negozi e strumenti. Il contenitore EJB fornisce il codice Enterprise JavaBeans per l'accesso al database. WebSphere Application Server fornisce tutto il supporto di runtime per abilitare il WebSphere Commerce Server.

Il seguente diagramma mostra i contenuti di WebSphere Commerce Server.

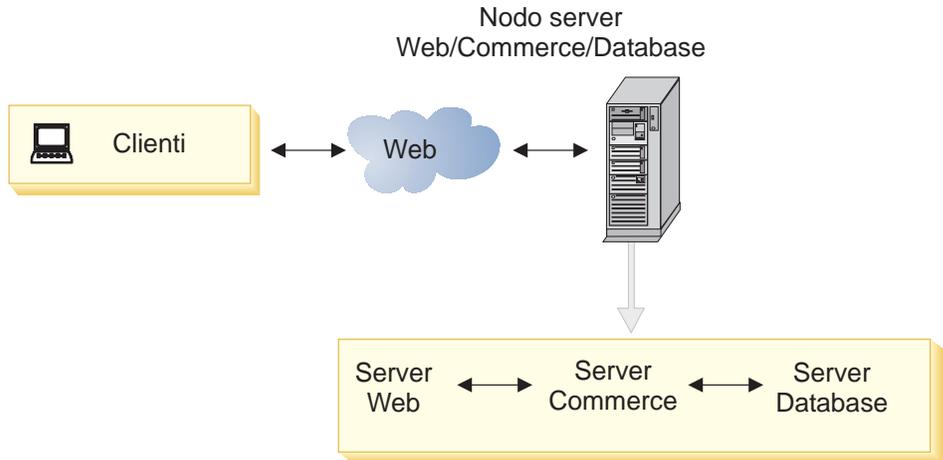
WebSphere Application Server



Configurazione a livello singolo

In una configurazione a livello singolo, questa è composta dal server Web, dal WebSphere Commerce Server e dai nodi del server di database. È la configurazione più semplice ed è consigliata per siti Web piccoli oppure a scopi di sviluppo.

Il seguente diagramma visualizza la configurazione a livello singolo.



Una configurazione a livello singolo può essere utilizzata da un negozio piccolo con volumi di affari modesti. Inoltre, questa configurazione è particolarmente utile in un ambiente di sviluppo in quanto consente agli sviluppatori di negozio di disporre di un ambiente di sviluppo autonomo.

Vantaggi

- Semplice da impostare e da gestire
- Costi ridotti dell'hardware associato

Svantaggi

- Non ideale per gli ambienti di produzione in cui le prestazioni sono importanti
- Non è possibile implementare ulteriori firewall
- Il server delle applicazioni e il database competono per le risorse di sistema
- Singoli punti di malfunzionamento

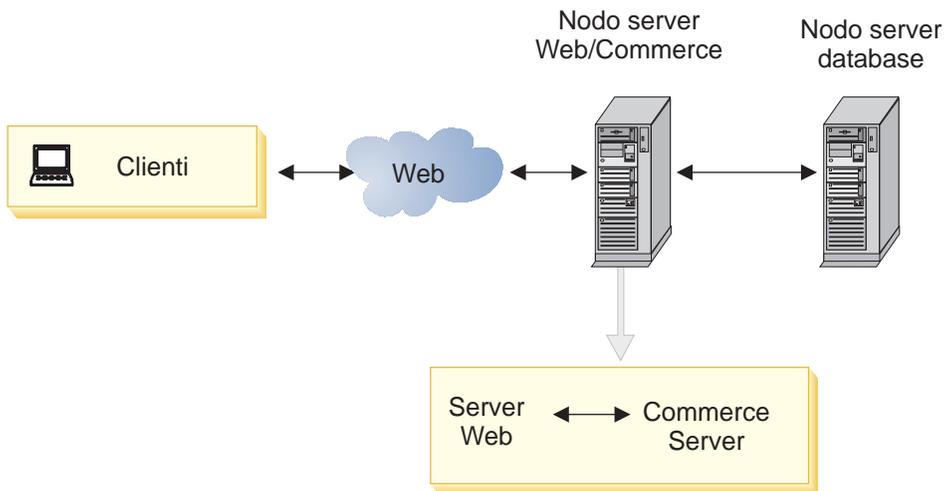
Nota: Con l'aumentare del volume delle transazioni, potrebbe essere necessario implementare una configurazione a 2 o a 3 livelli per migliorare le prestazioni.

Se si desidera effettuare un'espansione, è possibile utilizzare una configurazione a 2 livelli e aggiungere più server o cloni.

Configurazione a 2 livelli

In una configurazione a 2 livelli, il server Web e WebSphere Commerce Server costituiscono il primo livello, mentre il database è il secondo. La configurazione con database separato è una delle configurazioni che utilizza più server.

Questo esempio è tipico di un piccolo sito Web in cui tutti i processi di WebSphere Commerce Server e server HTTP sono ospitati su un unico nodo.



La configurazione a 2 livelli può essere utilizzata da un negozio di dimensioni medie e grandi con un volume di transazioni superiore. Questa configurazione può far parte di una efficace strategia di distribuzione del carico di lavoro e di elevata disponibilità. Inoltre, tale configurazione è utilizzata da siti che implementano una strategia di server web ridondanti e sistemi di failover del database.

Vantaggi

- Prestazioni superiori rispetto a una configurazione a livello singolo
- Regolazione separata dei server Web e di database per le prestazioni
- Maggiore scalabilità e affidabilità garantite dalla configurazione separata del database
- Possibilità di posizionamento di un firewall prima del database

Svantaggi

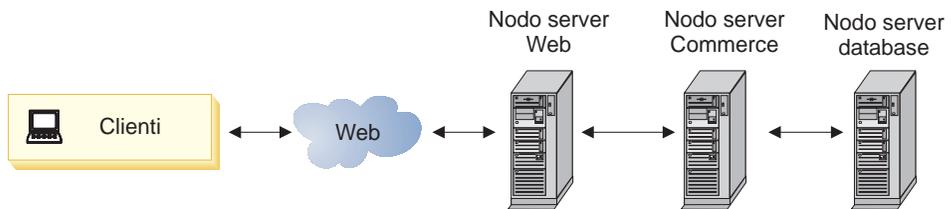
- Limiti della scalabilità: se si dispone del server web e del WebSphere Commerce Server sulla stessa macchina, questi ultimi non possono essere scalati o gestiti separatamente
- Problema di sicurezza: se si dispone del server web e del WebSphere Commerce Server sulla stessa macchina, non è possibile inserire un ulteriore livello di sicurezza tra loro

Con l'aumentare del carico sul sito Web, è possibile passare a una configurazione con più server Web. È anche possibile passare a una configurazione a 3 livelli.

La configurazione con più server Web è composta da nodi di più server Web e WebSphere Commerce Server, che utilizzano un unico database comune. In una configurazione a istanza singola, ciascun server web e il WebSphere Commerce Server esegue lo stesso negozio accedendo alle risorse del negozio da un file system condiviso. Una soluzione di bilanciamento del carico, come Network Dispatcher, può essere utilizzata per distribuire il traffico tra i vari nodi Web e WebSphere Commerce Server.

Configurazione a 3 livelli

Nella configurazione a 3 livelli il server Web costituisce il primo livello, il WebSphere Commerce Server il secondo e il database il terzo. La differenza tra la configurazione a 3 livelli e quella con 2 livelli è costituita dalla separazione dei nodi di server Web e di WebSphere Commerce Server. Si consiglia questa configurazione per siti web più grandi in cui è necessaria una DMZ (demilitarized zone).



Grandi aziende con volumi di transazioni elevati che desiderano alte prestazioni e aziende che desiderano implementare una maggiore sicurezza, possono utilizzare la configurazione a 3 livelli.

Vantaggi

- Sicurezza aggiunta: inserire un firewall tra i server web e i WebSphere Commerce Server creando una DMZ, consentendo a tutti gli utenti di Internet di accedere a tutte le informazioni del sito, ma impedendo l'accesso non autorizzato ai server delle applicazioni
- Maggiore scalabilità: i server Web e WebSphere Commerce Servers possono essere aggiunti in maniera indipendente.

Svantaggi

- Costo maggiore dell'hardware aggiuntivo

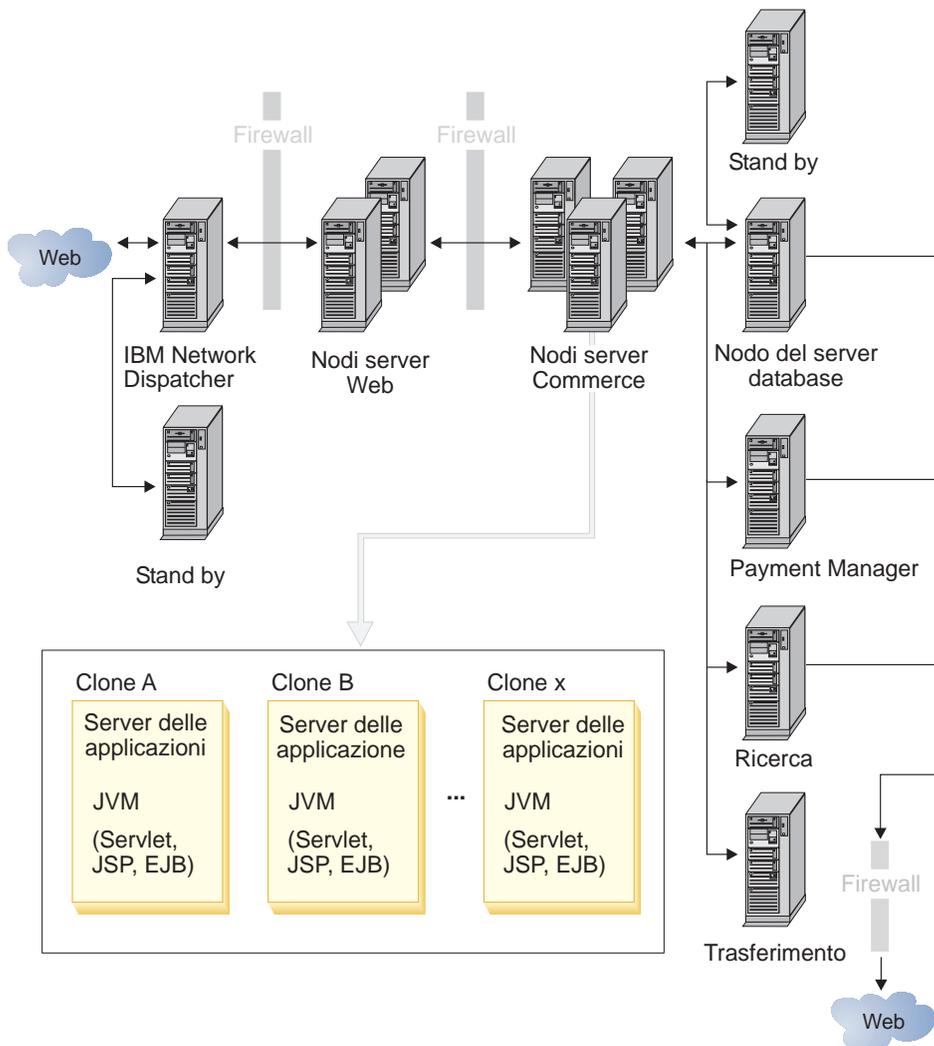
Le possibilità di espansione della configurazione a 3 livelli sono quasi illimitate. È possibile aggiungere dispatcher di rete, cluster dei server Web e cloni verticali o orizzontali. È inoltre possibile configurare due contenitori di database con diverse origini di dati che si collegano rispettivamente al server delle transazioni e al server di registrazione. Questa configurazione consente di scaricare le attività di registrazione (ad esempio, la registrazione del

traffico) dal server delle transazioni principale. Questa operazione libera della memoria per le transazioni degli ordini e per sfogliare il catalogo.

Il seguente esempio di "configurazione enterprise tipica" rappresenta una configurazione a 3 livelli.

Configurazione enterprise tipica

Di seguito viene descritta una configurazione enterprise tipica ed è illustrata la configurazione a 3 livelli già menzionata nella sezione precedente.



La configurazione enterprise è una configurazione a 3 livelli (nodi di server Web, di WebSphere Commerce Server e di database separati) con molte espansioni.

Dal momento che i processi server Web e WebSphere Commerce Server sono fisicamente separati, è possibile inserire firewall prima del server Web e prima del WebSphere Commerce Server. Tra i due firewall viene definita una DMZ (demilitarized zone). La configurazione DMZ consente agli utenti di Internet di accedere a tutte le informazioni del sito, ma impedisce l'accesso non autorizzato ai server interni. Tali server infatti possono contenere informazioni private o delicate.

Con questa configurazione, ci sono due esempi di due macchine dedicate che cooperano per eseguire il software. Se una macchina non funziona, l'altra eseguirà automaticamente il software. Questi esempi sono Network Dispatcher e Standby con il server database e Standby.

Questa configurazione prova a ridurre i singoli punti di malfunzionamento; in altre parole, molte delle macchine sono protette da failover o da ridondanza. Se una macchina non funziona, il sistema continuerà a funzionare con le macchine rimanenti.

Per ridurre i costi hardware, il server del database standby può essere anche il database di ricerca. In questo tipo di configurazione, sia il database di commercio che il database di ricerca sono configurati per utilizzare l'altro come backup.

Per fornire un database di failover, è possibile replicare i dati o utilizzare un disco condiviso per il database. Il metodo preferito consiste nell'utilizzare un disco condiviso. In genere, il server del database di failover (il server fisico) viene configurato mediante HACMP (AIX), Sun Clustering (Sistema operativo Solaris), o Windows Cluster Services (Windows 2000). Questi prodotti consentono il failover su un server di backup nel caso in cui si verifichi una condizione irreparabile (ad esempio la perdita dei collegamenti alla rete). Affinché il server di failover riprenda il funzionamento come server di database per WebSphere Commerce, il database deve essere accessibile per la casella failover e il sottosistema del disco deve essere condiviso tra i due server. Il software di failover dovrebbe essere configurato per portare il sottosistema del disco in linea e per effettuare la notifica al gestore del database.

Scalabilità

Il WebSphere Commerce Server è scalato sia orizzontalmente che verticalmente. La scala orizzontale aumenta la velocità di trasmissione

distribuendo i processi multipli Java Virtual Machine su più macchine fisiche. Nella scala verticale i processi multipli JVM si trovano su una sola macchina.

Gestione del carico di lavoro

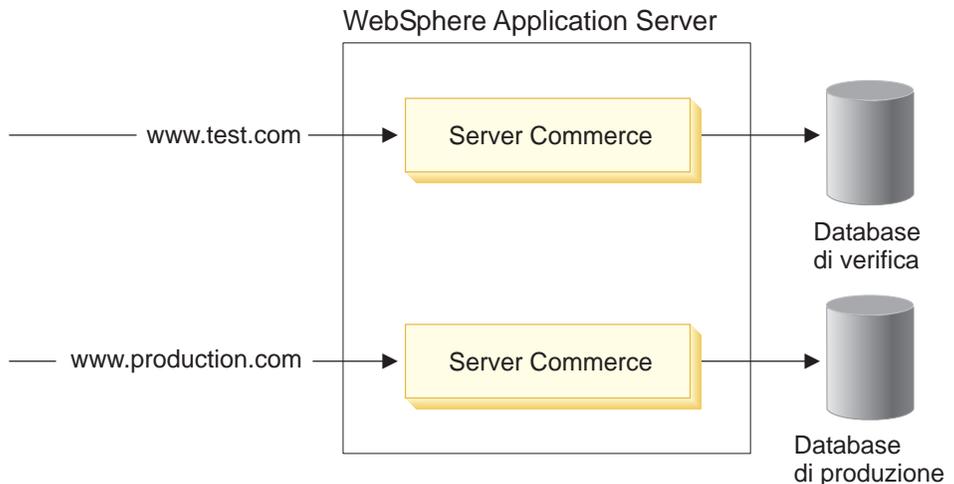
Network Dispatcher distribuisce le richieste in arrivo tra i due server Web. I cloni forniscono un aumento della velocità di trasmissione e migliori prestazioni del WebSphere Commerce Server.

Configurazione a più istanze

Nota: 400 Sebbene siano supportati più server Web, una configurazione tipica in OS/400 per iSeries è un server Web su un'istanza WebSphere Commerce.

Una configurazione a più istanze consente l'attività di più istanze di WebSphere Commerce. In questo caso un singolo server Web comunica con più istanze WebSphere Commerce, ognuna delle quali è dotata di un indirizzo IP (Internet Protocol) univoco. Ogni istanza deve avere un nome host differente (virtuale) e un differente database. Le modifiche di configurazione apportate a un'istanza sono indipendenti da qualsiasi altra istanza.

Una configurazione a più istanze può essere applicata alle configurazioni a 1, 2 o 3 livelli.



L'utilizzo tipico delle istanze multiple include l'esecuzione di un'istanza di produzione e di un'istanza di test, ciascuna con un numero qualsiasi di cloni. Quando l'istanza di test lavora, è collegata al database di produzione e l'host virtuale dell'istanza di test viene modificato in istanza di produzione (e

l'istanza di produzione viene posta "offline", ovvero, viene annullata la relativa associazione all'host virtuale di produzione).

Vantaggi

- Consente scenari di test paralleli
- Ospita più negozi che utilizzano hardware condivisi per ridurre al minimo il costo di messa in opera

Svantaggi

- Utilizza risorse di sistema aggiuntive che possono ostacolare le prestazioni del sistema di produzione in uso

Possibilità di espansione

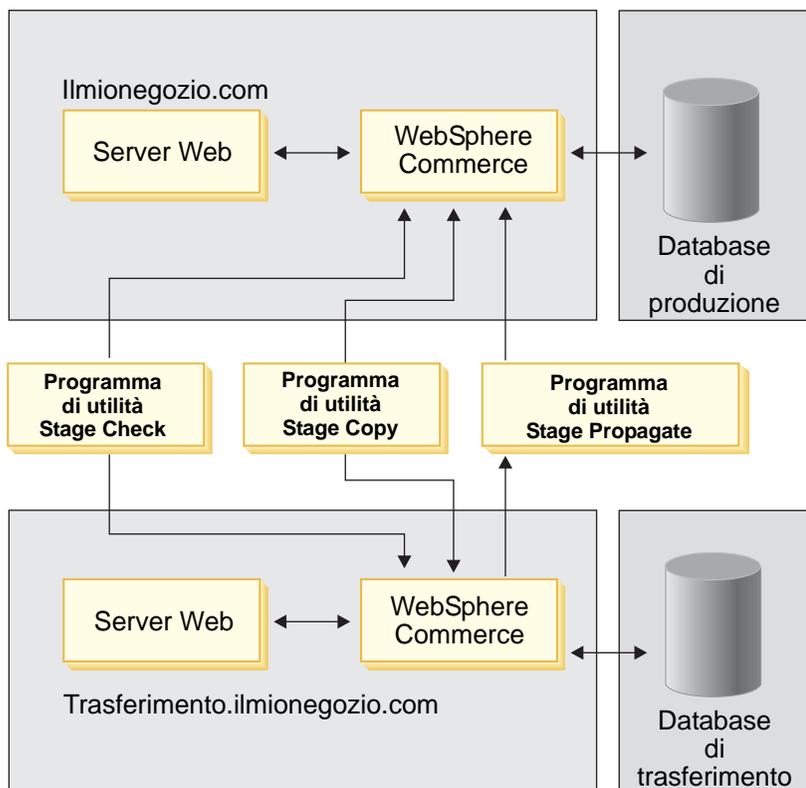
- È possibile utilizzare cloni per creare più copie del server delle applicazioni ed aumentare la velocità di trasmissione

Configurazione server di trasferimento

Questa configurazione è utile per attività di sviluppo e test. In questo ambiente, è possibile apportare modifiche al database di trasferimento e quindi verificarlo prima di passarlo al database di produzione. Si consiglia l'utilizzo di macchine separate per i server di produzione e di trasferimento, affinché le procedure di test siano eseguite in condizioni di massimo utilizzo del server di trasferimento.

Idealmente la configurazione per il server di trasferimento sarà identica all'ambiente di produzione pianificato.

Di seguito è riportata la configurazione di un server di trasferimento:



Per ulteriori informazioni sui server di trasferimento, fare riferimento alla sezione "Server di trasferimento" a pagina 106.

Capitolo 6. Creazione del negozio

Questa sezione fornisce una panoramica sulle attività incluse nel processo di creazione di un negozio.

Che cos'è un negozio in linea?

Un negozio in linea è un negozio che si serve delle tecnologie Internet per la vendita o lo scambio di prodotti e servizi. È costituito da una serie di pagine Web in cui vengono visualizzati e venduti i prodotti. Ad esempio, la home page rappresenta l'ingresso del negozio e conduce i clienti all'interno del negozio, indirizzandoli verso i prodotti. Le pagine dei gruppi di catalogo raggruppano i prodotti e indirizzano i clienti alle pagine dei prodotti in cui è possibile trovare informazioni dettagliate sui prodotti. La pagina del carrello degli acquisti svolge lo stesso ruolo di un carrello degli acquisti reale: è possibile aggiungere i prodotti che si desidera acquistare, quindi pagare con la carta di credito o con altri sistemi di pagamento nelle pagine di verifica degli acquisti.

I clienti vedranno solo la parte esterna delle pagine del negozio. Ciascuna pagina comprende disegni e immagini visualizzati dai clienti e comandi e script Java, che non vengono visualizzati. Comandi e script vengono utilizzati per richiamare altre pagine all'interno del negozio o per completare operazioni quali collegamento e registrazione. Per visualizzare le informazioni esatte sul prodotto, il prezzo, le tasse e la spedizione, il negozio accede alle informazioni contenute nelle tabelle del database di WebSphere Commerce. I bean di dati WebSphere Commerce (una serie di bean Java inclusi in Commerce Studio e WebSphere Commerce) possono essere inclusi nei file JSP (Java Server Pages). Essi consentono l'accesso alle informazioni del database, quali il prezzo o gli attributi di un prodotto.

Negozi di esempio

WebSphere Commerce dispone di un negozio in linea di esempio che è possibile utilizzare come base per la creazione del proprio negozio. Sono disponibili due tipi di negozio: business-to-consumer (B2C) e business-to-business (B2B).

Quando si pianifica il sito, la pianificazione del flusso degli acquisti è un passo fondamentale per soddisfare le esigenze e le aspettative dei clienti. Mentre un venditore può scegliere di offrire ai clienti un unico flusso di acquisti, la maggior parte dei clienti desidera coerenza e familiarità con la struttura e la sequenza degli acquisti. Piuttosto che concentrare l'attenzione su un unico flusso di acquisti, utilizzare promozioni mirate, consigli

personalizzati e una migliore selezione delle merci per fidelizzare i clienti. WebSphere Commerce fornisce gli strumenti per creare promozioni mirate e flussi di acquisti personalizzati con WebSphere Commerce Accelerator.

Un negozio di esempio funge da maschera per la modalità di funzionamento del negozio. Esso imposta il flusso di informazioni quando i visitatori cercano ed acquistano prodotti nel negozio. Il negozio di esempio è impacchettato in formato archivio negozio.

Un negozio di esempio è fornito di una serie sufficiente di risorse necessarie per il funzionamento del negozio. Tali risorse includono: file JSP, file HTML statici, file di immagine e voci di database come catalogo, tasse e spedizione.

È anche possibile creare il proprio esempio. Questa funzione è particolarmente utile se è necessario creare più negozi simili che contengano caratteristiche o funzioni non incluse nel negozio di esempio fornito. Se si desidera creare un negozio di esempio personalizzato, è possibile utilizzare WebSphere Commerce e Commerce Studio per:

- Creare un archivio negozio.
- Selezionare il negozio di esempio, copiarlo e quindi modificarlo.

Nella seguente tabella sono elencate le funzioni chiave dei negozi di esempio B2C:

Tabella 1. Negozi di esempio Business-to-consumer

	InFashion	WebFashion	NewFashion
Registrazione di un nuovo cliente	✓	✓	✓
Collegamento di un cliente registrato	✓	✓	✓
Gestione di un conto personale	✓	✓	✓
Reimpostazione della password	✓	✓	✓
Modifica delle informazioni di registrazione	✓	✓	✓
Aggiunta di un nuovo indirizzo alla rubrica	✓	✓	✓
Modifica della rubrica	✓	✓	✓
Visualizzazione della home page del negozio	✓	✓	✓

Tabella 1. Negozi di esempio Business-to-consumer (Continua)

	InFashion	WebFashion	NewFashion
Visualizzazione delle categorie del catalogo	✓	✓	✓
Visualizzazione dei prodotti nel catalogo	✓	✓	✓
Visualizzazione dei pacchetti e dei bundle nel catalogo		✓	✓
Visualizzazione e gestione del carrello degli acquisti	✓	✓	✓
Verifica rapida		✓	
Creazione/aggiornamento del profilo di verifica rapida		✓	
Verifica senza il supporto di restituzione/suddivisione ordine	✓	✓	
Processo di verifica con il supporto di restituzione ordine			✓
Visualizzazione della disponibilità attesa della data dell'inventario			✓
Suddivisione di un ordine con il supporto di elaborazione di restituzione ordine			✓
Pagine e catalogo del negozio in più lingue	✓	✓	✓
Visualizzazione, gestione e invio dell'elenco di interesse		✓	✓
Visualizzazione dello stato di un ordine passato		✓	✓
Notifica e-mail per lo stato dell'ordine		✓	✓

Tabella 1. Negozi di esempio Business-to-consumer (Continua)

	InFashion	WebFashion	NewFashion
Visualizzazione delle promozioni sulla pagina Nuovi arrivi		✓	
Sconto a livello dell'ordine per i clienti registrati		✓	
Ricerca del catalogo			✓
Spedizioni multiple a un indirizzo			✓
Date di disponibilità per gli articoli dell'ordine			✓
Traccia dello stato dell'ordine			✓
Assistenza clienti			✓

Negozio di esempio Business-to-business: ToolTech

► Business

ToolTech è il primo negozio hardware in linea B2B fornito con WebSphere Commerce. ToolTech evidenzia le attività che possono essere eseguite da un cliente in un sito e-commerce di un'azienda venditrice. Di seguito sono riportate alcune delle funzioni incluse nel negozio di esempio:

- Acquisti in base a un contratto
- Elenchi requisiti
- Navigazione in base alle concessioni
- Assegnazione prezzi in base al contratto
- Creazione RFQ
- Suddivisione dell'ordine
- Vari indirizzi di spedizione
- Spedizione in base al peso
- Capacità di ricerca del prodotto
- Registrazione acquirente
- Assistenza clienti
- Collaborazione

Il negozio ToolTech fornisce tutte le pagine e le funzioni necessarie per il funzionamento di un negozio in linea B2B. ToolTech si trova nel pacchetto WebSphere Commerce come archivio negozio, quindi, non è necessaria alcuna

ulteriore installazione. Per visualizzare il negozio di esempio basta creare un nuovo archivio negozio basato su ToolTech utilizzando gli strumenti per servizi del negozio e, in seguito pubblicarlo su WebSphere Commerce Server.

Poiché la creazione del negozio in WebSphere Commerce è basata sulla selezione e sulla modifica di un archivio negozio di esempio, ToolTech è stato progettato come base per il negozio da creare. Tale strumento si basa su un semplice ma reale flusso di acquisti, e tutte le pagine del negozio di esempio possono essere facilmente personalizzate. Tutte le pagine del negozio di esempio ToolTech utilizzano file JSP e XML per caricare i dati necessari.

Per ulteriori informazioni sul flusso di acquisti di ToolTech, fare riferimento ai casi di utilizzo di ToolTech forniti con la guida in linea. I casi di utilizzo espongono dettagliatamente il flusso di ciascuna transazione di acquisto del negozio, come ad esempio, la registrazione o la ricerca di un prodotto. Per ulteriori informazioni tecniche sul funzionamento delle pagine, consultare le informazioni di riferimento relative a ciascuna pagina.

Negozi multiculturali

I negozi WebSphere Commerce supportano funzioni multiculturali che li rendono più utili in un ambiente internazionale. Gli sviluppatori del negozio possono sviluppare negozi con cataloghi di prodotti in linea multiculturali consentendo ai clienti di vedere le descrizioni nella lingua e nella valuta preferite. In altre parole, se queste informazioni sono state immesse durante il processo di sviluppo del negozio, i clienti potranno selezionare i parametri culturali quali lingua, aliquota di imposta e di spedizione, data e formato della valuta e metodi di pagamento.

I negozi di esempio inclusi in WebSphere Commerce sono multiculturali. Per creare un negozio multiculturale, selezionare il negozio di esempio che meglio corrisponde alle proprie richieste. Per ulteriori informazioni consultare la sezione “Creazione di un negozio utilizzando un archivio negozio di esempio” a pagina 63. È possibile aggiungere un supporto multiculturale ad un negozio esistente; per informazioni consultare la guida in linea di WebSphere Commerce.

WebSphere Commerce consente di creare un negozio che è possibile personalizzare per soddisfare le esigenze di clienti di nazioni o culture diverse. Ad esempio, è possibile creare un negozio con alcune o tutte le caratteristiche seguenti:

Lingue multiple

È possibile visualizzare un negozio in più di una lingua. Ad esempio, è possibile consentire ai clienti di scegliere la lingua in cui desiderano visualizzare il negozio oppure fare in modo che venga selezionata automaticamente una lingua predefinita, a seconda di dove si trova il negozio.

Valute multiple

Un negozio può visualizzare e gestire più di una valuta.

Formati dati facoltativi

I dati possono essere visualizzati in vari formati personalizzabili. Le persone appartenenti a diverse culture possono avere aspettative diverse relativamente al modo in cui determinate informazioni vengono visualizzate. Ad esempio, un numero decimale può essere indicato utilizzando la virgola o il punto, secondo la lingua, il paese o la regione del cliente.

Formati di indirizzi multipli

Gli indirizzi possono essere visualizzati in vari formati, per uniformarsi alle diverse convenzioni internazionali.

Tassazione

È possibile definire diverse regole di tassazione per diverse giurisdizioni, incluse le tasse sulle vendite e altre tasse commerciali o governative.

Spedizione

È possibile definire diverse regole di spedizione e spedizionieri per le diverse regioni.

Metodi di pagamento multipli

È possibile definire diversi metodi di pagamento.

Prezzi

Lo stesso prodotto può essere venduto a prezzi diversi nelle diverse giurisdizioni.

Dati di catalogo in linea

Descrizioni, attributi e immagini possono essere personalizzate per i clienti delle diverse regioni. È anche possibile avere un catalogo in linea principale che più negozi possono condividere.

Design pagina

WebSphere Commerce consente di creare pagine personalizzate per ciascun formato di visualizzazione. È possibile creare una maschera della pagina generica per tutte le culture in modo che l'aspetto sia lo stesso, ma le informazioni si differenzino in base alle diverse culture. È comunque possibile creare anche pagine di visualizzazione diverse per ciascuna cultura.

Pagine di negozio tipo

Le seguenti sezioni descrivono i tipi di pagina presenti in un negozio tipo.

Home page

Una home page è un fronte negozio virtuale ed è la prima pagina vista dai clienti che accedono al sito. Di solito una home page contiene il nome e il logo del negozio, un'introduzione o un messaggio di benvenuto, le altre informazioni generali e i collegamenti ipertestuali che consentono ai

clienti di collegarsi alle pagine del negozio e alla pagina di registrazione. Le home page di norma contengono intestazione, piè di pagina e sezione di navigazione.

Pagine di registrazione

Quando si registrano a un negozio, i clienti forniscono informazioni personali quali il nome, l'ID di collegamento, la password, l'indirizzo, le informazioni sulla persona di riferimento ed alcuni dettagli demografici. I negozi di norma hanno due tipi di pagina di registrazione che facilitano la raccolta delle informazioni: una per la nuova registrazione e una per aggiornare la registrazione.

La pagina per la nuova registrazione viene utilizzata per le registrazioni iniziali. La pagina per aggiornare la registrazione viene utilizzata per aggiornare le informazioni personali inserite precedentemente.

Pagina di collegamento

La pagina di collegamento visualizza di norma un modulo che contiene i campi in cui un cliente iscritto immette un ID utente ed una password per collegarsi al negozio.

Pagine di visualizzazione

La visualizzazione di determinate pagine nel negozio in linea è determinata dai comandi di WebSphere Commerce. Queste pagine vengono denominate pagine di visualizzazione. Queste pagine di norma vengono utilizzate quando si desidera utilizzare lo stesso design per presentare informazioni ai clienti. Le pagine di visualizzazione vengono utilizzate maggiormente per le informazioni sul catalogo. Ad esempio, il comando `CategoryDisplay` determina la pagina appropriata per la visualizzazione del contenuto delle categorie nel negozio.

Le pagine di visualizzazione sono di norma dinamiche. Il numero delle pagine di visualizzazione scelte per la creazione dipende da quanti layout di pagine si desiderano. Ad esempio, è possibile creare una maschera separata per ogni pacchetto o bundle in ogni negozio, oppure una maschera per tutti i pacchetti e bundle. È possibile anche visualizzare pacchetti e bundle in maniera differente in base ai diversi gruppi di clienti. In questo modo, è possibile per alcuni clienti visualizzare informazioni e stili di pagina che sono diretti esclusivamente a loro. Ad esempio, se un cliente acquista computer per una grande società, è più probabile che desideri diverse informazioni sui prodotti rispetto a un cliente che acquista un computer per uso proprio.

- **Pagine di gruppi di catalogo**

Le pagine di gruppi di catalogo consentono ai clienti di navigare all'interno dei vari reparti o di gruppi di prodotti e servizi disponibili in un negozio. Le prime pagine di gruppi di catalogo guidano i clienti verso le aree in cui desiderano fare acquisti. Le successive pagine di gruppi di catalogo limitano ulteriormente il tipo di prodotto selezionato

che il cliente desidera esaminare. L'ultima pagina di gruppi di catalogo in un percorso di acquisto contiene i collegamenti alle pagine di prodotto.

Esistono tre pagine di gruppi di catalogo: quelle che elencano le categorie secondarie presenti in un gruppo di cataloghi principale, quelle che elencano i prodotti contenuti in un gruppo di cataloghi e quelle che elencano sia i prodotti che le categorie secondarie.

Queste maschere di norma contengono un'immagine che rappresenta il gruppo di cataloghi, una descrizione del gruppo di cataloghi e dei collegamenti alle categorie secondarie, ai prodotti e alle varie aree del negozio (ad esempio, un collegamento all'area per il servizio clienti).

- **Pagine del prodotto**

Una pagina del prodotto visualizza le informazioni relative ad un determinato prodotto. Una pagina del prodotto di norma comprende una descrizione, un'immagine, un prezzo e gli attributi (ad esempio, le taglie e i colori). Contiene inoltre un pulsante per aggiungere il prodotto con gli attributi selezionati al carrello degli acquisti.

Se il prodotto ha delle varianti, è possibile vedere una pagina che visualizzi le informazioni specifiche della variante.

- **Pagine dei pacchetti e bundle**

Le pagine dei pacchetti e bundle rappresentano i raggruppamenti di prodotti presenti in un negozio in linea. Solitamente, le pagine dei pacchetti comprendono una descrizione, il prezzo e un elenco dei componenti che formano il pacchetto e a volte un'immagine per ciascun componente. Le pagine dei pacchetti possono anche contenere un'immagine per ogni componente. Le pagine dei bundle sono molto simili, ma ciascun componente ha un prezzo. Il prezzo di un bundle è composto dalla somma dei singoli componenti.

Questa pagine contengono inoltre un pulsante per aggiungere il pacchetto il bundle al carrello degli acquisti.

Pagina del carrello degli acquisti

La pagina del carrello degli acquisti visualizza i prodotti che un cliente ha selezionato per un possibile acquisto. Da questa pagina, i clienti possono procedere direttamente al processo di verifica. Per ulteriori informazioni, fare riferimento alle Pagine di verifica.

Pagina dell'elenco interessi

La pagina dell'elenco interessi comprende i prodotti selezionati dai clienti per un acquisto ricorrente o potenziale. Un elenco interessi differisce da un carrello degli acquisti in quanto i clienti programmano di acquistare i prodotti del carrello degli acquisti nella sessione corrente o in una successiva.

Per ordinare prodotti da un elenco interessi, i clienti devono selezionare semplicemente dal loro elenco quanto desiderano acquistare. Una volta terminata la sessione di acquisti di un cliente non registrato, tutti i prodotti rimanenti nell'elenco interessi vengono eliminati. In base al design del negozio, i clienti possono avere più elenchi interessi.

Pagine di verifica

La maggior parte dei negozi dispone di una serie di pagine che comprendono i processi di verifica. Le pagine utilizzate dipendono dal design del negozio.

Pagina Seleziona indirizzo di fatturazione

Consente ai clienti di selezionare un indirizzo esistente come indirizzo di fatturazione o di crearne uno nuovo.

Pagina Seleziona indirizzo di spedizione

Consente ai clienti di selezionare un indirizzo esistente come indirizzo di spedizione o di crearne uno nuovo.

Pagina Seleziona metodo di spedizione

Consente ai clienti di selezionare il tipo di metodo spedizione (ad esempio, corriere o espresso).

Pagina Riepilogo ordine

Consente ai clienti di rivedere le informazioni dettagliate sui propri ordini, inclusa la descrizione degli articoli acquistati, la quantità, il prezzo per unità e il prezzo totale, l'indirizzo di spedizione e le spese di spedizione. Il cliente deve completare l'ordine fornendo le informazioni sul pagamento e facendo clic su **Ordina ora**.

Pagina Conferma ordine

Informa il cliente dell'avvenuta accettazione dell'ordine e fornisce un numero di riferimento ordine.

Pagina Prepara ordini

Elenca i prodotti presenti nell'elenco interessi e consente ai clienti di selezionare quelli che desiderano ordinare. Questa pagina è necessaria se si sta utilizzando un elenco interessi.

Pagina Stato ordine

Elenca gli ordini effettuati dal cliente completi di dettagli e stato dell'ordine.

Pagine Indirizzo

Le pagine Indirizzo consentono ai clienti di creare e gestire una rubrica in linea. Nella loro rubrica, i clienti possono memorizzare le informazioni sugli indirizzi per se stessi, per i loro familiari o per qualsiasi altra persona o azienda cui desiderano vengano inviati gli ordini. Esistono di norma tre pagine Indirizzo:

- Una pagina Indirizzo principale, che presenta le opzioni disponibili per gestire la rubrica.
- Una pagina Aggiungere indirizzo, che presenta il modulo utilizzato per creare una nuova voce di rubrica.

- Una pagina Aggiornare indirizzo, che visualizza le informazioni sugli indirizzi esistenti e consente di eseguire degli aggiornamenti.

Pagine di eccezione

Le pagine di eccezione sono visualizzate quando WebSphere Commerce rileva delle situazioni di eccezione, come la digitazione da parte di un cliente di una password non corretta.

Pagine di errore

Una pagina di errore viene visualizzata nel browser del cliente quando WebSphere Commerce individua un errore che impedisce l'esecuzione della richiesta del cliente. Per la maggior parte delle pagine di errore visualizzate nel browser del cliente, viene visualizzato un messaggio corrispondente nei file di log delle istanze.

Creazione di negozio

Per creare un negozio utilizzare un archivio negozio. Un file archivio negozio (.sar) è un file archivio compresso (ad esempio un file ZIP) contenente tutte le risorse necessarie per la creazione di un negozio. L'archivio negozio viene facilmente copiato, quindi viene utilizzato come base su cui creare nuovi negozi. Per creare un negozio funzionante da visualizzare, sfogliare e in cui comprare, un archivio negozio deve solo essere pubblicato sul WebSphere Commerce Server.

In genere, un archivio negozio include i seguenti file:

Risorse Web

I file utilizzati per creare le pagine del negozio, quali file HTML, file JSP, immagini, disegni, includono file. Le risorse Web sono raggruppate in un file compresso nell'archivio negozio.

Bundle risorse proprietà

Contiene il testo visualizzato nelle pagine del negozio. Se il negozio supporta più di una lingua, il bundle di risorse conterrà più bundle, uno per lingua.

Risorse database di negozio

I dati da caricare nel database. Le risorse database negozio includono: campagna, catalogo, comando, valuta, espletamento, offerta, spedizione, negozio, tasse e quantità. Le risorse database negozio assumono la forma di file XML ben strutturati validi per il pacchetto Loader. Per ulteriori informazioni sul pacchetto Loader, fare riferimento a "Pacchetto Loader" a pagina 83.

Risorse pagamento

Informazioni sulla configurazione per IBM Payment Manager.

Descrittore

Un file XML, `sarinfo.xml`, che descrive l'archivio negozio, inclusi i nomi dei file archivio compressi delle risorse Web, i bundle risorse e i file XML risorse database negozio. Il file `sarinfo.xml` contiene anche i nomi dei file inclusi e dei file di controllo congruenza, nonché le informazioni sul file archivio necessarie durante il processo di pubblicazione. Il file `sarinfo.xml` è l'unico file obbligatorio nell'archivio negozio.

In WebSphere Commerce, è possibile creare un negozio mediante uno dei seguenti metodi:

- Utilizzare Servizi del negozio per creare un negozio basato su un archivio negozio di esempio

Servizi del negozio comprende una serie di strumenti basati su browser che consentono di creare rapidamente un archivio negozio sulla base dell'archivio di esempio fornito con WebSphere Commerce. Dopo aver creato un archivio negozio, Servizi del negozio consente di effettuare le seguenti operazioni:

- Pubblicare l'archivio negozio per creare un negozio
- Modificare le impostazioni del negozio generali utilizzando il blocco appunti Profilo negozio
- Modificare le impostazioni di spedizione utilizzando il blocco appunti Spedizione
- Modificare le impostazioni di tassazione utilizzando il blocco appunti Tassa

Se si crea un negozio sulla base di un archivio negozio di esempio, è possibile creare un negozio funzionale in meno di 30 minuti. Il tempo necessario per la personalizzazione del negozio in base alle proprie esigenze dipende dalle dimensioni e dall'estensione del sito.

- Creazione archivio negozio personale

Una volta creato l'archivio negozio, è possibile aggiungerlo all'elenco negozi di esempio in Servizi del negozio. La creazione dell'archivio negozio richiede una buona conoscenza del database WebSphere Commerce e della tecnologia XML, Java e JSP. Per ulteriori informazioni sulla creazione di un archivio negozio, consultare la sezione "Creazione di un negozio mediante un archivio negozio" a pagina 69.

Creazione di un negozio utilizzando un archivio negozio di esempio

Per creare il proprio negozio utilizzando l'archivio negozio di esempio fornito con WebSphere Commerce, utilizzare gli strumenti basati sul browser forniti con Servizi del negozio. Una volta completati i passaggi descritti in questa sezione, sarà disponibile il negozio in esecuzione su un WebSphere Commerce Server. Tale negozio disporrà di un catalogo e ai prodotti saranno aggiunte tasse e spese di spedizione. Se Payment Manager è in esecuzione, i clienti

sono in grado di effettuare gli ordini, che possono essere elaborati dai Responsabili del servizio clienti utilizzando WebSphere Commerce Accelerator. Se il servizio di notifica e-mail è abilitato, i clienti riceveranno dei messaggi di notifica in seguito all'espletamento dell'ordine.

Passo 1. Utilizzare Servizi del negozio per creare un nuovo file SAR.

- a. Accedere a Servizi del negozio con un ID di responsabile del sito o di responsabile del negozio.

Per aprire i servizi di negozio, immettere il seguente indirizzo web:

```
https://nome_host:8000/storeservices
```

dove *nome_host* è il nome host HTTP completo di WebSphere Commerce Server.

- b. Dalla pagina Elenco archivi negozi, fare clic su **Nuovo**.
- c. Nella pagina Crea archivio negozio definire un nome per l'archivio, una directory negozio e un proprietario del negozio.
- d. Selezionare l'archivio negozio di esempio, *samplestore_locale1_locale2.sar* e fare clic su **OK**.

Servizi del negozio crea un nuovo archivio negozio che è una copia esatta di *samplestore_locale1_locale2.sar*, salvato con un nuovo nome file e in una nuova.

- e. Se si desidera, è possibile pubblicare il nuovo archivio negozio senza effettuare alcuna modifica. Per pubblicare un negozio, fare riferimento a 7 a pagina 68.

Passo 2. Modificare le informazioni sul negozio

Per personalizzare le informazioni generali sul negozio contenute nei file risorse negozio nell'archivio negozio, utilizzare il blocco appunti Profilo negozio in Servizi del negozio. È possibile modificare le seguenti informazioni:

Informazioni generali

Il nome del negozio e un messaggio da visualizzare nel negozio.

Persona di riferimento

Specifica l'indirizzo, l'e-mail ed il fax della persona di riferimento per consentire ai clienti di contattare il negozio.

Queste informazioni possono essere visualizzate nella pagina del servizio clienti nel negozio.

Lingua

La lingua in cui il negozio viene visualizzato ai clienti.

Valuta

Le valute che il negozio può visualizzare e gestire, ad esempio

le valute visualizzate a un cliente e le valute che i clienti possono utilizzare per acquistare prodotti.

Pagine di visualizzazione

I file JSP utilizzati per visualizzare le informazioni del catalogo nel negozio.

Passo 3. Modificare le informazioni sulla spedizione

Per personalizzare le informazioni sulla spedizione contenute nei file risorse spedizione nell'archivio negozio, utilizzare il blocco appunti Spedizione di Servizi del negozio oppure modificare il file shipping.xml. Per determinare il metodo più appropriato, considerare i punti di seguito riportati:

Il blocco appunti Spedizione consente di calcolare le spese di spedizione utilizzando ciascuno dei seguenti metodi o sommando alcuni dei risultati dei vari metodi.

- Addebito di una tariffa unica per ciascun prodotto in base alla categoria di spedizione
- Addebito di una tariffa unica per ciascun prodotto in base al peso
- Addebito della stessa tariffa unica per ciascun prodotto (costo per prodotto)
- Addebito di una tariffa unica per l'intero valore dell'ordine (costo per ordine)

Inoltre, i metodi di spedizione elencati nello schema WebSphere Commerce supportano anche le spese di spedizione di seguito riportate:

- Addebito in base alla percentuale del costo dell'ordine (ad esempio, è possibile impostare le spese di spedizione come 5% del prezzo totale di ciascun ordine in modo che ad un acquisto del valore di 100 dollari americani corrisponda un valore di spese di spedizione pari a 5 dollari americani, per un totale acquisto di 105 dollari americani).
- Addebito in base alla quantità ordinata (ad esempio, è possibile addebitare 3 dollari americani per consegnare da uno a cinque CD, 5 dollari americani per spedire da sei a quindici CD e 10 dollari americani per spedire più di 16 CD).

Per impostare le spese di spedizione in base alla percentuale del costo dell'ordine o alla quantità ordinata, creare i file risorse di spedizione e inserire i dati nel database mediante il pacchetto Loader.

È possibile modificare le informazioni di seguito riportate mediante il blocco appunti Spedizione:

Spedizionieri

Sono gli spedizionieri di cui si avvale negozio.

Spedizionieri per lingua

Il nome di ogni spedizioniere che viene visualizzato dal cliente. Se il negozio supporta più lingue, è possibile definire i nomi specifici della lingua per ogni spedizioniere.

Aree

Le regioni geografiche a cui vengono spediti i prodotti.

Categorie

Le categorie di spedizione supportate dal negozio, ad esempio trasporto straordinario o fragile.

Aliquote

Le aliquote di spedizione da addebitare per ciascuna combinazione di area, categoria e fornitore.

Intervalli di peso

L'intervallo in unità di peso al quale si applica la categoria di spedizione.

Aliquote di peso

Le aliquote di spedizione da addebitare per ciascuna combinazione di area, intervallo di peso e fornitore.

Una volta modificate le informazioni di spedizione, accertarsi di aver assegnato le categorie di spedizione appropriate ai dati del catalogo. Per ulteriori informazioni, consultare la sezione 5 a pagina 82.

Passo 4. Modificare le informazioni sulle tasse

Per personalizzare le informazioni sulle tasse contenute nei file risorse tasse nell'archivio negozio, utilizzare il blocco appunti Tassa in Servizi del negozio. È possibile modificare le seguenti informazioni:

Categorie

Le categorie di tasse supportate dal negozio, ad esempio statali e governative.

Assegnazione di categorie

Le categorie assegnate a ogni codice delle imposte. Nella tabella dell'assegnazione delle categorie, viene creata una riga per ogni codice di imposta e per ogni combinazione di categorie di imposte.

Nomi visualizzati

I nomi delle categorie delle imposte che visualizzano i clienti. Se il negozio viene visualizzato in più lingue, definire un nome per ogni lingua.

Giurisdizioni

Le regioni geografiche in cui vengono venduti i prodotti.

Aliquote

Le aliquote di tasse da addebitare per ciascuna combinazione di giurisdizione e categoria.

Codici di imposta sulle vendite

I codici di imposta sulle vendite utilizzati dal negozio. Un codice di imposta è il nome dato al raggruppamento di imposte applicate agli stessi prodotti. Ad esempio, tutte le imposte applicabili ai generi alimentari possono essere raggruppate in un'unica imposta denominata "generi alimentari". Quindi, tale codice di imposta può essere assegnato a tutti i prodotti appartenenti al genere alimentare.

Codici di imposta sulle spedizioni

I codici di imposta sulle spedizioni utilizzati dal negozio. Un codice di imposta è il nome dato al raggruppamento di imposte applicate agli stessi prodotti. Ad esempio, tutte le imposte applicabili alle spedizioni in una determinata regione possono essere raggruppate in un'unica imposta denominata "imposta di spedizione regionale". Quindi, tale codice di imposta può essere assegnato a ogni prodotto che viene spedito in quella regione.

Una volta modificate le informazioni relative alle imposte mediante il blocco appunti Tassa, accertarsi di aver assegnato le categorie di tasse appropriate ai dati dei cataloghi nel database. Per ulteriori informazioni, consultare la sezione 4 a pagina 81.

Passo 5. Personalizzare le risorse Web e creare nuove pagine del negozio

- **Page Designer**

Utilizzare Page Designer di Commerce Studio per personalizzare le pagine del negozio nel file archivio negozio. Commerce Studio consente di importare le risorse Web dall'archivio negozio in un progetto di Studio mantenendo intatta la struttura dell'archivio negozio. Una volta apportate le modifiche ai file JSP, ai file HTML e alle immagini utilizzando gli strumenti di Studio, è possibile esportare i file nuovamente nell'archivio negozio sul WebSphere Commerce Server e ripubblicare le risorse Web. È inoltre possibile pubblicare i file direttamente nel negozio mediante Commerce Studio.

- **Lo strumento di sviluppo Web preferito**

È tuttavia possibile configurare Commerce Studio per l'utilizzo di un altro strumento a scelta, ad esempio Macromedia Dreamweaver. Per ulteriori informazioni sulla registrazione degli strumenti con Commerce Studio, fare riferimento alla guida in linea di WebSphere Studio.

È possibile che siano già state create delle pagine per il proprio negozio. Per informazioni sull'inserimento di file creati in

precedenza in Commerce Studio, fare riferimento alla sezione sull'inserimento di pagine nella guida in linea di WebSphere Commerce.

Passo 6. Creare dati di catalogo in linea

Se si desidera modificare il catalogo di esempio, è necessario creare i dati dei cataloghi in linea che contengono le informazioni sui prodotti e i servizi venduti nel negozio. Esistono più metodi per creare i dati dei prodotti (inclusa l'importazione delle informazioni sui cataloghi esistenti da altre fonti elettroniche). Per ulteriori informazioni sui metodi disponibili per creare dati di catalogo, fare riferimento al Capitolo 7, "Creazione di un catalogo in linea" a pagina 73.

Passo 7. Pubblicare l'archivio di negozio

Quando un archivio di negozio viene pubblicato sul WebSphere Commerce Server, le risorse negozio vengono trasferite sul WebSphere Commerce Server per l'esecuzione. Durante la pubblicazione, Servizi del negozio copia le risorse Web dell'archivio negozio nella radice del documento Web di applicazioni e aggiorna il database con le informazioni nei file XML dell'archivio negozio. Solo gli utenti che dispongono dell'accesso del responsabile del negozio o di sito hanno l'autorizzazione a pubblicare un negozio.

- a. Assicurarsi che Payment Manager sia installato e che il motore di pagamento sia in esecuzione.

Per avviare il motore di pagamento, aprire una finestra comandi e passare alla directory in cui è installato IBM Payment Manager. Immettere il seguente comando: `IBMPayServer` Quindi, inserire la password di Payment Manager. Questa è la password utente specificata da utilizzare durante la connessione al database di Payment Manager.

- b. Dalla pagina Elenco archivi negozi, selezionare l'archivio negozio da pubblicare e poi fare clic su **Pubblica**.
- c. Selezionare le seguenti opzioni:
 - Risorse database di negozio, con i dati del catalogo in linea
 - Risorse Web come file JSP, immagini e file HTML
 - Bundle risorse di proprietà (il testo per il negozio)
- d. Fare clic su **OK**.
- e. Eseguire i lavori pianificati per il negozio. Per ulteriori informazioni sull'esecuzione dei lavori pianificati, fare riferimento all'argomento della guida in linea "Esecuzione di lavori pianificati per un negozio di esempio".

Creazione di un negozio mediante un archivio negozio

In questa sezione viene fornita una panoramica sui passaggi necessari per creare un archivio negozio da utilizzare come esempio o come base per il proprio negozio. Per informazioni più dettagliate, fare riferimento a *IBM WebSphere Commerce, Guida per lo sviluppatore del negozio, versione 5.4*.

Passo 1. Creare le pagine del negozio

È necessario creare pagine Web per il negozio. Ad esempio, il negozio richiede una home page, la prima pagina che i clienti vedono quando entrano in un negozio. Per le descrizioni delle pagine di un negozio tipico, consultare la sezione “Pagine di negozio tipo” a pagina 58. Creare le pagine del negozio utilizzando Commerce Studio o un altro strumento.

WebSphere Studio fornisce uno strumento per lo sviluppo di pagine visuale, Page Designer, che fornisce un ausilio nella creazione di file HTML e maschere JSP.

WebSphere Commerce e Commerce Studio comprendono un insieme di bean Java che consentono l’accesso alle informazioni dalle tabelle nel database. La creazione di pagine del negozio mediante i bean di dati WebSphere Commerce consente di visualizzare dinamicamente le informazioni soggette a frequenti modifiche, quali ad esempio i gruppi di catalogo e i prezzi dei prodotti. I bean WebSphere Commerce vengono di norma utilizzati per creare tutte le pagine del negozio.

Per un elenco completo dei bean disponibili in WebSphere Commerce e Commerce Studio, consultare la sezione sui bean di dati delle informazioni di riferimento nella guida in linea di WebSphere Commerce.

Passo 2. Creare un file archivio compresso

Dopo aver creato le pagine del negozio, creare un file archivio compresso (ad esempio, utilizzando un programma ZIP) contenente le pagine del negozio e tutti i file necessari, ad esempio, immagini e file HTML.

Passo 3. Creare un bundle risorse proprietà

Utilizzando il file di testo archivio negozio `infashiontext_en_US.properties`, come guida, creare un bundle risorse proprietà contenente il testo da visualizzare nelle pagine del negozio. Se il negozio supporta più di una lingua, creare un file per ciascuna lingua. Come risultato il bundle risorse conterrà più bundle, uno per lingua.

Dopo aver creato il bundle risorse, crearne un file archivio compresso, ad esempio, utilizzando un programma ZIP.

Passo 4. Creare le risorse database del negozio

Le risorse database del negozio sono i dati relativi al negozio caricati sul database. Ad esempio, tutte le informazioni sul catalogo in linea devono essere caricate sul database. Creare le risorse database in formato file XML utilizzando le DTD (Document Type Definitions) fornite con WebSphere Commerce.

Passo 5. Creare un file sarinfo.xml

Il file sarinfo.xml descrive l'archivio negozio, inclusi i nomi dei file archivio compressi delle risorse Web, i bundle risorse e i file XML risorse database negozio. Utilizzando il file archivio negozio sarinfo.xml come guida, creare un file sarinfo.xml per l'archivio negozio.

Passo 6. Creare un file compresso

Utilizzando un programma ZIP, creare un file compresso delle risorse create dal passo 1 al passo 4. Assegnare a questo file l'estensione .sar, ad esempio mystorearchive.sar.

Passo 7. Aggiungere l'archivio negozio all'elenco di esempio Servizi del negozio

Dopo aver creato l'archivio negozio, aggiungerlo all'elenco di esempio in Servizi del negozio. È poi possibile creare un archivio negozio in base a questo e pubblicarlo sul WebSphere Commerce Server.

Per aggiungere l'archivio negozio all'elenco di esempio, aggiungerlo al file SARRegistry.xml. Il file SARRegistry.xml si trova nella seguente directory:

```
▶ NT unità:\WebSphere\CommerceServer\xml\tools\devtools
▶ 2000 unità:\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
```

Passo 8. Pubblicare l'archivio di negozio

Quando un archivio di negozio viene pubblicato sul WebSphere Commerce Server, le risorse negozio vengono trasferite sul WebSphere Commerce Server per l'esecuzione. Durante la pubblicazione, Servizi del negozio copia le risorse Web dell'archivio negozio nella radice del documento Web di applicazioni e aggiorna il database con le informazioni nei file XML dell'archivio negozio. Solo gli utenti che dispongono dell'accesso del responsabile del negozio o di sito hanno l'autorizzazione a pubblicare un negozio.

- a. Assicurarsi che Payment Manager sia installato e che il motore di pagamento sia in esecuzione.

Per avviare il motore di pagamento, aprire una finestra comandi e passare alla directory in cui è installato IBM Payment Manager. Immettere il seguente comando: `IBMPayServer` Quindi, inserire la password di Payment Manager. Questa è la password utente specificata da utilizzare durante la connessione al database di Payment Manager.

- b. Dalla pagina Elenco archivi negozi, selezionare l'archivio negozio da pubblicare e poi fare clic su **Pubblica**.
- c. Selezionare le seguenti opzioni:
 - Risorse database di negozio, con i dati del catalogo in linea
 - Risorse Web come file JSP, immagini e file HTML
 - Bundle risorse di proprietà (il testo per il negozio)
- d. Fare clic su **OK**.
- e. Eseguire i lavori pianificati per il negozio. Per ulteriori informazioni sull'esecuzione dei lavori pianificati, fare riferimento all'argomento della guida in linea "Esecuzione di lavori pianificati per un negozio di esempio".

Capitolo 7. Creazione di un catalogo in linea

Questa sezione fornisce una panoramica sulle attività incluse nel processo di creazione di un negozio. Inoltre, questa sezione descrive la creazione dei dati relativi al catalogo in linea e all'importazione dei dati dei cataloghi esistenti nel database.

Conoscenza di un catalogo in linea

Prima di creare e gestire un catalogo in linea, è necessario comprendere come funziona in WebSphere Commerce.

Esistono due tipi di catalogo nel sistema di WebSphere Commerce: il catalogo principale e il catalogo di navigazione. Un catalogo principale è lo strumento principale per la gestione delle merci del negozio. Il catalogo principale è il catalogo unico, contenente tutti i prodotti, gli articoli e l'assegnazione prezzi standard per ciascuna unità. Ciascun negozio nel sistema WebSphere Commerce deve disporre di un catalogo principale. È possibile condividere il catalogo principale tra i negozi e definire tutti i negozi necessari.

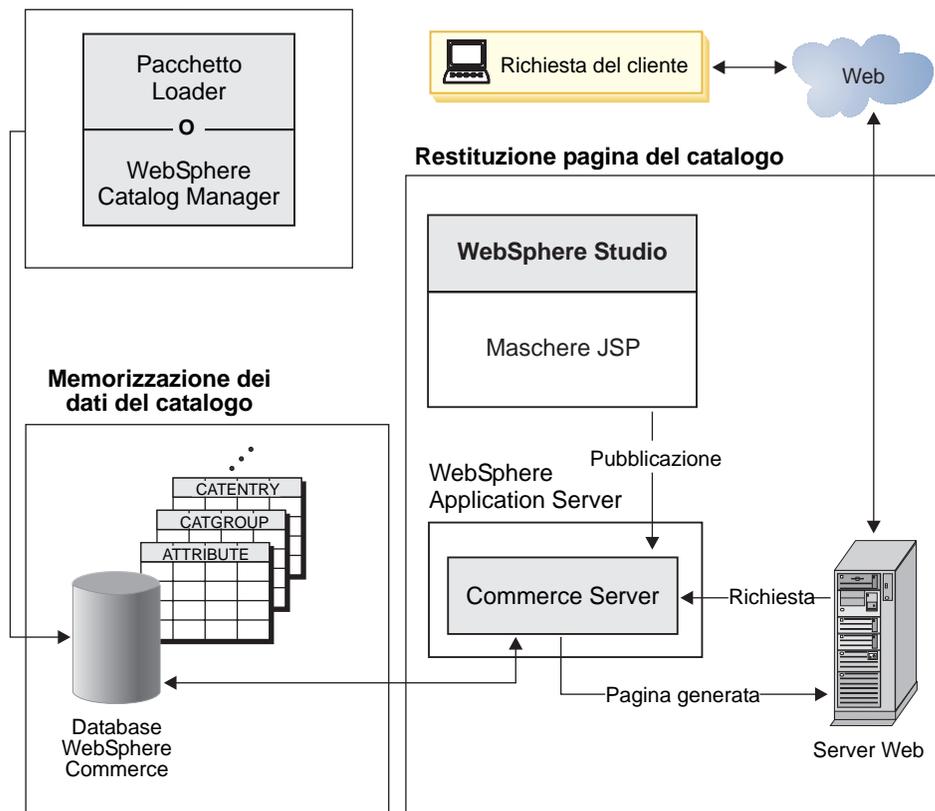
Se occorre, è possibile creare un catalogo di navigazione per modificare la visualizzazione del catalogo da parte dei clienti. Un catalogo di navigazione contiene le stesse voci del catalogo principale, ma dispone di una struttura più flessibile ai fini della visualizzazione da parte del cliente. È possibile creare tutti i cataloghi di navigazione necessari per le esigenze promozionali. Per limitare il costo gestionale amministrativo per la gestione di vari cataloghi di navigazione, si consiglia di utilizzare un unico catalogo principale.

Le informazioni sui cataloghi visualizzate ai clienti richiedono quanto segue:

- Dati dei cataloghi o risorse
- Pagine di visualizzazione dei cataloghi
- Relazioni del catalogo

Il seguente diagramma illustra il flusso delle informazioni di catalogo tra i componenti di WebSphere Commerce.

Strumenti di manutenzione e riempimento dei dati del catalogo



Dati dei cataloghi

I dati dei cataloghi vengono memorizzati nel database di WebSphere Commerce. Per inserire inizialmente queste informazioni sul catalogo in un database, utilizzare il pacchetto Loader. I dati dei cataloghi sono noti anche come risorse dei cataloghi.

I dati dei cataloghi sono costituiti da descrizioni, relazioni, prezzi e immagini corrispondenti a ciascuna voce del catalogo. I dati del catalogo, per scopi amministrativi e di navigazione, sono organizzati in gruppi di catalogo. Come si evince dal nome, un gruppo del catalogo (o una categoria) è costituito dalle voci di catalogo e da altri gruppi di catalogo che formano le diverse sezioni di un catalogo il linea. In presenza di gruppi di catalogo ben strutturati, i clienti possono facilmente esplorare il negozio in linea e trovare rapidamente il prodotto desiderato. I gruppi di catalogo forniscono dei percorsi che

consentono ai clienti di navigare all'interno del negozio. È possibile sfogliare il negozio dalla home page fino alla pagina dei prodotti. In un gruppo di cataloghi, le voci di catalogo rappresentano la merce ordinabile di un catalogo in linea. WebSphere Commerce supporta tipi di voci di catalogo predefiniti, inclusi prodotti, articoli (denominati anche SKU), pacchetti, raccolte e kit dinamici. WebSphere Commerce consente, inoltre, la creazione di nuovi tipi di voci di catalogo, se necessario.

Un *prodotto* è composto da un gruppo di articoli, mentre *gli articoli* sono elementi specifici di un prodotto, definiti dagli attributi. Ad esempio, i pantaloni di cotone rappresentano un prodotto perché non possono essere identificati finché non si attribuiscono dei valori agli attributi taglia e colore. Questo prodotto rappresenta il gruppo di tutti i pantaloni di cotone, mentre l'articolo, pantaloni di cotone, taglia 46, colore nero, rappresenta un'istanza specifica del prodotto. I lemmi articoli e SKU sono considerati sinonimi. Quando si utilizzano gli strumenti di gestione dei prodotti in WebSphere Commerce Accelerator, gli articoli ordinabili vengono denominati SKU per semplicità.

Un *bundle* è una raccolta di voci di catalogo. Ad esempio, un bundle per un computer può essere composto da un'unità di elaborazione centrale, uno schermo, un'unità disco fisso e un'unità CD-ROM. I bundle possono essere un raggruppamento di articoli o una combinazione di prodotti, articoli e pacchetti. Se un bundle contiene solo articoli e viene aggiunto a un altro bundle, viene spostato negli articoli ordinabili separatamente. I bundle consentono ai clienti di acquistare più articoli contemporaneamente. Il prezzo di un oggetto bundle è la somma dei prezzi di tutti i componenti del bundle.

Un *pacchetto* è un insieme indivisibile di voci di catalogo. Ad esempio, un pacchetto computer può contenere un'unità di elaborazione centrale specifica, uno schermo e un'unità disco fisso che non sono disponibili separatamente. Un pacchetto ha un proprio prezzo ed è uno SKU ordinabile separatamente che può essere aggiunto a un ordine. Un pacchetto non può essere sciolto o modificato.

Un *kit dinamico* è composto da un gruppo di prodotti ordinato come una singola unità. I componenti di un kit dinamico non sono memorizzati staticamente nel database di WebSphere Commerce, ma sono configurati mediante un configuratore esterno del prodotto. Gli utenti interagiscono con il configuratore del prodotto per creare un kit dinamico, fornito a WebSphere Commerce al momento dell'immissione ordine. I singoli componenti di un kit dinamico non possono essere modificati nell'ordine, ma è possibile riconfigurare ciascun kit. Le varie applicazioni fornite per la configurazione dei prodotti consentono di configurare anche i kit dinamici. WebSphere Commerce non fornisce un'applicazione di configurazione del prodotto, ma

per l'applicazione di configurazione di un prodotto esterno viene fornito un'integrazione con supporto completo.

Pagine di visualizzazione dei cataloghi

Le pagine di visualizzazione del catalogo personalizzano l'aspetto del proprio catalogo a scopo di presentazione. Tali pagine indicano il modo in cui viene visualizzata una pagina dai clienti e forniscono una coerenza tra le varie pagine del catalogo. Le pagine di visualizzazione create mediante tecnologia JSP consentono di migliorare le prestazioni del negozio poiché permettono di non utilizzare un file HTML differente per ciascun prodotto. Le informazioni sui prodotti sono contenute nel database, mentre la pagina di visualizzazione si trova sul server. Quando un cliente richiede una pagina, le pagine visualizzabili vengono generate e restituite al browser del cliente.

È possibile utilizzare diverse pagine di visualizzazione catalogo per illustrare diversi tipi di dati del catalogo. Ad esempio, è possibile utilizzare una pagina di prodotto per visualizzare i prodotti o una pagina pacchetto per visualizzare i pacchetti e così via. È possibile personalizzare pagine di visualizzazione per singoli prodotti o articoli. Ovvero, si potrebbe desiderare un'unica pagina in cui visualizzare una determinata giacca o tutti i prodotti in saldo. È inoltre possibile creare diverse pagine di visualizzazione per ogni gruppo di clienti, come nel caso di offerte speciali per il gruppo di acquirenti frequenti.

Un altro metodo di personalizzazione della visualizzazione del catalogo è rappresentato dalla specifica degli insiemi di prodotto. Gli insiemi di prodotto forniscono un meccanismo con cui è possibile dividere il catalogo in sottoinsiemi logici. Questa suddivisione consente la visualizzazione di diverse parti del catalogo da parte di vari utenti. È possibile creare un contratto e specificare che ai partecipanti di tale contratto è solo concesso di acquistare prodotti che rientrano in un insieme di prodotti predefinito. WebSphere Commerce fornisce strumenti di semplice utilizzo la creazione di insiemi di prodotto dal catalogo principale, che è possibile utilizzare nei contratti per il filtraggio delle concessioni.

Relazioni del catalogo

Un catalogo contiene diversi tipi di *relazioni* tra i dati che lo compongono. Come indicato in precedenza, un catalogo contiene gruppi di catalogo e varie voci di catalogo sotto forma di prodotti, articoli, pacchetti, raccolte e kit dinamici. Un catalogo è diviso in voci di catalogo e gruppi di catalogo visualizzati in modo significativo per i clienti.

Ad esempio, molti negozi al dettaglio ruotano le merci in base alla stagione. Un catalogo può creare visualizzazioni stagionali del totale dei prodotti sottostanti. I cataloghi consentono una inclusione totale o parziale dei gruppi di catalogo oppure una combinazione dei due. Continuando con l'esempio precedente del negozio al dettaglio, un gruppo di catalogo denominato

Uomini e un gruppo di catalogo denominato Donne appare sia nel catalogo estivo sia nel catalogo invernale. Quando sono parte del catalogo estivo, i gruppi di catalogo Uomo e Donna contengono accessori estivi (quali sandali, bermuda, e costumi da bagno) e quando sono parte del catalogo invernale, tali gruppi di catalogo Uomo e Donna contengono accessori invernali (quali stivali e soprabiti di lana). Entrambi i gruppi di catalogo possono condividere alcune voci di catalogo contenenti articoli di abbigliamento identici, non legati alle stagioni come ad esempio, camicie e pantaloni.

Tuttavia, d'estate sono accessibili solo i gruppi e le voci del catalogo estivo. Allo stesso modo, durante la stagione invernale viene visualizzato dal cliente solo il catalogo invernale con i relativi gruppi e voci di catalogo.

Ciascun negozio nel sistema WebSphere Commerce è collegato ad almeno un catalogo. I cataloghi possono essere condivisi tra molti negozi e ciascun catalogo può essere associato a uno o più gruppi di catalogo, i quali rappresentano le categorie radice della struttura di navigazione del catalogo. Una o più voci di catalogo possono appartenere a un gruppo di catalogo.

Creazione del catalogo principale

Dopo avere creato un negozio, è necessario creare il catalogo principale. WebSphere Commerce fornisce vari metodi per la creazione di tale catalogo.

I negozi di esempio di WebSphere Commerce (ToolTech, WebAuction, InFashion, NewFashion, e WebFashion) includono i cataloghi principali. È possibile utilizzare uno dei cataloghi principali di esempio come base per il proprio catalogo principale. Per modificare i dati esistenti e creare il catalogo, utilizzare gli strumenti di gestione del prodotto. Per ulteriori informazioni, consultare la sezione "Gestione del catalogo in linea" a pagina 88.

Se nella pubblicazione dell'archivio negozio è stato incluso un catalogo di esempio, il negozio conterrà già i prodotti di esempio. In questo caso, l'utente deve cancellare i prodotti di esempio prima di aggiungere i propri. Per ulteriori informazioni sull'eliminazione dei prodotti di esempio, consultare la sezione "Eliminazione dei prodotti di esempio" a pagina 82.

Inoltre è possibile creare il catalogo principale dal nulla aggiornando i file XML di WebSphere Commerce. Per creare un nuovo catalogo principale, consultare il capitolo relativo alle risorse di catalogo nel manuale *IBM WebSphere Commerce - Guida per lo sviluppatore del negozio, Versione 5.4*. Il capitolo relativo alle risorse dei negozi utilizza il catalogo principale di ToolTech come esempio durante la creazione di un nuovo catalogo principale.

Oppure, se si preferisce, è possibile creare e gestire i cataloghi utilizzando Direttore catalogo. Direttore catalogo è uno strumento per la gestione dei

cataloghi specificamente progettato e ottimizzato per creare e gestire informazioni di cataloghi in linea. Esso è progettato per rilevare le relazioni intrinseche tra elementi di catalogo differenti, quali i prodotti, le categorie, gli SKU o gli articoli di vendita incrociata. Esso consente inoltre a più utenti di accedere ed aggiornare i dati da diverse stazioni di lavoro.

Catalog Manager fornisce un kit di strumenti generici dotati di varie funzioni che è possibile utilizzare in modo combinato nella sequenza richiesta per risolvere particolari problemi relativi alla gestione dei cataloghi. Questo kit consente di aggregare le informazioni provenienti da origini diverse in un sistema WebSphere Commerce omogeneo e riassegnare tutti questi dati di tipo diverso in un catalogo e in un formato di definizione prodotto standard utilizzando i file XML come mezzo per la gestione delle informazioni.

Direttore catalogo include il pacchetto Loader, l'editor Web e due strumenti con una interfaccia utente che consente di amministrarne le relative funzioni: lo strumento di trasformazione testo e l'editor XSL. In particolare, il pacchetto Loader costituisce il metodo principale per la creazione e la gestione del catalogo. Il pacchetto Loader è l'ideale per l'importazione di grandi quantità di informazioni esistenti sul prodotto nel database. Per ulteriori informazioni su Direttore catalogo, fare riferimento a *Direttore catalogo, Guida per l'utente, Versione 5.4*.

Creazione delle risorse di catalogo

Le informazioni in questa sezione sono una panoramica. Per ulteriori istruzioni sulla creazione dei dati di catalogo, fare riferimento alla sezione relativa alla creazione delle risorse di catalogo nel manuale *IBM WebSphere Commerce, Guida per lo sviluppatore del negozio*.

Per creare le risorse di catalogo per il negozio, è necessario creare un catalogo principale aggiungendo informazioni in diverse tabelle di database di WebSphere Commerce. È possibile creare il proprio catalogo utilizzando i file XML caricati nel database mediante il pacchetto Loader. Un catalogo multiculturale richiede un file XML a parte per ciascuna locale supportata dal negozio.

Passo 1. Creare un proprietario del catalogo aggiungendo un'organizzazione nella tabella ORGENTITY utilizzando uno dei seguenti metodi:

- Utilizzare i file JSP di esempio AddOrganization forniti con WebSphere Commerce.
- Inserire un SQL nella tabella ORGENTITY

Passo 2. Creare i file XML per caricare i dati di catalogo nel database. È possibile utilizzare i file XML del catalogo di esempio del negozio e le DTD fornite con WebSphere Commerce come guida per la creazione dei nuovi file. Se il catalogo da creare è multiculturale, è necessario creare un file XML a parte per ogni locale supportata dal

negozio. Tutte le informazioni che devono essere tradotte, come descrizioni dei prodotti e prezzi, devono essere aggiunte ai file specifici della locale.

Per creare le risorse per i file XML, effettuare le seguenti attività:

Creazione di un'entità catalogo

- a. Un'entità del catalogo rappresenta un catalogo nel database. Crearla aggiungendo informazioni alle tabelle CATALOG e CATALOGDSC.

Creazione di gruppi di catalogo

- b. I gruppi di catalogo formano una struttura di navigazione di categorie e prodotti. Potrebbero essere paragonati ai reparti di un negozio reale.

Per creare gruppi di catalogo, è necessario prima di tutto dividere i prodotti in una gerarchia o albero invertito. L'albero inizia con un gruppo di catalogo generico (denominato root o radice) e si allarga in sottocategorie sempre più specifiche fino a quando non può essere diviso ulteriormente. Ogni gruppo di catalogo del livello inferiore, che contiene solo prodotti, rappresenta una foglia. Un gruppo di catalogo è principale rispetto alle categorie inferiori e secondario rispetto alle superiori. Ad esempio, Moda uomo è un raggruppamento di categorie di accessori maschili, quali pantaloni e camicie, mentre il gruppo di catalogo Pantaloni è un raggruppamento di prodotti.

Creare gruppi di catalogo aggiungendo informazioni alle tabelle CATGROUP e CATGRPDESC.

Assegnazione dei gruppi catalogo di livello superiore al catalogo

- c. Una volta creati i gruppi di catalogo per il proprio catalogo, è necessario assegnare i gruppi di livello superiore al proprio catalogo. Ad esempio, Moda uomo è un gruppo di catalogo di livello superiore. Assegnare gruppi di catalogo di livello superiore aggiungendo informazioni alla tabella CATTOGRP.

Creazione di relazioni tra gruppi di catalogo

- d. Una volta creati i gruppi di catalogo per il proprio catalogo, è necessario definire le relazioni tra i gruppi. Ad esempio, i gruppi di catalogo di livello superiore dispongono di categorie secondarie, quindi Moda uomo contiene le categorie secondarie Pantaloni e camicie. Il gruppo di livello superiore è il principale e le sottocategorie sono i secondari. Le sottocategorie possono anche fungere da principali. Ad esempio, Pantaloni può avere le proprie categorie secondarie, quali Pantaloni eleganti e Pantaloni sportivi. Creare relazioni tra gruppi di catalogo aggiungendo

informazioni alla tabella CATGRPREL.

Creazione delle informazioni di inventario

- e. È necessario definire diversi tipi di informazioni di inventario per il catalogo. Gli elementi di base sono una famiglia generica di beni con un nome comune e una descrizione, a rappresentare i prodotti del catalogo. Per ciascun gruppo di articoli di inventario del catalogo, aggiungere le informazioni nelle tabelle BASEITEM e BASEITEMDSC.

Un articolo specificato è un articolo con valori per tutti gli attributi e rappresenta un articolo, un pacchetto, un bundle o un kit dinamico nel catalogo. Un articolo specificato è un'entità di evasione che corrisponde alla voce di catalogo articoli e alla visualizzazione dell'adempimento di ciò che il commerciante vende. Per ciascun articolo specificato presente nel catalogo, aggiungere le informazioni alla tabella ITEMSPC.

È necessario stabilire una relazione fra le versioni degli articoli e gli articoli base presenti nel catalogo. Per ciascuna di queste relazioni, aggiungere le informazioni nella tabella ITEMVERSN.

È necessario stabilire una relazione fra la versione di un prodotto e un articolo specificato presente nel catalogo. Per ciascuna di queste relazioni, aggiungere le informazioni nella tabella VERSIONSPC.

La disposizione della distribuzione consente di vendere le giacenze di un negozio. Per ciascuna disposizione di inventario presente nel catalogo, aggiungere le informazioni alla tabella DISTARRANG.

Alcuni attributi influiscono su come un particolare negozio distribuisce le giacenze per gli articoli specificati di un particolare articolo di base nel database. Per ciascun articolo di base presente nel catalogo, aggiungere le informazioni relative alla distribuzione nella tabella STOREITEM.

Creazione di voci di catalogo

- f. La merce del catalogo è rappresentata da voci di catalogo. I prodotti, gli articoli, i pacchetti, i bundle e i kit dinamici sono tutti esempi di diversi tipi di voci di catalogo.

Creare voci di catalogo nel proprio catalogo aggiungendo le informazioni nelle tabelle CATENTRY e CATENTDESC.

Creazione di attributi e valori di attributi

- g. Ogni prodotto del catalogo ha un determinato insieme di attributi. Ad esempio, una camicia può avere gli attributi taglia e colore. Gli articoli sono definiti in base ai valori degli attributi, ad esempio una camicia small rossa. Una volta create le voci di

catalogo, creare gli attributi e i valori degli attributi nel catalogo aggiungendo informazioni alle tabelle ATTRIBUTE e ATTRVALUE.

Creazione di relazioni tra prodotti e articoli

- h. Una volta creati prodotti e articoli del catalogo, è necessario definire le relazioni tra ciascun prodotto e articolo. Definire la relazione tra prodotti e articoli aggiungendo le informazioni alla tabella CATENTREL.

Creazione di pacchetti e bundle

- i. Una volta creati i prodotti e gli articoli per il catalogo, è necessario creare i pacchetti e i bundle. Creare innanzitutto i pacchetti e i bundle aggiungendo le informazioni nelle tabelle CATENTRY e CATENTDESC. Creare quindi le relazioni fra i pacchetti o i bundle e i rispettivi componenti nella tabella CATENTREL.

Creazione di relazioni tra gruppi di catalogo e voci di catalogo

- j. Una volta creati i gruppi di catalogo e prodotti per il proprio catalogo, è necessario definire le relazioni tra i gruppi di catalogo e le voci di catalogo. È necessario dunque assegnare le voci di catalogo a gruppi di catalogo specifici. Ad esempio, Pantaloni è un gruppo di catalogo. I Pantaloni eleganti e i Pantaloni di velluto sono entrambi prodotti appartenenti a questo gruppo. Definire la relazione tra gruppi di catalogo e voci di catalogo aggiungendo informazioni alla tabella CATGPENREL.

Creazione di associazioni di merchandising

- k. Creare associazioni di merchandising (vendita incrociata, vendita al rialzo e simili) nel catalogo a scopi promozionali. Per creare associazioni di merchandising aggiungere le informazioni nella tabella MASSOCECE.

Passo 3. Associazione del catalogo a un negozio

Per poter visualizzare il proprio catalogo in un negozio in linea, è necessario assegnare il catalogo, nonché tutti i gruppi di catalogo e le voci di catalogo, al negozio sul database. Allo stesso tempo, è necessario anche assegnare pagine di visualizzazione ai gruppi di catalogo e alle voci di catalogo. Utilizzando i file XML catalogo-negozio del negozio di esempio e le DTD fornite con WebSphere Commerce come guida, creare i file XML per aggiungere queste informazioni alle seguenti tabelle nel database: STORECAT, STORECENT, STORECGRP, DISPCGPREL e DISPENTREL. Se il catalogo da creare è multiculturale, è necessario creare anche un file XML per ogni locale supportata dal negozio.

Passo 4. Associazione delle tasse al catalogo e al negozio

Per assegnare tasse a prodotti e servizi di un catalogo di un determinato negozio, è necessario associare un codice di calcolo per le tasse alle voci di catalogo. Utilizzando i file XML negozio-tasse del negozio di esempio e le DTD fornite con WebSphere Commerce come guida, creare i file XML per aggiungere queste informazioni alla tabella CATENCALCD nel database.

Passo 5. Associazione dei metodi di spedizione al catalogo

Per assegnare metodi di spedizione a prodotti e servizi del catalogo, è necessario associare un codice di calcolo per la spedizione alle voci di catalogo. Utilizzando i file XML negozio-spedizione del negozio di esempio e le DTD fornite con WebSphere Commerce come guida, creare i file XML per aggiungere queste informazioni alla tabella CATENCALCD nel database.

Passo 6. Associazione del catalogo a un centro di evasione

Un centro di evasione ordini gestisce l'inventario dei prodotti e la spedizione per un negozio. È necessario associare il catalogo a un centro di evasione per spedire i prodotti ai clienti. Utilizzando i file XML storefulfill del negozio di esempio e le DTD fornite con WebSphere Commerce come guida, creare i file XML per aggiungere queste informazioni alla tabella FFMCENTER del database.

Passo 7. Assegnazione prezzi dei prodotti del catalogo

L'assegnazione prezzi rappresenta il valore del prezzo di una voce di catalogo compresi i criteri che devono essere soddisfatti per l'utilizzazione di quel prezzo. Per creare un catalogo funzionale, è necessario aggiungere informazioni sull'offerta al database. Utilizzando i file XML di offerta del negozio di esempio e le DTD fornite con WebSphere Commerce come guida, creare i file XML per aggiungere queste informazioni per le seguenti tabelle nel database: TRADEPOSCN, TDPSCNCNTR, MGPTRDPSCN, OFFER, e OFFERPRICE. Oppure è possibile creare o aggiornare l'assegnazione prezzi di una voce di catalogo mediante gli strumenti di gestione del prodotto in WebSphere Commerce Accelerator.

Passo 8. Caricamento dei dati

Una volta creati i dati di catalogo, caricarli nel database utilizzando il pacchetto Loader o mediante la funzione di pubblicazione in Servizi del negozio. Per ulteriori informazioni, fare riferimento allo "Pacchetto Loader" a pagina 83. Per ulteriori informazioni sulla funzione di pubblicazione, consultare la guida in linea di WebSphere Commerce.

Eliminazione dei prodotti di esempio

Quando si pubblica un archivio negozio su un WebSphere Commerce Server, si dispone di un'opzione per inserirvi i prodotti di esempio. Se questa opzione è stata selezionata durante l'esecuzione della pubblicazione dell'archivio

negozio, sarà necessario cancellare i prodotti di esempio prima di aggiungere i propri prodotti. Utilizzare il programma di utilità Cleanup del database per eliminare tali prodotti di esempio. Per ulteriori informazioni, consultare la sezione sul programma di utilità Cleanup del database nella guida in linea di WebSphere Commerce.

Pacchetto Loader

Il pacchetto Loader, che fa parte di Direttore catalogo, carica i dati di catalogo e altri dati nel database di WebSphere Commerce. Questo pacchetto consente di caricare una grande quantità di dati o di effettuare aggiornamenti a livello delle celle sui dati esistenti. Un esempio di aggiornamenti a livello delle celle include l'aggiornamento di un valore in una riga o in una colonna particolare. Le prestazioni superiori e le funzioni di scalabilità rendono il pacchetto Loader appropriato per grandi inserimenti e successivi aggiornamenti dei dati del server WebSphere Commerce.

Il pacchetto Loader utilizza dati in formato XML per le immissioni nel database di WebSphere Commerce. Il pacchetto consente la creazione di una DTD (Document Type Definition), la risoluzione degli identificatori nei dati e il caricamento dei dati. Il pacchetto Loader include, inoltre, delle utilità per l'estrazione di dati e la conversione in formato XML. Il pacchetto Loader ora contiene TextTransformer, che consente di trasformare un documento ASCII in un documento XML.

Se si crea un file XML mediante le DTD fornite con WebSphere Commerce o si modificano i file XML forniti con l'archivio negozio di esempio, non è necessario generare un altro DTD.

Nel pacchetto Loader è inclusa anche una funzione di registrazione che consente di catturare e memorizzare messaggi dai componenti del pacchetto. Ad esempio, è possibile registrare gli errori che si verificano durante la creazione di un DTD o il caricamento di dati.

Pubblicazione e pacchetto Loader

La funzione Pubblica in Servizi del negozio richiede al pacchetto Loader di caricare le informazioni nel database. La funzione Pubblica utilizza le DTD fornite con WebSphere Commerce e una DTD specifica di WebSphere Commerce, risolve gli identificativi e carica i dati. Se si desidera caricare i dati utilizzando la funzione di pubblicazione di Servizi del negozio, assicurarsi di utilizzare le DTD fornite con WebSphere Commerce per creare i file XML e aggiungerli poi a un archivio del negozio.

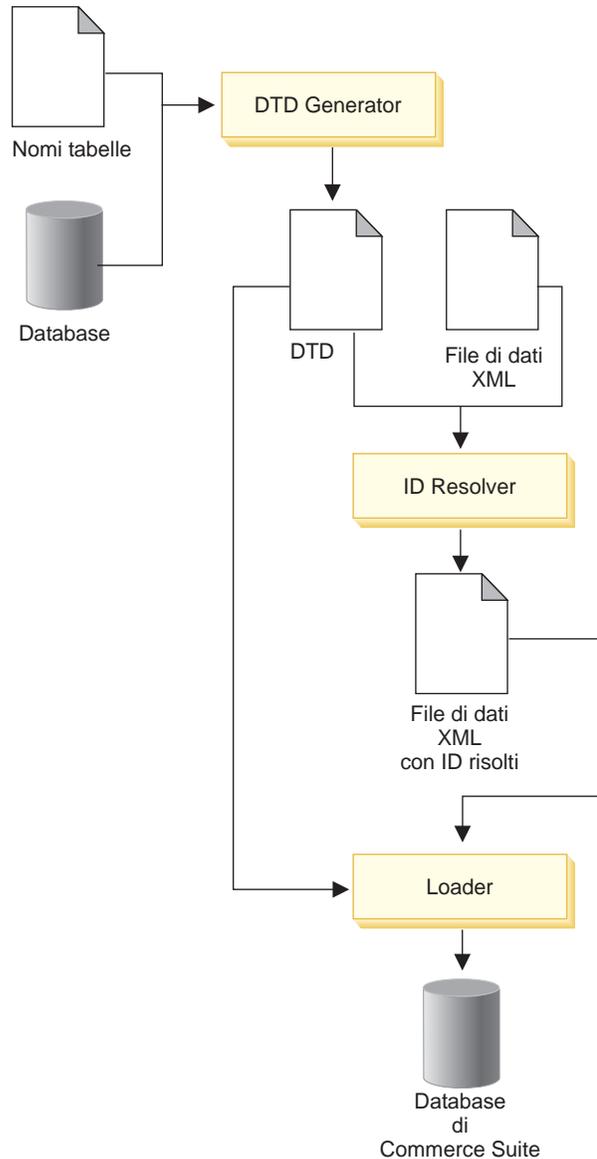
Inserimento dati nel database mediante il pacchetto Loader

In questa sezione viene descritto come il pacchetto Loader importa i dati XML nelle tabelle WebSphere Commerce. Per istruzioni dettagliate sulla

formattazione dei dati e sull'utilizzo del pacchetto Loader, fare riferimento alla guida in linea di WebSphere Commerce. Il processo di caricamento consiste nei seguenti passi:

1. Generazione di una (DTD) con DTD Generator.
2. Creazione di un file di dati.
3. Risoluzione di identificatori nei file di immissione con ID Resolver.
4. Caricamento dei dati con il pacchetto Loader.

Il seguente diagramma illustra il processo di creazione dati con il pacchetto Loader:



Passo 1. Generazione di una DTD

La DTD specifica gli elementi strutturali e le definizioni di markup che possono essere utilizzate nel documento dati XML. Ad esempio, essa elenca gli elementi che è possibile utilizzare nel documento e

specifica gli attributi che possono essere assunti da ciascun elemento. La DTD descrive le tabelle e le colonne in cui il pacchetto Loader importa i dati.

I file DTD forniti con l'archivio negozio di esempio `webfashion_locale1_locale2.sar` funzionano con il pacchetto Loader. Per caricare i dati nelle tabelle di WebSphere Commerce non specificate nell'archivio negozio o nei database WebSphere Commerce non modificati, è necessario utilizzare il file `data.dtd`. In alternativa, eseguire il componente DTD Generator del pacchetto Loader. È necessario eseguire solo una volta il DTD Generator.

TD Generator utilizza un elenco delle tabelle e delle informazioni derivanti da RDBMS (relational database management system) per creare un DTD che definisce informazioni strutturali sulle tabelle in modo che il Loader possa determinare come elaborare i file di dati XML. Gli elementi nel documento XML corrispondono ai nomi delle tabelle nel database e i relativi attributi corrispondono alle colonne.

Passo 2. Creazione di un file di dati

Il pacchetto Loader richiede file XML validi e creati correttamente. I file di dati devono essere conformi alle DTD fornite con l'archivio di esempio del negozio o al file `data.dtd` o alla DTD generata. Per creare il file di dati, utilizzare qualsiasi editor di testo o XML. Se i file XML non sono valido, il pacchetto Loader utilizza un parser di convalida XML, e riferisce gli errori per la correzione.

Di seguito è riportato un esempio di dati di immissione:

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

In questo esempio, il nome della tabella è `CATENTRY` e i nomi della colonna sono `catentry_id`, `member_id`, `catentype_id` e così via.

Passo 3. Risoluzione degli identificatori

I file XML utilizzati da Loader corrispondono direttamente allo schema del database di destinazione e per questo motivo devono comprendere gli identificatori se richiesto. Questi identificatori collegano i dati del file XML al database. Il componente ID Resolver del pacchetto Loader aggiorna gli elementi XML con i relativi identificatori associati.

ID Resolver può generare identificatori per i nuovi dati da caricare in WebSphere Commerce. Questo componente può anche risolvere gli identificatori per i dati esistenti prima di richiamare Loader.

Per determinare un identificatore, ID Resolver utilizza uno dei seguenti metodi: risoluzione dell'indice univoco o risoluzione dell'alias interno. Il primo dei due metodi utilizza qualsiasi indice univoco specificato su una tabella come mezzo di determinazione dell'identificatore. Il secondo immette un alias nell'attributo chiave primario (identificatore). È possibile utilizzare questo alias in tutto il file XML per fare riferimento a questo elemento.

Nell'esempio precedente, la stringa `catentry_id="@product 1"` indica che si sta utilizzando la risoluzione alias interna, in quanto tutti i riferimenti delle chiavi esterne devono essere indicate con un segno `@`. Se si utilizza la risoluzione indice univoca, non deve essere utilizzato l'attributo `catentry_id` per l'elemento della voce di catalogo. L'attributo `catentry_id` viene preso come riferimento da altri elementi come `@1234@1`, in quanto l'indice univoco per la tabella CATENTRY è "PartNumber and Member_ID" e i valori per queste colonne sono rispettivamente 1234 e 1.

Passo 4. Caricamento dei dati

Il Loader fornisce le seguenti modalità per il caricamento di dati di prodotti per DB2 e Oracle, a meno che non sia specificato diversamente:

- Importazione SQL: questa modalità utilizza JDBC (Java Database Connectivity) per inserire e aggiornare dati, fornendo la modalità di azione più flessibile ma allo stesso tempo più lenta per importare grandi quantità di dati in un piccolo numero di tabelle. Consente inoltre un aggiornamento a livello delle celle.
- Importazione nativa:

 Questa modalità utilizza le funzioni di importazioni native di DB2 e consente di effettuare aggiornamenti a livello di cella con velocità e flessibilità medie. Se il metodo di importazione viene utilizzato in Oracle, viene utilizzata la modalità predefinita SQLIMPORT.

- Caricamento:

 Questa modalità utilizza le funzioni native di RDBMS (DB2 Load o SQL*Loader) e rappresenta la modalità più rapida per caricare grandi quantità di dati in un numero di tabelle ridotto.

 Questa modalità utilizza CPYFRMIMPF con l'opzione *ADD.

Per ulteriori informazioni, consultare la guida in linea di WebSphere Commerce relativa alla sezione del pacchetto Loader. online help. Verrà visualizzato un confronto tra le diverse modalità che agevola la decisione su quale sia il metodo migliore in base alle proprie esigenze. Inoltre, esiste un metodo per eliminare i dati dal database con il pacchetto Loader.

Gestione del catalogo in linea

La gestione del catalogo è un processo abituale, in quanto è necessario aggiungere e rimuovere continuamente merce, creare e associare le categorie o i gruppi di catalogo e aggiornare le informazioni sui prodotti, come ad esempio le descrizioni e il prezzo.

Dopo avere creato il catalogo principale e aggiunto i dati del catalogo, è possibile aggiornare il contenuto del catalogo o creare nuovi dati del catalogo utilizzando gli strumenti di gestione prodotti forniti con WebSphere Commerce Accelerator. Gli strumenti di gestione dei prodotti sono composti da una combinazione di procedure guidate e blocchi appunti progettati per gestire facilmente i dati del catalogo. In particolare è possibile:

- Creare, aggiornare e eliminare i prodotti e i dettagli dei prodotti
- Generare, aggiornare ed eliminare gli articoli (o SKU) per gli acquisiti
- Creare, aggiornare ed eliminare le categorie (o gruppi di catalogo)
- Associare prodotti e articoli alle categorie
- Creare attributi e valori di attributi per i prodotti
- Creare, aggiornare, eliminare e associare l'assegnazione prezzi del catalogo ai prodotti.

Per ulteriori informazioni, consultare il Capitolo 12, "Gestione del catalogo" a pagina 155. Inoltre, per istruzioni dettagliate su ciascuna attività è possibile consultare la sezione relativa alla gestione dei prodotti della guida in linea. In alternativa, è possibile gestire il catalogo utilizzando Direttore catalogo. Utilizzando un'interfaccia browser Web, è possibile creare, modificare o eliminare i dati di catalogo. Per ulteriori informazioni, fare riferimento al manuale *Direttore catalogo, Guida per l'utente, Versione 5.4*.

Ricerca catalogo

La funzione di ricerca del catalogo consente di implementare uno strumento di ricerca per i clienti. Aggiungendo una semplice interfaccia al sito, viene fornito ai clienti un ulteriore modo per la ricerca dei prodotti. Tale opzione consente di effettuare una vendita anche se il cliente, in condizioni normali di ricerca, non è in grado di trovare il prodotto desiderato.

La funzione di ricerca del catalogo è implementata da bean di dati che generano query SQL nel database. Queste query possono eseguire ricerche semplici basate sulla combinazione di stringhe o ricerche più complesse basate su espressioni booleane. Tale interrogazione consente anche di ricercare attributi complessi.

Inoltre, la funzione di ricerca del catalogo è sottostante al formato dello spazio di ricerca di base di Product Advisor.

Ricerca catalogo semplice

Una volta implementata, la versione semplice della funzione di ricerca del catalogo aggiunge alla pagina un campo di immissione testo e un pulsante per avviare la ricerca. Il campo accetta stringhe di testo che vengono confrontate con il database per trovare corrispondenze e le visualizza nella pagina dei risultati della ricerca. Se la stringa di ricerca è costituita da più parole separate da spazi, il motore di ricerca interpreta ciascuno spazio come un 'and' logico.

La versione semplice della ricerca del catalogo è progettata per richiedere un dominio minimo di pagina, in modo da poterla inserire in tutte le pagine evitando di riprogettare parti più ampie della pagina stessa. In effetti, per fornire il massimo vantaggio ai clienti dovrebbe essere considerata l'inclusione di bean di dati di ricerca del catalogo semplice nella maggior parte delle pagine del negozio.

Ricerca catalogo avanzata

La versione avanzata della funzione di ricerca del catalogo fornisce ai clienti un'affidabile funzione di ricerca. Tale funzione dispone di più campi di immissione, pertanto, i clienti possono creare una stringa di ricerca molto più complessa. Questa funzione fornisce supporto per le espressioni booleane secondo l'attributo selezionato. Inoltre, i clienti possono eseguire ricerche in base agli attributi complessi, quali il colore o la dimensione. Mentre le tecniche di ricerca avanzata sono entrambe supportate, non è possibile utilizzare le espressioni booleane per la ricerca degli attributi complessi.

Per la varietà delle opzioni di ricerca e la possibilità di specificare più campi di immissione, l'interfaccia di ricerca avanzata è generalmente presentata ai clienti come pagina del negozio a parte. Spesso, il collegamento alla pagina di ricerca avanzata è collocato nella pagina dei risultati della ricerca semplice, invitando i clienti a raffinare i risultati ricevuti o a estendere la ricerca nel caso in cui non sia stato trovato alcun risultato.

Aggiunta della funzione ricerca catalogo al sito

Per aggiungere una funzione ricerca catalogo al sito, è necessario aggiungere il bean di dati CatalogSearch a ciascuna pagina dalla quale si desidera rendere disponibile la ricerca. Per istruzioni sull'implementazione, fare riferimento alle

pagine di ricerca dei negozi di esempio. Le pagine di ricerca sono illustrate nella guida in linea di WebSphere Commerce.

Prodotti configurabili

I prodotti configurabili sono "contrassegnati/identificati" in modo da consentire ad un cliente di raggruppare i prodotti durante l'acquisto. Questo nuovo raggruppamento di prodotti è basato sulle necessità del cliente e viene acquistato come un tutto unico. Il raggruppamento di prodotti è denominato *kit dinamico* e si basa su regole predefinite, oltre che su tutte le interazioni dell'utente con un'applicazione di configurazione. L'aggiunta di kit dinamico ad un ordine è uguale all'aggiunta di un pacchetto. Come un pacchetto, i singoli componenti di un kit dinamico non possono essere modificati e l'intera configurazione deve essere ordinata come un tutto unico. Se nel catalogo principale del negozio dispone di prodotti configurabili, è possibile fornire prodotti flessibili, quindi, adattabili alle esigenze del cliente.

WebSphere Commerce non fornisce un'applicazione di configurazione del prodotto, ma per l'applicazione di configurazione di un prodotto esterno vengono forniti integrazione e supporto completo.

Per una migliore comprensione del funzionamento di un'applicazione di configurazione del prodotto in WebSphere Commerce, considerare lo scenario di acquisto di seguito riportato:

Una pagina di configurazione visualizza le informazioni dettagliate sui prodotti. Con l'aiuto di un'applicazione di configurazione di un prodotto esterno, il cliente seleziona la configurazione del prodotto desiderata sulla base di un insieme di regole di configurazione. Le nuove scelte restituiscono un ID configurazione riconosciuto come elenco dei prodotti selezionati (che può includere un prezzo). Per aggiungere i prodotti selezionati all'ordine, il cliente seleziona l'ID configurazione. Se occorrono delle modifiche, WebSphere Commerce guida il cliente alla configurazione, per effettuare le modifiche appropriate, la quale genera una nuova configurazione ID.

Capitolo 8. Operazioni per la personalizzazione del negozio

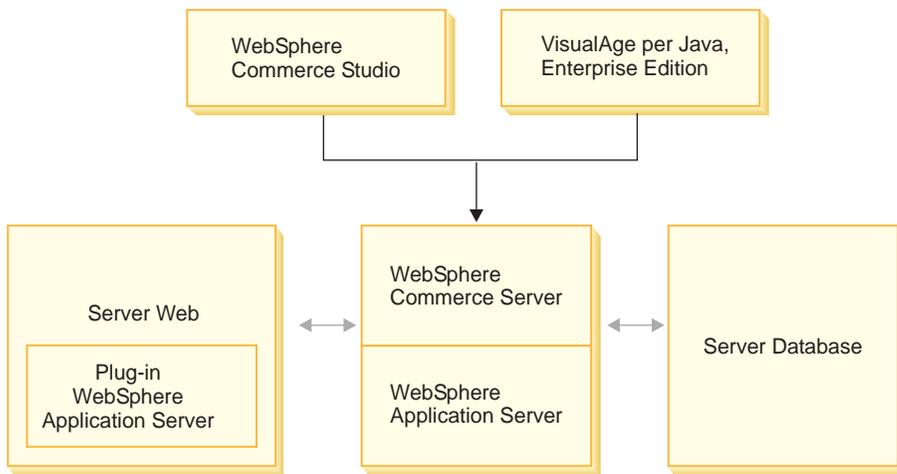
Introduzione

WebSphere Commerce comprende molte caratteristiche standard e funzioni che consentono di creare un'applicazione e-commerce avanzata senza eseguire estensioni di programma. Nonostante questo, è possibile che le proprie particolari esigenze aziendali rendano necessario l'intervento di un team di sviluppo per la personalizzazione e l'estensione della soluzione standard. Questo capitolo introduce il modello di programmazione e l'architettura WebSphere Commerce ideati per semplificare il processo di personalizzazione. Inoltre, presenta gli strumenti consigliati per le attività correlate alla personalizzazione.

Per ulteriori informazioni relative alla personalizzazione, fare riferimento a *WebSphere Commerce Guida per il programmatore* e alla sezione di riferimento della guida in linea di WebSphere Commerce.

Componenti software di WebSphere Commerce

Prima di prendere in esame il funzionamento del WebSphere Commerce Server, è utile dare uno sguardo alla vasta gamma di componenti software relativi al processo di personalizzazione. Lo schema riportato di seguito illustra una visualizzazione semplificata di tali prodotti software:



Il Server Web è il primo punto di contatto per le richieste HTTP in entrata per le applicazioni e-commerce. Per interfacciare in maniera efficiente WebSphere

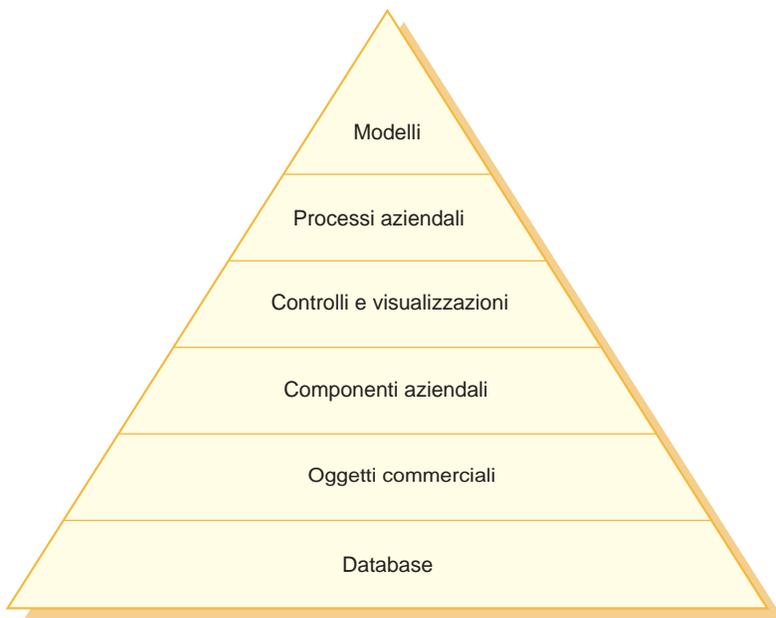
Application Server, utilizza il plug-in WebSphere Application Server. Il WebSphere Commerce Server viene eseguito all'interno di WebSphere Application Server, consentendo al programma di sfruttare molte delle funzioni del server delle applicazioni. Il server di database memorizza la maggior parte dei dati delle applicazioni, inclusi i dati sui prodotti e sui clienti. In genere, le estensioni alle applicazioni vengono effettuate modificando o estendendo il codice per il WebSphere Commerce Server. Inoltre, potrebbe essere necessario memorizzare i dati esterni al database WebSphere Commerce all'interno del database.

Gli sviluppatori utilizzano due strumenti principali per la creazione della logica aziendale personalizzata: WebSphere Commerce Studio e VisualAge per Java Enterprise Edition. WebSphere Commerce Studio viene utilizzato per creare e gestire le risorse per il fronte negozio (ad esempio le maschere JSP). VisualAge per Java Enterprise Edition viene utilizzato per la creazione di una nuova logica aziendale in Java, che estende le funzioni esistenti o che crea funzioni completamente nuove. Se l'applicazione richiede estensioni allo schema di database, è necessario che uno sviluppatore di database utilizzi gli strumenti di sviluppo del database per la creazione di nuove tabelle.

Modello di applicazione di WebSphere Commerce

Dopo aver visto il rapporto tra i vari componenti software relativi alla personalizzazione, è importante comprendere il modello dell'applicazione. Questo aiuterà a comprendere le parti di base e le parti che è possibile modificare. Lo schema di seguito riportato illustra le varie parti che

compongono il modello dell'applicazione:



Di seguito è descritta ciascuna parte del modello:

Database

WebSphere Commerce utilizza uno schema di database progettato specificamente per le applicazioni e-commerce e per le relative esigenze. Di seguito sono riportati esempi di tabelle in questo schema:

- Utente
- Ordine
- Prodotto

Oggetti aziendali

Gli oggetti aziendali modellano le entità all'interno del dominio aziendale e incorporano la logica basata sui dati per estrarre o interpretare le informazioni contenute nel database. Queste entità si adattano all'architettura di Enterprise JavaBeans (V1.0).

Questi bean fungono da interfaccia tra le applicazioni aziendali e il database. Inoltre, i bean gestiscono le entità in un modo più naturale e semplice da capire rispetto a una relazione complessa tra colonne delle tabelle di database.

Componenti aziendali

I componenti aziendali sono unità di logica aziendale. Essi eseguono la logica aziendale comune. La logica viene implementata utilizzando il modello WebSphere Commerce dei comandi del controller e dell'attività.

Un esempio di questo tipo di componente è il comando del controller `OrderProcess`. Questo particolare comando incapsula tutta la logica aziendale richiesta per l'elaborazione di un ordine tipico. L'applicazione e-commerce richiama il comando `OrderProcess` che, a sua volta, richiama diversi comandi dell'attività per l'esecuzione di singole unità di lavoro. Ad esempio, i singoli comandi dell'attività assicurano la disponibilità di inventario sufficiente a soddisfare i requisiti dell'ordine, a elaborare i pagamenti, ad aggiornare lo stato dell'ordine e, al completamento del processo, a diminuire la disponibilità dell'inventario della quantità appropriata.

Controlli e visualizzazioni

Un controller web determina l'implementazione appropriata del comando del controller e la vista da utilizzare. Le implementazioni possono essere specifiche per determinati negozi.

Le Viste mostrano i risultati dei comandi e le azioni dell'utente. Tali viste sono implementate mediante le maschere JSP. Esempi di viste comprendono `ProductDisplay` (restituisce una pagina dei prodotti che visualizza le principali informazioni sul prodotto selezionato dal cliente) `OrderPrepare` (presenta al cliente un modulo per l'inoltro delle appropriate informazioni sull'ordine).

Processi aziendali

Serie di componenti e visualizzazioni aziendali che insieme creano processi di flusso di lavoro e flusso di sito noti come processi aziendali. Esempi di processi aziendali includono:

Registrazione utente

Questo processo aziendale include i componenti aziendali (ad esempio, il comando `UserRegistrationAdd` che crea un record di registrazione per un nuovo utente) e le visualizzazioni relative a tutte le fasi del processo di registrazione utenti.

Navigazione del catalogo

Questo processo aziendale include i componenti aziendali (ad esempio, i comandi `StoreCatalogDisplay` e `CategoryDisplay` che mostrano rispettivamente i cataloghi per un negozio e le categorie all'interno di un catalogo) e le visualizzazioni relative a tutte le fasi coinvolte nel processo di navigazione in un catalogo.

Modelli

Considerati nell'insieme, gli strati inferiori dello schema costituiscono dei modelli aziendali e-commerce. Un esempio di modello aziendale e-commerce è il modello business-to-consumer, utilizzato dal negozio di esempio `InFashion`. Un altro esempio è rappresentato dal modello business-to-business, utilizzato dal negozio di esempio `ToolTech`.

Architettura runtime di WebSphere Commerce

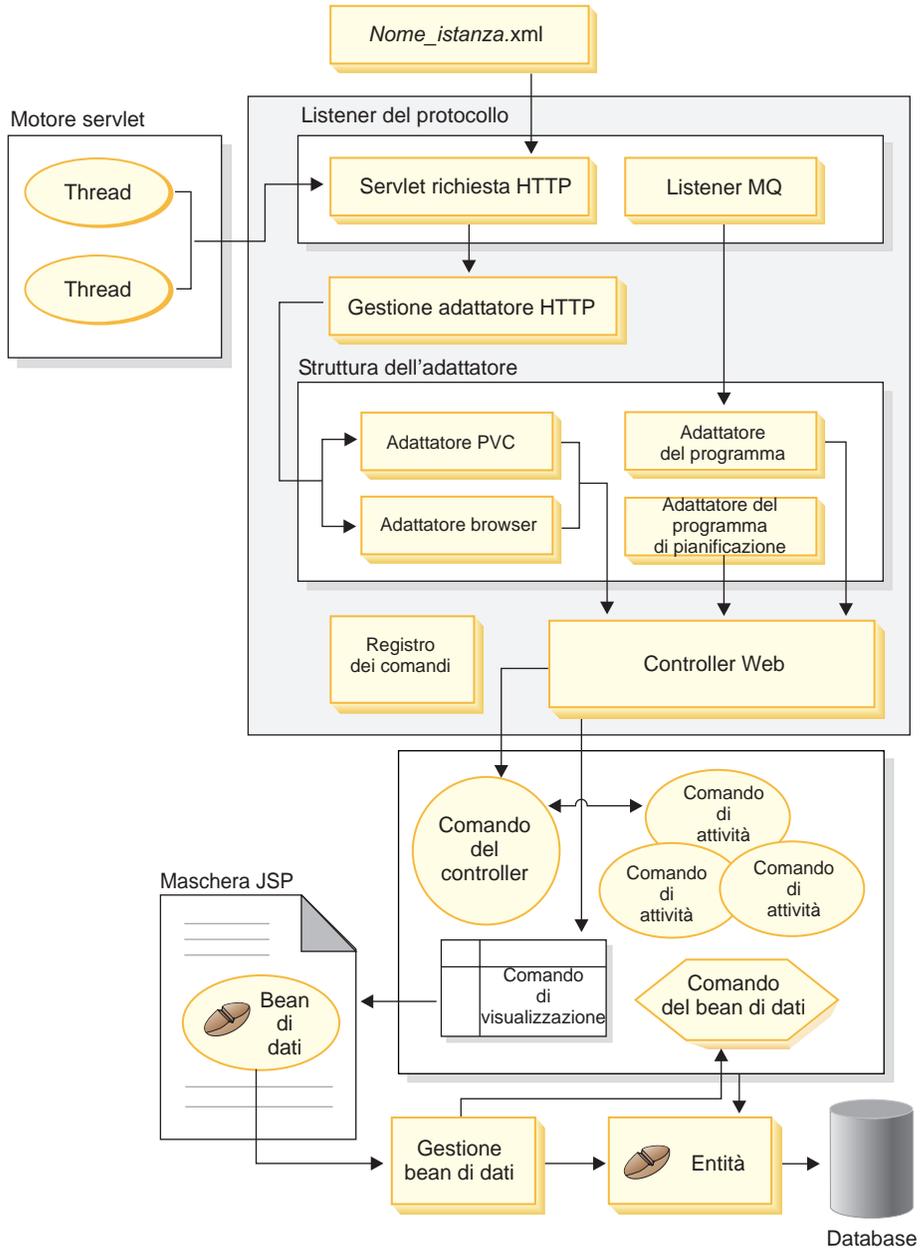
Nella sezione precedente è stata introdotta l'architettura delle applicazioni che descrive, dal punto di vista di un'applicazione aziendale, i vari livelli dell'applicazione WebSphere Commerce. Questa sezione descrive l'implementazione dell'architettura delle applicazioni.

I principali componenti dell'architettura WebSphere Commerce sono:

- Servlet engine
- Listener di protocollo
- Adattatori
- Controller Web
- Comandi
- Bean di entità WebSphere Commerce
- Bean di dati
- Gestore bean di dati
- Pagine di visualizzazione
- File XML

Le interazioni tra questi componenti sono mostrate nel seguente diagramma.

Ulteriori dettagli su ciascun componente sono forniti nelle sezioni successive.



Servlet engine

Il servlet engine fa parte dell'ambiente runtime di WebSphere Application Server che funge da dispatcher delle richieste in arrivo per l'URL. Il

servlet engine gestisce un pool di thread per le richieste. Ogni richiesta in arrivo viene eseguita su un thread separato.

Listener di protocollo

È possibile richiamare i comandi WebSphere Commerce da diverse unità. Tra gli esempi di unità da cui è possibile richiamare questi comandi:

- Comuni browser di Internet
- Telefoni cellulari che utilizzano un browser di Internet
- Applicazioni azienda-azienda che inviano messaggi XML utilizzando MQSeries
- Il programma di pianificazione di WebSphere Commerce che esegue i comandi e i processi in background

Queste unità possono utilizzare una serie di protocolli di comunicazione. Un listener di protocollo è un componente di runtime del WebSphere Commerce Server che riceve le richieste in arrivo dai trasporti e poi le distribuisce agli adattatori appropriati, in base al protocollo utilizzato. I listener di protocollo includono:

- Servlet di richiesta
- Listener MQSeries

Adattatori

Gli adattatori WebSphere Commerce sono componenti specifici delle unità che eseguono le funzioni di elaborazione prima di passare una richiesta al controller. Di seguito sono riportati alcuni esempi delle attività di elaborazione eseguite da un adattatore:

- Istruire il controller Web ad elaborare le richieste in un modo specifico al tipo di unità. Ad esempio, un adattatore PVC (pervasive computing) può istruire il controller Web a ignorare i controlli HTTPS della richiesta originale.
- Trasformare il formato del messaggio della richiesta in entrata in un insieme di proprietà comprensibili per i comandi WebSphere Commerce.
- Fornire la permanenza della sessione specifica della periferica.

Controller Web

Un controller Web WebSphere Commerce è un contenitore di applicazioni che segue un modello simile a quello di un contenitore EJB. Questi contenitori semplificano il ruolo dei comandi fornendo servizi come la gestione della sessione (in base alla persistenza della sessione stabilita dall'adattatore), il controllo transazioni, il controllo accesso e l'autorizzazione.

Il controller Web ha anche il compito di eseguire il modello di programmazione per l'applicazione aziendale. Ad esempio, il modello di programmazione definisce i tipi di comandi che dovrebbero essere scritti

da un'applicazione. Ciascun tipo di comando ha un suo scopo. La logica aziendale deve essere implementata nei comandi del controller e la logica di visualizzazione nei comandi di visualizzazione. In questo caso, il controller Web richiede che il comando del controller restituisca un comando di visualizzazione. In caso contrario, si verifica un'eccezione.

Comandi

I comandi di WebSphere Commerce sono bean Java che contengono la logica di programmazione associata alla funzione di gestione di particolari richieste. Esistono quattro tipi di comandi, descritti nella seguente tabella:

Tipo di comando	Descrizione
Comando del controller	I comandi del controller interagiscono direttamente con un controller Web ed eseguono la logica aziendale comune. Il comando del controller comprende in genere una serie di attività secondarie eseguite da singoli comandi dell'attività. Ad esempio il comando OrderProcess utilizza comandi di attività per l'esecuzione di singole attività, ad esempio la certezza delle disponibilità di inventario sufficiente per l'elaborazione e l'aggiornamento dello stato dell'ordine.
Attività	Un comando dell'attività implementa una logica aziendale specifica. In generale, un comando del controller e una serie di comandi dell'attività implementano, insieme, la logica dell'applicazione per una richiesta URL. Questi comandi vengono richiamati dai comandi del controller, piuttosto che direttamente dall'applicazione.
Comando di visualizzazione	<p>Un comando di visualizzazione viene utilizzato per comporre una visualizzazione per una risposta a una richiesta client. Un comando di visualizzazione può funzionare in due modi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un comando del controller specifica un nome di comando di visualizzazione al completamento della richiesta • Un comando rileva un errore e stabilisce l'esecuzione di un'attività di errore per l'elaborazione dell'errore e lancia un'eccezione con un nome di comando di visualizzazione. Quando l'eccezione si propaga al controller Web, esegue il comando di visualizzazione ed invia la risposta al client. <p>Esistono tre tipi di comando di visualizzazione:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comando di visualizzazione di reindirizzamento • Comando di visualizzazione diretto • Comando di visualizzazione di inoltra

Tipo di comando	Descrizione
Comando del bean di dati	Un comando del bean di dati viene utilizzato quando una maschera JSP esegue l'istanza di un bean di dati. Questi comandi in genere inseriscono nel bean di dati informazioni da un bean di entità. Ad esempio, quando si richiede una pagina di visualizzazione del catalogo per mostrare le informazioni relative a un determinato prodotto, un comando del bean di dati inserirà nel bean di dati "Prodotto" informazioni quali la descrizione del prodotto per il prodotto richiesto.

Bean di entità WebSphere Commerce

I bean di entità WebSphere Commerce sono gli oggetti commerciali permanenti e transazionali forniti da WebSphere Commerce. Tali bean rappresentano i dati di WebSphere Commerce in modo intuitivo. Invece di comprendere lo schema del database, è possibile accedere ai dati da un bean entità che gestisce più da vicino concetti e oggetti del dominio aziendale. È possibile estendere o sostituire i bean entità esistenti. Inoltre, per i requisiti aziendali specifici dell'applicazione in uso, è possibile distribuire bean entità completamente nuovi.

I bean entità WebSphere Commerce sono implementati come i bean enterprise.

Bean di dati e comandi del bean di dati

I bean di dati rappresentano contenitori di proprietà (o dati) che sono utilizzati principalmente dagli ideatori di pagine. Più comunemente, forniscono una rappresentazione semplice di un'entità di WebSphere Commerce. Un ideatore di pagine può collocare questi bean su una maschera JSP, consentendo l'inserimento delle informazioni dinamiche sulla pagina in fase di visualizzazione. Questa persona deve solo capire quali dati possono essere forniti dal bean e quali dati vengono richiesti dal bean come immissione. Per quanto riguarda la separazione tra visualizzazione e logica aziendale, non è necessario che l'ideatore di pagine comprenda il funzionamento del bean.

Gestore bean di dati

Quando un bean di dati di WebSphere Commerce viene inserito in una maschera JSP utilizzando WebSphere Studio Page Designer, viene generata una riga di codici che inserisce i bean di dati richiamando il gestore bean di dati. Il gestore bean di dati segna una transazione, se non vi sono transazioni in sospeso, prima di richiamare un comando del bean di dati per cercare i dati dai corrispondenti bean di entità.

Maschere JSP (JavaServer Pages)

Le maschere JSP sono servlet specializzati generalmente utilizzati a scopo di visualizzazione. Esempi di maschere JSP sono le maschere CategoryDisplay e ProductDisplay. Generalmente, quando un comando

del controller termina l'elaborazione, richiama un comando `ForwardView` per la visualizzazione di una maschera JSP.

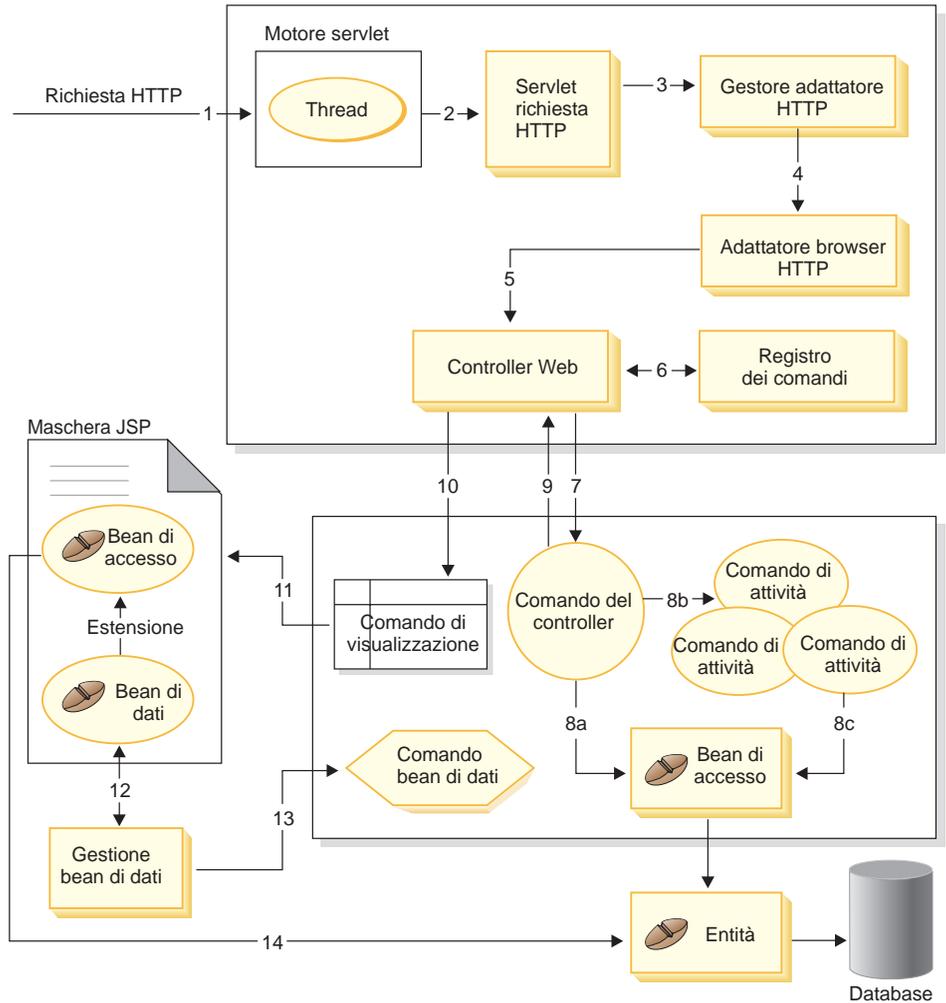
File di configurazione `instance_name.xml`

Il file di configurazione `instance_name.xml` imposta le informazioni di configurazione dell'istanza. Questo file viene letto quando il Servlet di richiesta viene inizializzato.

Riepilogo di una richiesta HTTP

Questa sezione fornisce un riepilogo del flusso tra i componenti in risposta alle richieste provenienti da un browser di Internet. Flussi simili vengono utilizzati per altri tipi di richieste.

Al diagramma segue una descrizione dei passi.



Le seguenti informazioni si riferiscono al diagramma su riportato.

1. La richiesta HTTP è diretta al Servlet Engine dal plug-in di WebSphere Application Server.
2. La richiesta viene eseguita nel relativo thread. Il Servlet Engine distribuisce la richiesta al Servlet di richiesta HTTP.
3. Il Servlet di richiesta HTTP passa le richieste al Gestore Adattatore HTTP.
4. Il programma di gestione Adattatore HTTP determina che la richiesta generata dal browser di Internet venga inoltrata all'Adattatore Browser HTTP.
5. L'Adattatore Browser HTTP passa la richiesta al controller Web.

6. Il controller Web decide il comando da richiamare, interrogando il registro comandi.
7. Presumendo che la richiesta preveda l'uso di un comando del controller, il controller Web richiama il comando del controller appropriato (l'altra opzione per richiamare un comando di visualizzazione). Il comando del controller consente l'accesso al database, utilizzando uno o più bean entità.
8. Una volta iniziata l'esecuzione da parte del comando del controller, sono possibili solo pochi percorsi:
 - a. Il comando del controller consente l'accesso al database, utilizzando bean di accesso e i relativi bean entità.
 - b. Il comando del controller può richiamare uno o più comandi dell'attività.
 - c. I comandi di attività consentono l'accesso al database, utilizzando bean di accesso e i relativi bean entità.
9. Al termine delle operazioni il comando del controller restituisce il nome di un comando di visualizzazione al controller Web.
10. Il controller web effettua la ricerca del nome di visualizzazione nella tabella VIEWREG. Quindi, richiama l'implementazione del comando di visualizzazione registrato per il tipo di periferica del richiedente.
11. Il comando di visualizzazione inoltra la richiesta a una maschera di visualizzazione.
12. Nella maschera JSP viene richiesto a un bean di dati di richiamare le informazioni dinamiche dal database. Il gestore bean di dati abilita il bean di dati.
13. Il gestore bean di dati richiama il comando del bean di dati, se necessario.
14. Il bean di accesso da cui viene esteso il bean di dati consente l'accesso al database utilizzando il relativo bean di entità.

Componenti personalizzabili

In base alle proprie esigenze aziendali, può essere necessario estendere, modificare o creare nuovi componenti. In generale, la personalizzazione viene effettuata sui seguenti tipi di componente:

- Comandi del controller

È possibile creare dei comandi del controller quando viene richiesto un nuovo processo aziendale. È inoltre possibile estendere un comando del controller esistente per includere funzioni aggiuntive o sostituirlo. Un comando del controller va sostituito quando è necessario implementare un comando del controller esistente di WebSphere Commerce molto diverso dall'implementazione corrente.

- Comandi dell'attività
Se viene creato un nuovo comando del controller, è probabile che vengano richiesti nuovi comandi dell'attività. Questi comandi vengono utilizzati per eseguire i lavori necessari per creare nuovi processi aziendali. È anche possibile sostituire comandi dell'attività di WebSphere Commerce esistenti con nuovi comandi dell'attività. Sostituendo un comando dell'attività, è possibile modificare un determinato passo nella logica di un comando del controller. Inoltre, è possibile estendere i comandi dell'attività esistenti per aggiungere nuova logica prima o dopo la logica aziendale corrente.
- Bean entità
È possibile estendere i bean enterprise pubblici di WebSphere Commerce, scrivere nuovi bean entità e creare nuovi bean di sessione privi di stato.
- Tabelle del database
Se lo schema del database esistente non soddisfa completamente i requisiti aziendali, è possibile modificarlo. Quando si aggiungono informazioni allo schema del database, è necessario creare una nuova tabella per memorizzare i dati. Alle tabelle esistenti *non devono* essere aggiunte nuove colonne. Questa restrizione serve a semplificare la migrazione verso rilasci futuri.
- Maschere JSP
Modificare le maschere JSP esistenti per farle corrispondere meglio all'aspetto del negozio. Creare nuove maschere JSP per sostituire le vecchie o creare nuove visualizzazioni.

Personalizzazione dei sottosistemi di WebSphere Commerce

WebSphere Commerce Server include i seguenti sottosistemi:

- Catalogo
- Ordine
- Membro
- Negoziazione
- Inventario
- Marketing

La personalizzazione di un sottosistema dipende interamente dai requisiti delle applicazioni. Gli esempi comprendono la personalizzazione del sottosistema di catalogo per aggiungere un registro regali e la personalizzazione del sottosistema di un ordine per accedere all'inventario di back-end o al sistema dell'assegnazione prezzi. La personalizzazione implica la creazione di nuovi comandi, bean entità, bean di dati e tabelle del database o l'estensione di comandi, bean entità e bean di dati esistenti. Per i dettagli sulla personalizzazione, fare riferimento alla *WebSphere Commerce Guida per il programmatore*.

Capitolo 9. Distribuzione del negozio

In questa sezione vengono descritti gli elementi da prendere in considerazione prima di aprire il negozio, quali il test del negozio e l'utilizzo di un server di trasferimento prima di andare in produzione.

Procedure di test

Le procedure di test costituiscono una fase necessaria e di fondamentale importanza per lo sviluppo del negozio. Le procedure di test da applicare ad un sistema IT possono essere considerate come una disciplina a sé. Pertanto l'utente deve fare in modo che nel team di sviluppo del negozio ci siano dei collaudatori esperti.

In questa sezione viene fornita un'introduzione ai tipi di procedure di test da eseguire sul negozio; le procedure elencate non sono, tuttavia, esaustive.

Collaudi unità

Verificare determinati parti di funzione o codice per il negozio prima di eseguirne l'integrazione nella base di codice di produzione. Queste procedure di test devono essere eseguite sulla macchina dello sviluppatore. Se si sta procedendo alla personalizzazione di un codice, creare quel codice in un ambiente VisualAge per Java.

Collaudi funzioni

Eseguire singole funzioni di test. Una volta eseguiti i collaudi unità, è possibile eseguire tutte le funzioni offerte sul sito Web. Ad esempio, è possibile eseguire un test per verificare che le tasse siano calcolate correttamente.

Collaudi sistemi

I collaudi di sistemi comprendono un ambito di funzioni molto più vasto rispetto ai collaudi di unità o funzioni. Questi tipi di collaudo sono eseguiti come scenari in caso di utilizzo. Se l'ambiente di produzione di destinazione è diverso dall'ambiente di sviluppo, l'ambiente di test del sistema deve utilizzare lo stesso sistema operativo dell'ambiente di produzione di destinazione. Non è necessario che l'hardware utilizzato dall'ambiente del collaudo del sistema sia lo stesso. Questi tipi di collaudo sono eseguiti come scenari completi. Lo scenario dovrebbe coinvolgere quanti più componenti possibili, come la creazione di un negozio, l'esecuzione di alcune transazioni e la verifica che quelle transazioni siano elaborate correttamente.

Collaudi integrazioni

Eseguire questi tipi di collaudi quando il sito dell'utente si collega ad altri sistemi, come un inventario di back-end oppure un sistema di

fatturazione (come Payment Manager). L'ambiente di test deve essere simile all'ambiente di produzione di destinazione.

Test sollecitazioni

Verificare che il sito sia capace di sopportare il volume di traffico previsto. L'ambiente di test sollecitazioni deve essere simile all'ambiente di produzione di destinazione.

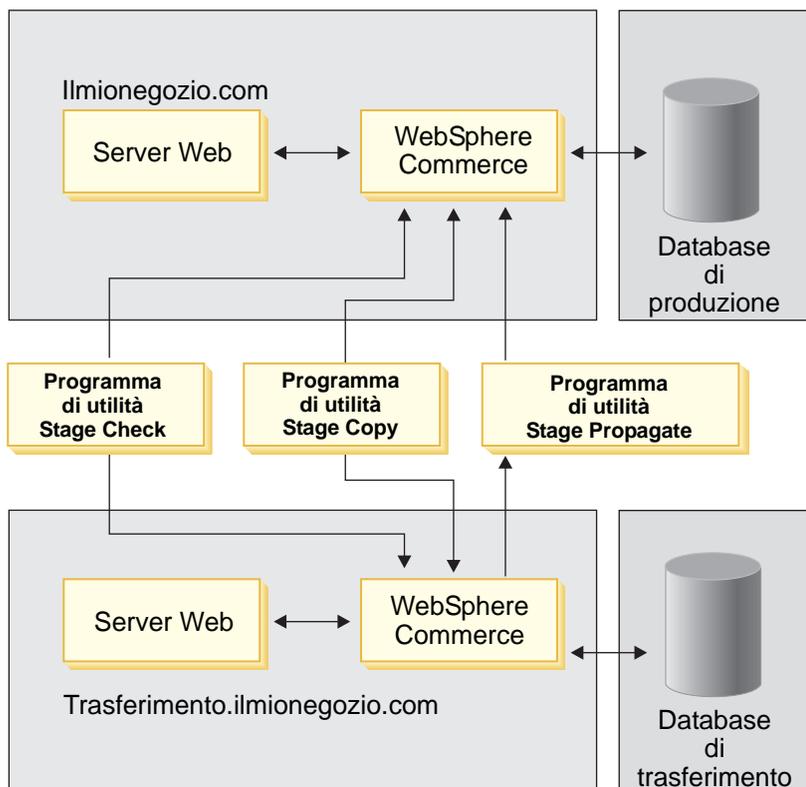
In secondo luogo, i risultati di questi collaudi possono essere utilizzati per definire le impostazioni ottimali per il server di database, il server web e WebSphere Commerce Server.

Server di trasferimento

La maggior parte dei negozi funzionano 24 ore al giorno, 365 giorni all'anno, rendendo difficile l'esecuzione del mantenimento o il test delle modifiche del sistema. Il server di trasferimento di WebSphere Commerce consente ai responsabili del sito di copiare il proprio database del server di produzione in un database di trasferimento in modo da effettuare la verifica degli aggiornamenti senza provocare alcun effetto ai clienti. Ciò si rivela utile per la verifica degli aggiornamenti apportati al catalogo del prodotto, ma è importante anche per l'elaborazione degli acquisti.

Il seguente diagramma illustra il flusso di informazioni tra l'ambiente di trasferimento e quello di produzione. Di seguito è riportata una descrizione

dei componenti.



Programma di utilità Stage Check

Prima di applicare le modifiche al database di produzione, utilizzare il comando Stage Check per determinare qualsiasi conflitto dell'indice univoco e per correggere tale conflitto prima della propagazione. Tale programma di utilità di controllo del trasferimento è configurabile ed estensibile. È possibile aggiungere ulteriori tabelle o le proprie tabelle personalizzate alla tabella STGUINDTAB ed eseguire il comando Stage Check per verificare qualsiasi eventuale conflitto di chiave.

Programma di utilità Stage Copy

Questo programma di utilità consente all'amministratore di copiare i dati dal database di produzione al database di trasferimento. È possibile copiare i dati delle tabelle relative ai siti, delle tabelle relative ai negozi e di tutte le tabelle.

Programma di utilità Stage Propagate

Questo programma di utilità consente di propagare le modifiche del database di trasferimento al database di produzione. Le informazioni contenute nella tabella STAGLOG del database di trasferimento identificano i record che devono essere inseriti, aggiornati o eliminati dal

database di produzione. Tali record vengono quindi aggiornati nel database di produzione. I record elaborati vengono riconosciuti nella tabella STAGLOG grazie ad un numero 1 presente all'interno della colonna STGPROCESSED.

Il programma di utilità Stage Propagate può inserire solo dati modificati nel database. Non può inserire modifiche agli schemi nel database. Ad esempio, se viene creato un nuovo indice o una nuova tabella nel database di trasferimento, è necessario creare manualmente l'indice o la tabella nel database di produzione. I nuovi file immagine, file HTML o file JSP indicati dai record trasferiti devono essere copiati manualmente dal server di trasferimento al server di produzione.

Database di trasferimento

L'ambiente controllato in cui il responsabile del sito può effettuare e verificare aggiornamenti. Il database di trasferimento contiene lo stesso schema del database di produzione. Inoltre contiene una serie di tabelle utilizzate per il trasferimento e una serie di trigger utilizzati per registrare le modifiche effettuate nel database.

Database di produzione

L'ambiente attivo in cui inserire i dati collaudati.

Per ulteriori informazioni sul server di trasferimento, fare riferimento alla guida in linea di WebSphere Commerce.

Configurazione di un server di trasferimento

Qualsiasi istanza WebSphere Commerce può essere impostata come server di trasferimento. Un server di trasferimento può essere configurato durante o dopo l'installazione. L'impostazione di un server di trasferimento durante l'installazione di WebSphere Commerce è descritta nel manuale *IBM WebSphere Commerce Studio per Windows NT e Windows 2000 - Guida all'installazione, versione 5.4*. Per informazioni sull'impostazione di un server di trasferimento dopo l'installazione, consultare la guida in linea di WebSphere Commerce.

 400 L'impostazione di un server di trasferimento è descritta nel manuale *IBM WebSphere Commerce Studio per iSeries/400 - Guida all'installazione, versione 5.4*.

Pubblicazione

I negozi creati nell'ambiente WebSphere Commerce devono essere pubblicati su un server di produzione di WebSphere Commerce (il server da cui viene svolta l'attività del negozio).

Durante le fasi di sviluppo e di test, il negozio viene pubblicato sui server di test e di sviluppo. Prima di aprire il negozio al pubblico, bisogna pubblicarlo sul server di produzione.

Il server WebSphere Commerce Server in cui si pubblica il negozio può essere eseguito sulla stessa piattaforma o su una piattaforma diversa rispetto all'ambiente di sviluppo. Ad esempio, è possibile creare il negozio utilizzando Commerce Studio e pubblicarlo su WebSphere Commerce Server in esecuzione sulla piattaforma Windows a scopo di verifica. È, quindi, possibile pubblicarlo di nuovo su WebSphere Commerce Server in esecuzione su AIX. Prima di avviare il negozio, si consiglia di verificarlo sulla stessa piattaforma utilizzata per la produzione.

Per ulteriori informazioni sulla pubblicazione di un negozio e per i dettagli relativi a server di produzione e di trasferimento, consultare la guida in linea di WebSphere Commerce.

Parte 3. Gestione e mantenimento di un negozio e di un sito

In questa sezione del manuale vengono descritte le principali attività da eseguire quotidianamente per la gestione del proprio negozio.

Capitolo 10. Gestione del sito

In questo capitolo vengono descritte alcune attività normalmente eseguite dal responsabile del sito.

- Gestione accessi
- Definizione dei sistemi di messaggistica per il sito
- Propagazione dei servizi di ruoli al server di produzione
- Configurazione di Payment Manager
- Configurazione e manutenzione della cache
- Configurazione del programma di pianificazione
- Configurazione della registrazione
- Manutenzione del database
- Gestione di WebSphere Application Server
- Gestione del server Web
- Controllo delle prestazioni del sistema
- Controllo della protezione del sito
- Risoluzione dei problemi

Apertura di Console di gestione

Per aprire Console di gestione immettere il seguente indirizzo web:

```
https://nome_host:8000/adminconsole
```

dove *nome_host* è il nome host HTTP completo di WebSphere Commerce Server.

Gestione accessi

Il controllo accesso in WebSphere Commerce riguarda i comandi che possono essere utilizzati da uno specifico utente. Il Responsabile del sito può designare i responsabili del negozio e tutti gli altri responsabili, nonché le aziende a cui i relativi responsabili hanno accesso. Il Responsabile del sito deve assegnare una password a ciascun responsabile per garantire che solo le parti autorizzate abbiano accesso alle informazioni riservate. Questo è un metodo per controllare le principali responsabilità, come l'aggiornamento delle informazioni sui prodotti.

Definizione organizzazioni ruoli e utenti

In un sito business-to-business WebSphere Commerce, un'organizzazione rappresenta ciascuna organizzazione di venditori e ciascuna organizzazione di acquirenti. Quindi, è necessario che il responsabile del sito definisca sia le

caratteristiche del controllo accessi dell'organizzazione alla quale appartiene il negozio sia le caratteristiche del controllo accessi di ciascuna organizzazione che acquista dal negozio. Le caratteristiche di controllo accessi sono specificate in *criteri di controllo accessi*. In un sito business-to-consumer, il responsabile del sito crea l'organizzazione che rappresenta il venditore che possiede i negozi, non i clienti che acquistano dal negozio.

I criteri di controllo accessi forniscono un modo flessibile per controllare l'accesso al sistema WebSphere Commerce. Le fasi riportate nella seguente sezione forniscono al responsabile del sito l'indicazione delle operazioni da eseguire. Per ulteriori informazioni, consultare il manuale *Access Control User's Guide* disponibile alla pagina della Libreria tecnica:

 ibm.com/software/webservers/commerce/wc_pe/lit-tech-general.html

 ibm.com/software/webservers/commerce/wc_be/lit-tech-general.html

Inoltre, per definire le organizzazioni utilizzando la Console di gestione, è possibile immettere i dati nel database dell'organizzazione mediante il pacchetto Loader; per informazioni consultare la guida in linea. La guida in linea è disponibile anche alla pagina della Libreria tecnica.

Definizione dell'organizzazione venditrice

1. Creare l'organizzazione alla quale appartiene il negozio.
2. Facoltativamente, definire i processi, nell'ambito dell'organizzazione, che richiedono approvazione. Questa fase viene richiesta solo in un sito business-to-business.
3. Assegnazione dei ruoli all'organizzazione.
4. Creazione degli utenti. Assegnazione degli utenti ai ruoli.

Definizione dell'organizzazione acquirente

5. Creazione dell'organizzazione acquirente.
6. Facoltativamente, definire i processi, nell'ambito dell'organizzazione, che richiedono approvazione.
7. Assegnazione dei ruoli all'organizzazione.
8. Creazione degli utenti. Assegnazione degli utenti ai ruoli.
9. Ripetere le fasi da 5 a 8 per ciascuna unità dell'organizzazione acquirente, se richiesto. Una unità organizzativa è una unità di un'organizzazione, ad esempio, l'organizzazione IBM potrebbe contenere una unità organizzativa di Divisione Commercio Elettronico.

Organizzazioni

Un'organizzazione ha un profilo che include le seguenti informazioni: nome, descrizione, indirizzo e persona di contatto. In un sito business-to-business,

ciascun cliente cui il negozio vende deve essere definito come organizzazione. In un sito business-to-consumer, è possibile creare un'organizzazione per ciascun negozio del sito oppure una singola organizzazione può contenere tutti i negozi. Il responsabile del sito può creare una nuova organizzazione in cui pubblicare il negozio.

Per definire le organizzazioni, effettuare le seguenti operazioni:

1. Aprire la Console di gestione come Responsabile del sito e fare clic su Sito. Viene avviata la console di gestione del sito.
2. Dal menu Gestione accessi, selezionare **Organizzazioni**. Viene visualizzato un elenco delle organizzazioni e delle unità organizzative del sito.
3. Dall'elenco, fare clic su **Nuovo** per aggiungere una nuova organizzazione o un'unità organizzativa al sito. Viene avviata la procedura guidata Nuova organizzazione, che visualizza la pagina Dettagli. Immettere le informazioni appropriate nei campi e fare clic su **Avanti** per salvare ciascuna pagina.
4. Una volta compilate tutte le pagine, fare clic su **Fine** sulla pagina relativa alle informazioni sul contatto per creare l'organizzazione.

Quando viene definita un'organizzazione o unità organizzativa, un insieme predefinito di *criteri di controllo accessi* è associato a tale organizzazione o unità organizzativa. È possibile utilizzare tali criteri di controllo accessi così come vengono presentati.

Definizione dei processi che richiedono approvazione

Business In base ai criteri aziendali di un negozio, è possibile che alcuni processi richiedano un'approvazione. I processi di approvazione sono applicati solo ai siti business-to-business. Al Responsabile del sito non occorre impostare le approvazioni in un negozio business-to-consumer. Per impostazione predefinita, è possibile definire i seguenti processi come processi che richiedono approvazione:

- Approvazioni risposte RFQ
- Approvazioni processo ordini
- Approvazioni inoltri contratti
- Approvazioni registrazione utenti

Per ulteriori informazioni sulla definizione dei responsabili delle approvazioni, consultare la guida in linea disponibile alla pagina della Libreria tecnica:

Professional ibm.com/software/webservers/commerce/wc_pe/lit-tech-general.html

Business ibm.com/software/webservers/commerce/wc_be/lit-tech-general.html

Per definire i processi che richiedono approvazione, effettuare le seguenti operazioni:

1. Dal menu Gestione accessi fare clic su **Organizzazioni**. Viene visualizzato un elenco delle organizzazioni del sito.
2. Selezionare la casella di controllo accanto all'organizzazione con cui si desidera operare e fare clic su **Approvazioni**. Viene aperta la finestra di dialogo Seleziona livelli di approvazione.
3. Dal campo **Ruoli disponibili**, selezionare il processo o processi che richiedono approvazione; quindi fare clic su **Aggiungi**.
4. Fare clic su **OK** per definire i processi che richiedono approvazione dell'organizzazione.

Ruoli

Il responsabile del sito deve assegnare ruoli specifici a ciascuna organizzazione e assegnare gli utenti a tali ruoli. Ad esempio, in un sito business-to-business, il responsabile del sito può assegnare i seguenti ruoli all'organizzazione acquirente: Responsabile acquirenti, Responsabile approvazione acquirenti, Acquirente (Lato acquisto).

Il sistema WebSphere Commerce fornisce l'insieme di ruoli predefiniti di seguito riportato:

Operazioni del sito

- Responsabile del sito
- Responsabile di negozio

Creazione e contenuto del sito

- Sviluppatore di negozio

Logistica/Operazioni

- Responsabile operazioni 
- Responsabile logistica 
- Addetto imballaggi
- Ricevente
- Responsabile restituzioni
- Rivenditore

Gestione prodotti

- Acquirente (lato vendita)
- Direttore categorie
- Direttore prodotti
- Rivenditore

Direzione commerciale

- Direttore commerciale
- Rappresentante conto
- Supervisore servizio clienti

- Rappresentante servizio clienti
- Rivenditore

Gestione marketing

- Responsabile del marketing
- Rivenditore

Gestione organizzativa

- Responsabile rivenditori
- Responsabile acquirenti
- Responsabile approvazione acquirente
- Acquirente (lato acquisto)
- Rivenditore

Notare che il ruolo di Venditore può eseguire tutti i ruoli commerciali ad esso collegati. Il ruolo del Responsabile del sito può eseguire tutte le attività del sistema WebSphere Commerce.

Assegnazione dei ruoli a un'organizzazione lato vendita

I ruoli che è necessario assegnare variano se il negozio è business-to-business, o business-to-consumer. Almeno considerare l'assegnazione dei seguenti ruoli:

Business-to-business

- Responsabile di negozio
- Rivenditore
- Sviluppatore di negozio
- Responsabile rivenditori

Business-to-consumer

- Responsabile di negozio
- Rivenditore
- Sviluppatore di negozio

Assegnazione di ruoli a un'organizzazione lato acquisto

Il Responsabile del sito deve assegnare un Responsabile acquirenti e un Responsabile rivenditori. Il responsabile acquirenti può assegnare tutti gli altri ruoli e utenti dell'organizzazione acquirente. Il responsabile venditori può assegnare tutti gli altri ruoli e utenti dell'organizzazione venditrice. I Responsabili di acquirenti e venditori utilizzano la Console di gestione Organizzazione; per ulteriori informazioni, fare riferimento alla guida in linea.

Utenti

In WebSphere Commerce, quando a un utente viene assegnato un ruolo, tale utente diventa autorizzato ad eseguire determinate attività all'interno del sistema WebSphere Commerce. Nella maggior parte dei casi, tale

autorizzazione predefinita è sufficiente. Per creare gli utenti, effettuare le seguenti operazioni:

Creazione di un utente

1. Aprire la Console di gestione come Responsabile del sito e fare clic su **Sito**. Viene avviata la console di gestione del sito.
2. Selezionare **Utenti** dal menu Gestione accessi. Viene visualizzata la pagina Utenti.
3. Fare clic su **Nuovo** per aggiungere un nuovo utente al sito. Viene avviata la procedura guidata Nuovo utente, che visualizza la pagina Dettagli. Immettere le informazioni appropriate nei campi e fare clic su **Avanti** per salvare ciascuna pagina. Una volta compilate tutte le pagine, fare clic su **Fine** sulla pagina relativa ai gruppi membri per creare l'utente.

Assegnazione di un ruolo a un utente

4. Dall'elenco utenti del sito, selezionare la casella di controllo accanto all'utente con cui si desidera operare e fare clic su **Ruoli**. Viene aperta la finestra di dialogo Ruoli.
5. Per assegnare un ruolo all'utente, dall'elenco dei ruoli disponibili, selezionare il ruolo che si desidera assegnare all'utente e fare clic su **Aggiungi**. Il ruolo viene spostato dall'elenco dei ruoli disponibili all'elenco Ruoli selezionati.
Notare che l'elenco dei Ruoli disponibili visualizza tutti i ruoli assegnati all'organizzazione corrente.
6. Ripetere la fase 5 per tutti i ruoli che si desidera assegnare all'utente.
7. Fare clic su **OK** per definire i ruoli utente.

Sicurezza

La sicurezza è un fattore di primaria importanza per un sito e-commerce di successo. I clienti sono, infatti, preoccupati per la sicurezza delle proprie informazioni personali trasmesse mediante Internet. I venditori stessi devono inoltre preoccuparsi della sicurezza dei sistemi e delle risorse di informazioni.

WebSphere Commerce fornisce alcune funzioni che consentono di implementare la propria strategia di sicurezza. Gli argomenti sulla sicurezza discussi brevemente nelle seguenti sezioni comprendono l'autenticazione, il registro utenti e il miglioramento della sicurezza del sito.

Autenticazione

Una transazione commerciale in linea prevede di norma l'interazione tra due o più parti. Il processo di autenticazione consente alle parti interessate di riconoscere l'identità reciproca (in altre parole, che le parti siano chi affermano di essere). WebSphere Commerce fornisce due metodi di autenticazione:

- Autenticazione personalizzata

- Autenticazione X.509

Autenticazione personalizzata

Per l'autenticazione personalizzata, viene presentato al cliente un modulo personalizzabile per l'accesso al sito. Questo modulo autentica l'identità del cliente di fronte al registro utenti LDAP configurato in WebSphere Application Server.

LDAP (Lightweight Directory Access Protocol): LDAP è un protocollo client-server per l'accesso ai servizi di directory. È possibile utilizzarlo anche come un front-end per X.509 o con server indipendenti e di altri tipi di directory. LDAP può essere utilizzato come un deposito di informazioni centralizzato per supportare la condivisione delle informazioni tra vari client.

LDAP fornisce un modo standard per autenticare gli utenti e gestire le informazioni. Ciò consente di creare una soluzione in cui un utente può eseguire la registrazione una sola volta potendo poi collegarsi a più applicazioni.

► **Linux** La soluzione LDAP di WebSphere Commerce è SecureWay Directory.

► **400** OS/400 Directory Services è fornito con OS/400 per iSeries.

Autenticazione X.509

WebSphere Commerce supporta il collegamento tramite certificato client come un meccanismo di sicurezza che protegge sia il sito che il cliente. Quando un certificato client X.509 viene utilizzato per l'autenticazione, WebSphere Commerce, mediante il plug-in del server Web, autentica il certificato rispetto al registro utenti WebSphere appropriato oltre alla verifica del server Web del certificato client.

Prima di potere iniziare ad utilizzare i certificati X.509, l'utente deve stabilire una relazione sicura con le autorità di certificazione esterne per gestire l'autenticazione elettronica dei certificati X.509.

Registro utente

Per interagire con un sito, i clienti devono registrarsi presso il sito stesso. WebSphere Commerce supporta due tipi di registri utenti per la memorizzazione delle informazioni dei clienti. Il primo è un server di directory (quale IBM SecureWay Directory Server o OS/400 Directory Service (LDAP), Netscape iPlanet Directory Server, Domino Directory Server o Windows 2000 Active Directory Service) e il secondo consiste nell'utilizzo di Database WebSphere Commerce e dei comandi per la registrazione utenti. LDAP può essere utilizzato sia per i profili utente che per l'autenticazione.

Miglioramento della sicurezza del sito

Per migliorare la sicurezza di WebSphere Commerce, è possibile abilitare tutte le funzioni dell'applicazione Configuration Manager:

Definizione delle impostazioni di sicurezza in Configuration Manager

Timeout di collegamento

Quando un utente WebSphere Commerce non è attivo per un lungo periodo di tempo viene scollegato dal sistema e, in seguito, gli è richiesto di ricollegarsi. Se l'utente riesce poi a ricollegarsi, WebSphere Commerce ne esegue la richiesta originaria. Se, invece il collegamento non ha esito positivo, la richiesta originaria non viene considerata e l'utente rimane scollegato dal sistema.

Invalidazione password

Richiede agli utenti di WebSphere Commerce di modificare la password se scaduta. In tale caso, l'utente è guidato ad una pagina in cui viene richiesta la modifica della password. Non è possibile per gli utenti accedere ad alcuna pagina del sito finché non sia stata modificata la password.

Comandi protetti da password

Richiede l'immissione della password agli utenti registrati che desiderano collegarsi a WebSphere Commerce prima di continuare una richiesta che esegue i comandi WebSphere Commerce specificati.

Funzione di aggiornamento del database

Aggiorna i dati codificati, quali le informazioni sulle password e sulle carte di credito, oltre alla chiave del venditore in Database WebSphere Commerce, utilizzando il nodo funzione di aggiornamento del database.

Protezione incrociata dello script di sito

Respinge ogni richiesta utente che contiene attributi o caratteri progettati come non consentiti.

Controllo sicurezza

Verifica i potenziali rischi tra i file intermedi avviando un programma di controllo della sicurezza. Normalmente, l'avvio del programma di sicurezza esegue come processo pianificato che per impostazione predefinita è eseguito una volta al mese.

Collegamento di accesso

Identifica tutte i rischi di sicurezza in cui incorre WebSphere Commerce abilitando il collegamento di accesso. La funzione di collegamento di accesso collega tutte le richieste in entrata al server WebSphere Commerce o solo le richieste risultanti dalle violazioni di accesso. Esempi di violazioni di accesso sono gli errori di autenticazione, autorità insufficiente per eseguire un comando, o la reimpostazione di una password che contravviene alle regole

password del sito. Una volta abilitata, questa funzione consente ad un responsabile di WebSphere Commerce una rapida identificazione dei rischi di sicurezza del sistema WebSphere Commerce.

Definizione dei criteri di sicurezza in Console di gestione

Account

Un criterio account definisce i criteri relativi all'account, quali criteri password e criteri di blocco account. Una volta creato un criterio account, è possibile assegnare tale criterio a un utente. Il Responsabile del sito può creare i criteri account sia per i clienti sia per gli amministratori.

Password

Il criterio relativo alle password definisce gli attributi ai quali devono attenersi le password. Il criterio password supporta le seguenti condizioni:

- Se l'ID utente e la password corrispondono.
- Ricorrenza massima dei caratteri consecutivi.
- Istanze massime di ogni carattere
- Durata delle password.
- Numero minimo dei caratteri alfabetici.
- Numero minimo dei caratteri numerici.
- Lunghezza minima della password.
- Se è possibile riutilizzare la precedente password dell'utente.

Blocco account

Il criterio di blocco account consente il rispetto dei seguenti attributi:

- La soglia di blocco account. Il numero di tentativi di collegamento non validi prima che l'account venga disabilitato.
- Ritardo collegamento consecutivo non riuscito. Questo raddoppia l'intervallo di tempo tra i tentativi di collegamento.

Dopo il blocco dell'account, WebSphere Commerce ne invia notifica sia al Responsabile del sito sia al proprietario dell'account, informandoli dello stato dell'account utente.

Controllo sicurezza

Verifica i potenziali rischi tra i file intermedi avviando un programma di controllo della sicurezza. Normalmente, l'avvio del programma di sicurezza esegue come processo pianificato che per impostazione predefinita è eseguito una volta al mese.

Criteri di controllo accessi

Un criterio di controllo accessi autorizza gli utenti o gruppi di utenti a eseguire azioni particolari sulle risorse di WebSphere Commerce. Se non autorizzati mediante uno o più criteri di controllo accessi, gli utenti non

possono accedere ad alcuna funzione. I criteri di controllo accessi autorizzano determinati gruppi di utenti ad eseguire determinate azioni nelle risorse di un determinato gruppo di risorse.

Per molte aziende, l'insieme criteri di controllo di accesso predefinite fornite con WebSphere Commerce risultano adeguate. Se occorre, il Responsabile del sito può modificare i criteri predefiniti o creare dei criteri supplementari.

Un criterio di controllo accessi è composto da quattro elementi:

Gruppo utenti

Il gruppo di utenti al quale viene applicato il criterio.

Gruppi di azioni

I gruppi di azioni sono rappresentati da una serie di azioni.

Le azioni sono un'insieme di operazioni che l'utente può eseguire sulle risorse. In genere, le azioni controllano i comandi Java. Se il gruppo di risorse è rappresentato da un oggetto aziendale, come ad esempio un contratto, l'azione potrebbe essere "crea" o "approva." Se il gruppo di risorse è rappresentato da una serie di comandi correlati, l'azione potrebbe essere "esegui." Solo il Responsabile del sito può visualizzare, creare, aggiornare ed eliminare i gruppi di azioni.

Gruppo risorse

Le risorse controllate dal criterio. Un gruppo di risorse può comprendere oggetti aziendali, quali un "contratti" o "scambi di posizione," o un insieme di comandi collegati.

Relazioni

Ciascun tipo di risorsa può disporre di un insieme di relazioni ad essa associate. Ciascun tipo di risorsa può disporre di un insieme di membri che soddisfano ciascuna relazione.

Gli elementi contenuti in un criterio di controllo accessi specificano che a un utente, di uno specifico gruppo utenti, è consentito di eseguire azioni specificate nel gruppo di azioni sulle risorse appartenenti ad un determinato gruppo di risorse, ammesso che l'utente soddisfi una particolare relazione rispetto alla risorsa.

Gestione dei criteri di controllo accessi

Quando viene installato WebSphere Commerce, i criteri di controllo accessi predefiniti, specificati nel file `defaultAccessControlPolicy.XML`, vengono caricati nel database. Il Responsabile del sito può creare nuovi criteri di controllo accessi o modificare i criteri predefiniti utilizzando la Console di gestione o aggiornando direttamente le tabelle del database. Dopo aver modificato i criteri di controllo accessi, il file `defaultAccessControlPolicy.XML` non è più sincronizzato con le informazioni contenute nel database.

Prima di caricare i dati mediante il pacchetto Loader è necessario che il Responsabile del sito esegua il programma di utilità Extractor contro il database. Per informazioni sull'esecuzione del programma di utilità Extractor, consultare la guida in linea di WebSphere Commerce.

Controllo prestazioni

In questa sezione viene illustrata una panoramica su Performance Monitor: uno strumento utilizzato per il controllo delle prestazioni del proprio sito.

Controllo prestazioni

Performance Monitor è uno strumento per la misurazione delle prestazioni di un server WebSphere Commerce da una macchina locale o remota. È possibile utilizzare le informazioni raccolte da Performance Monitor per rilevare i problemi e analizzare le tendenze delle prestazioni. Il responsabile del sito può avviare Performance Monitor dalla Console di gestione.

Il WebSphere Commerce Server raccoglie le informazioni relative agli URL, alle attività e ai JSP. Ogni chiave di dati ha associato un insieme di contatori che forniscono le seguenti informazioni:

- Numero di ricorrenze
- Tempo complessivo trascorso nell'attività
- Tempo massimo
- Tempo minimo
- Somma dei quadrati dei valori
- Deviazione standard
- Numero di negozio (SID)
- Ultima ora di risposta
- Ultima ora di accesso

Il responsabile del sito può utilizzare Performance Monitor per effettuare le seguenti attività:

- Reimpostare un tasto dati (controllare un comando per un certo periodo di tempo)
- Interrogare le prestazioni di un comando

Performance Monitor non è al momento abilitato. Per abilitarlo, seguire le istruzioni riportate nella guida in linea di WebSphere Commerce.

Altri strumenti per le prestazioni

Per il responsabile del sito potrebbe essere necessario utilizzare anche i seguenti strumenti:

- WebSphere Application Server Resource Analyzer

Resource Analyzer è uno strumento per il controllo delle prestazioni autonomo per WebSphere Application Server. Esso richiama i dati relativi alle prestazioni mediante la richiesta periodica al server di gestione. I dati

vengono raccolti continuamente e recuperati in base alle necessità all'interno di Analyzer. Specificare il livello dei dati da raccogliere utilizzando WebSphere Advanced Administrative Console. Utilizzare l'interfaccia grafica di Analyzer per recuperare e visualizzare i dati in una tabella o in un grafico, oppure per memorizzarli in un file di log.

- **WebSphere Site Analyzer**

WebSphere Site Analyzer utilizza i log del server Web per analizzare l'attività del sito. Con WebSphere Site Analyzer è possibile determinare gli utenti, a quali pagine e risorse è possibile accedere, quali codici di errore sono stati ricevuti e altre informazioni utili. Se si utilizza Site Analyzer con WebSphere Commerce, utilizzare il formato di log NCSA Combined.

Benché sia possibile installare WebSphere Commerce sia con DB2 che con Oracle, Site Analyzer supporta soltanto l'analisi dei dati estratti da DB2.

Per ulteriori informazioni su WebSphere Site Analyzer, fare riferimento al seguente indirizzo Web:

<http://www.ibm.com/software/webservers/siteanalyzer/>.

- **Commerce Studio Page Detailer**

Utilizzare Page Detailer per analizzare pagine Web e per visualizzare l'identità, la dimensione, l'origine e il tempo impiegato per consegnare ogni articolo della pagina. È possibile utilizzare questi dettagli per identificare le aree in cui dovrebbero essere migliorate le prestazioni in modo da migliorare le attività dell'utente finale. È possibile eseguire Page Detailer senza eseguire gli altri componenti di Commerce Studio.

- **Segue SilkPreview**

SilkPreview presenta i test relativi al carico e alla scalabilità. SilkPreview controlla i tempi di accesso alle pagine web e consente di determinare se le applicazioni hanno subito un calo nelle prestazioni. SilkPreview fornisce un sottoinsieme delle funzioni contenute in SilkPerformer. SilkPerformer viene fornito con WebSphere Commerce e WebSphere Commerce Studio.

Altre aree da considerare relativamente alle prestazioni sono:

Aspetti generali delle prestazioni

- Sicurezza (configurazione, timeout, autenticazione e controllo accesso)
- Aspetti del server Web (gestione dei processi, utilizzo delle risorse, acceleratore cache a risposta rapida)
- Aspetti del motore WebSphere (Java Virtual Machine o JVM, coda trasporti, cache di file JSP, contenitore EJB)
- Gestione sessioni (memorizzazione cache, memorizzazione delle sessioni nella memoria o nel database)
- Regolazione delle prestazioni NFS, Network File System, (regolazione del server di file)

Configurazione

In questa sezione sono descritte alcune attività che il Responsabile del sito configura utilizzando la Console di gestione.

Servizi di messaggistica

L'interfaccia dei servizi di messaggistica consente al responsabile del sito di impostare e gestire la consegna di determinati messaggi per il sito e per i negozi. Il sistema di messaggistica di WebSphere Commerce consente di gestire tutti gli aspetti della definizione e dell'invio dei messaggi generati all'interno di WebSphere Commerce. Per configurare il sistema di messaggistica in uscita utilizzare la Console di gestione. Mediante il sistema di messaggistica è possibile inviare messaggi utilizzando metodi di trasporto, quali e-mail e file ordinari. Per le e-mail, il protocollo supportato in uscita è SMTP; la codifica dei messaggi invece dipende dalla particolare lingua. I messaggi di file ordinari utilizzano la codifica standard UTF-8. Inoltre, è possibile configurare il sistema di messaggistica in modo da inviare messaggi a sistemi di back-end utilizzando MQSeries.

WebSphere Commerce utilizza un modello plug-in che implementa il CCF (Common Connector Framework). Tale modello fornisce una singola interfaccia tra il sistema di messaggistica e i vari meccanismi di trasporto. Quando un messaggio viene creato all'interno del sistema, vengono selezionati il metodo di trasporto e la configurazione appropriati e il messaggio viene comunicato attraverso l'interfaccia comune. In questo modo, è possibile separare i dettagli del metodo di trasporto, esterni a WebSphere Commerce, dai servizi di messaggistica. Il risultato è un sistema completamente flessibile e scalabile. È pertanto possibile personalizzare la soluzione in modo da adattarsi all'ambiente e alle proprie necessità aziendali.

Il Responsabile del sito definisce i metodi di trasporto utilizzati dal sito e ne esegue la configurazione. Il responsabile del sito esegue le attività riportate di seguito:

- Aggiunge il veicolo (denominato "trasporti") per la distribuzione dei messaggi
- Configura i trasporti
- Visualizza le assegnazioni del trasporto del messaggio
- Configura i tipi di messaggi (aggiunge, modifica o elimina la descrizione del messaggio, la priorità, il trasporto o il formato del dispositivo)

Il responsabile del negozio abilita i metodi di trasporto da utilizzare all'interno del proprio negozio. I responsabili del negozio possono modificare le impostazioni di trasporto, assegnare i metodi di trasporto ai tipi di messaggi o accettare le impostazioni create dal responsabile del sito. Il responsabile del negozio esegue le attività riportate di seguito:

- Aggiunge un metodo di trasporto
- Attiva o disattiva un metodo di trasporto
- Configura un metodo di trasporto (modifica i valori dei parametri)
- Visualizza le assegnazioni del trasporto del messaggio
- Configura i tipi di messaggio (aggiunge, modifica o elimina la descrizione del messaggio, la priorità, il trasporto o il formato del dispositivo)

Se un responsabile del negozio sovrappone le impostazioni del sito, qualsiasi altra modifica futura a quelle impostazioni verrà applicata al negozio.

Programma di pianificazione

Il programma di pianificazione è un componente di un WebSphere Commerce Server esso viene utilizzato principalmente per pianificare processi basati su uno schema temporale. Ogni processo pianificato viene eseguito come thread separato. È possibile pianificare l'esecuzione di più processi contemporaneamente. Un lavoro è un comando di WebSphere Commerce programmato per essere eseguito in un momento o intervallo specificato. Per specificare l'intervallo temporale per il processo, utilizzare il comando start e i parametri di intervallo del comando AddJob. Il database tiene traccia delle informazioni del processo, compresi l'ora di inizio, l'ora di fine e i risultati.

È necessario eseguire il programma di pianificazione nei seguenti casi:

- IBM Payment Manager è in esecuzione.
- È in corso un'asta.
- Un servizio di regole sta per essere propagato nell'ambiente di produzione
- Il Responsabile del sito sta per modificare il sistema (in un ambiente clonato).
- Vengono utilizzate le funzioni ATP (Available To Promise).
- Il sito trasmette messaggi e-mail.

Il comando CleanJob rimuove i processi dalla tabella dello stato del programma di pianificazione dei processi WebSphere Commerce in base al numero di riferimento del processo o al formato orario. Con un massiccio utilizzo del programma di pianificazione del processo, la relativa tabella di stato aumenta notevolmente di dimensioni e l'eliminazione automatica, a sua volta, le riduce. Nel seguente esempio viene illustrato come cancellare tutti i processi la cui pianificazione prevede il completamento entro un determinato periodo di tempo. Il sistema ha eliminato le voci specificate dalla tabella relativa allo stato del programma di pianificazione.

```
http://nome_host/webapp/wcs/stores/servlet/CleanJobendTime=2001:10:05:15:29:06&URL=basea11.jsp
```

È possibile aggiungere l'opzione di cancellazione automatica dei processi al programma di pianificazione. Tale opzione consente di eliminare

automaticamente i processi dalla tabella relativa allo stato del programma di pianificazione in base al formato orario o al numero di riferimento del processo.

Avviare il programma di pianificazione dalla Console di gestione. Per ulteriori informazioni sull'utilizzo del programma di pianificazione, fare riferimento alla guida in linea di WebSphere Commerce.

Registrazioni WebSphere Commerce Server

Lo scopo della registrazione dei messaggi consiste nel notificare al responsabile il verificarsi di errori inaspettati o di condizioni anomale nell'applicazione WebSphere Commerce. I file di registro dovrebbero fornire informazioni diagnostiche sufficienti a rettificare il problema senza richiedere al responsabile del sito di contattare la IBM o senza dover riprodurre il problema.

Il responsabile del sito configura la registrazione mediante il Gestore Configurazione. Se la registrazione viene configurata utilizzando la Console di gestione l'impostazione di registrazione viene applicata dopo l'avvio del server WebSphere Commerce. WebSphere Commerce consente di scegliere quali componenti si desidera visualizzare nel file di traccia. Quindi, è possibile visualizzare la quantità di dettagli contenuti nel file di traccia. Più articoli verranno tracciati con un livello di difetto elevato, maggiore sarà l'impatto sull'intero sistema. A meno che non sia necessario, la registrazione di WebSphere Commerce dovrebbe essere effettuata con il minor numero di componenti installati. Impostare il livello dei difetti su *normale* o *nessuno*.

Registrazioni di diagnostica

La traccia è un meccanismo di determinazione dei problemi. La traccia assiste gli sviluppatori del negozio nell'esecuzione del debug del codice durante la fase di sviluppo e il team di supporto tecnico nella risoluzione dei problemi dei clienti. Per impostazione predefinita, il nome del file di registro dei dati traccia è `ecmsg.log`.

Registrazioni delle attività

Le registrazioni di attività raccolgono e memorizzano i dati relativi agli utenti e alle attività eseguite sul sistema WebSphere Commerce.

Messaggi

Messaggi utente

Tali messaggi, visualizzati con il browser, forniscono le informazioni relative allo stato dell'applicazione. Esempi tipici dei messaggi utente sono: *Sistema non disponibile*, o *Numero carta di credito non valido*. Un messaggio utente viene creato in risposta a un'immissione utente non valida o in presenza di un'applicazione non valida.

Messaggi di sistema

Tali messaggi forniscono informazioni diagnostiche per i responsabili del sito, i rappresentanti del servizio clienti e gli sviluppatori del negozio. Essi vengono emessi in seguito a un funzionamento non corretto del sistema. I messaggi di sistema vengono registrati. Di seguito vengono riportati i tipi di messaggi di sistema: errore, avvertenza, stato, debug e informativi. Per impostazione predefinita, soltanto i messaggi di errore vengono registrati.

IBM WebSphere Payment Manager

IBM WebSphere Payment Manager (Payment Manager) è un server di transazione di pagamento indipendente da protocolli per un negozio in linea. Esso fornisce una funzione simile al registro di cassa che supporta diversi metodi di pagamento utilizzando cassette specifiche dei protocolli. Una cassetta è un componente software che può essere collegato al framework Payment Manager. La cassetta traduce un pagamento generico e i comandi di gestione in una richiesta specifica per il protocollo del pagamento. Tali richieste vengono quindi inoltrate al destinatario appropriato (come il gateway di pagamento di una istituzione acquirente). Il risultato finale è simile a quando un cassiere di un negozio tradizionale inserisce una carta di pagamento in cassa. Payment Manager gestisce tutti i dettagli di background sui pagamenti Internet per conto del venditore e fornisce un'interfaccia grafica per agevolare la gestione della transazione.

Il Responsabile del sito può eseguire le seguenti attività correlate con Payment Manager:

- Configurare gli utenti
- Configurare le impostazioni del venditore
- Configurare le impostazioni Payment Manager
- Configurare le impostazioni delle cassette
- Configurare l'abilitazione di traccia

Il Responsabile del negozio può eseguire le attività correlate con Payment Manager di seguito riportate:

- Configurare gli utenti
- Configurare le impostazioni del venditore

Nota: In Payment Manager, un "utente" è sempre un responsabile.

Per ulteriori informazioni su Payment Manager, fare riferimento alla guida in linea di WebSphere Commerce o al seguente indirizzo Web:

Memorizzazione cache della pagina dinamica

Il Responsabile del sito determina se la memorizzazione nella cache è appropriata al sito. Per configurare la memorizzazione nella cache utilizzare Configuration Manager. La seguente sezione descrive la memorizzazione nella cache e fornisce alcuni punti da considerare prima di selezionare un metodo di memorizzazione nella cache. Per informazioni a livello di attività, fare riferimento alla guida in linea di WebSphere Commerce.

Quando un cliente seleziona un collegamento per visualizzare la pagina di un prodotto o di una categoria la maggior parte del tempo trascorre per l'analisi della richiesta HTTP, per l'accesso al database e per la creazione dinamica della pagina. Nel caso di siti molto trafficati, il tempo necessario per caricare le pagine può aumentare notevolmente.

La maggior parte delle richieste HTTP sul server sono relative alla visualizzazione di pagine di prodotti e di categorie, che vengono dinamicamente create dai comandi CategoryDisplay, ProductDisplay, TopCategoriesDisplay e StoreCatalogDisplay. Tali comandi richiamano le informazioni dal database, e consentono di visualizzare tali informazioni sotto forma di pagina JSP. Se le informazioni di una categoria o di un prodotto non sono state modificate dall'ultima visualizzazione, non è necessario ricreare dinamicamente la pagina in seguito a una richiesta successiva del cliente. La visualizzazione di una pagina "statica" equivalente memorizzata nella cache è un processo più veloce. WebSphere Commerce fornisce due metodi per la memorizzazione cache: indipendente dalla sessione e dipendente dalla sessione. Per ogni comando di cache è possibile scegliere tra questi due metodi. Per un comando di cache, il risultato HTML del comando non varia per diversi utenti che visualizzano lo stesso comando con gli stessi parametri. L'utilizzo di questi metodi per la memorizzazione nella cache delle pagine agevola il lavoro sul server e accelera il processo di download dei dati scaricati dalla rete.

Se il file corrispondente alla pagina a cui si desidera accedere non si trova nella cache, tale file verrà generato dinamicamente. La pagina viene quindi memorizzata nella cache e non verrà generata di nuovo fino a che non viene effettuata alcuna modifica ai relativi dati.

In genere, non è possibile memorizzare nella cache le pagine personalizzate del catalogo. Per memorizzare le pagine del catalogo nella cache, utilizzare uno dei seguenti metodi:

- Assicurarsi che i dati personalizzati siano contenuti all'interno di un riquadro separato.
- Basare il contenuto personalizzato su gruppi di clienti.

Variazioni della configurazione della cache di WebSphere Commerce

Le pagine possono essere richiamate dal daemon della cache dal client della cache del server Web oppure dal client della cache del server delle applicazioni. Il *client della cache del server web* consente la comunicazione diretta tra il server web e il daemon della cache (consultare la Figura 1 a pagina 131). Gli unici dati disponibili per il client della cache del server Web sono le informazioni sull'URL; pertanto il client della cache del server Web può soddisfare soltanto le richieste di cache indipendenti dalla sessione. Il percorso del codice che va dal client della cache del server Web al daemon della cache è più breve del percorso che va dal client della cache del server delle applicazioni al daemon della cache. Pertanto, il client della cache del server Web opera con una velocità di trasmissione più elevata e con tempi di risposta più brevi. Poiché il client della cache del server Web si trova all'interno del server Web, questa configurazione consente di lavorare dal server delle applicazioni in un ambiente a 3 livelli. Anche in un ambiente a 3 livelli, è necessario effettuare delle impostazioni manuali in modo da abilitare il client della cache del server Web.

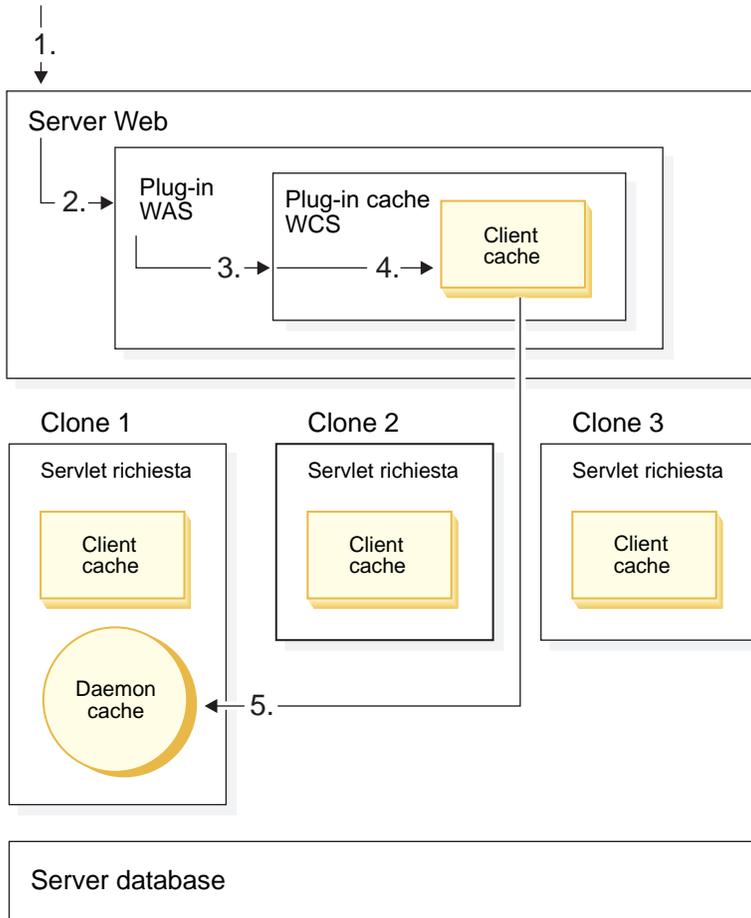


Figura 1. Il diagramma illustra il percorso del codice delle pagine cache richiamate dal client del server Web

Il client della cache del server delle applicazioni consente la comunicazione tra il comando `RequestServlet` nel server delle applicazioni e il daemon della cache (consultare la Figura 2 a pagina 132). Il client della cache del server delle applicazioni può accedere sia alle informazioni dell'URL che alle informazioni specifiche della sessione e del database: in questo modo soddisfa sia le richieste dipendenti dalla sessione che quelle indipendenti. Per questo motivo, il client della cache del server delle applicazioni opera con una velocità di trasmissione più elevata e con tempi di risposta più brevi. La lunghezza del codice che va dal client della cache del server delle applicazioni al daemon della cache è maggiore del percorso che va dal client della cache del server Web al daemon della cache.

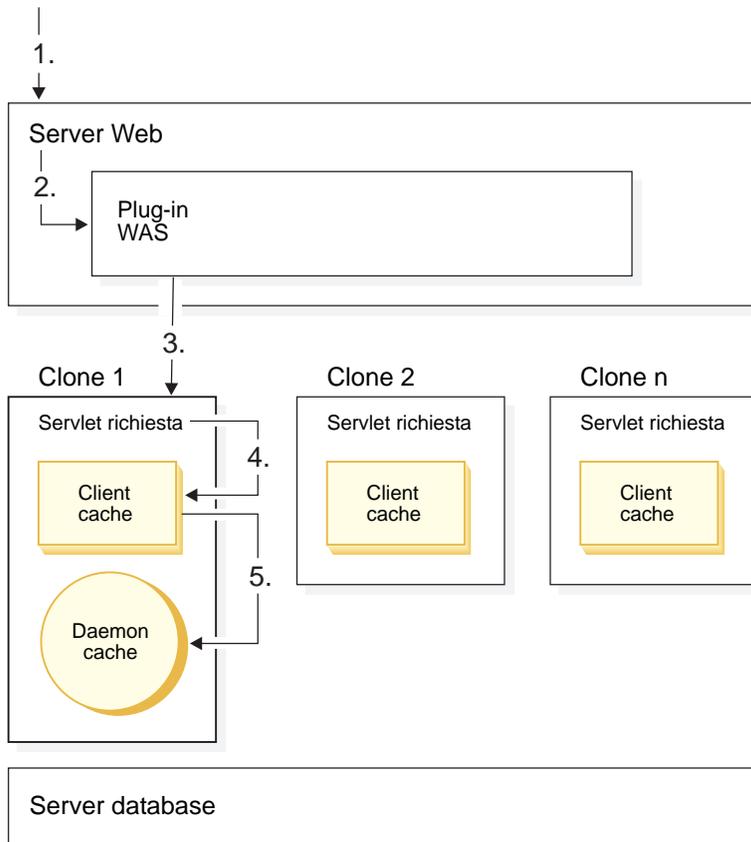


Figura 2. Il diagramma illustra il percorso del codice delle pagine cache richiamate dal client del server delle applicazioni

È possibile creare un indice per le pagine utilizzando uno dei seguenti schemi: indipendente dalla sessione o dipendente dalla sessione.

Indipendente dalla sessione

Utilizzare questo metodo per la creazione di un indice di una pagina nella cache in base alle informazioni dell'URL. Abilitare la memorizzazione nella cache indipendente dalla sessione soltanto se non si utilizzano più valute o gruppi di clienti. Questo metodo rende più veloce il download e fornisce un tempo di risposta più breve. I parametri predefiniti utilizzati per memorizzare le pagine si basano sull'URL. Se necessario, è possibile aggiungere ulteriori parametri. La cache indipendente dalla sessione memorizza i risultati di un elenco di comandi specificati dall'utente. Esso restituisce quindi queste pagine cache in risposta alle successive richieste degli stessi comandi.

Dipendente dalla sessione

Utilizzare questo metodo per la creazione di un indice per i siti con

diverse pagine per gruppi di clienti, più lingue o più valute. La cache determina la lingua, il gruppo di clienti, il gruppo prezzi, la valuta preferita e altre informazioni della cache, nella memorizzazione o nella ricerca di pagine. Questo assicura che gli utenti di gruppi membri specifici possano vedere solo le pagine di cataloghi del proprio gruppo membri. Il gruppo di clienti viene identificato internamente. Il numero non viene visualizzato nell'URL, in modo tale da fornire un metodo protetto per la visualizzazione delle pagine del gruppo di clienti. Per impostazione predefinita, i comandi CategoryDisplay, ProductDisplay, TopCategoriesDisplay e StoreCatalogDisplay sono abilitati per la memorizzazione cache dipendente dalla sessione.

Gestione del servizio di regole

WebSphere Commerce utilizza servizi di regole per interagire con il Blaze Advisor Rule Server. Un servizio di regole è un'interfaccia che agevola la comunicazione tra due applicazioni. Inoltre, servizio di regole dispone di un modo efficiente per aggiornare la parte del sito basata sulle regole, evitando di arrestare il server WebSphere Commerce. La componente relativa alle campagne interagisce con Blaze Advisor Rule Server. Blaze Advisor Rule Server può, inoltre, essere utilizzato per implementare una soluzione di regole personalizzate per le varie componenti, come ad esempio le campagne. È possibile implementare un'implementazione sconto basata su regole, se gli sconti basati sullo schema forniti non soddisfano le proprie esigenze.

Manutenzione dei sistemi

WebSphere Commerce dipende da diversi altri sistemi. Quindi, è necessario che il Responsabile del sito consideri alcuni punti sui sistemi collegati a WebSphere Commerce.

Utilizzo del server

È necessario controllare l'aumento e la capacità di utilizzo del server Web e del WebSphere Commerce Server. Assicurarsi di disporre di piani per ulteriori memorizzazioni su disco, processori e memoria.

Manutenzione del database

Per evitare problemi con il negozio in linea, è importante sviluppare delle regolari strategie di manutenzione per il server di database utilizzato (SB2 o Oracle).

Nota:  400 Alcune delle seguenti attività di manutenzione del database non sono applicabili alle implementazioni che utilizzano WebSphere Commerce per iSeries.

Manutenzione database pianificata

In questa sezione sono evidenziati gli aspetti della manutenzione del database da eseguire su base regolare.

Registrazione delle informazioni di diagnostica: ▶ 400 Questa sezione sulla registrazione delle informazioni diagnostiche non è applicabile alle implementazioni che utilizzano WebSphere Commerce per iSeries.

Gli errori e altre informazioni di diagnostica possono essere catturati in un file di log da utilizzare per l'identificazione dei problemi. Se si utilizza DB2, la quantità di informazioni catturate è controllato dall'impostazione di configurazione `diaglevel`. Questa è un'impostazione per la configurazione di Database Manager (opposta all'impostazione per la configurazione di un database). Si consiglia di impostare questo valore su 2 (tutti gli errori) o 3 (tutti gli errori e le avvertenze). Per impostazione predefinita, `diaglevel` è impostato su 3. È necessario controllare regolarmente le dimensioni del file in cui vengono catturate le informazioni per garantire che non venga esaurito lo spazio. In DB2, questo file è denominato `db2diag.log`. Questo file si trova nella directory di istanza DB2.

File di log dei database: ▶ 400 Questa sezione sui registri del database non è applicabile alle implementazioni che utilizzano WebSphere Commerce per iSeries.

I file di log dei database registrano tutte le modifiche apportate a un database. Questi file di log vengono utilizzati per annullare l'elaborazione o per eseguire il ripristino. È necessario verificare che i file di log vengano conservati in un'ubicazione fisica appropriata e che i parametri di registrazione siano impostati in maniera appropriata.

Backup dei database: È necessario eseguire copie di backup regolari dei database. DB2 offre due metodi per eseguire le copie di backup: *in linea* e *fuori linea*. I backup in linea consentono ad altre applicazioni e processi di restare connessi al database e di leggere e scrivere dati durante l'esecuzione della copia di backup. I backup fuori linea consentono solo all'attività di backup di connettersi al database. In particolare, il WebSphere Commerce Server non potrà leggere o modificare i dati. La strategia personale per il backup del database può contenere qualsiasi combinazione dei metodi di backup. Ad esempio, è possibile eseguire backup in linea durante il giorno e fuori linea una volta a settimana.

Abilitare il processo di recupero transazioni in modo da eseguire una copia di backup in linea del database DB2. Per abilitare il recupero transazioni, è necessario utilizzare l'archiviazione dei file di log (in opposizione alla registrazione circolare). Il processo di archiviazione salva i file di log, mentre la registrazione circolare riutilizza i file di log. Una volta creato il database,

viene abilitata la registrazione circolare. Per passare all'archiviazione dei file di registrazione, attivare uno o entrambi i parametri di configurazione del database `logretain` e `userexit`. Inoltre, è necessario sviluppare una strategia per memorizzare i file di log archiviati insieme alle copie di backup del database.

Se si utilizzano backup fuori linea, è consigliabile eseguire una copia di backup settimanale. L'intervallo consigliato per le copie di backup in linea è giornalmente.

Gestione spazi tabella:  400 Questa sezione sulla gestione dello spazio di tabella non è applicabile alle implementazioni che utilizzano WebSphere Commerce per iSeries.

Uno spazio tabella è un modello di memorizzazione che fornisce un livello di direzione tra un database e le tabelle memorizzate all'intero del database stesso. Il database DB2 utilizza gli spazi tabella SMS (System Managed Storage) oppure DMS (Database Managed Storage) Nello spazio tabella SMS, il gestore del sistema di file del sistema operativo alloca e gestisce lo spazio in cui memorizzare le tabelle. Il modello di memorizzazione in genere è costituito da numerosi file, che rappresentano oggetti tabella, memorizzati nello spazio del sistema di file.

In uno spazio tabella DMS (Database Managed Space), il gestore del database controlla lo spazio di memorizzazione. Il modello di memorizzazione è costituito da un numero limitato di dispositivi il cui spazio è gestito da DB2. Console di gestione decide i dispositivi da utilizzare e DB2 gestisce lo spazio su questi dispositivi. Questo spazio tabella è essenzialmente l'implementazione di un sistema di file destinato a una funzione specifica allo scopo di rispondere in maniera adeguata alle esigenze del gestore del database. Questi dispositivi sono definiti contenitori.

Se si utilizza SMS, confrontare regolarmente le dimensioni dello spazio tabella con lo spazio disponibile su disco per garantire la presenza di spazio sufficiente. Se si utilizza DMS, controllare regolarmente il numero di pagine disponibili per garantire che esista un numero adeguato di pagine disponibili per le operazioni aziendali.

Inoltre, è necessario controllare anche le dimensioni dei pool di buffer e confrontarli con lo spazio tabella.

Creazione del piano di accesso: Il database DB2 segue un piano di accesso per l'esecuzione di query. Il piano di accesso è basato sulle statistiche del database. Queste statistiche cambiano in relazione alle modifiche apportate al database e, di conseguenza, anche il piano di accesso più adatto varia. Si consiglia, quindi, di eseguire il programma di utilità `RUNSTATS` su base

regolare. In questo modo, le statistiche delle tabelle del catalogo di sistema viene aggiornato per agevolare l'ottimizzazione delle query. Se il sito genera un numero elevato di immissioni nel database, eseguire il programma di utilità su base giornaliera per fornire un piano di di accesso ottimale.

Riorganizzazioni delle tabelle: La riorganizzazione delle tabelle del database semplifica l'operazione di richiamo dello spazio tabella in seguito all'eliminazione di alcuni elementi. Se le query utilizzano l'accesso della sequenza di arrivo (l'ordine in cui i record vengono inseriti nella tabella), la riorganizzazione per la rimozione delle righe eliminate migliora le prestazioni delle query.

Inoltre, anche la riorganizzazione delle tabelle che contengono colonne di lunghezza variabile può migliorare le prestazioni. Ciò è dovuto al fatto che i frammenti inutilizzati nell'area di overflow vengono riuniti dalla riorganizzazione. Il risultato è un tempo di lettura ridotto per le righe con overflow.

Per riorganizzare il database DB2, utilizzare il programma di utilità REORG su base regolare.

▶ 400 Per riorganizzare il database, utilizzare regolarmente il comando nativo RGZPFM. L'esecuzione di questo comando in un file di database ampio richiede un blocco esclusivo. Ciò significa che altri lavori non possono accedere a questa tabella durante lo svolgimento di questa operazione. Pianificare l'esecuzione di questo lavoro nelle ore in cui il sito ha un volume di traffico ridotto. È necessario arrestare il server WebSphere Commerce prima di eseguire questo comando.

Controllo dell'utilizzo del database: Controllare l'aumento e la capacità di utilizzo del database e creare piani per ulteriori memorizzazioni su disco, processori e memoria.

Programma di utilità Cleanup del database: WebSphere Commerce fornisce il programma di utilità per il Cleanup del database, o dbclean, per l'eliminazione dei dati obsoleti dal database. La rimozione di dati obsoleti o non utilizzati dal database migliora le prestazioni totali del sistema. In particolare, è vero nel caso in cui sia presente una grande quantità di dati ridondanti.

Il programma di utilità per il cleanup del database è uno strumento flessibile ed estensibile che consente di effettuare una pulizia all'interno del proprio database. Esso consente di ripulire le tabelle in maniera selettiva, mantenendo così l'integrità di riferimento del database. Il programma di utilità Database Cleanup può effettuare il cleanup in due modi:

- Il metodo *top-down* elimina tutte le righe della tabella secondaria mediante un metodo di eliminazione a cascata. Questo metodo è più veloce del metodo bottom up.
- Il metodo *bottom-up* elimina prima le righe delle tabelle secondarie e poi le righe della tabella principale. È necessario utilizzare questo metodo se è presente un vincolo referenziale. Un *vincolo referenziale* è la regola di integrità referenziale tale che i valori non nulli della chiave esterna sono validi solo se vengono visualizzati anche come valori di una chiave principale. Un vincolo referenziale viene di solito specificato quando i dati secondari vengono utilizzati da più di una tabella principale.

Il programma di utilità Database Cleanup fornisce più di 35 opzioni di cleanup predefinite. Tali opzioni sono definite per la maggior parte delle tabelle più utilizzate. È possibile definire le tabelle di applicazione personali oppure è possibile definirne altre, anche per le tabelle WebSphere Commerce. Prima di utilizzare il programma di utilità Database Cleanup, considerare attentamente i dati da eliminare. Potrebbe infatti essere necessario conservare dei dati che non sono direttamente correlati con le operazioni quotidiane del sito. Ad esempio, potrebbe essere necessario memorizzare i dati a scopo di marketing o per l'evasione degli ordini.

Se il programma di utilità dbclean non viene eseguito con una certa frequenza, le relative operazioni potrebbero impiegare un tempo maggiore per raggiungere il completamento. Esso potrebbe inoltre impegnare un gran numero di risorse di sistema sul server del database. Questo potrebbe causare una certa confusione all'interno del negozio in linea.

Per ulteriori informazioni sull'utilizzo del programma di utilità Cleanup del database, fare riferimento alla guida in linea di WebSphere Commerce.

Esecuzione dei comandi reorg e runstats: DB2 dispone di due comandi per il cleanup e il miglioramento delle prestazioni del database: RUNSTATS e REORG. REORG dispone di un ulteriore comando denominato REORGCHK. Per l'ottimizzazione dell'accesso al database, è necessario eseguire regolarmente il comando RUNSTATS su tutte le tabelle del database. Controllare regolarmente lo stato delle tabelle del database mediante il comando REORGCHK. Non è necessario riorganizzare le tabelle a meno che la mancata riorganizzazione sia la causa di un problema legato alle prestazioni. Per ulteriori informazioni su questi comandi, consultare *DB2 UDB Command Reference*.

Per i database DB2, è necessario eseguire il comando REORG per richiamare lo spazio tabella dopo aver effettuato il cleanup del database. Inoltre, è necessario eseguire il comando RUNSTATS per aggiornare il piano di accesso del database.

Una volta eseguito il programma di utilità Database Cleanup, eseguire il comando RGZPFM per rimuovere le righe eliminate dalle tabelle. (Il comando RUNSTATS non si applica alle implementazioni che utilizzano WebSphere Commerce per iSeries.)

Per ulteriori informazioni sulla gestione di sistema per DB2, fare riferimento alla seguente documentazione:

- *Administration Guide*
- *Guida alla risoluzione dei problemi*
- *System Monitor Guide and Reference*

Attività di manutenzione del database occasionale

Questa sezione descrive delle attività di gestione del database.

Regolazione del database: Per ottimizzare le prestazioni, regolare il database. Questa attività deve essere eseguita solo da persone che dispongono di una conoscenza approfondita dei principi di regolazione dei database, dei parametri di configurazione del database e del gestore database, della configurazione hardware e del sistema operativo e delle modalità di utilizzo degli strumenti relativi alle prestazioni del sistema. Inoltre, è necessario essere a conoscenza degli strumenti relativi alle prestazioni del sistema operativo. L'integrità del database può risultare compromessa se il database viene regolato da persone che non dispongono della conoscenza necessaria.

Strategia di recupero in seguito a problemi: È necessario sviluppare una strategia di recupero in seguito a problemi gravi. Questa strategia è collegata alla strategia di backup quotidiano. È importante sperimentare questa strategia in modo da determinare eventuali problemi e risolverli in un ambiente controllato.

Mantenere livelli di codice corretti: Assicurarsi di aver applicato al database tutti gli aggiornamenti appropriati di fix pack e codici, come specificato nella Guida all'installazione relativa alla piattaforma utilizzata.

Gestione di WebSphere Application Server

Console di gestione

La Console di gestione in WebSphere Application Server fornisce gli strumenti e le funzioni che consentono ai responsabili di:

- Arrestare e avviare il server WebSphere Commerce
- Arrestare e avviare IBM Payment Manager
- Installare e configurare le risorse (ad esempio, i servlet e i bean enterprise)
- Assegnare la sicurezza alle risorse
- Assicurare che tutte le applicazioni siano disponibili

- Concedere o revocare gli accessi utente (ad esempio, creare un nuovo account per un nuovo impiegato ed aggiungerlo a determinati gruppi utente)
- Controllare le prestazioni del server
- Clonare i componenti applicativi per migliorare le prestazioni
- Fornire informazioni sulle tracce e sul debug per l'esecuzione delle applicazioni WebSphere

Per ulteriori informazioni sulla gestione di sistema per WebSphere Application Server, fare riferimento ai seguenti testi:

- *Responsabile dei sistemi*
- *Regolazione e risoluzione dei problemi*

Gestione del server Web

Questa sezione descrive i seguenti aspetti della gestione del server Web: i file di log e le connessioni simultanee del server Web.

File di log del server Web

È necessario controllare le dimensioni dei file di log e cancellare o archiviare i file di log su base regolare. Ripulire i file di log quotidianamente. Se non è possibile, ripulirli almeno settimanalmente.

Se questi file di log vengono archiviati per funzioni di data mining, non eseguire l'analisi dei dati sul server Web. Questa operazione deve essere eseguita fuori linea, in modo da non influire negativamente sulle prestazioni del Web.

Connessioni simultanee

▶ 400 WebSphere Commerce per iSeries non supporta connessioni simultanee.

I server web utilizzano modelli di elaborazione che supportano connessioni simultanee. Netscape iPlanet utilizza un modello di processo basato sui thread. IBM HTTP Web Server utilizza un modello precedentemente ramificato per le piattaforme UNIX e un modello basato sui thread per Windows.

Gestione del conteggio dei thread per Netscape iPlanet: ▶ 400 Netscape iPlanet non è supportato in OS/400 per iSeries.

▶ 400 ▶ Linux Netscape iPlanet non è supportato da OS/400 per iSeries o Linux.

In Netscape iPlanet, è possibile definire il numero di thread per ciascun processo del server Web. È necessario controllare regolarmente l'utilizzo di thread (inclusi i thread attivi, in attesa, occupati e inattivi).

Accertarsi che il numero di thread disponibili per le richieste in arrivo non sia vicino allo zero. Con il progressivo aumento del volume di traffico nel sito, anche il numero di thread attivi e occupati può aumentare, lasciando un numero limitato di thread per le richieste in arrivo. È possibile aumentare in numero massimo di thread in esecuzione per ciascun processo del server, aumentare il numero di processi del server o aggiungere un altro server Web.

Connessioni simultanee per IBM HTTP Web Server: Per informazioni sulle connessioni simultanee per il server Web IBM HTTP, fare riferimento al seguente indirizzo Web:

www.ibm.com/software/webservers/httpservers/library.html

Risoluzione dei problemi

Per informazioni sulla risoluzione dei problemi, consultare la Guida all'installazione relativa alla propria piattaforma.

Parte 4. Gestione del fronte negozio

In questa sezione del manuale vengono descritte le principali attività da completare quotidianamente per la gestione del fronte negozio.

In questa sezione sono descritte le informazioni di livello avanzato su WebSphere Commerce Accelerator.

WebSphere Commerce Accelerator consente di gestire negozi in linea completando varie operazioni. Se si dispone dell'autorizzazione per lavorare con più negozi, quando si accede a WebSphere Commerce Accelerator, selezionare il negozio e la lingua con cui si desidera lavorare. Se si dispone dell'autorizzazione per lavorare con un solo negozio, il nome del negozio viene preselezionato in fase di accesso e, se il negozio supporta più di una lingua, selezionare la lingua con cui si desidera lavorare.

Le attività che è possibile eseguire vengono riportate nei menu della home page di WebSphere Commerce Accelerator. Tali attività si basano sui gruppi di accesso e sui livelli di autorizzazione, definiti dal Responsabile del sito tramite Console di gestione.

Per ritornare alla home page di WebSphere Commerce Accelerator, fare clic sul collegamento **Home** nella cronologia di WebSphere Commerce Accelerator.

Apertura di WebSphere Commerce Accelerator

Per aprire WebSphere Commerce Accelerator immettere il seguente indirizzo web:

`https://nome_host:8000/accelerator`

dove *nome_host* è il nome host HTTP completo di WebSphere Commerce Server.

Capitolo 11. Gestione dell'inventario

Questo capitolo descrive le attività principali relative all'impostazione del sistema di inventario e alla gestione dell'inventario nel centro di evasione ordini. Nel centro di evasione ordini vi sono diversi tipi di utenti che svolgono ruoli diversi lavorando con l'inventario; ciascuna sezione descrive un ruolo specifico.

► **B2C** **Responsabile operazioni** o ► **B2B** **Responsabile logistica**

- Gestione delle informazioni sul centro di evasione
- Gestione dei motivi di restituzione
- Prospetti di gestione restituzioni

Acquirente

- Gestione delle informazioni sul fornitore
- Gestione delle informazioni sul prodotto
- Gestione dell'inventario previsto

Ricevente

- Ricevimento dell'inventario previsto
- Regolazione della quantità inventario
- Creazione di una ricevuta inventario ad hoc
- Ricevimento merci restituite

Responsabile restituzioni

- Smaltimento merci restituite

Definizione della gestione dell'inventario

L'inventario comprende tutto ciò che può essere fisicamente considerato in un centro di evasione ordini. Esistono definizioni specifiche delle singole voci di inventario, quali, articoli, prodotti, SKU, raccolte, pacchetti e kit dinamici, ma vengono tutte considerate come inventario. Durante la fase di installazione e

pianificazione del sito il ► **B2C** **Responsabile operazioni** o il

► **B2B** **Responsabile logistica** devono collaborare con il team di sviluppo del negozio per determinare un metodo appropriato per gestire l'inventario.

WebSphere Commerce supporta i metodi di gestione di inventario riportati di seguito:

- Utilizzo di WebSphere Commerce per tracciare e gestire un inventario.

Questo metodo considera solo l'inventario disponibile in un negozio in linea. WebSphere Commerce non è consapevole di alcun altro modo per vendere i prodotti.

- Utilizzo del centro di evasione ordini esistente per tracciare e gestire l'inventario.

In questo modo il sito configurerebbe MQSeries e il sistema di messaggistica per stabilire una comunicazione tra WebSphere Commerce e il centro gestione ordini. Per ulteriori informazioni, fare riferimento alla guida in linea di WebSphere Commerce.

- Utilizzo di un sistema precedente.

Per una compatibilità a ritroso, se sono stati utilizzati comandi di attività nei rilasci precedenti come interfaccia del sistema di inventario, come ad esempio i comandi ResolveFulfillmentCenter, CheckInventory, UpdateInventory, e ReverseUpdateInventory, è possibile continuare ad utilizzare le implementazioni del comando di attività predefinito per questi comandi. Il sistema WebSphere Commerce determina l'insieme di interfacce da utilizzare mediante l'impostazione di un flag di configurazione. Un valore pari a zero nell'attributo Store.AllocationGoodFor indica che dovrebbero essere richiamate le precedenti interfacce dei comandi di attività invece di un nuovo comando di attività ATP.

Se il sito utilizza entrambi i primi due metodi, si dispone degli strumenti per conoscere l'inventario ATP (Available to Promise). L'ATP fornisce un meccanismo per assicurare che gli impegni assunti con i clienti siano basati sulle informazioni di cui dispone un venditore sull'inventario previsto, oltre alle informazioni sull'inventario al momento disponibile. È possibile gestire i Record dell'inventario previsto (anticipazione dell'arrivo dell'inventario da un fornitore a centro di evasione ordini) e tracciare e gestire l'inventario stesso.

Assegnazione dell'inventario

L'inventario disponibile è determinato esaminando tutte le ricezioni di un articolo disponibili in un determinato negozio e considerando tutti gli inventari che sono stati riservati (per un'asta o per qualsiasi altro scopo) oppure quelli assegnati a un ordine arretrato.

L'inventario disponibile è la somma dell'inventario disponibile nella tabella RECEIPT (QTYONHAND - QTYINPROCESS), meno tutti gli inventari che il negozio ha riservato nella tabella ITEMFFMCTR, meno tutti gli inventari assegnati alla restituzione nella tabella ITEMFFMCTR.

Gestione dell'inventario mediante WebSphere Commerce Accelerator

WebSphere Commerce fornisce degli strumenti per la gestione dell'inventario:

- L'interfaccia di gestione inventario consente al Venditore e al  Responsabile operazioni o al  Responsabile logistica di tracciare e gestire i prodotti che costituiscono l'inventario.

- Aggiornare l'inventario dei prodotti in base agli ordini o alle restituzioni da parte dei clienti.
 - Se il negozio si basa sul negozio di esempio NewFashion o ToolTech, i clienti possono verificare se i prodotti inclusi nel loro ordine sono attualmente in ordini arretrati. In base alle informazioni, i clienti possono decidere se annullare o dividere l'ordine.
 - Se il negozio si basa sul negozio di esempio NewFashion o ToolTech, i Rappresentanti del servizio clienti o i Rappresentanti account possono verificare se attualmente vi sono prodotti in ordini arretrati quando si utilizza il blocco appunti Effettua ordini per il cliente.
 - Il B2B Responsabile commerciale e l'Acquirente possono verificare lo stato dell'inventario eseguendo il prospetto Stato inventario, descritto in a pagina 150.
- Supporto restituzione.
 - Solo i negozi basati sull'esempio NewFashion o ToolTech includono un supporto restituzione ordine.
 - Per consentire la restituzione di prodotti specifici, il Responsabile dei prodotti seleziona Consenti restituzione nella pagina Gestione prodotto del blocco appunti Prodotto.
 - Il Direttore di prodotto può, inoltre, forzare un determinato prodotto come ordine arretrato; per effettuare questa operazione il Direttore di prodotto seleziona Forza ordine arretrato dalla pagina Gestione prodotto del blocco appunti Prodotto.
 - Per visualizzare i prodotti degli ordini arretrati, eseguire il prospetto relativo ai prodotti degli ordini arretrati descritto in a pagina 150.
- Creare un record di inventario previsto.
- Creare ricevute inventario ad hoc per un centro di evasione ordini.
- Ricevere un inventario in previsione di una ricevuta inventario previsto per un centro di evasione ordini.
- Verificare se la ricevuta inventario previsto è completa.
- Chiudere la rettifica inventario previsto per un centro di evasione ordini.

Impostazione di un sottosistema di inventario

Per utilizzare le funzioni ATP e inventario nel negozio, è necessario definire le funzioni di seguito riportate:

- Centro/i evasione ordini
- Codici errore
- Fornitori
- I prodotti

Centro di evasione ordini

I centri di evasione ordini vengono utilizzati dai negozi sia come magazzini di inventario che come centri di spedizione e di ricezione. Un negozio può avere

associato uno o più centri di evasione ordini. In WebSphere Commerce Accelerator, un utente assegnato al ruolo di Venditore,  Responsabile operazioni o  Responsabile logistica, Acquirente, Amministratore restituzioni, Ricevente o Addetto imballaggi seleziona un centro di evasione ordini al momento dell'accesso. Per passare a un centro di evasione ordini diverso senza disconnettersi, fare clic sull'icona nell'angolo in alto a sinistra di WebSphere Commerce Accelerator.

Da una prospettiva del WebSphere Commerce Server, un oggetto centro di evasione ordini è separato dall'oggetto Negozio. Esso gestisce la spedizione e l'inventario dei prodotti. Per inviare un ordine, il centro di evasione ordini si basa su un oggetto Modalità di spedizione specificato dal cliente. L'oggetto ShippingMode indica lo spedizioniere e il metodo di spedizione da utilizzare per l'evasione dell'ordine del cliente.

In un centro di evasione ordini, l'oggetto ShippingArrangement indica che un negozio è stato organizzato con un oggetto FulfillmentCenter per spedire i prodotti utilizzando un certo valore ShippingMode, all'interno di un determinato intervallo di tempo. Ad esempio, un negozio può definire con il suo centro di evasione ordini la spedizione di un ordine entro 24 ore se il cliente seleziona l'opzione di consegna espressa.

Il  Responsabile operazioni o il  Responsabile logistica può visualizzare, creare, modificare o eliminare un centro di evasione ordini. Per utilizzare i centri di evasione ordini, selezionare l'opzione **centro di evasione ordini** dal menu **Negozio**. Per ciascun centro di evasione ordini creato, è necessario fornire il nome, il nome di visualizzazione (il nome che viene visualizzato nella barra del titolo di WebSphere Commerce Accelerator), la descrizione e l'indirizzo.

Motivi di restituzione

Un motivo di restituzione è un motivo definito dal negozio per cui un prodotto può essere restituito. Il  Responsabile operazioni o il  Responsabile logistica definisce i motivi della restituzione. I motivi della restituzione devono essere forniti sia dal punto di vista del Venditore che dal punto di vista dei clienti, poiché non sempre corrispondono. Ad esempio, un cliente potrebbe restituire un prodotto perché non funziona correttamente, ma il Responsabile restituzioni potrebbe constatare che il cliente non segue le istruzioni per l'utilizzo di tale prodotto e che al momento è perfettamente funzionante. I motivi delle restituzioni si basano sia sulla prospettiva del cliente sia del venditore.

Per operare con i codici errore, selezionare l'opzione **Codice errore** dal menu **Negozio**. Il  Responsabile operazioni o il  Responsabile

logistica può visualizzare, creare, modificare o eliminare i codici motivo. Ogni codice motivo deve contenere i seguenti dati: motivo e tipo e descrizione del motivo. Il tipo specifica se la restituzione è dalla prospettiva del venditore, dalla prospettiva del cliente o da entrambe.

Quando il Responsabile del servizio clienti crea una restituzione, viene specificato il motivo della restituzione da parte del cliente. Quando l'Amministratore delle restituzioni specifica la disposizione della restituzione, viene specificato il motivo della restituzione dei Venditori.

Prospetti di gestione restituzioni

1.  Selezionare l'opzione **Restituzioni** dal menu **Operazioni**.
 Selezionare l'opzione **Restituzioni** dal menu **Logistica**. Viene visualizzata la pagina Restituzioni.
2. Fare clic su **Prospetti**. Viene visualizzato l'elenco dei prospetti di gestione restituzioni.
3. Selezionare il prospetto appropriato.

Restituzioni con ricevimento parziale

Questo prospetto elenca le restituzioni per le quali il cliente ha ricevuto almeno un prodotto, ma deve ricevere almeno un prodotto.

Ricevimenti delle restituzioni non smaltiti

Questo prospetto elenca le restituzioni, per prodotto, dei prodotti che sono stati ricevuti ma non smaltiti.

Restituzioni in sospeso

Questo prospetto elenca le restituzioni che sono state registrate, ma per le quali nessuno dei prodotti è stato ricevuto dal cliente. Questo prospetto non elenca le restituzioni registrate al momento della ricezione dei prodotti da parte del cliente; tali restituzioni possono essere trovate nel prospetto delle Restituzioni con ricevimento parziale.

Fornitori

Un fornitore è una qualsiasi organizzazione dalla quale il negozio acquista la merce. I fornitori vengono definiti dall'Acquirente. L'acquirente può visualizzare l'elenco di tutti i fornitori, può creare un nuovo fornitore, modificare un fornitore esistente ed eliminare un fornitore.

Per gestire i fornitori, procedere come segue:

-  Selezionare **Fornitori** dal menu **Merce**.
-  Selezionare **Fornitori** dal menu **Prodotti**.

Per creare un nuovo fornitore, immettere le seguenti informazioni: nome, indirizzo e le informazioni di contatto del fornitore.

I record di inventario previsto vengono visualizzati per fornitore, ID esterno (in genere un numero di ordine di acquisto) e data dell'ordine nella pagina Inventario previsto.

Prodotti

Prima che un inventario sia ricevuto in un centro di evasione ordini è necessario che esista un record di prodotti corrispondente. I record di prodotti sono creati durante la creazione del negozio. Il Direttore prodotti può creare e aggiornare i prodotti utilizzando WebSphere Commerce Accelerator. Per ulteriori informazioni, consultare il Capitolo 12, "Gestione del catalogo" a pagina 155.

Gestione dell'inventario

Questa sezione descrive il ciclo di registrazione dell'inventario previsto, fino a quando viene ricevuto ed è classificato come inventario disponibile.

L'inventario può essere ricevuto utilizzando uno dei metodi di seguito riportati:

- Inventario previsto associato a un record di inventario previsto
- Inventario ad hoc, o inventario non registrato come previsto

Record di inventario previsto

Un record di inventario previsto elenca gli articoli previsti in un centro di evasione ordini. Ogni record di inventario previsto contiene le seguenti informazioni: nome del fornitore, data dell'ordine, dettagli sull'inventario e, facoltativamente, un ID esterno. I dettagli sull'inventario contengono le seguenti informazioni: lo SKU del prodotto, il centro di evasione, la data attesa, la quantità, l'unità di misura e i commenti. Un record di inventario previsto può contenere le informazioni relative a uno o più prodotti.

L'acquirente può visualizzare, modificare, aggiungere, chiudere, ricevere ed eliminare record di inventario attesi.

Un record di un inventario previsto non può essere eliminato una volta che l'inventario è stato ricevuto e i dettagli dell'inventario previsto non possono essere modificati o eliminati una volta che tutti quelli relativi all'inventario sono stati ricevuti.

Quando gli ordini sono prenotati in base all'inventario disponibile nel centro di evasione ordini, WebSphere Commerce assegna l'inventario a quei determinati ordini. L'assegnazione dell'inventario a un ordine lo rende non disponibile al sistema ordini. Se l'ordine viene annullato, l'inventario è di nuovo disponibile.

Se un ordine viene prenotato per l'inventario che non è disponibile, è possibile creare un ordine arretrato. Se esiste un inventario previsto che potrebbe essere utilizzato per evadere l'ordine, tale inventario viene assegnato a un record di inventario previsto.

Creazione di un record di inventario previsto

In genere, l'Acquirente crea le ricevute inventario previsto e il Ricevente riceve l'inventario in base alla ricevuta. L'acquirente chiude la ricezione quando tutti gli inventari previsti sono stati ricevuti.

Per creare un record di inventario previsto, effettuare le seguenti operazioni:

1.  Selezionare **Record di inventario previsto** dal menu **Merce**.
-  Selezionare **Record di inventario previsto** dal menu **Prodotti**.

Viene visualizzato l'elenco degli inventari previsti.

L'elenco degli inventari previsti visualizza gli ordini prenotati con i fornitori. Qui, l'Acquirente può creare un nuovo record di inventario previsto, visualizzare i dettagli di un record esistente di inventario previsto, modificare i dettagli di un record di inventario previsto, chiudere uno o più record di inventario previsto, eliminare uno o più record di inventario previsto ed eseguire prospetti correlati.

Chiusura di un record di un inventario previsto

Quando viene ricevuto tutto l'inventario relativo a un record di inventario previsto in un centro di evasione ordini, il record dovrebbe essere chiuso. Il record di inventario previsto è, in genere, chiuso da un Acquirente. Per chiudere un record di inventario previsto effettuare le seguenti operazioni:

1.  Selezionare **Record di inventario previsto** dal menu **Merce**.
-  Selezionare **Record di inventario previsto** dal menu **Prodotti**. Viene visualizzata la pagina **Inventario previsto**.
2. Selezionare le caselle di spunta alla sinistra dei record di inventario previsto che si desidera chiudere e fare clic su **Chiudi**. L'elenco di inventario previsto viene aggiornato, eliminando i record di inventario previsto chiusi.

Dopo aver chiuso un record di inventario previsto, non è possibile riaprirlo. Assicurarsi che tutto l'inventario associato al record di inventario previsto sia stato ricevuto prima di chiudere il record stesso.

Prospetti di inventario

WebSphere Commerce Accelerator fornisce i seguenti prospetti per tracciare i problemi relativi all'inventario. Per eseguire un prospetto di inventario, procedere come segue:

1.  Selezionare **Prospetti di inventario** dal menu **Operazioni**.
 Selezionare **Prospetti di inventario** dal menu **Logistica**.
2. Selezionare la casella di controllo accanto al prospetto che si desidera eseguire e fare clic su **Prospetti**.
3. Selezionare l'opzione di prospetto appropriata e fare clic su **OK**.

Ricevimenti inventario per prodotto

Questo prospetto elenca tutte le ricevute: ricevute ottenute mediante record di inventari previsti, ricevute ad hoc e ricevute aggiunte come risultato dello smaltimento dei prodotti. Utilizzare questo prospetto per revisionare le ricevute inventario. Le opzioni del prospetto includono le date di inizio e fine, gli SKU e i centri di evasione ordini. Il prospetto può essere ordinato per SKU, o per data di ricevimento.

Rettifiche dell'inventario

Questo prospetto visualizza le rettifiche inventario per prodotto. Le opzioni del prospetto includono le date di inizio e fine, gli SKU, i centri di evasione ordini e i motivi della rettifica. Il prospetto può essere ordinato per data di rettifica o per SKU. Il prospetto è raggruppato per prodotto, centro di evasione ordini e data di rettifica.

Stato dell'inventario

Questo prospetto visualizza l'assegnazione corrente dell'inventario e lo stato di ricezione dei prodotti in magazzino. Le opzioni del prospetto includono gli SKU e i centri di evasione ordini. Il prospetto può essere ordinato per SKU. Il prospetto è raggruppato per centro di evasione ordini e SKU.

Prodotti in ordini arretrati

Questo prospetto visualizza le informazioni aggiuntive sulle restituzioni per prodotto. Utilizzare questo prospetto per controllare l'assegnazione dell'inventario corrente e lo stato di ricezione dei prodotti in magazzino. Le opzioni del prospetto includono gli SKU e i centri di evasione ordini. I risultati possono essere ordinati per SKU. Il prospetto è raggruppato per centro di evasione ordini e SKU.

Record di inventario aperti

Questo prospetto visualizza i record degli inventari previsti aperti. Utilizzare questo prospetto per riesaminare le ricevute previste e i record di inventario previsti in sospeso. Le opzioni del prospetto includono le date di inizio e fine, gli SKU, i centri di evasione ordini e i fornitori. Il prospetto è ordinato per SKU e data prevista.

Attività del ricevente

Ricevimento dell'inventario previsto

In genere, un Ricevente riceve l'inventario contro un record di inventario previsto. Per ricevere l'inventario nel centro di evasione ordini, effettuare le seguenti operazioni:

1.  Selezionare **Inventario previsto** dal menu **Operazioni**.
 Selezionare **Inventario previsto** dal menu **Logistica**. Viene visualizzata la pagina Inventario previsto.
2. Dalla pagina Inventario previsto selezionare la casella di controllo accanto al record dell'inventario previsto contro il quale si desidera ricevere l'inventario e fare clic su **Dettagli**.
Viene visualizzato l'elenco dei Dettagli dell'inventario previsto.
3. Selezionare la casella di controllo accanto allo SKU che si desidera ricevere e fare clic su **Ricevi**.
4. Immettere la quantità di inventario ricevuta, il costo e la data della ricezione, quindi fare clic su **Ricevi**.

Ricevimenti inventario ad hoc

Le ricevute inventario ad hoc vengono create quando l'inventario arriva in un centro di evasione ordini senza il corrispondente record previsto. Questo potrebbe essere dovuto ad un arrivo di un inventario non previsto oppure il Venditore potrebbe scegliere di non utilizzare i record di inventario previsto per registrare le ricevute inventario.

Per utilizzare i record di un inventario ad hoc, effettuare le operazioni di seguito riportate:

1.  Selezionare **Trova inventario** dal menu **Operazioni**.
 Selezionare **Trova inventario** dal menu **Logistica**.
2. Cercare l'inventario fornendo informazioni o uno o entrambi i campi **Nome** e **SKU**, quindi fare clic su **Trova**. Il sistema esegue una ricerca e visualizza l'inventario corrispondente ai criteri di ricerca immessi nella pagina dei risultati della ricerca - Inventario.
3. Selezionare la casella di controllo accanto alla **SKU** che si desidera ricevere e fare clic su Ricevimento inventario ad hoc. Viene aperto il blocco appunti Ricevimento ad hoc.
4. Immettere le informazioni richieste nei campi appropriati e fare clic su **OK**.

Regolazione dell'inventario

Una *rettifica inventario* è una modifica diretta dei livelli di inventario sul sito. Le rettifiche inventario sono effettuate quando la quantità di un inventario nel

centro di evasione ordini non è più la stessa rispetto a quella registrata in WebSphere Commerce Accelerator. Questo accade per molte ragioni. Ad esempio, se i prodotti di un centro di evasione ordini sono oggetto di un furto o danneggiati, la quantità dell'inventario disponibile deve essere rettificata in modo da rispecchiare la situazione reale. Se, in un centro di evasione ordini è stato effettuato un conteggio e sono disponibili più prodotti di quanto precedentemente stimato, è necessario registrare anche questa condizione.

Per regolare i livelli di inventario, effettuare le seguenti operazioni:

1.  Selezionare **Trova inventario** dal menu **Operazioni**.
 Selezionare **Trova inventario** dal menu **Logistica**.
2. Ricercare l'inventario fornendo informazioni o uno o entrambi i campi **Nome** e **SKU**, quindi fare clic su **Trova**. Il sistema esegue una ricerca e visualizza l'inventario corrispondente ai criteri di ricerca immessi nella pagina dei risultati della ricerca - Inventario.
3. Selezionare la casella di controllo accanto alla **SKU** che si desidera regolare e fare clic su **Rettifica quantità**. Viene aperta la finestra di dialogo Rettifica quantità.
4. Immettere le informazioni richieste nei campi appropriati e fare clic su **OK**.

Ricevimenti dei prodotti restituiti

Quando la merce restituita viene ricevuta da un centro di evasione ordini il Ricevente registra che l'inventario è stato ricevuto. Dopo che la merce è stata ricevuta, il Responsabile delle restituzioni determina se la merce deve essere restituita all'inventario o scartata.

Per ricevere la merce, il Ricevente effettua le seguenti operazioni:

1.  Selezionare **Restituzioni** dal menu **Operazioni**.
 Selezionare **Restituzioni** dal menu **Logistica**.
2. Selezionare la casella di controllo accanto alla restituzione per la quale si desidera ricevere i prodotti e fare clic su **Ricevi**. Viene aperta la finestra di dialogo Ricevi prodotti.
3. Immettere la data e la quantità da ricevere e fare clic su **OK** per salvare le informazioni. Viene visualizzato l'elenco delle restituzioni aggiornato con le nuove informazioni.

Attività dell'Amministratore restituzioni

Selezione della disposizione dei prodotti restituiti

Dopo che i prodotti restituiti sono stati ricevuti, il Responsabile restituzioni determina se la merce deve essere restituita all'inventario o scartata.

Per impostare la disposizione dei prodotti restituiti, effettuare le seguenti operazioni:

1.  Selezionare **Restituzioni** dal menu **Operazioni**.
 Selezionare **Restituzioni** dal menu **Logistica**.
2. Selezionare la casella di controllo accanto alla restituzione con cui si desidera operare e fare clic su **Prodotti restituiti**. Viene visualizzata la pagina dei Prodotti restituiti.
3. Selezionare la casella di controllo accanto al prodotto restituito che si desidera disporre e fare clic su **Disposizione**. Viene visualizzata la pagina Disposizione.
4. Immettere le informazioni richieste nei campi appropriati e fare clic su **Aggiungi** per salvare le informazioni.

Capitolo 12. Gestione del catalogo

In questo capitolo vengono descritte le seguenti attività:

- Gestione delle categorie
- Gestione dei prodotti
- Gestione degli sconti
- Prospetti di gestione prodotti

I principali strumenti di WebSphere Commerce per la creazione e la gestione delle informazioni del catalogo sono Pacchetto Loader e Direttore catalogo. Per ulteriori informazioni sull'utilizzo di questi strumenti per la creazione di un catalogo consultare il Capitolo 7, "Creazione di un catalogo in linea" a pagina 73. Questi strumenti, eseguiti dal responsabile del sito, consentono di aggiornare in una sola volta molti prodotti. Tuttavia, il Responsabile di prodotto e il Responsabile di categoria possono aggiornare i singoli prodotti mediante gli strumenti forniti da WebSphere Commerce Accelerator. Si noti che Web Editor può anche essere utilizzato per gestire categorie e prodotti; per ulteriori informazioni su Web Editor, fare riferimento alla guida in linea.

Gestione categorie

Il Direttore categorie gestisce la gerarchia di categorie creando, modificando ed eliminando le categorie.

Il catalogo principale è lo strumento fondamentale per la gestione della merce del negozio. Il catalogo principale contiene tutte le informazioni di catalogo necessarie al negozio. Il catalogo principale è un catalogo unico, contenente tutti i prodotti, gli articoli e l'assegnazione prezzi standard per ciascuna unità.

Mediante il programma di utilità per la gestione dei prodotti è possibile visualizzare una rappresentazione del catalogo principale.

Gestione categorie

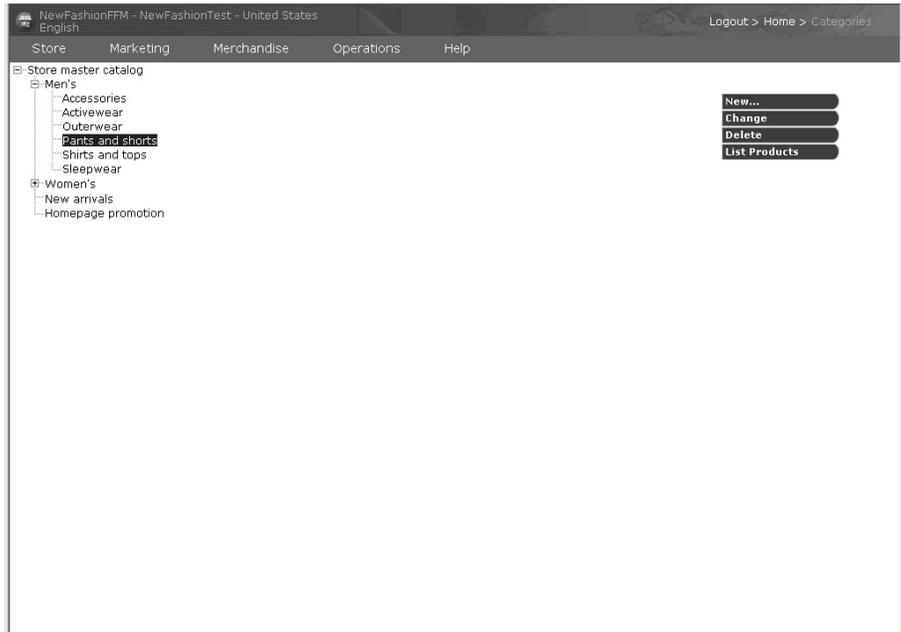
Una categoria è gruppo di oggetti con proprietà simili. Le categorie sono utilizzate per organizzare i prodotti o i servizi offerti da un negozio. Il Responsabile di categoria può creare, trovare, elencare, modificare ed eliminare le categorie. È possibile classificare i prodotti e gli SKU in diverse categorie principali.

Per gestire le categorie, effettuare le seguenti operazioni:

1.  Selezionare **Categorie** dal menu **Merce**.

► **B2B** Selezionare **Categorie** dal menu **Prodotti**.

Viene visualizzata la pagina Categorie.



2. Selezionare l'operazione desiderata: Nuovo, Modifica, Elimina, Elenco prodotti.

Ricerca di una categoria

Per trovare una categoria, effettuare le seguenti operazioni:

1. ► **B2C** Selezionare **Trova categoria** dal menu **Merce**.

► **B2B** Selezionare **Trova categoria** dal menu **Prodotti**.

2. Nella pagina di ricerca, immettere il nome o la descrizione della categoria e fare clic su **Trova**.

Viene visualizzato un elenco di categorie che corrisponde ai criteri di ricerca.

Gestione dei prodotti

In WebSphere Commerce Accelerator un prodotto può disporre delle seguenti caratteristiche:

- Il codice prodotto, che identifica in modo univoco il prodotto.
- Il nome prodotto e la descrizione.

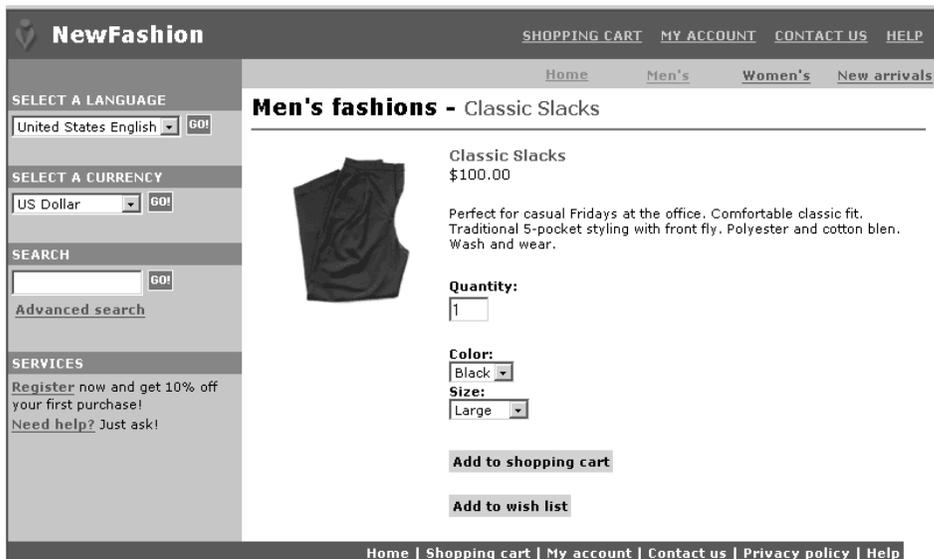
- Le opzioni relative al merchandising, quale l'indicazione che un prodotto è attualmente visualizzato dai clienti o è una parte di una promozione speciale.
- Le immagini in miniatura e a dimensioni reali del prodotto.
- Le specifiche di imposte e di spedizione.
- Gli sconti assegnati al prodotto.
- Informazioni sul produttore.
- Le seguenti informazioni avanzate:
 - Un URL. Per le vendite di software in linea, è possibile specificare un sito Web per eseguire il download del software.
 - Una descrizione prodotto in formato XML.

Creazione di prodotti, attributi e SKU

Una volta che il Responsabile di categoria ha creato le categorie del catalogo, il Responsabile di prodotto può creare le voci di catalogo o i prodotti.

L'esempio di seguito riportato dimostra come il Direttore prodotti può inserire un prodotto nuovo nel catalogo del negozio. L'esempio presuppone che il negozio sia basato sull'esempio del negozio InFashion. Il prodotto di esempio, Pantaloni classici, è disponibile in rosso o in nero nelle taglie piccola, media e grande. Il negozio addebita le spese di spedizione in base all'ordine, quindi non sono richieste le informazioni sulla spedizione livello di prodotto. Il prodotto non è compreso in alcuna categoria particolare, quindi, non è necessario che siano applicate tasse sulle vendite a livello di prodotto. Il negozio supporta le divise USD e EUR.

La figura di seguito riportata illustra il prodotto appena creato nel negozio NewFashion.



Passo 1. Creazione del prodotto.

I prodotti funzionano come modelli per gli SKU, i singoli articoli che sono infine venduti a un cliente. La procedura guidata Prodotti consente di creare nuovi prodotti per il catalogo.

- a. **B2C** Selezionare **Prodotti** dal menu **Merce**.
 - B2B** Selezionare **Prodotti** dal menu **Prodotti** Viene visualizzato l'elenco dei prodotti.
- b. Fare clic su **Nuovo**. Il blocco appunti Prodotto apre la pagina Generale.
- c. Immettere le informazioni di seguito riportate:

Codice prodotto	SKU-0003
Nome	Pantaloni classici
Visualizza ai clienti	✓
Per acquisto	✓
- d. Fare clic su **Avanti**. Viene visualizzata la pagina Descrizione. Immettere le informazioni di seguito riportate:

Descrizione breve	Pantaloni classici
-------------------	--------------------

Descrizione dettagliata	Perfetti per i venerdì informali in ufficio. Taglio classico confortevole. Cinque tasche tradizionale con abbottonatura nascosta. Misto poliestere e cotone. Non necessita di stiratura.
-------------------------	--

Fare clic su **Avanti**. Viene visualizzata la pagina Categoria.

- e. Nella pagina Categoria, espandere l'icona accanto al catalogo principale del negozio, quindi espandere la voce Uomo. Selezionare Pantaloni e bermuda e fare clic su **Avanti**. Viene visualizzata la pagina Immagini.
- f. Immettere la directory in cui sono memorizzate le immagini del prodotto, quali:

File di immagine a dimensione intera e percorso	images/mens_pants_dress.gif
---	-----------------------------

Miniatura del file di immagine e percorso	images/mens_pants_dress.gif
---	-----------------------------

Queste informazioni si riferiscono alla directory sulla macchina WebSphere Commerce in cui sono ubicate le immagini memorizzate. Per definire nuove immagini da utilizzare nel negozio, utilizzare il blocco appunti copia pubblicitaria descritto nella sezione "Copia pubblicitaria" a pagina 203. Per questo esempio sono state utilizzate immagini già esistenti nella cartella delle immagini di NewFashion.

Fare clic su **Avanti**. Viene visualizzata la pagina Produttore.

- g. I negozi basati sull'esempio NewFashion non visualizzano informazioni sul produttore, quindi fare clic su **Avanti**. Viene visualizzata la pagina Sconti.
- h. In questa pagina vengono visualizzati tutti gli sconti applicati al prodotto. Poiché non è stato definito alcuno sconto, viene visualizzato il seguente messaggio:
Nessuno sconto è assegnato al prodotto specificato.
Per creare uno sconto nuovo, dal menu Merce, selezionare **Sconti**, quindi **Nuovo**.

Fare clic su **Avanti**, viene visualizzata la pagina Tasse sulle vendite.

- i. La pagina Tasse di spedizione visualizza il seguente messaggio.
Non ci sono tasse sulla vendita definite o disponibili da assegnare a questo prodotto.

Fare clic su **Avanti**. Viene visualizzata la pagina Tasse di spedizione.

- j. La pagina Tasse sulla vendita visualizza il seguente messaggio.
Non ci sono tasse sulla vendita definite o disponibili da assegnare a questo prodotto.

Fare clic su **Avanti**. Viene visualizzata la pagina Categorie di spedizione.

- k. Il campo relativo alle categorie disponibili visualizza le categorie di spedizione che il negozio ha definito. Il campo categorie selezionate visualizza tutte le categorie di spedizione assegnate al prodotto. Utilizzare questa pagina per aggiungere o gestire le categorie di spedizione di un prodotto. Una categoria di spedizione è generalmente definita da una scala di peso, dimensione o quantità. Ad esempio, è possibile disporre di una categoria di spedizione per ordini di grandi, medi o piccole quantità. A ciascuna categoria di spedizione viene assegnata una diversa spesa tassa. Fare clic su **Avanti**. Viene visualizzata la pagina Unità di misura.

- l. La pagina Unità di misura per la spedizione è utilizzata se il negozio spedisce gli ordini in base al peso dei prodotti. In questa pagina non è necessario fornire alcuna informazione. I campi sono:

Peso
Unità di misura peso
Venduto in quantità multiple di questo importo
Numero di articoli per pacco
Unità di misura

Fare clic su **Avanti**. Viene visualizzata la pagina Gestione prodotto.

- m. La pagina Gestione prodotto specifica i dettagli sulle modalità di gestione del prodotto. Accettare i valori predefiniti.

Traccia inventario ✓

Consenti ordine arretrato ✓

Forza ordine arretrato

Rilascia separatamente

Restituibile ✓

Accreditabile ✓

Immettere l'importo minimo misurabile

Unità di misura

Fare clic su **Avanti**. Viene visualizzata la pagina Avanzate.

- n. La pagina Avanzate viene utilizzata per specificare l'URL per i quali è possibile eseguire il download dei prodotti. In questa pagina non è necessario fornire alcuna informazione. Fare clic su **Fine** per salvare le modifiche e chiudere il blocco appunti. Viene visualizzata la pagina dei Prodotti.

Passo 2. Definizione dei prezzi.

Un prezzo di un prodotto o SKU, è definito in una o più valute, con un insieme di condizioni, quali una scala di quantità accettabile o un intervallo di tempo effettivo. Per utilizzare il prezzo occorre che tali condizioni siano soddisfatte. In questo esempio, i pantaloni classici sono venduti in USD e EUR. Il prezzo del prodotto rimane lo stesso a prescindere dalle unità acquistate dal cliente.

- a. Selezionare la casella di controllo alla sinistra del prodotto, SKU-0003, e fare clic su **Prezzi**. Viene visualizzata la pagina Prezzi. Questa pagina consente la definizione del prezzo di un prodotto in base alla valuta e alla quantità del prodotto venduto.
- b. Immettere 100.00.
- c. Selezionare EUR e digitare 100. Fare clic su **OK**.

Passo 3. Definizione degli attributi e dei valori degli attributi.

Gli attributi sono proprietà di prodotti in un negozio in linea, come colore o dimensione. Ciascuna combinazione possibile di attributi e valori degli attributi è uguale a una nuova SKU.

Per l'esempio dei pantaloni classici, sono stati definiti due attributi: taglia e colore. Notare che sono disponibili sei combinazioni ordinabili di pantaloni classici, 2 taglie piccole, 2 medie e 2 grandi.

	Piccolo	Medio	Grande
Rosso	✓	✓	✓
Nero	✓	✓	✓

- a. Selezionare la casella di controllo alla sinistra del prodotto se si desidera operare con quest'ultimo e fare clic su **Attributi**. Viene visualizzata la pagina Attributi.
- b. Per creare un nuovo attributo, fare clic su **Avanti**. Viene visualizzata la pagina Nuovo attributo.
- c. Dall'elenco a discesa Lingua, selezionare Inglese Stati Uniti.
- d. Immettere la Taglia, assicurarsi che il tipo di attributo Testo sia selezionato e fare clic su **Aggiungi valore**.
- e. Nel campo Valore digitare S, fare clic su **Aggiungi**.

- f. Nel campo Valore digitare M, fare clic su **Aggiungi**.
- g. Nel campo Valore digitare L, fare clic su **Aggiungi**.
- h. Fare clic su **OK**. Viene visualizzato un messaggio che conferma la creazione dell'attributo. Viene visualizzata la pagina Elenco attributi.
- i. Per creare un nuovo attributo, fare clic su **Avanti**. Viene visualizzata la pagina informazioni generali Attributi.
- j. Immettere la Colore, assicurarsi che il tipo di attributo Testo sia selezionato e fare clic su **Aggiungi valore**.
- k. Nel campo Valore digitare Rosso, fare clic su **Aggiungi**.
- l. Nel campo Valore digitare Nero, fare clic su **Aggiungi**.
- m. Fare clic su **OK**. Viene visualizzato un messaggio che conferma la creazione dell'attributo. Viene visualizzata la pagina Elenco attributi.

Se lo si desidera, aggiungere i valori degli attributi per tutte le lingue supportate dal negozio.

Passo 4. Generazione degli SKU.

Una volta creato il prodotto, gli attributi e il valore degli attributi, è necessario creare gli SKU per rappresentare ciascun articolo ordinabile di merce per la vendita. Tutti gli SKU relativi ad un determinato prodotto dispongono dello stesso insieme di attributi e si distinguono mediante i valori degli attributi.

- a. Fare clic sul collegamento Prodotti dai collegamenti di navigazione nell'angolo in alto a destra. Viene visualizzata la pagina Elenco prodotti.
- b. Selezionare la casella di controllo alla sinistra del prodotto con cui si sta operando e fare clic su **Genera SKU**
Attendere qualche secondo affinché vengano creati gli SKU. Nell'esempio dei pantaloni classici saranno create sei SKU una per ciascuna combinazione di valori degli attributi.
- c. Se si desidera, modificare gli SKU con un numero diverso. I clienti del negozio possono visualizzare gli SKU dalla pagina Ordini.
In alcuni negozi l'Acquirente fornisce al Direttore prodotti i numeri SKU appropriati.

I prodotti e gli SKU non sono visibili nel negozio, tuttavia non esiste alcun inventario o record di inventario.

Passo 5. Per i negozi in due lingue, passare all'altra lingua del negozio. Aprire la pagina Prodotti, selezionare SKU-003 e fare clic su Modifica. Immettere un nome prodotto e una descrizione per l'altra lingua.

Passo 6. Creazione di ricevute per l'inventario

Per creare le ricevute seguire le istruzioni riportate nella sezione "Creazione di un record di inventario previsto" a pagina 149.

Prospetti di gestione prodotti

1.  Selezionare **Trova prodotti** dal menu **Merce**.
 Selezionare **Trova prodotti** dal menu **Prodotti**. Viene visualizzato l'elenco dei prodotti.
2. Fare clic su **Prospetti**. Viene visualizzata la pagina Prospetti dei prodotti. Selezionare uno dei seguenti prospetti.

Ricevimento inventario per prodotti

Questo prospetto elenca tutte le ricevute: ricevute ottenute mediante record di inventari previsti, ricevute ad hoc e ricevute aggiunte a seguito dello smaltimento dei prodotti.

Stato dell'inventario

Questo prospetto visualizza l'assegnazione corrente dell'inventario e lo stato di ricezione dei prodotti in magazzino.

Prodotti in ordini arretrati

Questo prospetto visualizza le informazioni aggiuntive sugli ordini arretrati per prodotto.

Restituzioni in sospeso

Questo prospetto elenca le restituzioni che sono state registrate, ma per le quali nessuno dei prodotti è stato ricevuto dal cliente. Questo prospetto non rappresenta le restituzioni registrate quando sono stati ricevuti alcuni prodotti dal cliente, tali restituzioni possono essere trovate nel prospetto dei Ricevimenti con restituzioni parziali.

Indicazioni aggiornate sul prodotto

Quando si modificano le informazioni sul prodotto, notare quanto segue:

- Considerare le informazioni di marketing relative al prodotto, quali sconti, campagne o aste (queste ultime due sono offerte solo in Pro Edition) associate al prodotto o ai gruppi di clienti disponibili per il negozio. Ciascuno di questi elementi può interessare il prodotto che si desidera cambiare. Ad esempio, se si aggiorna il prezzo di un prodotto, potrebbe essere necessario aggiornare anche lo sconto assegnato al prodotto. Inoltre, è anche possibile creare offerte per ciascun prodotto, sulla base dei gruppi di membri.
- Aggiornare il prezzo per tutte le valute supportate. Ad esempio, il prezzo di un maglione visualizzato è di L. 100.000 per l'Italia, \$50 per gli Stati Uniti o \$75 per il Canada.

- Se si elimina un attributo o un valore di attributo, vengono eliminati tutti gli SKU esistenti contenenti quel valore di attributo.

Ricerca di un prodotto

Per trovare i prodotti in un negozio, procedere come segue:

-  Selezionare **Trova prodotti** dal menu **Merce**.
-  Selezionare **Trova prodotti** dal menu **Prodotti**.

In questo modo vengono ricercati i prodotti del negozio in base a SKU (Stock Keeping Unit), nome, descrizione, gruppo prodotti o categoria. Se il sistema trova più prodotti corrispondenti ai criteri di ricerca stabiliti, i risultati della ricerca verranno visualizzati in un elenco.

Sconti

Gli sconti offrono ai clienti degli incentivi per gli acquisti. È possibile offrire sconti percentuali (come ad esempio, il 10% di sconto), o sconti a valore fisso (come ad esempio 15 dollari americani di sconto). Gli sconti possono essere applicati a prodotti specifici, a SKU specifiche o all'acquisto totale. Ad esempio, è possibile offrire una riduzione del 20% ai cittadini adulti oppure, se si dispone di molti berretti rossi da baseball in magazzino, è possibile offrire uno sconto del 25% sui cappellini per un periodo di tempo limitato.

Creare gli sconti utilizzando la procedura guidata Sconti di WebSphere Commerce Accelerator. Gli utenti appartenenti a uno dei seguenti ruoli possono creare degli sconti: Responsabile prodotto, Acquirente, Responsabile categoria, Responsabile commerciale, Rappresentante account. È, inoltre, possibile creare gli sconti utilizzando il pacchetto Loader o è possibile importarli durante una migrazione da una versione precedente. Questi sconti funzionano correttamente, ma non vengono visualizzati in modo appropriato in WebSphere Commerce Accelerator.

Gli sconti possono essere attivi o non attivi. Gli sconti sono attivi per impostazione predefinita quando vengono creati, ma possono essere disattivati in ogni momento mediante WebSphere Commerce Accelerator. Ad esempio, è possibile disattivare uno sconto prima della data di scadenza se si nota che il livello di inventario del prodotto scontato è inferiore alla domanda in aumento.

Per impostazione predefinita, gli sconti vengono visualizzati nella pagina di Checkout. La pagina di Checkout viene visualizzata dopo che il cliente ha fornito le informazioni sul pagamento, quindi è possibile che il cliente non sia consapevole dello sconto prima di aver acquistato i prodotti. È possibile pubblicizzare gli sconti mediante gli strumenti di marketing forniti da WebSphere Commerce Accelerator. Per eseguire tale operazione, creare e

copiare i prodotti che supportano lo sconto e selezionare la copia annuncio pubblicitario, durante la pianificazione dell'annuncio, per occupare un determinato spot di e-marketing.

Tipi di sconto

In WebSphere Commerce sono disponibili nove tipi di sconto diversi. Le tabelle di seguito riportate illustrano le differenze tra i metodi di calcolo utilizzati e i risultati finali.

Sconti semplici

Un cliente acquista 4 libri al prezzo di dieci dollari americani ciascuno. Inoltre, il cliente acquista 3 DVD al prezzo di venti dollari americani ciascuno. Il prezzo totale senza sconto è di 100 dollari americani. Lo sconto viene applicato per determinare il prezzo finale.

Tabella 2. Sconti semplici: Calcolo A

Tipi di sconto	Regole	Calcolo	Risultato
Percentuale scontata sull'acquisto totale	25% sull'acquisto totale senza requisiti minimi.	$[(4 \times \$10) + (3 \times \$20)] \times (1 - 25\%)$	\$75
Valore scontato sull'acquisto totale	Se si spendono almeno \$90 è possibile risparmiarne \$15 sul totale dell'acquisto	$[(4 \times \$10) + (3 \times \$20)] - \$15$	\$85
Percentuale scontata per prodotto	25% di sconto su ciascun libro per un acquisto uguale o superiore ai quattro libri.	$[4 \times (\$10 \times \{1 - 25\%\})] + (3 \times \$20)$	\$90
Valore scontato per prodotto	Per ogni 3 libri acquistati, 5 dollari americani di sconto per ciascun libro	$[4 \times (\$10 - \$5)] + (3 \times \$20)$	\$80

Sconti a più scale

Calcolo A:

Un cliente acquista 4 libri al prezzo di dieci dollari americani ciascuno. Inoltre, il cliente acquista 3 DVD al prezzo di venti dollari americani ciascuno. Il prezzo totale senza sconto è di 100 dollari americani. Lo sconto viene applicato per determinare il prezzo finale.

Tabella 3. Sconti a più scale: Calcolo A

Tipi di sconto	Regole		Calcolo	Risultato
Percentuale scontata sull'acquisto totale	0-\$39.99	Nessuno sconto	$[(4 \times \$10) + (3 \times \$20)] \times (1-10\%)$	\$90
	\$40-\$109.99	10% di sconto sull'acquisto totale		
	\$110 e oltre	20% di sconto sull'acquisto totale		
Valore scontato sull'acquisto totale	0-\$99.99	Nessuno sconto	$[(4 \times \$10) + (3 \times \$20)] - \$10$	\$90
	\$100-\$199.99	\$10 di sconto sull'acquisto totale		
	\$200 e oltre	\$20 di sconto sull'acquisto totale		
Valore scontato dei prodotti qualificati	1-5 libri	\$10 di sconto sul totale parziale del libro	$[(4 \times \$10) - \$10] + (3 \times \$20)$	\$90
	6 o più libri	\$20 di sconto sul totale parziale del libro		
Percentuale scontata per prodotto	1-5 libri	10% di sconto per ciascun libro	$[4 \times (\$10 \times \{1-10\%})] + (3 \times \$20)$	\$96
	6 o più libri	20% di sconto per ciascun libro		
Valore scontato per prodotto	1-5 libri	\$3 di sconto per ciascun libro	$[4 \times (\$10 - \$3)] + (3 \times \$20)$	\$88
	6 o più libri	\$6 di sconto per ciascun libro		

Calcolo B:

Un cliente acquista 8 libri al prezzo di dieci dollari americani ciascuno. Inoltre, il cliente acquista 2 DVD al prezzo di venti dollari americani ciascuno. Il prezzo totale senza sconto è di 120 dollari americani. Lo sconto viene applicato per determinare il prezzo finale.

Tabella 4. Sconti a più scale: Calcolo B

Tipi di sconto	Regole		Calcolo	Risultato
Percentuale scontata sull'acquisto totale	0-\$39.99	Nessuno sconto	$[(8 \times \$10) + (2 \times \$20)] \times (1-20\%)$	\$96
	\$40-\$109.99	10% di sconto sull'acquisto totale		
	\$110 e oltre	20% di sconto sull'acquisto totale		
Valore scontato sull'acquisto totale	0-\$99.99	Nessuno sconto	$[(8 \times \$10) + (2 \times \$20)] - \$10$	\$110
	\$100-\$199.99	\$10 di sconto sull'acquisto totale		
	\$200 e oltre	\$20 di sconto sull'acquisto totale		
Valore scontato dei prodotti qualificati	1-5 libri	\$10 dollari di sconto sul totale parziale del libro	$[(8 \times \$10) - \$20] + (2 \times \$20)$	\$100
	6 o più libri	\$20 dollari di sconto sul totale parziale del libro		
Percentuale scontata per prodotto	1-5 libri	10% di sconto per ciascun libro	$\{8 \times [\$10 \times (1-20\%)]\} + (2 \times \$20)$	\$104
	6 o più libri	20% di sconto per ciascun libro		
Valore scontato per prodotto	1-5 libri	\$3 di sconto per ciascun libro	$[8 \times (\$10 - \$6)] + (2 \times \$20)$	\$72
	6 o più libri	\$6 di sconto per ciascun libro		

Avvio della pagina Sconti

Le fasi riportate di seguito descrivono come navigare alla pagina Elenco sconti. Da questa pagina è possibile creare un codice sconto, eliminare un codice esistente, attivare o disattivare uno sconto e visualizzare un riepilogo del codice di sconto selezionato.

1.  Selezionare **Sconti** dal menu **Merce**.

 Selezionare **Sconti** dal menu **Prodotti**.

Viene visualizzata la pagina Elenco sconti, contenente un elenco degli sconti attualmente definiti.

2. Selezionare l'operazione appropriata:

Nuovo

Crea un nuovo codice sconto. A meno che lo sconto non debba

essere applicato all'acquisto totale, è necessario assegnare lo sconto a un prodotto o a uno SKU dopo averlo creato. Per assegnare uno sconto a un prodotto o a uno SKU seguire le istruzioni riportate nella sezione "Assegnazione di uno sconto a un prodotto o a uno SKU".

Riepilogo

Visualizza un riepilogo di uno sconto esistente. Il riepilogo contiene le seguenti informazioni: nome sconto, descrizione e i criteri attualmente definiti.

Attivazione

Attiva uno sconto.

Disattivazione

Disattiva uno sconto. Gli sconti possono essere disattivati se non sono correlati ad alcun prodotto, SKU o ordine.

Eliminazione

Elimina il codice sconto. I codici sconto possono essere eliminati solo se nessun prodotto, SKU o ordine è attualmente correlato al codice sconto. Facendo clic su Elimina viene eliminato lo sconto dall'elenco sconti, ma non dal database. Per eliminare un codice sconto dal database è necessario che il Responsabile del sito esegua il programma di utilità dbclean.

Assegnazione di uno sconto a un prodotto o a uno SKU

È possibile assegnare uno sconto a un prodotto o a uno SKU. Assegnare uno sconto al prodotto se tutti gli SKU ordinabili contenuti nel prodotto devono essere scontati. Assegnare lo sconto a un determinato SKU se non devono essere scontati tutti gli SKU di un prodotto.

1.  Selezionare **Prodotti** dal menu **Merce**.

 Selezionare **Prodotti** dal menu **Prodotti**.

Viene visualizzata la pagina elenco Prodotti, contenente un elenco dei prodotti attualmente definiti.

2. Applicazione di uno sconto:

- A un prodotto
 - Aprire il blocco appunti Prodotto selezionando la casella di controllo accanto al prodotto con cui si desidera operare e fare clic su **Aggiorna**.
 - Dal frame di navigazione sinistro, fare clic su **Sconti**. Viene visualizzata la pagina Sconti.
 - Per assegnare uno sconto a un prodotto, selezionare il nome sconto dall'elenco Sconti disponibili fare clic su **Aggiungi**.

- Per effettuare ulteriori modifiche a questo prodotto, utilizzare i collegamenti disponibili a sinistra per passare a ciascuna pagina di prodotto. Per salvare le assegnazioni agli sconti modificati, fare clic su **OK**.
- A uno SKU
 - Elencare gli SKU con cui si desidera operare selezionando la casella di controllo alla sinistra del prodotto e fare clic su **SKU**.
 - Aprire il blocco appunti SKU selezionando la casella di controllo accanto allo SKU con cui si desidera operare e fare clic su **Aggiorna**.
 - Dal frame di navigazione sinistro, fare clic su **Sconti**. Viene visualizzata la pagina Sconti.
 - Per assegnare uno sconto a uno SKU, selezionare il nome sconto dall'elenco Sconti disponibili fare clic su **Aggiungi**.
 - Per effettuare ulteriori modifiche allo SKU, utilizzare i collegamenti disponibili a sinistra per passare a ciascuna pagina degli SKU. Per salvare le assegnazioni agli sconti modificati, fare clic su **OK**.

Capitolo 13. Gestione delle informazioni del cliente

In questo capitolo vengono descritte le seguenti attività chiave del servizio clienti:

- Ricerca di un cliente
- Modifica informazioni cliente (ripristino password, informazioni demografiche, sblocco account)
- Assistenza clienti
- Ricerca di un ordine
- Creazione di un ordine per un cliente registrato
- Creazione di un ordine per un cliente non registrato
- Modifica di un ordine
- Annullamento di un ordine
- Aggiunta di commenti a un ordine
- Elaborare il pagamento
- Gestione delle restituzioni

Le attività elencate sopra di solito vengono eseguite dal Responsabile del servizio clienti o, per un negozio business-to-business, da un Responsabile account.

Informazioni di registrazione cliente

Le informazioni sui clienti registrati possono essere gestite da un Rappresentante del servizio clienti. I clienti ospiti o quelli non registrati non dispongono di informazioni memorizzate all'interno del database, pertanto non sono presenti informazioni da gestire.

cliente non registrato

Un cliente che non dispone di un ID di accesso e di una password per effettuare gli acquisti al negozio. Il cliente non ha fornito informazioni sulla registrazione, quali informazioni demografiche e sui contatti, e gli elenchi di interesse e gli articoli dei carrelli degli acquisti non verranno conservati per visite future. Un cliente non registrato viene considerato come un ospite.

cliente registrato

Un cliente che ha fornito le informazioni per la creazione di un profilo di registrazione. Tale cliente dispone di un ID di accesso e di una password che vengono richiesti quando si presenta un ordine al negozio. Tutti gli elenchi di interessi e gli articoli del carrello degli acquisti vengono "salvati" in modo che il cliente non debba sfogliare tutto il catalogo in linea nelle visite successive.

Per gestire le informazioni del cliente, quali l'indirizzo, la password, o lo stato account, il Rappresentante del servizio clienti può eseguire una ricerca per cliente e, quindi, aggiornarne le informazioni. Le informazioni di registrazione che i clienti forniscono dipendono dal modello di negozio e alcune di queste informazioni possono essere facoltative. Per visualizzare o aggiornare le informazioni del cliente, utilizzare il blocco appunti informazioni sul cliente. Nel blocco appunti sono visualizzate le informazioni di seguito riportate:

Informazioni generali

Informazioni sulla protezione, una domanda e una risposta di verifica identità e uno stato del certificato di protezione X.509, se applicabile. Le informazioni generali includono il nome completo del cliente, la lingua e la valuta preferite e lo stato account(abilitato o disabilitato).

Indirizzo

Indirizzo completo.

Persona di riferimento

Informazioni sui contatti, quali indirizzi e-mail, numeri di telefono e numeri di fax. I clienti possono indicare il metodo di comunicazione preferito e il momento della giornata più adatto per chiamare. I clienti possono anche specificare se desiderano ricevere materiale promozionale dal negozio.

Informazioni demografiche

Informazioni demografiche, quali età, sesso, stato civile, reddito annuo, numero di componenti familiari, numero di figli, cliente abituale, occupazione, datore di lavoro e hobby.

Ricerca di un cliente

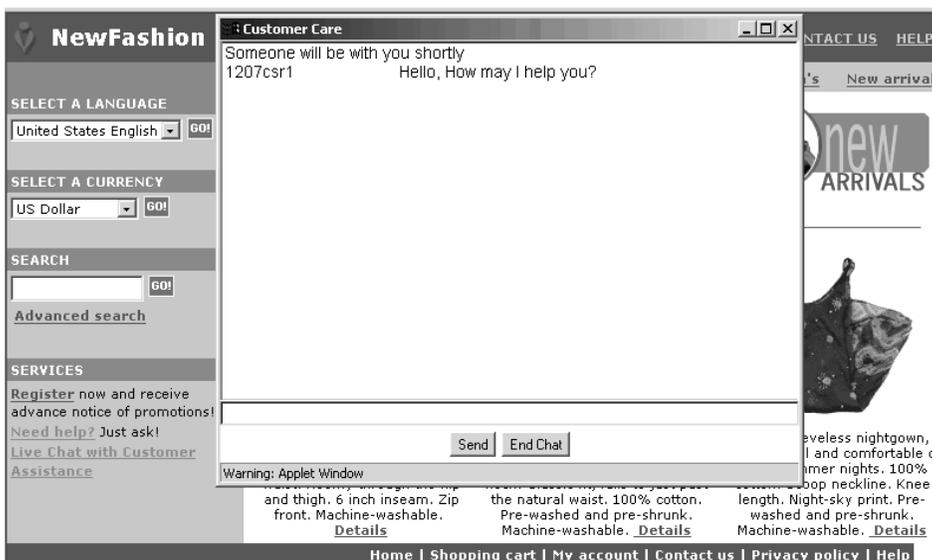
Per modificare le informazioni di registrazione sui clienti, utilizzare il blocco appunti Informazioni sui clienti e aggiornare i campi come richiesto. Per aprire un blocco appunti, effettuare le seguenti operazioni:

-  Selezionare l'opzione **Trova clienti** dal menu **Operazioni**.
-  Selezionare l'opzione **Trova clienti** dal menu **Vendite**.

È possibile ricercare un cliente in base alla ID, di registrazione, del nome e del cognome, del numero di telefono principale, dell'indirizzo e-mail principale, della città e dell'indirizzo di contatto, del codice postale dell'indirizzo di contatto e se applicabile dell'account dell'azienda. Immettere le informazioni appropriate e fare clic su **Trova**.

Assistenza clienti

Il negozio di esempio NewFashion contiene una dimostrazione della funzione di assistenza clienti. La funzione Assistenza clienti fornisce il supporto per l'assistenza ai clienti in tempo reale mediante un'interfaccia di testo sincrona che utilizza il server Lotus Sametime. Un cliente può entrare nel sito e fare clic su un collegamento della pagina del negozio per collegarsi con un Rappresentante del servizio clienti (CSR), in modo da stabilire una comunicazione o una conversazione su Internet.



Un CSR accede all'interfaccia dell'assistenza clienti mediante WebSphere Commerce Accelerator. Inoltre, il CSR può visualizzare la pagina del negozio per la quale il cliente ha bisogno di assistenza e richiamare le informazioni relative al carrello degli acquisti e al profilo. Questa interfaccia inoltre consente al CSR di conversare con altri CSR. Per ulteriori informazioni fare riferimento all'argomento della guida in linea *Panoramica su Assistenza clienti*.

Abilitazione di Assistenza clienti

Per utilizzare Assistenza clienti Sametime, è necessario prima installarlo e configurarlo con WebSphere Commerce. Per istruzioni, fare riferimento al manuale *WebSphere Commerce Additional Software*.

Gestione degli ordini del cliente

È possibile tenere traccia e gestire i dettagli relativi agli ordini, compreso il cliente, il destinatario, i prodotti e la quantità, il costo complessivo (incluse le tasse e gli addebiti di spedizione), le specifiche di spedizione, il metodo di pagamento e i commenti. La gestione degli ordini cliente comprende tre attività principali: l'esecuzione degli ordini, l'aggiornamento degli ordini

esistenti e l'autorizzazione per la restituzione della merce. È inoltre possibile annullare un ordine o includere una regolazione di prezzo al costo complessivo dell'ordine.

Come trovare gli ordini clienti

È possibile cercare un ordine in base al numero di ordine, ID di accesso del cliente, stato dell'ordine o numero di account. Per trovare un ordine di un cliente, effettuare le seguenti operazioni:

-  Selezionare l'opzione **Trova ordini** dal menu **Operazioni**.
-  Selezionare l'opzione **Trova ordini** dal menu **Vendite**.

Vengono visualizzati i risultati della ricerca. Per lavorare con l'ordine del cliente, selezionare la casella di controllo posta a sinistra dell'ordine, quindi fare clic su uno dei pulsanti presenti sulla pagina. È possibile visualizzare un riepilogo dell'ordine, modificare i prodotti e gli articoli, modificare l'indirizzo di fatturazione o le informazioni sul pagamento, aggiungere commenti, annullare l'ordine, elaborare il pagamento oppure creare una nuova restituzione per l'ordine.

Modifica degli ordini clienti

È possibile effettuare modifiche ad un ordine fino a quando questo non viene rilasciato per l'evasione. Gli ordini il cui stato corrisponde a Spedito, Annullato, Rilasciato o Depositato non possono essere modificati.

Utilizzare il blocco appunti Modifica ordine cliente per modificare i dettagli relativi a un ordine. Se, ad esempio, un cliente effettua un ordine e inizialmente indica che l'indirizzo di spedizione corrisponde a quello di fatturazione, ma poi, invece, decide che l'ordine va consegnato ad un amico, il cliente può contattare il negozio per cambiare l'indirizzo di spedizione. Utilizzare il blocco appunti Cambia ordine cliente per includere il nuovo indirizzo di spedizione nella pagina Indirizzo di spedizione all'interno del blocco appunti.

Annullamento di un ordine

Per annullare un ordine cliente, individuare l'ordine seguendo le istruzioni riportate nella sezione "Come trovare gli ordini clienti" quindi fare clic su **Annulla ordine**. Quando si annulla un ordine cliente, è possibile includere un motivo per l'annullamento, ad esempio il cliente ha ordinato il prodotto sbagliato per errore, oppure il prodotto selezionato è temporaneamente esaurito e il cliente non intende aspettare che sia disponibile. È possibile scegliere se inviare un messaggio di e-mail al cliente contenente il testo del commento. Gli ordini il cui stato corrisponde a Spedito, Annullato, Rilasciato o Depositato non possono essere annullati.

Aggiunta di commenti a un ordine

Per aggiungere commenti a un ordine, individuare l'ordine seguendo le istruzioni riportate nella sezione "Come trovare gli ordini clienti" a pagina 174 quindi fare clic su **Aggiungi commento**. È anche possibile indicare che il commento deve essere inviato via e-mail al cliente.

È possibile aggiungere un commento a un ordine per comodità personale o inviare il commento al cliente via e-mail. Ad esempio, se l'inventario non è sufficiente a soddisfare un ordine, è possibile indicare il motivo in un commento e inviare un e-mail ai clienti. In questo modo, i clienti conosceranno il motivo di eventuali ritardi.

Elaborazione di un pagamento per un ordine

Prima di inoltrare un ordine, è necessario che il pagamento venga approvato. Per l'elaborazione dei pagamenti viene utilizzato Payment Manager. Per modificare lo stato del pagamento di un ordine cliente, gli utenti che dispongono degli appropriati livelli di autorizzazione possono collegarsi a Payment Manager da WebSphere Commerce Accelerator. Per elaborare i pagamenti, fare clic su **Elabora pagamento** all'interno della pagina Ordini. Gli stati dei pagamenti sono pagamento sospeso, approvato, depositato, chiuso, nullo o negato.

Creazione di nuovi ordini cliente

Per creare un ordine cliente, utilizzare uno dei seguenti metodi. Seguire le pagine della procedura guidata per il nuovo ordine cliente per fornire le informazioni necessarie per un ordine, inclusi i prodotti, la quantità, l'indirizzo di fatturazione, l'indirizzo di spedizione, il metodo di spedizione, l'opzione di pagamento e un commento o una regolazione del prezzo, se lo si desidera.

Creazione di un ordine per un cliente registrato

-  Selezionare l'opzione **Trova clienti** dal menu **Operazioni**.
 Selezionare l'opzione **Trova clienti** dal menu **Vendite**.
Viene visualizzato l'elenco dei risultati della ricerca.
- Selezionare dall'elenco il cliente con il quale si desidera lavorare e fare clic su **Effettua ordine** per aprire la procedura guidata Nuovo ordine cliente.

Creazione di un ordine per un cliente non registrato

-  Selezionare l'opzione **Effettua ordine clienti non registrati** dal menu **Operazioni**.
 Selezionare l'opzione **Effettua ordine clienti non registrati** dal menu **Vendite**.
Viene avviata la procedura automatica per creare un nuovo ordine cliente.

Restituzioni

Se un cliente non è soddisfatto dell'acquisto effettuato, è possibile richiedere un rimborso dell'esatto valore dell'acquisto come credito rimborsato sulla carta di credito o sulla linea di credito. In WebSphere Commerce, tale restituzione comprende un credito per le tasse pagate sull'ordine ma non necessariamente per le spese di spedizione. Per rimborsare i costi di spedizione del cliente, è necessario aggiungere questa opzione manualmente all'ammontare totale del rimborso.

A seconda del proprio settore aziendale, non sempre una restituzione implica che il cliente restituisca fisicamente il prodotto non desiderato. Ad esempio, nel caso in cui un cliente richiede un rimborso per un prodotto fresco acquistato in un negozio di alimentari, probabilmente, non sarà richiesto di restituire il prodotto al negozio.

Quando viene creato un negozio, contestualmente sono definite anche i criteri per le restituzioni, ad esempio, il negozio NewFashion definisce che tutte le restituzioni sono automaticamente approvate se richieste entro 30 giorni dalla data di acquisto. Il negozio NewFashion non addebita spese di restituzione. Per restituire la merce il cliente deve essere autorizzato da un centro evasione ordini, e tale autorizzazione è denominata RMA (Return Merchandise Authorization). I clienti possono contattare il negozio e chiedere a un Rappresentante del servizio clienti di avviare la procedura RMA. Tutte le restituzioni che rientrano nel criterio di restituzione del negozio sono automaticamente approvate dal sistema. Le restituzioni che non rientrano nella politica di restituzione del negozio devono essere approvate dal Supervisore del servizio clienti.

Creazione di una restituzione

Le restituzioni sono create utilizzando la procedura guidata Nuova restituzione e il blocco appunti Modifica restituzione in WebSphere Commerce Accelerator. Per creare la ricerca di una restituzione per cliente o per ordine per il quale deve essere preparata la restituzione, effettuare le operazioni di seguito riportate. Dalla pagina dell'Elenco clienti o dalla pagina Elenco ordini fare clic su **Nuova restituzione**.

Approvazione di una restituzione negata dal sistema

WebSphere Commerce nega tutte le restituzioni che non rientrano nel criterio di restituzione del negozio. Di seguito sono riportati i motivi comuni per la negazione di una restituzione:

- Occorre che il prodotto sia fisicamente restituito al negozio per averne il rimborso. Ad esempio, supporre che un CD sia originariamente contrassegnato nel sistema come articolo che deve essere restituito affinché il cliente ne riceva il rimborso, tuttavia il cliente si rivolge al negozio per specificare che il CD è stato graffiato durante la consegna. Invece di far rispedito il prodotto al negozio e rimborsare al cliente le spese di

spedizione, il negozio può semplicemente spedire al cliente un secondo CD, evitando di richiedere la restituzione del prodotto difettoso da parte del cliente. In questo caso, il rappresentante del servizio clienti può indicare nel sistema che non è richiesta alcuna restituzione fisica e aggiungere una nota riguardo la situazione. Il sistema nega l'approvazione della restituzione, pertanto il Supervisore del servizio clienti deve approvare manualmente tale restituzione.

- La quantità spedita è superiore alla quantità restituita. Ad esempio, il cliente ordina tre libri, ma ne restituisce solo uno.
- Il valore del credito richiesto è superiore al valore corrisposto per l'acquisto. Ad esempio, il cliente ha corrisposto il prezzo di 100.00 dollari americani per l'ordine, ma chiede un rimborso di 150.00 dollari americani. Questo può verificarsi nel caso in cui il cliente ha acquistato la merce in saldo, ma quello sconto non è più applicabile.
- Il termine di restituzione è scaduto. Ad esempio, il negozio può non accettare le restituzioni trascorsi dieci giorni dalla data dell'acquisto.
- Il sistema ha determinato se il prodotto restituito deve o non deve essere rispedito al centro di evasione ordini originario; tuttavia questo stato è stato modificato (ad esempio dal Rappresentante del servizio clienti).
- Il negozio non dispone di un criterio di approvazione automatica. In questo caso, tutte le restituzioni devono essere approvate manualmente.

Per approvare restituzioni negate dal sistema, effettuare le seguenti operazioni:

1.  Selezionare l'opzione **Trova restituzioni** dal menu **Operazioni**.

 Selezionare l'opzione **Trova restituzioni** dal menu **Logistica**.

Vengono visualizzati i risultati della ricerca.

2. Ricercare la restituzione desiderata fornendo almeno una delle seguenti informazioni sulla restituzione:
 - Numero ordine
 - Numero restituzione
 - ID collegamento creatore
 -  Nome contratto
 - Stato della restituzione

Fare clic su **Trova**. Il sistema esegue una ricerca e al termine della quale viene visualizzato un elenco delle restituzioni che corrispondono ai criteri immessi per la ricerca.

3. Selezionare la casella di controllo accanto alla restituzione desiderata e fare clic su **Approva** per approvare la restituzione selezionata. Viene aperta la finestra di dialogo **Approva restituzioni** che elenca i prodotti in restituzione che richiedono l'approvazione manuale e il motivo della negazione della restituzione da parte del sistema.

4. Fare clic su **Approva** per chiudere la finestra di dialogo.

Capitolo 14. Evasione degli ordini

In questo capitolo vengono fornite le informazioni sul processo di evasione degli ordini. I processi descritti in questo capitolo presuppongono che il negozio utilizzi le funzioni ATP disponibili in WebSphere Commerce. Se il negozio si basa sui negozi di esempio NewFashion o ToolTech, possono essere applicate le informazioni di seguito riportate. Se il negozio si basa sugli esempi InFashion, WebFashion o se viene utilizzato un sistema legacy per la gestione dell'evasione degli ordini, le funzioni descritte in questa sezione non sono applicabili.

Il processo di evasione ordini descrive una parte del ciclo vitale dell'ordine. Di seguito viene riportato un ciclo vitale dell'ordine tipico di un negozio in linea, anche se tale ciclo varia da negozio a negozio.

1. Un cliente effettua un ordine al negozio pagando con carta di credito.
2. Il Rappresentante del servizio clienti elabora il pagamento. Una volta che i fondi sono stati riservati, l'ordine viene rilasciato ed evaso. Lo stato dell'ordine corrisponde a *Inventario rispettato*.
3. L'addetto alla raccolta crea la raccolta di articoli.

Una raccolta di articoli è un insieme di rilasci. I trasportatori utilizzano la raccolta di articoli per portare tutti i prodotti necessari per la raccolta. La raccolta di articoli migliora l'efficienza. Infatti, se due rilasci richiedono lo stesso prodotto, è molto più rapido raccogliere entrambi i prodotti allo stesso tempo, piuttosto che recarsi più volte presso l'area di raccolta.

Un rilascio è un insieme di articoli dell'ordine, tutti relativi allo stesso ordine, che vengono rilasciati per l'evasione degli ordini come unica unità. Tutti gli articoli dell'ordine di un rilascio devono avere lo stesso vettore, lo stesso indirizzo di spedizione e provengono dallo stesso centro di evasione. Gli articoli che fanno parte di un rilascio possono essere rilasciati separatamente soltanto se previsto dal criterio del negozio.

4. Il personale del centro di evasione ordini raccoglie e imballa gli articoli dell'ordine.
5. L'addetto agli imballaggi immette le informazioni relative al pacco.
6. L'addetto agli imballaggi conferma la spedizione.
7. I fondi sono versati al negozio dall'azienda della carta di credito.

Questo capitolo descrive il processo di raccolta, imballaggio e spedizione di un ordine.

Evasione di un ordine

L'addetto agli imballaggi ricopre un ruolo principale nelle operazioni di evasione degli ordini. Per raccogliere, imballare e spedire gli articoli di un ordine procedere come di seguito riportato:

Creare una raccolta ordini

1. Collegarsi al negozio corrente e, quindi, al centro di evasione ordini.
2.  Dal menu **Operazioni** selezionare l'opzione **Raccolta ordini**.
 Dal menu **Logistica** selezionare l'opzione **Raccolta ordini**. Viene visualizzata la pagina Raccolta ordini.
3. Fare clic su **Crea nuovo**.
Quando è creata la raccolta viene visualizzato un messaggio di conferma. Se i rilasci da includere nella raccolta ordini sono superiori al numero massimo di rilasci disponibili, tali rilasci sono inclusi nella raccolta ordini successiva. Se non è disponibile alcun rilascio per creare una raccolta ordini, viene visualizzato un messaggio informativo. Si noti che, se tutti i rilasci sono stati spediti, la raccolta ordini non viene visualizzata nella pagina Raccolta ordini.

Raccolta degli articoli di un ordine

4. Selezionare la raccolta ordini appena creata e fare clic su **Elenco di raccolta**. Viene visualizzata la finestra di dialogo Elenco raccolta ed è possibile stampare quest'ultimo, se si desidera.
Un elenco di raccolta è un documento contenente la lista di tutti gli articoli richiesti per l'evasione dei rilasci di una determinata raccolta ordini. Questo documento è utilizzato dagli addetti agli imballaggi per l'assemblaggio dei prodotti da imballare per i rilasci di una raccolta ordini.
5. Raccogliere l'inventario dall'area di raccolta e consegnarlo alla stazione di imballaggio.

Imballaggio degli articoli di un ordine

Una bolla di accompagnamento è un documento in cui sono descritti tutti gli articoli della linea compresi in un determinato rilascio. Questo documento di solito contiene le informazioni sulla spedizione, sul vettore e sull'elenco degli articoli dell'ordine per il rilascio. Il prezzo degli articoli è riportato sulla bolla di accompagnamento, se applicabile. La bolla di accompagnamento viene utilizzata dagli addetti agli imballaggi per l'adempimento fisico dell'imballaggio degli articoli di un rilascio. La bolla di accompagnamento viene di solito inclusa nel pacco in modo che il cliente possa verificare che siano stati spediti gli articoli corretti.

6. Selezionare la raccolta ordini e fare clic su **Bolle di accompagnamento**.

Visualizzazione e stampa della bolla di accompagnamento e imballaggio del rilascio in scatola/e secondo la bolla di accompagnamento.

7. Le scatole imballate sono consegnate all'addetto alle spedizioni.

Immettere le informazioni sul pacco

8. Una volta imballati gli articoli dell'ordine, immettere le informazioni sul pacco.

 Dal menu **Operazioni** selezionare l'opzione **Rilasci pronti per la spedizione**.

 Dal menu **Logistica** selezionare l'opzione **Rilasci pronti per la spedizione**.

Viene visualizzata la pagina Rilasci pronti per la spedizione.

9. Selezionare il numero ordine e il numero rilascio appropriati e fare clic su **Pacchi**.

Viene visualizzata la pagina Dettagli nuovo pacco.

10. Immettere le informazioni di seguito riportate (in genere sono disponibili sul manifesto dello spedizioniere).

- ID pacco
- ID traccia
- ID automezzo
- Spedizioniere
- Peso del pacco
- Unità di misura
- Spese di spedizione
- La valuta
- Data di spedizione

Fare clic su **OK**. Viene visualizzato un messaggio indicante che il pacco è stato creato correttamente. Ripetere questo passo per tutti i pacchi dell'ordine.

Conferma della spedizione

11. Una volta immesse tutte le informazioni sul pacco, è possibile confermare la spedizione.

 Dal menu **Operazioni** selezionare l'opzione **Rilasci pronti per la spedizione**.

 Dal menu **Logistica** selezionare l'opzione **Rilasci pronti per la spedizione**.

Viene visualizzata la pagina Rilasci pronti per la spedizione.

12. Selezionare il numero ordine e il numero rilascio appropriati e fare clic su **Conferma spedizione**.

Viene visualizzato un messaggio indicante che la spedizione per il rilascio selezionato è stata confermata. Ripetere questo passo per tutti i rilasci

dell'ordine. Una volta confermata la spedizione per tutti i rilasci all'interno dell'ordine, lo stato dell'ordine cambia in Spedito. Si noti che gli ordini spediti non vengono visualizzati nella pagina Rilasci pronti per la spedizione.

Capitolo 15. Gestione delle relazioni commerciali

Questa sezione illustra come effettuare le seguenti attività:

- Creazione e gestione degli account cliente
- Definizione account attributi per account individuali, quali:
 - Informazioni contatto cliente
 - Ordine acquisto
 - Metodo di consegna fattura
 - Linea di credito
- Collaborazione

WebSphere Commerce Business Edition:

Le informazioni contenute in questo capitolo valgono solo per WebSphere Commerce Business Edition. Se il proprio negozio è un negozio business-to-consumer, non verrà visualizzata l'opzione Account nel menu Vendite di WebSphere Commerce Accelerator.

WebSphere Commerce Business Edition fornisce il negozio di esempio ToolTech. Per comprendere le informazioni presenti in questo capitolo si consiglia di pubblicare e configurare il negozio di esempio ToolTech. Per istruzioni sulla pubblicazione e configurazione del negozio di esempio ToolTech, fare riferimento alla guida in linea.

Politiche aziendali

I criteri aziendali sono insiemi di regole seguite da un negozio o da un gruppo di negozi che definiscono processi commerciali, pratiche industriali oltre all'ambito e alle caratteristiche delle offerte di un negozio o di un gruppo di negozi. Tali criteri rappresentano la fonte principale e il modello di riferimento per tutte le operazioni supportate e consentite all'interno di un negozio o di un gruppo di negozi.

I criteri del negozio vengono definiti durante la creazione del negozio stesso. I criteri si trovano nel file `businesspolicy.xml` del negozio contenuto, a sua volta, nel file SAR del negozio. Per istruzioni sulla creazione i criteri aziendali, fare riferimento alla *Guida per lo sviluppatore del negozio*.

In WebSphere Commerce è possibile definire i seguenti criteri aziendali:

Catalogo

I criteri aziendali per il catalogo definiscono l'ambito e le caratteristiche dei prodotti in vendita, tra cui i prezzi e la definizione delle categorie nel catalogo principale del negozio. È possibile creare i seguenti criteri aziendali per il catalogo:

Listino prezzi

Un criterio di prezzo specifica i prezzi per una serie di prodotti. Tali prezzi possono essere espressi in varie divise. Il criterio del listino prezzi può includere i prezzi basati sulla quantità. WebSphere Commerce crea un listino prezzi per tutti i prodotti del catalogo principale di un negozio. Il criterio del listino prezzi costituisce la base per l'assegnazione dei prezzi a tutti i prodotti del catalogo principale. I contratti fanno riferimento al criterio del listino prezzi, ma un contratto può offrire rettifiche percentuali rispetto al prezzo base.

Gruppi di prodotti

I gruppi di prodotti corrispondono a raccolte di prodotti. I gruppi di prodotti possono essere utilizzati per effettuare le seguenti operazioni:

1. Rettificare i prezzi dei prodotti all'interno di un listino prezzi.
2. Includere o escludere sezioni del catalogo principale in un contratto. Queste operazioni vengono definite come *concessione* o *vincoli di selezione prodotto*.

I gruppi di prodotti vengono creati dalle categorie presenti nel catalogo principale del negozio. Se un gruppo di prodotti viene creato utilizzando WebSphere Commerce Accelerator, viene conservato automaticamente quando i prodotti vengono aggiunti o rimossi dal catalogo principale del negozio.

Fatturazione, pagamento e rimborso

I criteri aziendali relativi alla fatturazione, ai pagamenti e ai rimborsi definiscono i metodi di pagamento accettati dal negozio, la modalità in cui vengono effettuati i rimborsi e il formato delle fatture emesse dal negozio. Per quanto riguarda i pagamenti, è possibile definire i seguenti criteri aziendali:

Metodi di pagamento

Un negozio può supportare qualsiasi metodo di pagamento supportato da WebSphere Payment Manager. Un negozio inoltre può accettare una linea di credito o un ordine di acquisto come metodo di pagamento.

Formato della fattura

Il formato della fattura definisce il layout della fattura da inviare all'acquirente insieme all'acquisto effettuato.

Restituzioni

I criteri aziendali per le restituzioni definiscono se i rimborsi sono accettati, il periodo di tempo per cui sono accettati e le tasse di giacenza che si applicano alle restituzioni. Per quanto riguarda le restituzioni, è possibile impostare i seguenti criteri aziendali:

Spese di restituzione

Le spese di restituzione specificano l'ammontare che deve rimborsato per la merce che viene restituita. Esse comprendono le imposte di giacenza e una percentuale del prezzo rimborsato.

Approvazioni delle restituzioni

Un criterio relativo all'approvazione delle restituzioni definisce quando una restituzione deve essere approvata automaticamente.

Metodo di pagamento dei rimborsi

Il criterio aziendale per il pagamento dei rimborsi definisce la modalità dei rimborsi da effettuare quando un cliente restituisce la merce.

Spedizione

I criteri aziendali per la spedizione definiscono gli spedizionieri che possono essere utilizzati da un negozio e le spese associate a ogni tipo di spedizione. Per quanto riguarda la spedizione, è possibile definire i seguenti criteri aziendali:

Modalità di spedizione

I criteri aziendali per la modalità di spedizione definiscono le modalità in cui viene spedito un ordine e i corrieri che possono essere utilizzati dal negozio.

Il negozio di esempio ToolTech definisce le seguenti modalità di spedizione.

- **Posta internazionale**, 5.00 dollari americani per ordine più 1.00 dollari americani per ciascun articolo, 5 giorni lavorativi
- **Posta espressa**, 6.00 dollari americani per ordine più 2.00 dollari americani per ciascun articolo, 3 giorni lavorativi
- **Corriere**, 10.00 dollari americani per ordine più 3.00 dollari americani per ciascun articolo, 1 giorno lavorativo

Per modificare le norme di spedizione, modificare il file `shipping.xml` oppure utilizzare il blocco appunti Spedizione. Il blocco appunti Spedizioni è descritto nella sezione 3 a pagina 65.

Tipi di spese di spedizione

Sono supportati i seguenti tipi di spese di spedizione:

- Nessuna spesa di spedizione
- Il Venditore calcola le spese di spedizione durante l'acquisizione dell'ordine
- Il corriere fattura le spese di spedizione all'Acquirente

Concessioni cliente

I criteri aziendali definiscono la portata delle prassi applicate in un negozio o un gruppo di negozi. Le concessioni ai clienti consentono di personalizzare il comportamento di un negozio in base ai diversi clienti. La concessione al cliente si riferisce alle azioni che un cliente può eseguire in un negozio. È

possibile fare *concessioni* ai clienti sotto diversi aspetti. Ad esempio, i prodotti che possono acquistare, il prezzo di un prodotto e i metodi di pagamento accettati. La concessione al cliente viene regolata dai termini e dalle condizioni definiti in un *contratto* fra l'Acquirente e il Venditore.

Le concessioni di un cliente predefinite vengono definite dal *contratto predefinito* di un negozio. Tale contratto predefinito di solito specifica che i clienti possono accedere al catalogo principale del negozio e possono pertanto acquistare gli articoli ai prezzi base. Il contratto predefinito specifica inoltre i metodi di pagamento accettati e il metodo di spedizione utilizzato dagli spedizionieri per inviare gli ordini.

Contratto predefinito

Un contratto predefinito definisce le concessioni di un cliente predefinito per un negozio o per un gruppo di negozi. Le impostazioni predefinite del contratto sono definite nel file `contract.xml`, dove viene creato il negozio. Il contratto predefinito si applica a tutti i clienti che effettuano degli acquisti in un negozio e per i quali non è stato stipulato alcun contratto. Se al cliente viene concesso di acquistare prodotti non previsti da un contratto, viene applicato il contratto predefinito.

Il contratto predefinito per un negozio è preimpostato in modo da specificare le seguenti concessioni per il cliente:

- Il cliente può acquistare tutti i prodotti disponibili nel catalogo del negozio.
- Il cliente paga il prezzo base per i prodotti. Non viene applicato alcun ribasso o rialzo.
- Il pagamento viene specificato durante l'elaborazione dell'ordine. Il cliente può utilizzare qualsiasi metodo di pagamento accettato dal negozio.
- Per la spedizione dell'ordine, il cliente può scegliere qualunque spedizioniere supportato dal negozio.
- L'indirizzo di spedizione per l'ordine deve essere specificato dal cliente durante l'elaborazione dell'ordine.
- Le spese di spedizione sono calcolate dal venditore al momento dell'acquisizione dell'ordine.
- Non è previsto alcun addebito per le restituzioni.
- Il rimborso è sempre approvato per i prodotti restituiti entro 30 giorni.
- L'acquirente è rimborsato per una restituzione utilizzando il metodo di pagamento originario.

Per modificare il contratto predefinito fare riferimento all'argomento della guida in linea "file bootstrap" e alla *Guida per lo sviluppatore del negozio*. Se non si desidera utilizzare il contratto predefinito per una determinata organizzazione cliente, è possibile creare un contratto per quell'organizzazione.

Account aziendali

Gli account aziendali sono il punto di partenza per la gestione delle relazioni del negozio con le organizzazioni clienti. È possibile utilizzare gli account aziendali per tracciare contratti e ordini per le organizzazioni clienti. Inoltre è possibile configurare il modo in cui gli acquirenti delle organizzazioni clienti fanno acquisti nel negozio.

In un account aziendale vengono registrate le seguenti informazioni su un'organizzazione cliente:

- Il nome dell'organizzazione e il contatto all'interno di tale organizzazione
- Il reparto e il nome del rappresentate account di un negozio assegnato a un'azienda cliente
- Le informazioni relative agli ordini di acquisto effettuati dall'organizzazione cliente all'interno del negozio
- La modalità di distribuzione delle fatture all'organizzazione cliente
- L'importo di una linea di credito emessa dal negozio (se l'organizzazione cliente dispone di una linea di credito)
- Qualsiasi commento generale sull'account aziendale

Definizione degli account aziendali

Gli account aziendali vengono gestiti da utenti ai quali è assegnato il ruolo di Direttore commerciale.

Selezionare **Account** dal menu **Vendite**. Nella pagina Account selezionare **Nuovo** per creare un nuovo account.

Contratti

I contratti consentono a un'organizzazione cliente di acquistare prodotti da un negozio o da un gruppo di negozi a un prezzo determinato per un particolare periodo di tempo. I contratti possono essere creati con WebSphere Commerce Accelerator, oppure mediante la creazione di file XML e successivamente con l'utilizzo del pacchetto Loader che consente di inserire i dati nel database.

Creazione di un contratto

Molti negozi utilizzano WebSphere Commerce Accelerator per la creazione e la gestione dei contratti. Tuttavia, alcune condizioni e termini non possono essere specificati mediante WebSphere Commerce Accelerator. Se vengono richiesti tali termini, è necessario creare il contratto utilizzando i file XML e il pacchetto Loader. Per ulteriori informazioni, consultare il manuale *Guida per lo sviluppatore del negozio*.

I termini e le condizioni non possono essere definiti utilizzando WebSphere Commerce Accelerator

Cifra per diritto di acquisto

Questo termine pone un limite al valore combinato di tutti gli ordini effettuati in un contratto. Il valore di tutti gli ordini effettuati in un contratto deve essere minore o uguale alla quantità specificata. Se viene superato tale limite, l'ordine non sarà elaborato con esito positivo.

Cifra per obbligo di acquisto

Questo termine specifica un valore minimo di tutti gli ordini effettuati in un contratto entro il periodo specificato dopo la distribuzione del contratto. Se il valore cumulativo degli ordini è inferiore alla quantità specificata, il negozio non riterrà valido il contratto, annullandolo.

Centro di evasione

Questo termine consente di specificare il centro di evasione dal quale devono essere elaborati gli ordini effettuati in un contratto.

Formato della fattura

Specifica il layout delle fatture da inviare mediante e-mail all'azienda cliente.

Creazione di organizzazione, account e contratto per un cliente

Questa sezione descrive come aggiungere un'organizzazione, un account, un cliente e un contratto al negozio ToolTech. Il contratto viene creato utilizzando WebSphere Commerce Accelerator; per informazioni sulla creazione dei contratti mediante i file XML, consultare la guida in linea. Con il negozio di esempio ToolTech sono forniti quattro contratti. I contratti sono definiti nel file `contract.xml` del file SAR del negozio.

Passo 1. Il Responsabile del sito crea un'organizzazione per rappresentare l'organizzazione dell'Acquirente.

Per informazioni, fare riferimento alla sezione "Organizzazioni" a pagina 114.

Passo 2. Il Responsabile del sito crea un utente con il ruolo di Acquirente per l'organizzazione dell'Acquirente.

Per informazioni, fare riferimento alla sezione "Ruoli" a pagina 116.

Passo 3. Il Responsabile commerciale crea un account con l'organizzazione dell'Acquirente.

Per informazioni, fare riferimento alla sezione "Definizione degli account aziendali" a pagina 187.

Passo 4. Il Rappresentante account crea un contratto.

Creazione di un contratto mediante il blocco appunti Contratto

a. Selezionare l'opzione **Account** dal menu **Vendite**. Viene visualizzata la pagina **Conti**.

- b. Selezionare il Conto per cui si desidera creare un contratto, quindi, fare clic su **Nuovo contratto**. Viene visualizzata la pagina Informazioni generali sul contratto.

Dalla pagina delle informazioni generali sul contratto, digitare il nome e la descrizione del contratto. È possibile fornire facoltativamente le date di inizio e fine del contratto. Se non vengono fornite le date di inizio e fine, il contratto inizia alla data corrente e scade dopo un anno. È inoltre possibile specificare che il contratto non ha una data di scadenza.

- c. Dal frame di navigazione, fare clic su **Clienti**.

Dalla pagina Clienti del contratto selezionare i clienti (organizzazioni dell'acquirente) ai quali viene applicato il contratto. L'elenco dei clienti disponibili visualizza l'organizzazione dell'Acquirente dell'account e tutte le unità organizzative al suo interno.

- d. Dal frame di navigazione, fare clic su **Prodotti e prezzi**.

Utilizzare la pagina di assegnazione del prezzo per definire i prodotti disponibili in un contratto e i prezzi che i clienti pagheranno per i relativi prodotti. È possibile assegnare i prezzi ai prodotti del contratto utilizzando una qualsiasi combinazione dei seguenti metodi: prezzi a percentuale, prezzi fissi e vincoli di selezione.

- **Assegnazione del prezzo percentuale**

- Applicazione di una rettifica all'intero catalogo principale

Definire una rettifica di prezzo a percentuale per l'intero catalogo. Tutto ciò che è compreso nel catalogo adotterà la rettifica al prezzo. Tutti i prodotti nel catalogo del negozio sono disponibili per la vendita con una rettifica percentuale (markup o markdown) rispetto al prezzo base indicato nel catalogo principale del negozio.

- Applicazione di una rettifica alle seguenti categorie di contratto ottimizzate

Tutti i prodotti nel catalogo del negozio sono disponibili per la vendita con una rettifica percentuale applicata sulla sottocategoria selezionata. La rettifica percentuale (markup o markdown) è applicata al prezzo base indicato nel catalogo principale del negozio.

Per definire una categoria ottimizzata di contratti, selezionare la casella di controllo "Usa nei contratti" del blocco appunti Prodotto. La creazione e modifica dei prodotti è descritta nella sezione "Creazione di prodotti, attributi e SKU" a pagina 157.

- Applicazione di una rettifica alle seguenti categorie e prodotti

Tutti i prodotti nel catalogo del negozio sono disponibili per la vendita, con una rettifica percentuale applicata alle sottocategorie o ai prodotti selezionati. La rettifica percentuale (markup o markdown) è applicata al prezzo base indicato nel catalogo principale del negozio.

Per includere o escludere le sottocategorie dal contratto utilizzare la pagina Vincoli di selezione contratti.

- **Prezzo fisso**

Il prezzo fisso specifica che sia l'elenco dei prodotti per la vendita sia i relativi prezzi sono personalizzati per la vendita in un contratto. Qualunque prodotto nel catalogo del negozio può essere aggiunto ad un listino a prezzi fissi. Notare che esiste un solo listino per ciascun contratto. Non è possibile riutilizzare i listini tra i vari contratti.

Per aggiungere dei prodotti al listino fornire lo SKU del prodotto, il nome o una breve descrizione; quindi, fare clic su **Trova**. Nella pagina Risultati della ricerca specificare il prezzo del prodotto, quindi fare clic su **Aggiungi**. Il prodotto viene aggiunto al listino.

- **Vincoli di selezione prodotti del contratto**

Utilizzare i limiti di scelta se nel contratto è specificata l'assegnazione del prezzo percentuale, ma l'intero catalogo principale del negozio non deve essere disponibile per la vendita. È possibile escludere o includere le categorie e gli articoli in vendita presenti nel contratto.

Escludere dalla vendita le categorie e gli articoli seguenti di questo contratto

Specificare le sottocategorie del catalogo e gli articoli da escludere dal catalogo principale del contratto.

Includere nella vendita le categorie e gli articoli seguenti di questo contratto

Specificare le sottocategorie del catalogo e gli articoli da includere nel catalogo principale del contratto.

e. Definire i termini e delle condizioni di **spedizione**.

I termini e le condizioni di spedizione specificano come gli ordini vengono spediti, dove viene effettuata la spedizione e chi pagherà per la spedizione.

Spedizionieri

Selezionare qui per definire la spedizione degli ordini creati in un contratto. Se non viene specificato alcun

termine, gli ordini possono essere spediti con qualsiasi modalità di spedizione di cui si avvale il negozio. L'elenco degli spedizionieri disponibili visualizza tutti gli spedizionieri definiti per il negozio.

Spese di spedizione

Definire mediante selezione se le spese di spedizione sono addebitate dallo spedizioniere o dal negozio.

Indirizzo

Selezionare qui per specificare dove vengono spediti gli ordini effettuati in un contratto. Specificando questo termine è possibile limitare le zone in cui possono essere spediti gli ordini. Se tale termine non è definito, l'indirizzo dovrà essere specificato ogni volta che viene spedito un ordine di un contratto. L'elenco degli indirizzi di spedizione disponibili mostra l'indirizzo di spedizione fornito per l'account.

f. Selezionare un metodo di pagamento.

Specificare i metodi di pagamento accettati per gli ordini effettuati in un contratto. Se nel contratto non è specificato alcun metodo di pagamento, il negozio accetterà tutti i metodi di pagamento per gli ordini effettuati in un contratto. A esempio, un contratto può specificare come metodo di pagamento carta non in linea. Se l'account dispone di una linea di credito, è possibile specificare che il pagamento può essere effettuato mediante la linea di credito di questo contratto.

g. Definire la gestione delle restituzioni.

Politiche

Selezionare qui per specificare come vengono approvate le restituzioni e gli eventuali addebiti per il cliente da pagare per questo servizio.

Rimborso

Selezionare i metodi di pagamento che possono essere scelti da un cliente al ricevimento di un rimborso di un contratto. Se non è specificato, il cliente può scegliere tra tutti i metodi di pagamento disponibili per il negozio.

h. Definire l'approvazione del budget degli ordini.

Selezionare la casella di controllo Approvazione richiesta per specificare se gli ordini devono essere approvati dall'azienda cliente. Se è richiesta l'approvazione degli ordini è possibile specificare il valore minimo dell'ordine. Tale operazione consente di compilare gli ordini al di sotto dei valori di valuta senza l'approvazione dell'azienda cliente.

i. Specificare gli allegati.

Gli allegati sono costituiti da tutte le informazioni annesse ad un contratto. Ad esempio, un allegato può essere costituito da un documento standard sui termini e le condizioni in formato PDF, che l'azienda cliente allega a tutti i contratti. Immettere l'URL completa per l'allegato, ad esempio

<http://www.ibm.com/attachments/terms.pdf>. La pagina Riepilogo contratto elenca tutti gli allegati al contratto.

j. Commenti.

I commenti sono delle note relative al contratto. I commenti al contratto sono visualizzati nella pagina Riepilogo contratto.

k. Quando si è pronti a salvare il contratto, fare clic su **OK**.

Il contratto appena creato è visualizzato nella pagina Contratti. Il contratto è allo stato di Bozza. Prima di poter essere utilizzato nel negozio, il contratto deve essere approvato e distribuito.

Inoltro del contratto per l'approvazione

Passo 5. Un contratto inoltrato è un contratto bozza completo che è stato inoltrato per l'approvazione. Prima che un contratto possa essere inoltrato è necessario almeno definire una condizione di assegnazione prezzi e un tipo di spese di spedizione ed è necessario definire un cliente. Il Responsabile commerciale o il Rappresentante account decidono quando una bozza del contratto è pronta per l'approvazione. Se sono state impostate le approvazioni, i responsabili dell'approvazione del contratto devono revisionarlo. Se non è stata impostata alcuna approvazione, il contratto entra in Stato attivo.

Approvazione del contratto

Passo 6. Se i responsabili approvazione per il contratto decidono che il contratto è completo e pertanto è accettabile, questi modificano lo stato del contratto, che diventa approvato. WebSphere Commerce prova automaticamente a distribuire un contratto approvato.

I contratti possono essere approvati o respinti dai responsabili approvazione che dispongono dell'accesso necessario. In genere, il Responsabile commerciale approva i contratti. Il processo di approvazione o rifiuto di un contratto è lo stesso utilizzato per tutte le approvazioni in WebSphere Commerce. Per approvare o rifiutare un contratto, effettuare le operazioni di seguito riportate:

Dal menu **Negozio**, selezionare **Approvazione richieste**. Viene visualizzata la pagina Richieste di approvazione. Selezionare la casella di controllo alla sinistra del contratto che si desidera approvare o rifiutare. Se si desidera visualizzare un riepilogo dei dettagli del contratto, fare clic su **Riepilogo**. Fare clic su **Approva** per approvare il contratto oppure su **Rifiuta** per rifiutarlo. Lo stato

del contratto al momento utilizzato sarà aggiornato in base alla scelta effettuata.

Distribuzione del contratto

Passo 7. Un contratto distribuito correttamente è un contratto attivo. Gli utenti registrati dell'organizzazione dell'Acquirente possono ora fare acquisti presso il negozio secondo i termini previsti dal contratto.

Prospetti di gestione contratti

Il Direttore commerciale può rapidamente produrre prospetti relativi a un determinato account o contratto. I Rappresentanti account possono produrre prospetti relativi ai propri account e contratti.

1. Selezionare l'opzione **Account** dal menu **Vendite**.
2. Selezionare un account e fare clic su **Contratti**. Viene visualizzata la pagina Contratti.
3. Dalla pagina Contratti, selezionare un contratto e fare clic su **Prospetti**.
4. Scegliere il prospetto appropriato:

Importi per contratto

Questo prospetto elenca tutti gli ordini relativi al contratto selezionato.

Rimborsi per contratto

Questo prospetto elenca tutti i rimborsi relativi al contratto selezionato.

Prospetti di gestione conti

Il Direttore commerciale può ottimizzare e aumentare il valore dei contratti analizzando le prestazioni e l'efficacia del contratto. Per ottimizzare il fido cliente e aumentare la possibilità di vendere beni e servizi ai clienti giusti è necessario conoscere bene i clienti. Quindi, l'ottimizzazione di un'attività commerciale richiede intuizione, prudenza e la conoscenza delle principali tendenze di vendita. Per ottenere risultati concreti, agire anche in base alle informazioni e alle tendenze impreviste

Il Direttore commerciale può rapidamente produrre prospetti relativi a un determinato account o contratto. I Rappresentanti account possono produrre prospetti relativi ai propri account e contratti.

1. Selezionare l'opzione **Account** dal menu **Vendite**. Nella pagina Account, selezionare un account e fare clic su **Prospetti**.

2. Scegliere il prospetto appropriato:

Ordini per account

Questo prospetto elenca gli ordini associati all'account selezionato

Spese in base al numero ordine di acquisto limitato

Questo prospetto elenca il bilancio corrente e il limite degli ordini di acquisto limitati dell'account selezionato.

Rimborsi per account

Questo prospetto elenca i rimborsi emessi per l'account selezionato.

Contratti prossimi alla data di scadenza

Questo prospetto elenca i contratti che stanno per scadere associati all'account selezionato.

Ordini per contratto

Questo prospetto elenca gli ordini associati al contratto selezionato.

Rimborsi per contratto

Questo prospetto indica i rimborsi emessi per il contratto selezionato.

RFQ (Request for Quote)

Le RFQ (Request for Quotes) rappresentano uno dei meccanismi commerciali disponibili in WebSphere Commerce. Un acquirente può creare una RFQ per singole variazioni di beni e servizi offerti nel catalogo. Un elenco interessi viene utilizzato dagli acquirenti per aggiungere i prodotti desiderati alle RFQ. Gli acquirenti possono includere qualsiasi numero di prodotti in una RFQ e definire specifiche uniche per ciascun prodotto. Inoltre, gli acquirenti possono specificare i termini e le condizioni della transazione. Un venditore può visualizzare e rispondere a una RFQ quando questa è in stato Attivo. Un acquirente può, inoltre, modificare o annullare una RFQ.

Quando i venditori rispondono a una RFQ, dispongono dell'opzione di rispondere a ciascun prodotto e a ciascuna specificazione di prodotto. Inoltre, un venditore può modificare o annullare una risposta.

Il Venditore può valutare le risposte a una RFQ in stato Chiuso per scegliere un vincitore o più vincitori. Quando la risposta RFQ è accettata dall'acquirente e il venditore ne riceve notifica, la transazione RFQ viene completata mediante uno dei seguenti processi:

- L'acquirente prenota un ordine che contiene già le informazioni RFQ.
- Viene creato un contratto che contiene già le informazioni RFQ.

Una registrazione RQF viene conservata nella pagina delle richieste RFQ per un periodo di tempo predeterminato, in modo che è possibile copiare una RFQ utilizzata frequentemente. Le risposte sono conservate per lo stesso periodo per facilitare la risposta di un venditore a richieste simili dallo stesso acquirente.

I venditori possono abilitare un flusso di autorizzazioni per l'elaborazione di risposte RFQ, se desiderano che le risposte siano revisionate prima della trasmissione al cliente.

Abilitazione RFQ

Per abilitare le RQF, il Responsabile del sito deve eseguire le seguenti attività:

- Pubblicare il negozio di esempio ToolTech
- Pianificare i lavori a livello di sito RQF
- Abilitare i messaggi RFQ
- Assegnare i ruoli utente appropriati
- Determinare se abilitare l'approvazione alla risposta

Queste attività sono descritte nella guida in linea e nel supporto didattico: *RFQ (Request for Quote) - Creazione di richieste e risposte*, disponibile sulla pagina della Libreria tecnica del sito WebSphere Commerce.

Elaborazione RFQ

La seguente sezione descrive il processo delle RFQ dal punto di vista dell'Acquirente e del Venditore.

Passo 1. Acquirente L'Acquirente sfoglia il catalogo del negozio e aggiunge i prodotti all'elenco interessi.

Passo 2. Acquirente Crea una richiesta RFQ.

- a. Dal negozio ToolTech, fare clic su **Richiesta RFQ**.
- b. Viene aperto lo strumento RQF alla pagina delle RQF. Per creare una RFQ fare clic su **Nuovo**.
- c. Viene aperta la procedura guidata delle RFQ alla pagina Generale. Fornire le informazioni di seguito riportate:

Nome Nome RFQ

Descrizione breve

Descrizione breve di RFQ

Descrizione dettagliata

Descrizione dettagliata di RFQ

Creazione di un contratto o di un ordine

Contratto L'esito positivo della RQF deve dare luogo a un contratto.

Ordine L'esito positivo della RQF deve dare luogo a un ordine.

Fare clic su **Avanti**.

- d. Nella pagina Durata, specificare una data di inizio e fine per la RFQ e fare clic su **Avanti**. Se non viene fornita una data di inizio la RFQ diventa effettiva al momento dell'invio.

- e. Nella pagina Termini e condizioni, fare clic su **Aggiungi** per aggiungere tutti i termini e le condizioni richieste. È possibile specificare i seguenti termini e condizioni:

Aggiungi

Aggiunta di nuovi termini e condizioni alla RFQ.

Rimuovi

Eliminazione di termini e condizioni dalle RFQ.

Termini e condizioni

Immettere i termini e le condizioni necessari.

Specifiche richieste nella risposta

Contrassegnare Sì se è richiesta la specifica nella risposta; altrimenti selezionare No.

Specifiche che possono essere modificate

Contrassegnare Sì se è possibile modificare la specifica della risposta; altrimenti selezionare No.

Aggiungere tutti i termini e condizioni necessari. Una volta terminata l'aggiunta di termini e condizioni fare clic su **Avanti**. Viene visualizzata la pagina Prodotti

- f. Nella pagina dei prodotti, fare clic su **Aggiungi prodotti**. Viene visualizzata la pagina Aggiungi prodotti dall'elenco interessi. Questa pagina mostra tutti i prodotti dell'elenco interessi.
- g. Selezionare la casella di controllo relativa al prodotto desiderato nell'elenco interessi e fare clic su **Aggiungi a RFQ**. Viene visualizzata la pagina dei Prodotti.
- h. Immettere il prezzo, la quantità e l'unità di misura; ad esempio, un chilogrammo per ciascun prodotto.
- i. Facoltativamente, immettere le specifiche. Selezionare il prodotto e fare clic su **Specifiche**.

Nota:

Le specifiche che è possibile definire sono predefinite dal Venditore utilizzando la funzione Attributo personalizzato in WebSphere Commerce Accelerator. Per informazioni sulla definizione degli attributi personalizzati, fare riferimento all'argomento della guida in linea "Attributi personalizzati".

- j. Facoltativamente, immettere i commenti. Selezionare il prodotto e fare clic su **Commenti**.
- k. Fare clic su **Fine** per salvare la RFQ. La pagina delle RFQ viene visualizzata di nuovo con le RQF appena create.

Passo 3. Venditore Crea una risposta RFQ.

Dopo che l'Acquirente ha inoltrato una richiesta RFQ il Venditore può rispondere a tale richiesta. Per rispondere a una RFQ, effettuare le seguenti operazioni:

- a. Accedere a WebSphere Commerce Accelerator.
- b. Dal menu **Vendite** selezionare l'opzione **RFQ**. Viene visualizzato un elenco richieste RFQ.
- c. Individuare la RFQ appropriata:
 - Selezionare la casella di controllo relativa a quella richiesta e fare clic **Rispondi**. Viene visualizzato il modulo generale.
 - Per determinare se vi sono risposte a questa richiesta, fare clic su **Risposte**. La pagina Risposte RFQ visualizza tutte le risposte esistenti relative alla richiesta selezionata. Fare clic su **Nuovo** per creare una nuova risposta.
- d. Immettere il nome della risposta nel campo **Nome**.
- e. Immettere eventuali commenti e fare clic su **Avanti**. Viene visualizzata la pagina Termini e condizioni.
- f. Rispondere ai termini e condizioni e fare clic su **Avanti**. Viene visualizzata la pagina dei Prodotti.
- g. Rispondere alle specifiche dei prodotti e fare clic su **Fine**. Viene visualizzata la pagina Risposte RFQ.
- h. Fare clic su **Inoltra** per trasmettere la risposta al responsabile approvazione.

Se è stata abilitata l'approvazione, la risposta viene inoltrata al responsabile approvazioni. Se il responsabile approvazione approva la RFQ, quest'ultima viene inoltrata all'acquirente.

Passo 4. Venditore Approva la RFQ.

- a. Dal menu **Negozio** selezionare **Richieste di approvazione**. Viene visualizzata la pagina Richieste di approvazione.
- b. Selezionare la casella di controllo per la richiesta con cui si sta operando e fare clic su **Riepilogo**. Viene visualizzata la pagina Riepilogo.
- c. Riesaminare i dettagli delle RFQ e fare clic su **Approva** per approvare la richiesta o fare clic su **Rifiuta** per rifiutarla. Una casella messaggi indica se il tentativo di approvazione o rifiuto è riuscito. Viene visualizzata la pagina Approvazione richieste con lo stato aggiornato della richiesta con cui si sta operando.

Passo 5. Acquirente Dal negozio ToolTech, fare clic su **Avvia RFQ**. Lo strumento RFQ si apre sulla pagina delle RFQ. Per visualizzare le risposte, selezionare la RFQ e fare clic su **Risposte**.

Passo 6. Selezionare la risposta alla RFQ e fare clic su **Riepilogo**. Per accettare la Risposta, selezionare la risposta e fare clic su **Accetta**.

Collaborazione

Gli spazi di lavoro collaborativi forniscono un'interfaccia collaborativa mediante Lotus QuickPlace per supportare le discussioni aziendali, quali la negoziazione di termini e condizioni contrattuali fra un Acquirente e un Venditore (o un Rappresentante account per il Venditore). Anche gli utenti aziendali all'interno dell'organizzazione del Venditore possono utilizzare gli spazi di lavoro collaborativi. Gli spazi di lavoro collaborativi vengono creati mediante WebSphere Commerce Accelerator utilizzando il modello QuickPlace. Qualsiasi membro dell'organizzazione del Venditore può creare uno spazio di lavoro collaborativo. Un Rappresentante account o un Responsabile commerciale con accesso QuickPlace da responsabile possono aggiungere Acquirenti allo spazio di lavoro. Per abilitare gli spazi di lavoro collaborativi, i dati dei membri devono essere presenti su un server LDAP connesso a WebSphere Commerce con i collegamenti appropriati al database WebSphere Commerce Server. Inoltre è necessario installare e configurare QuickPlace su un server diverso dalla macchina su cui sono installati WebSphere Commerce e LDAP. Per istruzioni sull'installazione, fare riferimento al manuale *WebSphere Commerce Additional Software Guide*. I dettagli relativi agli spazi di lavoro collaborativi e le informazioni sui membri vengono gestiti mediante WebSphere Commerce. Tutti i temi di discussione, messaggi e file in allegato utilizzati per la collaborazione vengono memorizzati nel server QuickPlace.

Il negozio di esempio ToolTech illustra gli spazi di lavoro collaborativi e l'Assistenza clienti.

Parte 5. Ampliamento delle funzioni del negozio

In questa sezione del manuale vengono descritte le funzioni avanzate che si potrebbe desiderare di aggiungere al proprio negozio.

Capitolo 16. Marketing

WebSphere Commerceagevola le operazioni di marketing e personalizzazione, consentendo al personale che si occupa del marketing di interagire con il sito direttamente invece di richiedere al reparto IT (Information Technology) di effettuare le modifiche desiderate. I responsabili marketing creano una campagna di marketing su larga scala destinata a vari profili cliente. Le campagne definiscono le vendite del sito, aumentano le entrate e aumentano la consapevolezza dei clienti.

In questo capitolo vengono fornite le seguenti informazioni:

- Spot di e-marketing
- Copia pubblicitaria
- Creazione e manutenzione del profilo clienti
- Creazione e manutenzione di iniziative relative alle campagne e campagna di marketing
- Promozioni coupon

Note:

1. La guida in linea di WebSphere Commerce contiene un supporto didattico che descrive il processo di aggiunta di iniziative campagne e sconti al negozio WebFashion. Per ulteriori informazioni, fare riferimento agli argomenti *Creazione di sconti in WebFashion* e *Creazione di una campagna di marketing* nella guida in linea di WebFashion.
2. Solo il modello di negozio WebFashion contiene spot di e-marketing spots nelle pagine del negozio. Per aggiungere un contenuto personalizzato alle pagine del negozio da uno degli altri modelli di negozio, uno Sviluppatore del negozio deve aggiungere gli spot di e-marketing alle pagine appropriate. Per informazioni sull'aggiunta di spot di e-marketing alle pagine JSP, consultare il negozio di esempio WebFashion nella guida in linea.

Spot di e-marketing

Oltre all'elaborazione basata sulle regole, il sistema di marketing WebSphere Commerce si basa sulla capacità del sito Web di visualizzare il contenuto dinamico, grazie a speciali entità denominate spot di e-marketing. Uno spot di e-marketing consente di visualizzare il contenuto pubblicitario, i consigli sulla categoria o i consigli sul prodotto.

Gli sviluppatori del negozio posizionano gli spot di e-marketing nelle pagine appropriate. Ogni spot ha un nome univoco. Il responsabile marketing seleziona lo spot di e-marketing che desiderano destinare come parte del processo di creazione della campagna.

Mentre il cliente sfoglia il negozio, gli spot di e-marketing comunicano con il server WebSphere Commerce per stabilire il contenuto da visualizzare al loro posto. Una pagina JSP può contenere un numero qualsiasi di spot di e-marketing. Qualsiasi pagina JSP all'interno del proprio sito può contenere uno spot di e-marketing.

Per visualizzare gli spot di e-marketing presenti nel database, selezionare **Spot di e-marketing** dal menu **Marketing**.

The screenshot shows a web application interface for managing e-marketing spots. At the top, there is a navigation bar with 'Store', 'Marketing', 'Merchandise', 'Operations', and 'Help'. Below this, the page title is 'e-Marketing Spots'. There is a 'Page Number' field set to '1' and a 'Go' button. Below the page number, it says '32 items' and navigation links: 'First', '1 of 2', 'Next', and 'Last'. The main content is a table with two columns: 'Name' and 'Description'. Each row has a checkbox in the 'Name' column. To the right of the table is a vertical menu with buttons: 'New...', 'Change', 'Schedule', and 'Delete'.

Name	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.

Viene visualizzato l'elenco degli spot di e-marketing, contenente tutti gli spot di e-marketing al momento definiti nel database per il negozio selezionato. Questo elenco non indica le pagine JSP che al momento contengono spot di e-marketing. Per determinare le pagine JSP che contengono gli spot di e-marketing è necessario che il Responsabile del marketing comunichi con lo sviluppatore del negozio. Ad esempio, la home page del negozio WebFashion StoreCatalogDisplay.jsp, contiene tre spot di e-marketing. Nella figura di seguito riportata gli spot di e-marketing visualizzano un consiglio sui

prodotti.

WebFashion SHOPPING CART MY ACCOUNT CONTACT US HELP

Home Men's Women's New arrivals

CHOOSE A LANGUAGE
United States English GO!

SERVICES
Register now and get 10% off your first purchase!
Need help? Just ask!

men's FASHION women's FASHION new ARRIVALS

Check out this month's best-selling products:

These 100% cotton shorts feature 2 front pleats, side pockets, and belt loops at the waist. Roomy through the hip and thigh. 6 inch inseam. Zip front. Machine-washable. [Details](#)

This fun summer t-shirt features a v-neck, short sleeves and lots of stripes! Contrasting trim at neck. Classic fit, falls to just past the natural waist. 100% cotton. Pre-washed and pre-shrunk. Machine-washable. [Details](#)

In this sleeveless nightie, you'll be cool and comfortable on warm summer nights. 100% cotton. Scoop neckline. Knee length. Night-sky print. Pre-washed and pre-shrunk. Machine-washable. [Details](#)

Home | Shopping cart | My account | Contact us | Privacy policy | Help

Per pianificare la visualizzazione di un'iniziativa in uno spot di e-marketing sul sito, fare clic su **Pianifica**. Viene avviato il blocco appunti Pianifica iniziative campagne. Utilizzando il blocco appunti, è possibile definire le date di inizio e fine delle iniziative delle campagne.

Copia pubblicitaria

Una copia pubblicitaria si riferisce a tutto il materiale di supporto creato per la campagna. Le copie pubblicitarie vengono create da grafici pubblicitari e redattori di testi in formato Flash, gif o JPEG. Tali copie comprendono immagini del prodotto, grafici utilizzati nella pubblicità e testo di marketing.

Per registrare una copia pubblicitaria nel database, selezionare **Copia pubblicitaria** dal menu **Marketing**. Viene visualizzato l'elenco delle copie pubblicitarie contenente la copia dell'annuncio pubblicitario correntemente definita per il negozio selezionato. Fare clic su **Nuovo**. Viene avviata la procedura guidata per la creazione di una nuova copia pubblicitaria, consentendo di definire la propria copia.

Una copia pubblicitaria è in genere tenuta nella directory del negozio immagini. Le immagini contenenti testo traducibile sono, in genere, tenute nella directory negozio/locale/immagini. Prima di utilizzare la procedura guidata copia pubblicitaria, assicurarsi che i file di immagine siano nell'ubicazione appropriata sulla macchina server di WebSphere Commerce.

Profili clienti

I profili clienti definiscono i gruppi di clienti che hanno caratteristiche comuni. Tali profili rappresentano gli obiettivi delle campagne di marketing. È possibile creare i profili selezionando i criteri e poi assegnando i valori di destinazione. Quando un cliente visita il sito, le sue informazioni personali vengono messe a confronto con i criteri specificati. In base al cliente e ai profili definiti, vengono visualizzati messaggi di vendite persuasive o pubblicità per la diffusione specifiche del profilo. Esistono numerosi criteri possibili, tra cui: i dati forniti durante la registrazione in linea, ad esempio le informazioni demografiche e sull'indirizzo; informazioni cronologiche sull'acquisto e informazioni sulla frequenza delle visite di un cliente.

Ad esempio, è possibile assegnare profili a gruppi, quali cittadini adulti, creando un profilo che si rivolge ai clienti di almeno sessanta anni. È possibile, inoltre, rifinire ulteriormente questo profilo per indirizzarlo alle donne adulte specificando che oltre all'età il profilo si riferisce alle clienti donne.

I profili vengono utilizzati come destinazioni dinamiche per le iniziative di marketing. In base ai criteri definiti, i clienti possono o meno corrispondere a un particolare profilo in qualsiasi momento. Ad esempio, è possibile creare un profilo denominato "Nuovi clienti" che include solo i clienti che si sono registrati negli ultimi 30 giorni. Mentre la maggior parte dei clienti non apparterebbe a questo profilo, alla registrazione, tutti i nuovi clienti vi apparterebbero. I nuovi clienti corrisponderebbero a questo profilo per un massimo di 30 giorni. È dinamico perché non richiede alcun intervento da parte dell'utente, si applica ai clienti singolarmente e viene determinato in tempo reale. La data di scadenza per l'inclusione in questo profilo dipende direttamente dalla data di registrazione del cliente e dal limite impostato durante la creazione del profilo.

Se si sceglie di utilizzare i profili clienti, è necessario crearli prima delle campagne di marketing. Durante la creazione di una campagna, selezionare il profilo di destinazione. È possibile creare campagne che si adattano a tutti i clienti; tuttavia, i profili clienti possono essere destinati a un particolare gruppo di clienti.

Gestione del profilo clienti

Per creare e gestire i profili clienti, utilizzare il blocco appunti Profilo clienti. Selezionare **Profilo clienti** dal menu **Marketing**. Viene visualizzata la pagina Profilo cliente.

NewFashionFFM - NewFashionTest - United States
English

Logout > Home > Customer Profiles

Store Marketing Merchandise Operations Help

Customer Profiles

5 items

Page Number Go

« First | 1 of 1 | Last »

<input type="checkbox"/>	Name	Description	Last Update	Modified By
<input type="checkbox"/>	female	Female shoppers	October 9, 2001 5:20:55 PM EDT	wcsadmin
<input type="checkbox"/>	male	Male shoppers	October 9, 2001 5:20:41 PM EDT	wcsadmin
<input type="checkbox"/>	Over 29	Shoppers who are over 29	October 9, 2001 5:22:29 PM EDT	wcsadmin
<input type="checkbox"/>	Registered	Registered customers	October 9, 2001 5:22:45 PM EDT	wcsadmin
<input type="checkbox"/>	Under 29	Shoppers who are under 29	October 9, 2001 5:23:04 PM EDT	wcsadmin

New...

Summary

Delete

Change

Duplicate

Customers

Utilizzare la pagina Profilo clienti per informazioni sui profili cliente definiti per il negozio corrente. L'elenco contiene informazioni sul nome e sulla descrizione del profilo. È possibile ordinare i profili visualizzati, creare nuovi profili, creare copie dei profili, eliminare e modificare profili, visualizzare i clienti appartenenti a un determinato profilo e modificare i profili.

Istruzioni per la creazione del profilo cliente

Per utilizzare in modo efficace i profili cliente, è necessario che nelle pagine del negozio vengano visualizzate le informazioni richieste dal profilo. I Responsabili del merchandising e del marketing devono comunicare le loro richieste agli Sviluppatori del negozio. Una pagina di registrazione ben progettata che comunica come i clienti immettono informazioni eviterà molti problemi che potrebbero verificarsi. Si consiglia tenere presente quanto segue:

- Le stringhe corrispondono esattamente e sono sensibili al maiuscolo e minuscolo.

per creare un profilo clienti basato sullo stato, è possibile immettere "Italia" nella pagina Stato o Provincia all'interno del blocco appunti Profilo clienti. I clienti che immettono "Italia" all'interno della pagina di registrazione del negozio viene incluso nel profilo. Tuttavia, un cliente che immette "IT" non viene incluso. Per includere tutti i clienti desiderati, è possibile utilizzare un elenco all'interno della pagina di registrazione. Invece di immettere lo stato, i clienti potranno selezionarlo dall'elenco. Si consiglia di utilizzare elenchi ordinati per paese o regione di residenza, per città, per dominio dell'indirizzo e-mail, per interessi, numero di telefono e codice postale.

- Tutte le stringhe rilevate includeranno il cliente nel profilo

Per creare un profilo utenti basato su un profilo di teleselezione, immettere 905 nella pagina Numero di telefono all'interno del blocco appunti Profilo clienti. Qualsiasi cliente il cui numero di telefono inizia con le tre cifre 905 viene incluso nel profilo. Naturalmente questo è vero se le cifre corrispondono al prefisso di teleselezione del cliente o alla fine del suo numero di telefono. Se viene specificato (905), ma il cliente immette 905, allora tale cliente verrà escluso dal profilo. Per evitare questo problema, è necessario specificare le parentesi durante la creazione del profilo. Lo Sviluppatore del negozio dovrebbe assicurare che la pagina di Registrazione del negozio convalidi l'utilizzo delle parentesi con il prefisso di teleselezione.

Campagne

Esistono due componenti principali in una campagna, i quali operando sinergicamente, forniscono una strategia di mercato completa e flessibile.

1. Le campagne.

Una campagna rappresenta una grande operazione di marketing. Inoltre, una campagna deve disporre anche degli obiettivi aziendali associati. Tali obiettivi aziendali funzionano da contenitori per le iniziative.

2. Le iniziative delle campagne.

Distribuiscono il contenuto personalizzato. Le iniziative sono attività coordinate progettate per raggiungere lo scopo generale della campagna. Esse rappresentano i messaggi individuali utilizzati per raggiungere un obiettivo aziendale. Esistono tre tipi di iniziative.

Vendita persuasiva

Viene utilizzata per fornire consigli su un determinato prodotto o su una categoria. Questi consigli suggeriscono prodotti associati per tentare di effettuare vendite al rialzo o vendite incrociate. Le iniziative di vendita persuasiva ricordano inoltre al cliente i prodotti che potrebbero prendere in considerazione in base a un precedente acquisto o ai contenuti correnti del carrello degli acquisti. I consigli si basano sugli acquisti fatti in precedenza dal cliente oppure sul contenuto corrente del carrello degli acquisti del cliente.

Consigli basati sul filtraggio collaborativo

Viene utilizzata per fornire consigli su un determinato prodotto. Questi consigli suggeriscono prodotti associati per tentare di effettuare vendite al rialzo o vendite incrociate. Inoltre, tali consigli ricordano al cliente i prodotti associati da considerare in base al comportamento di acquisto del cliente, piuttosto che in base a regole predefinite. Per utilizzare tali iniziative è necessario che sul sito sia stato installato e configurato LikeMinds Personalization Server.

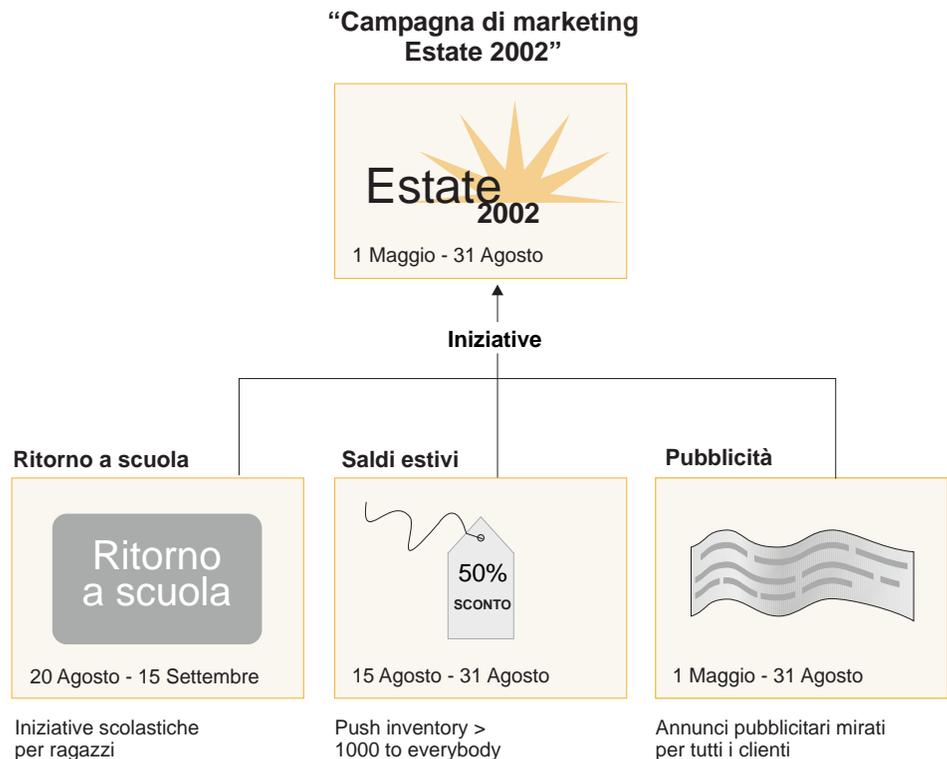
Publicità per la diffusione

Viene utilizzata per visualizzare pubblicità ideate per aumentare la consapevolezza dei clienti. Ad esempio, le pubblicità per la diffusione informano i clienti sugli avvenimenti futuri o aumentano la diffusione della marca.

Le iniziative delle campagne hanno anche una o più ubicazioni di destinazione, cioè gli spot di e-marketing.

Iniziativa di vendita persuasiva

Il seguente schema illustra la relazione tra una campagna e le iniziative in essa contenute.



Lo schema illustra una campagna di marketing fittizia, denominata "Campagna di marketing estate 2002." Essa contiene le seguenti tre iniziative:

Riapertura delle scuole

Questa è un'iniziativa di vendita persuasiva che si rivolge a un profilo clienti denominato di adolescenti e consiglia materiale di consumo scolastico. L'iniziativa del ritorno a scuola è prevista dal 20 agosto al 15 settembre.

Svendita estiva

Questa è un'iniziativa di vendita persuasiva, che si rivolge e tutti i profili

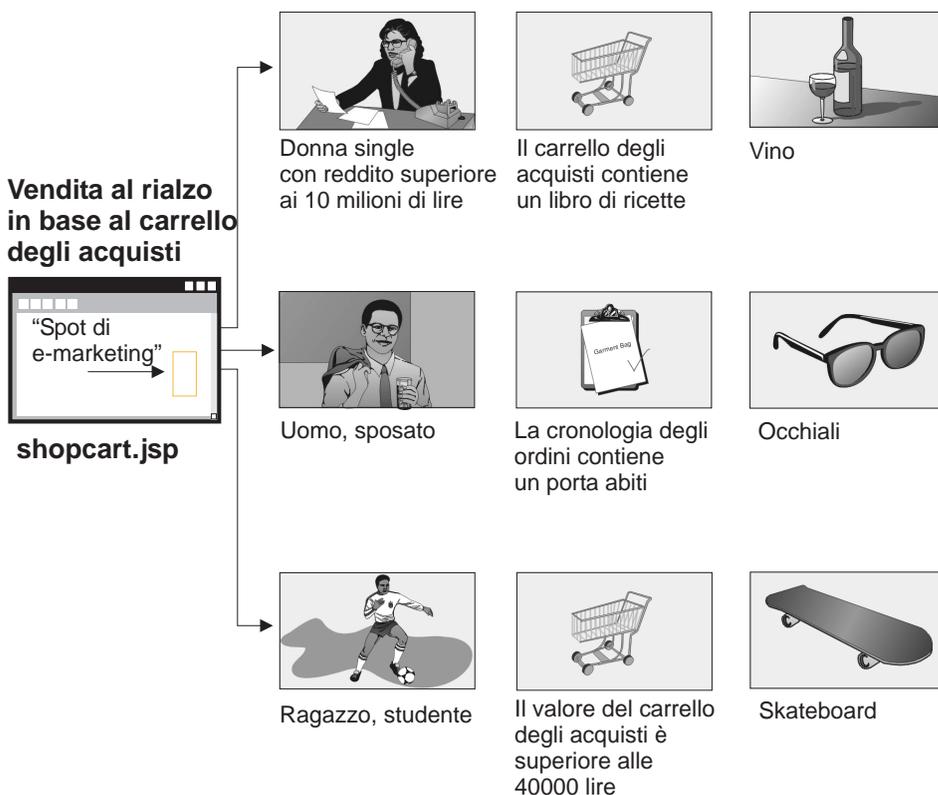
clienti e consiglia tutti i prodotti che hanno un conto di inventario superiore a 1000. L'iniziativa della svendita estiva è prevista dal 15 al 31 agosto.

Publicità di marca

Questa è un'iniziativa di pubblicità per la diffusione, che si rivolge a tutti i profili clienti e mostra intestazioni pubblicitarie mirate ad aumentare la diffusione della marca. L'iniziativa della pubblicità di marca è prevista dal 1 maggio al 31 agosto.

Iniziativa di vendita persuasiva con condizioni

Il seguente schema illustra la relazione tra le iniziative di vendita persuasiva, spot di e-marketing e profili cliente. Un'iniziativa di vendita persuasiva implica un contenuto dinamico.



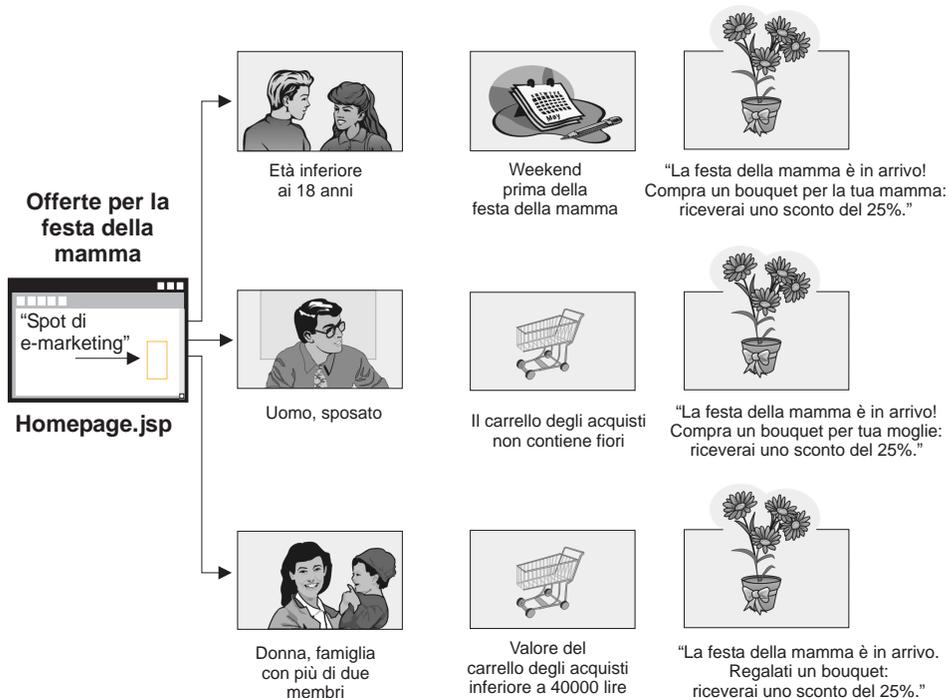
Questa pagina contiene uno spot di e-marketing definito. Questo spot corrisponde a una iniziativa di vendita persuasiva. L'iniziativa associata allo spot di e-marketing ha tre condizioni, rappresentate da una riga nel diagramma. Le condizioni specificano il profilo cliente di destinazione, la situazione in cui le condizioni saranno vere e i consigli sul prodotto da visualizzare se le condizioni risultano vere. Quando viene visualizzata questa pagina, si verifica una delle seguenti condizioni:

- Se il cliente è una donna single che guadagna più di L.100.000.000 all'anno e il suo carrello degli acquisti contiene un ricettario per buongustai viene consigliata una buona bottiglia di vino.
- Se il cliente è un uomo sposato e la cronologia dei suoi ordini mostra articoli di abbigliamento, viene consigliato un paio di occhiali da sole.
- Se il cliente è un adolescente studente e il carrello degli acquisti ha un valore superiore a L.40.000, viene consigliato uno skateboard.
- Se il cliente non rientra in nessuno di questi tre profili o la situazione non soddisfa determinati criteri, non viene visualizzato alcun consiglio.

Pubblicità per la diffusione

È necessario definire la condizione in cui l'iniziativa è valida per ciascuna iniziativa della campagna creata. Ciascuna condizione deve essere associata a una singola iniziativa. Le condizioni mostrano lo scenario in cui vengono visualizzati i contenuti di una particolare iniziativa. Per creare le condizioni è sufficiente rispondere alle domande; le risposte definiscono le condizioni. Le domande riguardano chi debba essere il destinatario dell'iniziativa, in che giorno della settimana debba essere tenuta in considerazione l'iniziativa, quali siano i contenuti da visualizzare e a quali comportamenti clienti rivolgersi. Le risposte a queste domande definiscono la situazione in cui una determinata condizione sarà vera e il contenuto personalizzato verrà visualizzato. Le condizioni forniscono anche la possibilità di visualizzare più messaggi nello stesso spot, in differenti situazioni.

IL seguente schema illustra la relazione tra le iniziative di pubblicità per la diffusione, spot di e-marketing e profili cliente. Si presuma che un negozio in linea preveda una campagna primaverile e un'iniziativa mirata ad accrescere la diffusione per la festa della mamma.



Lo spot di e-marketing corrisponde a un'iniziativa di pubblicità per la diffusione per la festa della mamma. L'iniziativa associata allo spot di e-marketing deve soddisfare tre condizioni, ciascuna rappresentata da una riga dello schema. Ogni riga mostra come le condizioni determinano il contenuto dinamico per una situazione specifica. Le condizioni specificano il profilo clienti di destinazione, la situazione specifica in cui le condizioni saranno vere e la copia pubblicitaria di destinazione da visualizzare se la condizione è vera. Quando viene visualizzata questa pagina, si verifica una delle seguenti condizioni:

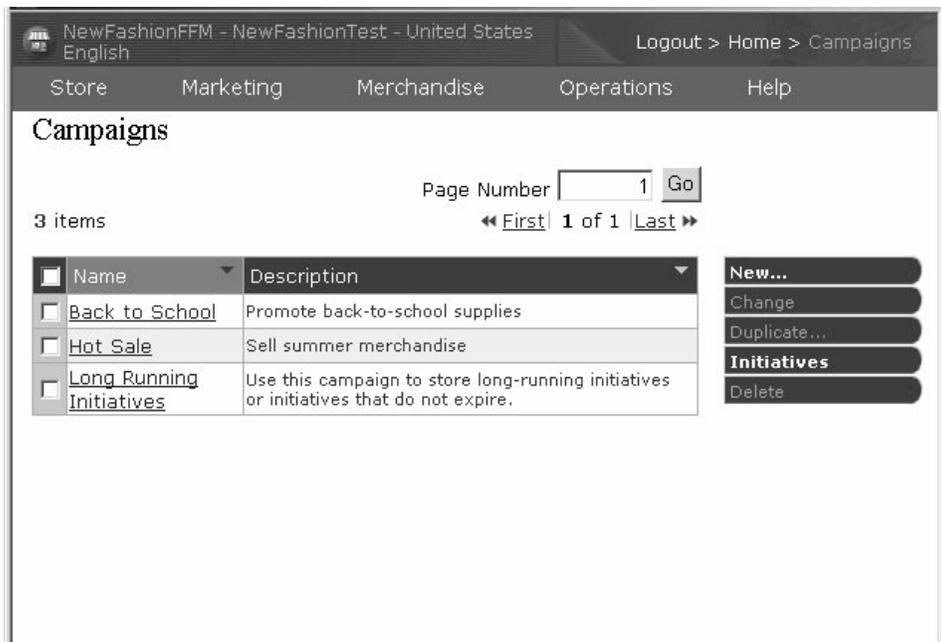
- Se il cliente ha meno di diciotto anni ed è il giorno precedente alla festa della mamma, viene visualizzata una pubblicità per ricordare di comprare dei fiori per la mamma.
- Se il cliente è un uomo sposato e nel suo carrello degli acquisti non ci sono fiori, viene visualizzata una pubblicità che ricorda di comprare fiori per la moglie.
- Se il cliente è una donna, il numero dei componenti della famiglia è almeno due e il suo carrello acquisti ha un valore inferiore a L.40.000, viene visualizzata una pubblicità che ricorda di comprare fiori per se stessa.
- Se il cliente non rientra in nessuno di questi tre profili o la situazione non soddisfa determinati criteri, non viene visualizzata alcuna pubblicità.

Gestione campagna

Il blocco appunti Campagna facilita la creazione e la gestione della campagna di marketing. Queste campagne in linea organizzano le tecniche di marketing, compresa la vendita persuasiva e la pubblicità per la diffusione. Le campagne rappresentano un notevole lavoro di marketing, in genere associato a un'occasione o a un obiettivo, ad esempio una campagna in occasione della riapertura delle scuole o una campagna di Natale. Le iniziative e le relative condizioni implementano l'elaborazione basata su regole che crea del contenuto personalizzato in base ai singoli clienti.

Il contenuto di una campagna viene visualizzato nelle pagine JSP del negozio. Il contenuto si trova in bean particolari denominati spot di e-marketing. Gli sviluppatori del negozio creano tali spot e li utilizzano come contrassegni nella progettazione della pagina.

Selezionare l'opzione **Campagne** dal menu **Marketing** per visualizzare l'elenco delle campagne.



The screenshot displays the 'Campaigns' management page. At the top, there is a navigation bar with 'Marketing' selected. Below the navigation bar, the page title is 'Campaigns'. There is a 'Page Number' input field with the value '1' and a 'Go' button. Below this, it says '3 items' and navigation links: '<< First | 1 of 1 | Last >>'. The main content area contains a table with the following data:

<input type="checkbox"/>	Name	Description	
<input type="checkbox"/>	Back to School	Promote back-to-school supplies	
<input type="checkbox"/>	Hot Sale	Sell summer merchandise	
<input type="checkbox"/>	Long Running Initiatives	Use this campaign to store long-running initiatives or initiatives that do not expire.	

On the right side of the table, there are several action buttons: 'New...', 'Change', 'Duplicate...', 'Initiatives', and 'Delete'.

Utilizzare le pagine Campagne per visualizzare le campagne di marketing definite per il negozio corrente. L'elenco contiene informazioni sul nome e la descrizione della campagna. Da questo elenco è possibile eseguire anche altre operazioni, tra cui creare nuove campagne, eliminare campagne e modificare le campagne esistenti.

Iniziativa di campagna

Per creare un'iniziativa di campagna, effettuare le seguenti operazioni:

1. Dal menu marketing selezionare **Iniziativa campagne**. Viene visualizzata la pagina Elenco iniziative campagne. Fare clic su **Nuovo**.
2. Nella pagina Definizione generale, effettuare le seguenti informazioni:
 - Immettere il nome dell'iniziativa di campagna.
 - Selezionare Generale, Vendita al rialzo, Vendita incrociata, Sconti o Coupon, dall'elenco classificazione dell'iniziativa.
 - Facoltativamente, immettere una descrizione
 - Selezionare l'eventuale campagna associata dall'elenco Campagna.

Fare clic su **Avanti**.
3. Nella pagina Definizione contenuto dinamico visualizzato, definire il tipo di contenuto dinamico da visualizzare:
 - Suggerimento di prodotto/i specifici
 - Categoria consigli
 - Visualizzazione di annunci pubblicitario/i

È possibile pubblicizzare annunci pubblicitari generali, annunci di sconto o coupon.

 - Suggerimento di prodotti da parte del sistema in base all'analisi del flusso di clic
 - Suggerimento di prodotti da parte del sistema in base a uno o più filtri

Fare clic su **Avanti**.
4. Nella pagine Definizione clienti di destinazione, selezionare se destinare a tutti i clienti o a profili di clienti specifici. È necessario che i profili cliente siano già definiti. Fare clic su **Avanti**.
5. In Definizione date per il cliente di destinazione, scegliere i giorni della settimana in cui si desidera che venga visualizzata l'iniziativa di campagna. Fare clic su **Avanti**.
6. Nella pagina Definizione comportamenti clienti di destinazione, fare clic su **Aggiungi** per definire un comportamento cliente per la visualizzazione dell'iniziativa di campagna. Esempi tipici del comportamento cliente comprendono il valore e il contenuto attuale del carrello acquisti. Se si desidera che l'iniziativa di campagna venga visualizzata indipendentemente dal comportamento del cliente, fare clic su **Fine**.

Prospetti campagne

Le iniziative delle campagne generano delle informazioni relative al loro utilizzo. Queste informazioni possono essere visualizzate da Venditori, e Responsabili del marketing, mediante WebSphere Commerce Accelerator. Tali informazioni illustrano una percentuale di visite di un'iniziativa per ogni spot di e-marketing dove implementato. Esse forniscono un feedback sull'efficacia dell'iniziativa e sulle velocità di confronto tra le varie posizioni in cui vengono visualizzate.

Offerte promozionali

Promozioni coupon

Le promozioni coupon consentono al Direttore prodotti di offrire incentivi per gli acquisti. Un *coupon* è un'istanza di una promozione coupon. Un coupon può essere applicato a particolari prodotti (denominata anche condizione del tipo di prodotto) o all'acquisto totale (denominata anche condizione del tipo di ordine). Ad esempio, se si dispone di molti berretti rossi da baseball in magazzino, è possibile offrire uno sconto del 25% su questi cappellini per un periodo di tempo limitato. Oppure è possibile offrire uno sconto di lire 1.000 sull'acquisto di un berretto da baseball a chiunque effettui degli acquisti nel proprio negozio per un valore almeno di 100.000 lire.

Un eCoupon è un equivalente elettronico in linea di un coupon cartaceo. Esso rappresenta un'offerta elettronica fatta dal negozio in linea a un cliente. Un eCoupon concede a un cliente uno sconto su alcuni o su tutti gli articoli presenti in un ordine. Potrebbe essere possibile utilizzare soltanto un eCoupon per ordine.

Esistono tre componenti di un coupon elettronico:

Promozione coupon

Una promozione eseguita da un Direttore prodotti. La promozione offre dei coupon ai clienti.

Coupon

Una versione elettronica del coupon cartaceo. Un coupon è una istanza di una promozione coupon che viene identificata in maniera univoca all'interno del sistema.

Portafogli coupon

Una raccolta di eCoupon dei clienti registrati.

Nota agli sviluppatori di negozio

I negozi di esempio non forniscono pagine JSP che supportano le Promozioni coupon. Per aggiungere il supporto Promozione coupon a un modello di negozio, consultare il negozio di riferimento coupons disponibile alla pagina della libreria tecnica:

► **Professional** ibm.com/software/webservers/commerce/wc_pe/lit-tech-general.html

► **Business** ibm.com/software/webservers/commerce/wc_be/lit-tech-general.html

Impostazione di una promozione coupon

Nel seguente esempio vengono descritti i passaggi necessari per l'impostazione di una promozione coupon.

Definizione di una Promozione coupon

1. Dal menu Merce, selezionare **Promozioni coupon**. Viene visualizzata la pagina Promozioni coupon.
2. Per definire una Promozione coupon, fare clic su **Nuovo**. Viene visualizzata la pagina informazioni generali Promozioni coupon.
3. Definire il nome, la descrizione e il periodo di tempo per cui il coupon è valido, quindi fare clic su **Avanti**. Viene visualizzata la pagina Dettagli.
4. Definire la Valuta, il numero di coupon e le condizioni di acquisto.

Tipo prodotto

Il cliente deve acquistare un particolare prodotto per poter ricevere il coupon.

Tipo ordine

Il cliente deve effettuare una spesa minima per un ordine per poter ricevere il coupon.

Fare clic su **Avanti**.

5. Definire il valore del coupon: la percentuale di sconto o il valore fisso del totale, quindi fare clic su **Fine**.

Definizione della copia pubblicitaria

Lo staff di progettazione crea immagini anteprima e a dimensioni massime di qualsiasi immagine necessaria per la promozione. Vengono inoltre definite le descrizioni scritte della promozione stessa.

6. Copiare i file grafici o Flash nella directory appropriata sulla macchina server di WebSphere Commerce. Il Responsabile del sito è la sola persona che dispone dell'autorizzazione per accedere a questa directory.
7. Utilizzare la funzione copia pubblicitaria per rendere il testo e i grafici utilizzati nell'eCoupon disponibili per l'iniziativa di campagna e impostare l'URL della promozione eCoupon. L'utilizzo del blocco appunti copia pubblicitaria è descritto nella sezione "Copia pubblicitaria" a pagina 203.
8. Assegnare e pianificare la promozione coupon ad uno spot di e-marketing.

Utilizzo delle promozioni eCoupon da parte del cliente

Per utilizzare gli eCoupon:

1. Il cliente fa clic sull'inserzione pubblicitaria per accettare la promozione eCoupon offerta.
WebSphere Commerce crea un'istanza del coupon e la aggiunge al portafogli coupon del cliente.
2. Il cliente seleziona il collegamento eCoupon.
Vengono visualizzati tutti gli eCoupon validi.

3. Il cliente controlla come utilizzare gli eCoupon ottenuti con il contenuto corrente del carrello degli acquisti. Quindi viene acquistato un prodotto per cui l'eCoupon è valido.

Lo sconto viene applicato nella pagina della verifica dell'ordine effettuato.

Capitolo 17. Product Advisor

In questa sezione viene descritto Product Advisor e viene fornita una panoramica sul modo in cui può essere utilizzato per estendere le capacità dei cataloghi in linea. Utilizzare questa sezione per meglio comprendere le caratteristiche di Product Advisor e le attività coinvolte nella creazione di metafore di acquisto. Per istruzioni dettagliate sulle procedure per eseguire queste attività, consultare la guida in linea di WebSphere Commerce.

Con Product Advisor vengono creati cataloghi "intelligenti". Un catalogo intelligente è un catalogo interattivo capace di fornire un elenco di prodotti adatto alle esigenze del cliente. Esso è analogo a un'organizzazione di addetti alle vendite e specialisti di prodotto che aiutano i clienti nella scelta e nel confronto dei prodotti che più si adattano alle proprie esigenze.

Product Advisor facilita i clienti nella ricerca del prodotto giusto nel minor tempo possibile. Semplificando e rendendo più veloce l'individuazione dei prodotti desiderati, vengono incrementate le possibilità di acquisto.

Metafore di acquisto

I clienti interagiscono con il catalogo utilizzando le *metafore di acquisto*. Esistono tre tipi di metafore di acquisto che presentano i dati del catalogo in maniera differente:

Comparazione dei prodotti

La metafora Comparazione dei prodotti visualizza i prodotti simili l'uno accanto all'altro, in modo che gli acquirenti possano immediatamente identificare le similitudini e le differenze. Avviare la metafora Comparazione dei prodotti direttamente oppure dalle metafore relative all'esplorazione dei prodotti o di assistenza alle vendite. La metafora Comparazione dei prodotti consente al cliente di confrontare i prodotti selezionati.

Esplorazione dei prodotti

La metafora Esplorazione dei prodotti è rivolta ai clienti che hanno dimestichezza con le caratteristiche di un determinata categoria di prodotti. Il cliente seleziona i valori desiderati, quindi viene avviata una ricerca in base ai parametri dei dati relativi al prodotto. La metafora Esplorazione dei prodotti può essere utilizzata per visualizzare l'elenco dei prodotti corrispondenti ai valori dei parametri.

Assistente di vendita

La metafora Assistente di vendita è rivolta ai clienti che non sanno da che

parte cominciare. Essa presenta una serie di domande a scelta multipla in cui ogni risposta determina la domanda successiva. È possibile creare tutte le risposte che si desidera. Per ogni risposta, è possibile creare una domanda successiva.

Una volta che il cliente ha risposto alle domande, le informazioni fornite con ogni risposta verranno raccolte. Viene quindi determinato un elenco ridotto dei prodotti che corrispondono alle risposte date. Il cliente può visualizzare questo elenco in qualsiasi momento oppure può decidere di andare avanti con le domande. Per impostazione predefinita, le risposte disponibili per l'ultima domanda portano alla metafora Paragone prodotto precedentemente definita. Nel momento in cui si risponde all'ultima domanda, viene visualizzato automaticamente un elenco dei prodotti corrispondenti. È possibile sostituire i valori predefiniti con un'altra metafora o con un diverso URL.

La metafora relativa all'assistenza alle vendite è l'unica metafora che può essere preparata senza disporre di un catalogo.

Determinazione dell'idoneità dei dati del catalogo per Product Advisor

Per determinare se il proprio catalogo è adatto all'utilizzo con Product Advisor, considerare le seguenti aree:

Caratteristiche

È necessario garantire che il catalogo presenti numerose caratteristiche di prodotto. Le metafore includono o rimuovono i prodotti dall'elenco di prodotti fornito ai clienti in base alle caratteristiche dei prodotti. Per poter essere distinto dagli altri, un prodotto deve disporre di numerose caratteristiche.

Si consideri un negozio che vende computer ed ha definito diverse caratteristiche per i computer. Tra queste caratteristiche vi sono: unità CD-ROM, unità disco rigido, memoria, sistema operativo e processore. In base a questi tipi di caratteristiche, le metafore restringono la selezione di prodotti appropriati al cliente. Ad esempio, i clienti possono indicare di essere interessati solo a computer con capacità di memoria minime di 256 MB. Affinché le metafore possano utilizzare queste informazioni, è necessario che la caratteristica sia definita in base a quella specifica (in questo caso, *memoria*). Quindi, è importante comprendere e definire le caratteristiche che i clienti possono utilizzare per differenziare i prodotti, prima di creare le metafore di acquisto.

Gerarchia catalogo

La gerarchia del catalogo deve raggruppare in un'unica categoria i prodotti con le stesse caratteristiche.

Attributi prodotto

Product Advisor utilizza gli attributi definiti nelle tabelle del Database WebSphere Commerce come caratteristiche. Utilizzare un attributo per

ciascuna caratteristica richiesta da Product Advisor. Accertarsi di utilizzare lo stesso attributo per tutti i prodotti in una categoria.

Strutturazione del flusso di domande e risposte per la metafora Assistente di vendita

È necessario inglobare la conoscenza e l'esperienza degli assistenti alle vendite in questa metafora. Quindi è indispensabile la collaborazione degli assistenti alle vendite e degli specialisti di prodotto durante la progettazione di queste informazioni.

Pianificazione delle risorse

Gli sviluppatori di negozio devono creare la gerarchia di categorie e gli attributi di prodotto e degli articoli. Gli sviluppatori devono collaborare con un addetto alle vendite o con uno specialista di prodotto che comprenda le diverse caratteristiche utilizzate dai clienti per differenziare i prodotti. Raggruppare i prodotti che dispongono di caratteristiche simili nelle stesse categorie. Creare gli attributi appropriati in modo tale che le metafore possano effettivamente ridurre gli elenchi per la selezione del prodotto. Una volta completata la progettazione della gerarchia e degli attributi, lo sviluppatore di catalogo può creare il catalogo.

Gli sviluppatori di catalogo, gli addetti alle vendite e gli specialisti di prodotto possono creare la struttura ad albero domanda e risposta. Queste persone devono individuare e prevedere le domande che i clienti possono formulare in modo da poter definire la selezione di prodotti. Tutto ciò richiede una conoscenza approfondita delle caratteristiche e delle funzioni del prodotto. Ad esempio, è molto utile strutturare le domande in modo da determinare come il cliente utilizzerà il prodotto. In questo modo, i clienti non devono specificare le caratteristiche a cui sono interessati. I vincoli assegnati alle domande selezionate selezionano le caratteristiche automaticamente. Ad esempio, se un cliente interessato a un computer indica che questo verrà utilizzato per giochi con grafica spinta, è possibile definire un elenco di computer in cui vengano inclusi solo quelli che supportano tali funzioni.

Le pagine Product Advisor utilizzano le maschere JSP per la visualizzazione. Le pagine JSP vengono generate in maniera dinamica in base alle richieste del cliente. Lo sviluppatore del negozio che crea Product Advisor dovrebbe avere una certa dimestichezza con la creazione di pagine JSP.

Product Advimore Catalog Manager

Product Advisor e Catalog Manager sono strumenti avanzati di catalogo che possono essere utilizzati in maniera complementare.

Si consiglia di utilizzare Direttore catalogo per creare ed estendere il catalogo creando metafore Product Advisor. Creare il catalogo mediante Direttore catalogo, quindi pubblicarlo nel database WebSphere Commerce. Creando uno spazio di ricerca Product Advisor utilizzando il programma di utilità paconfig si prepara una categoria all'uso mediante le metafore; quindi, utilizzare il programma di utilità PABatchXML per creare le metafore di acquisto. Questi programmi di utilità elaborano i file XML per impostare lo spazio di ricerca e le metafore.

Informazioni su Product Advisor

WebSphere Commerce Accelerator fornisce prospetti in cui vengono visualizzate le informazioni su Product Advisor. È possibile accedere a tali rapporti dal menu **Merce**.

Informazioni su Product Advisor

Utilizzare questo elenco per visualizzare le informazioni dell'intero sito su tutte le metafore di Product Advisor. Le informazioni vengono visualizzate in una tabella in cui è contenuto l'ID categoria, il nome della categoria, il nome della metafora e il conteggio.

Informazioni su Product Comparison

Utilizzare questo elenco per visualizzare le informazioni dell'intero sito su tutte le metafore di Confronto prodotti. Le informazioni vengono visualizzate in una tabella in cui è contenuto la categoria, il nome della categoria, le visualizzazioni ID (il numero totale di prodotti confrontati), i clic (il numero di volte che l'utilizzo di una metafora ha provocato delle selezioni successive di un particolare prodotto).

Informazioni su Product Exploration

Utilizzare questo elenco per visualizzare le informazioni dell'intero sito su tutte le metafore di Esplorazione prodotti. Le informazioni vengono visualizzate in una tabella in cui è contenuto l'ID categoria, il nome della categoria, il nome della caratteristica e il conteggio.

Informazioni su Assistente di vendita

Utilizzare questo elenco per visualizzare le informazioni dell'intero sito su tutte le metafore di Assistente di vendita. Le informazioni vengono visualizzate in una tabella in cui è contenuto l'ID categoria, il tipo, l'ID della struttura ad albero, l'ID di concetto, l'ID di concetto principale e il nome del concetto.

Capitolo 18. Aste

Le aste rappresentano un modello di vendita sempre più diffuso per le transazioni online. Le aste forniscono un metodo per negoziare e per stabilire dinamicamente il prezzo e le altre condizioni per la vendita di beni e servizi. WebSphere Commerce fornisce strumenti che consentono di semplificare la creazione e la gestione delle aste per il sito. Il componente aste rappresenta un ambiente ideale per migliorare il sistema di aste su piccola e media scala come parte della propria soluzione di e-commerce. Per meglio comprendere le aste e per avere una dimostrazione dei componenti ad esse correlate, visualizzare il negozio di esempio WebAuction.

La creazione e la gestione di un'asta di WebSphere Commerce è molto semplice. È possibile utilizzare degli stili d'asta forniti dal sistema oppure crearne di propri. Gli stili d'asta contengono dei valori predefiniti per i campi di immissione consentendo una riduzione del tempo per la creazione dell'asta.

Le aste di WebSphere Commerce sono protette. Nei centri commerciali dove sono presenti più negozi, i venditori o i responsabili di un negozio non possono modificare le aste per un altro negozio. Gli utenti autorizzati possono visualizzare le offerte dell'asta. Per impostazione predefinita, gli utenti cui è assegnato il ruolo di Venditore o Direttore prodottipossono visualizzare le offerte dell'asta. Le offerte dell'asta possono essere effettuate soltanto da parte dei clienti registrati sul sito. Il sistema codifica le informazioni sensibili.

Delle funzioni di ricerca basate su più attributi abilitano ad eseguire la ricerca di specifiche aste. È possibile effettuare una ricerca di un'asta per negozio, per tipo o per prodotto. È anche possibile ricercare in modo analogo gli stili d'asta e le regole di controllo delle offerte.

I forum di discussione sono utilizzati dai rappresentanti del servizio clienti per visualizzare e per rispondere ai messaggi inviati dai clienti in merito ad un'asta. Utilizzare questi forum per fornire informazioni supplementari ai clienti relative al prodotto all'asta, alle regole dell'asta o alle aste future.

Implementazione dell'asta

La seguente sezione descrive brevemente l'implementazione di un'asta in WebSphere Commerce. Prima di partecipare a un'asta per la prima volta, è necessario attivare i processi del programma di pianificazione dell'asta. Il programma di pianificazione richiama i comandi che elaborano i messaggi e le offerte dell'asta. Tale programma deve essere configurato e in esecuzione. Se si utilizza Payment Manager, è necessario che questo sia attivo nel

momento in cui si utilizzano le aste. Gli sviluppatori del negozio non dovrebbero modificare i file JSP di esempio delle aste mediante WebSphere Commerce Studio; in questo caso si potrebbero verificare degli effetti indesiderati. Si consiglia di utilizzare Wordpad o un altro editor di testo.

Funzioni per i partecipanti di un'asta

La figura di seguito riportata illustra la pagina delle aste correnti nel negozio di esempio WebAuction. Nell'elenco di seguito riportato sono descritte le azioni che possono essere eseguite da un partecipante dell'asta.

WebAuction HOME SHOPPING CART MY ACCOUNT CONTACT US HELP

CHOOSE A LANGUAGE
United States English GO!

SERVICES
Register now and get 10% off your first purchase! [Need help? Just ask!](#)

AUCTIONS
[Future Auctions](#)
[Current Auctions](#)
[Closed Auctions](#)
[Your Auction Gallery](#)
[Your Auction Bids](#)
[Messages](#)

RETURN TO STORE
10/09/2001
09:49:04 AM

Current Auctions

This page was last refreshed at October 9, 2001 9:48:46 AM

Product Name	Quantity	Auction Type (Best Bid) (See All Bids)	Bid Submission Deadline	Create/Modify Your Bids
Double-breasted blazer Auction Rules	99	Open Cry (\$10.00) (See All Bids)	July 23, 2275 1:59:35 PM	New Bid New AutoBid Your Bids
Short-sleeve casual shirt Auction Rules	100	Open Cry (\$0.00) (See All Bids)	March 10, 2032 1:53:27 PM	New Bid New AutoBid Your Bids
Classic belt Auction Rules	99	Sealed Bid	October 9, 2001 1:53:28 PM	New Bid Your Bids
Walking shorts Auction Rules	100	Sealed Bid	July 3, 2004 2:55:08 PM	New Bid Your Bids
Bomber jacket Auction Rules	100	Dutch Auction (See All Bids)	October 8, 2003 12:01:00 PM	New Bid Your Bids

* product has a reserve price

Aste al livello del sito

Le aste si svolgono al livello del sito. Un cliente registrato può scegliere il negozio per il quale visualizzare le aste.

Offerte automatiche

I partecipanti possono inoltrare delle offerte nelle aste libere in maniera automatica, selezionando l'opzione relativa alle offerte automatiche, la quale specifica il valore massimo dell'offerta e le altre informazioni.

Galleria d'aste

La galleria d'aste visualizza le aste cui sono interessati i clienti. I clienti possono aggiungere o rimuovere aste da questa galleria. La galleria d'aste include le aste esplicitamente aggiunte alla galleria del cliente, consentendo di controllare l'andamento delle aste o di parteciparvi. Se un cliente inoltra un'offerta per un'asta, allora tale asta verrà aggiunta alla galleria.

Messaggi di notifica delle aste

I partecipanti ricevono dei messaggi che notificano tutti gli eventi, come nel caso di vittoria di un'asta. Se i clienti non leggono tali messaggi entro un determinato periodo di tempo, allora riceveranno un messaggio e-mail contenente le stesse informazioni.

Forum di discussione

I forum di discussione sulle aste consentono ai clienti di comunicare con il negozio.

Tipi di asta

WebSphere Commerce supporta tre tipi di aste:

Asta libera

Le aste libere sono basate su un modello di incontro pubblico; questo significa che tutti possono vedere tutte le offerte. Le aste libere includono di norma un tempo di risposta breve tra l'offerta fatta e la chiusura da parte del responsabile dell'asta. Queste aste sono ideali quando i possibili acquirenti possono partecipare insieme all'asta e sono disposti a fare delle rapide controfferte. Se necessario, il responsabile può estendere il tempo che passa tra l'inoltro dell'ultima offerta e la chiusura dell'asta. Questo consente ai clienti di avere più tempo a disposizione per inoltrare altre offerte.

Offerta in busta chiusa

Le aste con offerte in busta chiusa utilizzano un processo di offerta privata. Ciascun partecipante presenta un'offerta privata, nota solo a loro ed al responsabile. L'asta viene chiusa alla scadenza dell'inoltro delle offerte. Il responsabile determina i vincitori dell'asta. Le aste di tipo offerta in busta chiusa sono di norma proposte quando è complicato per gli offerenti proporre istantaneamente delle controfferte. Di seguito sono riportate le caratteristiche delle aste ad offerte in busta chiusa:

- Le offerte non sono note a tutti gli offerenti
- I termini ultimi di presentazione delle offerte sono lunghi e ciò consente agli offerenti la possibilità di raccogliere informazioni, prendere decisioni e approntare e presentare offerte

Offerta al ribasso

In un'asta al ribasso (o di tipo olandese) il responsabile annuncia un prezzo e chiede se qualcuno dei partecipanti è disposto ad acquistare per questo prezzo. Nelle aste libere e ad offerte in busta chiusa invece sono i partecipanti che devono fare delle offerte. L'asta inizia con un prezzo di offerta alto che viene progressivamente abbassato fino a quando il numero degli acquirenti non è sufficiente per smaltire le scorte in inventario.

In tutte le aste, le interazioni sono tra il negozio e i clienti, e non direttamente tra i clienti.

A differenza delle aste tradizionali che vengono eseguite in sequenza, è possibile eseguire più aste WebSphere Commerce simultaneamente.

Stili di asta

Uno stile d'asta funge da maschera per un'asta. Invece di specificare tutti i campi ogni volta viene eseguita un'asta, è possibile creare uno stile d'asta utilizzato per inserire i dati in alcuni campi.

Uno stile d'asta dovrebbe includere tutti i campi obbligatori, quindi è possibile creare l'asta immettendo i dettagli del prodotto. Si consiglia di immettere i dettagli del prodotto mediante la procedura guidata delle aste.

Selezionare l'opzione **Stili asta** dal menu  **Merce**  **Prodotti** per visualizzare l'elenco degli stili di asta.

Regole per le aste

L'andamento di ogni asta è determinato da un insieme di regole. L'offerente deve comprendere appieno queste regole prima di partecipare ad un'asta. Tali regole specificano le seguenti informazioni:

- Il tipo d'asta, il nome del prodotto e la quantità.
- Il prezzo di riserva dell'asta, se fissato.
- L'ammontare del deposito. I vincitori che rifiutano di accettare gli articoli messi all'asta perdono la cifra anticipata come caparra. Quando un cliente inoltra un'offerta, l'ammontare del deposito viene registrato nel database; tuttavia, tale deposito non viene elaborato da Payment Manager. Se si desidera elaborare i depositi, è necessario immettere un codice per l'implementazione dell'elaborazione.
- La data/ora di inizio dell'asta.
- Le condizioni che regolano la chiusura dell'asta, come ad esempio la data/ora finale pianificata.
- Le regole per le offerte per l'asta che descrivono l'importo minimo dell'offerta, la quantità e l'incremento delle offerte. Le regole per le aste si applicano soltanto alle aste libere e alle aste ad offerte in busta chiusa. Per ulteriori informazioni, consultare la sezione "Definizione delle regole di controllo offerte" a pagina 225.
- I meccanismi di attribuzione dei prezzi per l'asta.

Quando è disponibile più di un prodotto per la stessa asta, allora si potrebbero avere più vincitori. Le offerte vincenti possono avere valori differenti. I meccanismi di attribuzione dei prezzi sono necessari quando

più articoli vengono messi contemporaneamente all'asta oppure quando la quantità dell'asta è diversa dalla quantità minima dell'offerta. Le aste WebSphere Commerce supportano due tipi di meccanismi di attribuzione dei prezzi.

Discriminante

Ai vincitori delle aste viene richiesto di pagare l'esatto importo dell'offerta.

Non discriminante

A tutti i vincitori viene richiesto di pagare il prezzo pagato dal vincitore con l'offerta vincente più bassa.

Per le aste libere e per le aste ad offerta in busta chiusa è possibile utilizzare sia l'attribuzione dei prezzi discriminante che quella non discriminante.

- Ulteriori commenti sull'asta. Includere i propri commenti nei campi relativi alle descrizioni brevi o lunghe all'interno della pagina delle regole. Le informazioni immesse verranno comunicate agli offerenti.

Se le regole dell'asta vengono modificate durante lo svolgimento di un'asta, gli acquirenti devono necessariamente prendere di nuovo visione di tali regole prima di poter effettuare o aggiornare le offerte. Le offerte effettuate prima dell'apporto di modifiche alle regole non sono influenzate e possono ancora risultare vincenti.

Definizione delle regole di controllo offerte

Per definire le regole di controllo delle offerte, selezionare l'opzione **Regole d'offerte** dal menu  **Merce**  **Prodotti**. Viene visualizzata la pagina delle regole di controllo delle offerte.

Utilizzare la pagina Regola d'offerta per visualizzare le regole di controllo offerte disponibili per le aste, quali il nome e la descrizione della regola o il valore e la quantità minime dell'offerta. All'interno di questa pagina, è possibile creare, modificare ed eliminare regole di offerte.

Gestione delle aste per il sito

Una volta creata un'asta, è possibile visualizzarla, modificarla, annullarla o chiuderla. È anche possibile visualizzare le offerte proposte e ritirare le offerte attive dai clienti. La gestione delle aste include anche le funzioni per i forum di discussione. È possibile rispondere alle domande dei clienti, aggiungere ulteriori informazioni e rimuovere singoli messaggi oppure intere discussioni.

Selezionare il menu  **Merce**  **Prodotti** per visualizzare la pagina delle aste del negozio.

Nella pagina delle aste vengono visualizzate le informazioni riportate di seguito: ID dell'asta, il tipo, lo stato, i prodotti e la relativa quantità. Da questo elenco è possibile anche effettuare altre operazioni, tra cui:

- Creare una nuova asta
- Modificare un'asta esistente
- Visualizzare un riepilogo di un'asta
- Ritirare un'asta
- Gestire forum di discussione di aste
- Gestire le offerte
- Chiudere le offerte
- Trovare aste

Creazione di un'asta

Selezionare l'opzione **Aste** dal menu  **Merce**  **Prodotti** per visualizzare l'elenco delle aste correnti. Da questo elenco fare clic su **Nuovo** per avviare la procedura guidata Asta.

Utilizzare questa procedura guidata per creare nuove aste. Fornire le seguenti informazioni: il tipo di asta, i prodotti per l'asta, le date di apertura e chiusura dell'asta, i prezzi e le maschere di visualizzazione. Per le aste libere e le aste con offerta in busta chiusa, è anche possibile includere le regole di controllo offerte. Le regole di controllo offerte definiscono il valore minimo dell'offerta, la quantità minima e gli incrementi da seguire per le offerte. Se si desidera utilizzare le regole di controllo offerte, è necessario che tali regole siano definite precedentemente. Per ulteriori informazioni, consultare la sezione "Definizione delle regole di controllo offerte" a pagina 225.

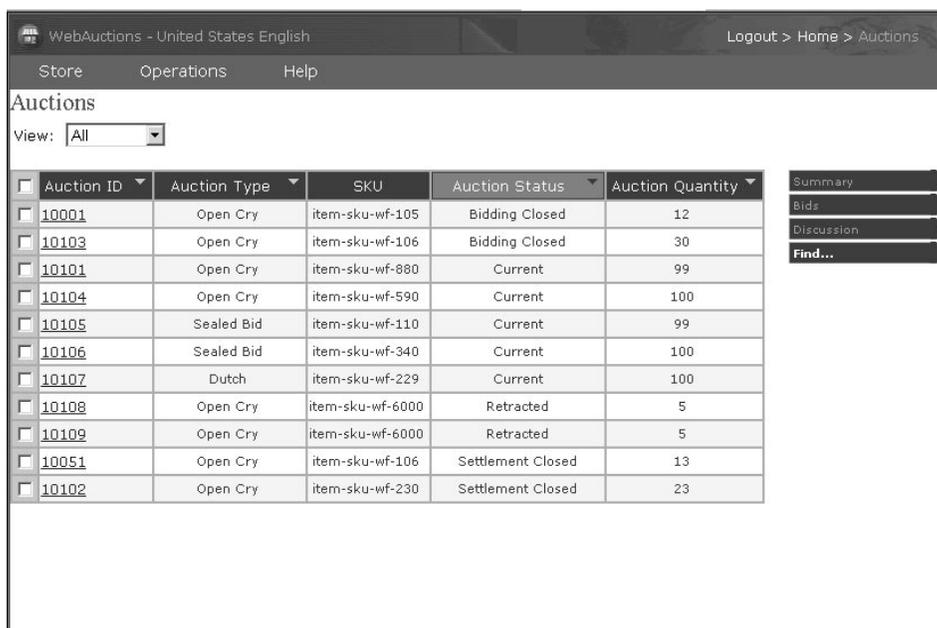
Ricerca di un'asta

Selezionare l'opzione **Trova aste** dal menu  **Merce**  **Prodotti** per cercare un'asta in base all'ID asta, al prodotto, allo SKU o al tipo di asta.

Per visualizzare le pagine disponibili, utilizzare la pagina Aste. Inoltre, è possibile eseguire altre attività da questo elenco, quali la creazione la modifica e l'eliminazione delle aste.

Gestione delle aste per i clienti

Normalmente, i rappresentanti del servizio clienti gestiscono le aste per i clienti. Per eseguire attività correlate alle aste per i clienti, come il ritiro delle offerte e la gestione dei forum di discussione, selezionare l'opzione **Aste** dal menu **B2C Operazioni** o **B2B Vendite**. Viene visualizzato l'elenco relativo alle aste.



<input type="checkbox"/>	Auction ID	Auction Type	SKU	Auction Status	Auction Quantity
<input type="checkbox"/>	10001	Open Cry	item-sku-wf-105	Bidding Closed	12
<input type="checkbox"/>	10103	Open Cry	item-sku-wf-106	Bidding Closed	30
<input type="checkbox"/>	10101	Open Cry	item-sku-wf-880	Current	99
<input type="checkbox"/>	10104	Open Cry	item-sku-wf-590	Current	100
<input type="checkbox"/>	10105	Sealed Bid	item-sku-wf-110	Current	99
<input type="checkbox"/>	10106	Sealed Bid	item-sku-wf-340	Current	100
<input type="checkbox"/>	10107	Dutch	item-sku-wf-229	Current	100
<input type="checkbox"/>	10108	Open Cry	item-sku-wf-6000	Retracted	5
<input type="checkbox"/>	10109	Open Cry	item-sku-wf-6000	Retracted	5
<input type="checkbox"/>	10051	Open Cry	item-sku-wf-106	Settlement Closed	13
<input type="checkbox"/>	10102	Open Cry	item-sku-wf-230	Settlement Closed	23

Utilizzare questa pagina per visualizzare i dettagli relativi alle aste, incluse le seguenti informazioni:

- ID asta, che identifica in maniera univoca l'asta
- Tipo di asta, ad esempio, al ribasso, libera o ad offerte in busta chiusa
- SKU prodotto, che identifica in modo univoco il prodotto
- Stato dell'asta
- Quantità di prodotti all'asta

Da questa pagina è possibile effettuare anche le seguenti attività:

- Trovare aste
- Visualizzare aste
- Ritirare le offerte dell'asta per i clienti
- Creare e gestire i forum di discussione per i clienti

Capitolo 19. Creazione di prospetti e soluzioni aziendali

In questo capitolo viene descritta la capacità di creazione di prospetti e di soluzioni aziendali di WebSphere Commerce. In WebSphere Commerce vengono forniti i prospetti contenenti i dettagli degli eventi delle campagne e l'utilizzo di Product Advisor. WebSphere Commerce Analyzer, un componente opzionale di WebSphere Commerce, dispone di maggiori capacità per la creazione di prospetti relativi alle soluzioni aziendali.

Per visualizzare i prospetti, accedere a WebSphere Commerce Accelerator e selezionare l'opzione **Prospetti Business Intelligence** dal menu **Negozio**. A seconda del ruolo, potrebbero non essere visualizzati tutti i prospetti descritti in questo capitolo.

Prospetti di WebSphere Commerce

Il Controllo degli eventi di marketing raccoglie le informazioni utilizzando dei semplici contatori nel database WebSphere Commerce che vengono incrementati quando si verifica un qualsiasi evento trigger. Le informazioni vengono compilate per quanto segue:

- Gli eventi delle campagne, quali impressioni e percentuale di visite.
Una impressione si verifica ogni volta che una particolare iniziativa di una campagna viene visualizzata da un utente. Ogni iniziativa viene visualizzata in una pubblicità oppure all'interno del contenuto di una vendita persuasiva. Una percentuale di visita si verifica ogni volta che un cliente fa clic sul contenuto visualizzato per rilevare ulteriori informazioni. Affinché possano essere registrate tutte le percentuali di visita, è necessario che lo sviluppatore del negozio associ il comando ClickInfo al contenuto dinamico. Il controllo degli eventi di marketing memorizza le iniziative delle campagne e visualizza gli spot di e-marketing. Questa operazione è utile per raffinare le pubblicità oppure per accertarsi che tali pubblicità siano state visualizzate.
- Utilizzo da parte del cliente di Product Advisor.
Le informazioni vengono mantenute per ciascuna delle tre metafore e possono dimostrare l'efficacia per la comparazione.

Inoltre esso compila un registro dettagliato degli eventi della campagna generati durante l'utilizzo del sito. Ogni volta che si verifica una campagna, il registro viene aggiornato con la pagina richiesta, gli spot di e-marketing vengono visualizzati e le iniziative vengono utilizzate per generarne il

contenuto. Tale registro viene conservato nella tabella CPGNLOG nel database di WebSphere Commerce. WebSphere Commerce Analyzer genera prospetti basati sui dati raccolti.

I prospetti sono descritti nelle seguenti sezioni:

- “Prospetti di inventario” a pagina 149.
- “Prospetti di gestione prodotti” a pagina 163.
- “Prospetti di gestione conti” a pagina 193.
- “Prospetti di gestione contratti” a pagina 193.

Soluzioni aziendali

Le aziende raccolgono una grande quantità di dati nelle operazioni quotidiane, come i dati relativi agli ordini, agli account pagabili, all’inventario e ai clienti.

La possibilità di consolidare ed analizzare questi dati per la scelta delle migliori decisioni aziendali, offre spesso una serie di vantaggi molto competitivi. Ad esempio, una grande catena di negozi di abbigliamento può adattare gli inventari del negozio per accontentare i gusti locali, una banca può determinare quali sono i servizi necessari per accontentare dei clienti esistenti e un direttore commerciale può rilevare problemi relativi agli spot in determinate aree geografiche.

Una soluzione aziendale fa riferimento all’abilità di prendere decisioni aziendali più ponderate con l’utilizzo intelligente delle risorse di dati disponibili. In questo modo è infatti possibile concedere l’accesso soltanto a determinati dati, analizzare i dati per una statistica e utilizzare tali statistiche per prendere decisioni migliori.

La soluzione aziendale utilizzata in WebSphere Commerce è denominata WebSphere Commerce Analyzer.

WebSphere Commerce Analyzer

WebSphere Commerce Analyzer fornisce prospetti predefiniti relativi alle attività di marketing e di acquisto all’interno del negozio. È possibile utilizzare tali prospetti per gestire il successo della propria azienda. Non è possibile personalizzare i prospetti.

WebSphere Commerce Analyzer crea e gestisce un datamart contenente le informazioni necessarie per generare i prospetti relativi al negozio. Tale datamart viene creato sul server WebSphere Commerce Analyzer mediante il programma di installazione di WebSphere Commerce Analyzer. Il datamart è un database relazionale di IBM DB2. Esso contiene le informazioni ottenute dai server del database WebSphere Commerce. IBM DB2 fornisce gli strumenti

necessari per la gestione del database. Il programma di installazione inoltre installa lo strumento per la creazione di prospetti Brio Broadcast Server, fornito dalla Brio Technology come parte di Brio Enterprise Server 6.2. Mediante lo strumento per la creazione di prospetti Brio Broadcast Server è possibile generare i prospetti aziendali.

I prospetti aziendali forniscono le informazioni relative all'efficacia delle campagne, alle vendite e ai clienti che sfogliano il negozio. È possibile utilizzare questi prospetti per facilitare le decisioni relative alla strategia di marketing e per la scelta dei prodotti da vendere nel negozio. È possibile accedere ai prospetti aziendali mediante WebSphere Commerce Accelerator.

Una volta terminata l'installazione, il processo di creazione di un prospetto può essere pianificato in modo da essere eseguito quotidianamente. Ad esempio, i prospetti possono essere eseguiti dopo la mezzanotte o in un qualsiasi altro orario in cui viene effettuata una scarsa attività nel negozio.

WebSphere Commerce Analyzer fornisce informazioni su un negozio e supporta più lingue, locale e divise. I prospetti di WebSphere Commerce Analyzer vengono generati solo nella lingua, nella locale e nella divisa selezionate.

I prospetti aziendali forniscono delle informazioni esaurienti relative al proprio sito. Essi includono le informazioni estratte da un datamart su una macchina remota e che sono state analizzate in modo da diventare informazioni specifiche. I prospetti sono disponibili soltanto se il responsabile del sito ha installato e configurato WebSphere Commerce Analyzer. Per informazioni sull'installazione, fare riferimento a *WebSphere Commerce Analyzer, Guida all'installazione e alla configurazione*. Inoltre, il Responsabile del sito deve abilitare i componenti UserTrafficEventListener e CampaignRecommendationListener. Per informazioni sull'utilizzo di WebSphere Commerce Analyzer, fare riferimento a *WebSphere Commerce Analyzer, Guida all'installazione e alla configurazione*.

Nella seguente tabella vengono riassunti i prospetti relativi alle attività di marketing. La maggior parte dei prospetti è disponibile in formato tabella o sotto forma di grafico a barre; altri prospetti sono disponibili soltanto all'interno di tabelle. A seconda del ruolo dell'utente, potrebbero non essere visualizzati tutti i prospetti illustrati in questa tabella.

Metrico decimale	Dimensioni/informazioni	Descrizione
Impressioni visualizzate	Campagna Iniziativa spot di e-marketing Tempo Primi 10 Luogo Impressioni "assolute visualizzate" contabilità	Analizza la frequenza con cui il contenuto personalizzato è stato visualizzato dal cliente.
Impressioni selezionate	Campagna Iniziativa spot di e-marketing Tempo Primi 10 Luogo Impressioni "assolute visualizzate" numero Impressioni "assolute di clic" numero Rapporto di clic	Analizza la frequenza con cui è stato fatto clic sul contenuto personalizzato da parte del cliente. Questo implica che il cliente era interessato al contenuto consigliato.
Impressioni su cui è stato fatto clic seguito da ordini	Campagna Iniziativa spot di e-marketing Tempo Primi 10 Luogo Impressioni "assolute visualizzate" numero Impressioni "assolute su cui è stato fatto clic seguito da ordini" numero	Analizza la frequenza con cui il contenuto personalizzato (vale a dire i prodotti consigliati) è stato visualizzato dal cliente, la frequenza con cui è stato fatto clic su tale contenuto e se ne è seguita una vendita/ordine del prodotto.

Metrico decimale	Dimensioni/informazioni	Descrizione
Impressioni che hanno condotto alla rinuncia dei prodotti (unità a cui si rinuncia)	Campagna Iniziativa spot di e-marketing Tempo Primi 10 Impressioni “assolute su cui si fa clic” numero Conteggio assoluto delle volte in cui si è verificata la rinuncia	Analizza la frequenza con cui un'impressione ha condotto a lasciare il prodotto nel carrello della spesa. Indica una richiesta persa.
Vendite prodotti - entrata	Tempo Inizio/fine 10	Analizza l'entrata relativa alle vendite del prodotto.
Vendite prodotti - unità vendute	Tempo Inizio/fine 10	Analizza il volume delle vendite dei prodotti.
Prodotti cui si è rinunciato	Tempo Primi 10	Analizza i prodotti che sono stati lasciati nel carrello della spesa. Indica una richiesta persa.
Riepilogo ordine - quantità	Tempo	Analizza il volume degli ordini nel tempo.
Valori delle vendite e unità vendute	Luogo Tempo Scala di età Scala di reddito Sesso Stato civile Account/Contratto (Valore vendite)	Analizza le entrate e il volume delle vendite in dimensioni particolari.

Appendice. Informazioni di supporto

Insieme con la famiglia di prodotti IBM WebSphere Commerce per la creazione di un negozio, è possibile utilizzare vari prodotti software collegati. Questa appendice descrive i tipi di informazioni fornite per questa famiglia di prodotti e indica dove è possibile reperire le informazioni.

Informazioni di supporto per WebSphere Commerce

È possibile scaricare le versioni aggiornate delle pubblicazioni e della guida in linea dalla pagina della Libreria tecnica del sito Web di WebSphere Commerce, al seguente indirizzo:

 ibm.com/software/webservers/commerce/wc_pe/lit-tech-general.html

 ibm.com/software/webservers/commerce/wc_be/lit-tech-general.html

Informazioni di installazione e configurazione

Con WebSphere Commerce è fornito il manuale Guida all'installazione. In questa pubblicazione viene descritta la procedura di installazione e configurazione di WebSphere Commerce.

Anche con Commerce Studio è fornito il manuale Guida all'installazione. In questa pubblicazione viene descritta la procedura di installazione e configurazione di Commerce Studio.

Informazioni per il programmatore

Il manuale *IBM WebSphere Commerce Guida per il programmatore, versione 5.4* viene fornito con WebSphere Commerce. Questo manuale descrive concetti e architettura, fornisce un modello per il programmatore, spiega il ciclo di sviluppo e fornisce esempi sulla personalizzazione dell'ambiente e-commerce.

Guida in linea

È possibile accedere al sistema di guida in linea per WebSphere Commerce da Internet Explorer, versione 5.5, sulla macchina Windows (la guida non funzionerà correttamente con un browser Netscape), utilizzando i seguenti metodi:

- Da seguente indirizzo:
http://nome_host/wchelp/, dove *nome_host* è il nome della macchina WebSphere Commerce utilizzata.

Se la guida di WebSphere Commerce non è installata, consultare la *Guida all'installazione* per le istruzioni sull'installazione del componente Commerce Server.

-  Dal menu **Start** come riportato di seguito:
Start -> **Programmi**-> **IBM WebSphere Commerce** -> **Documentazione**

Versioni stampabili della guida in linea

Alcune sezioni della guida in linea per WebSphere Commerce sono state convertite in file PDF. I file PDF sono disponibili nella pagina della Libreria tecnica.

Guida di Commerce Studio

IBM WebSphere Commerce Studio, Developer e Professional Developer Edition (anche indicate come Commerce Studio) integrano numerosi strumenti di sviluppo dei siti in un solo ambiente di sviluppo. Di conseguenza, è possibile accedere alle informazioni di supporto da numerosi punti. Questa sezione descrive i diversi tipi di informazioni a cui fare riferimento quando si utilizza Commerce Studio.

Guida in linea

La guida in linea di Commerce Studio è unificata alla guida in linea di WebSphere Commerce. È possibile installare una copia di WebSphere Commerce sulla stessa macchina di Commerce Studio. Per informazioni sull'accesso alla guida in linea di WebSphere Commerce, fare riferimento alla sezione "Guida in linea" a pagina 235.

Glossario

A

accordo di condivisione inventario. Un accordo in base al quale un negozio rende le ricevute inventario disponibili a un altro negozio per l'assegnazione dell'inventario.

Acquirente. L'acquirente rappresenta il contatto principale con i fornitori. L'acquirente gestisce le negoziazioni e gli ordini ricevuti dai fornitori, tiene traccia dell'inventario, prende le decisioni in merito agli ordini di acquisto, tiene traccia dei record, delle ricevute e delle ragioni delle restituzioni nell'inventario.

Addetto imballaggi. Un ruolo definito in WebSphere Commerce che preleva i prodotti dai centri di evasione ordini e li impacchetta per la spedizione ai clienti. L'addetto agli imballaggi gestisce anche le etichette degli articoli e le confezioni utilizzate per confermare la spedizione dei prodotti durante l'evasione dell'ordine.

ambiente di runtime. (1) Un ambiente di esecuzione. (2) In WebSphere Commerce un sito Web attivo sul quale vengono condotte transazioni commerciali.

applet. Un programma applicativo, scritto nella lingua di programmazione Java, che può essere richiamato da un server Web ed eseguito da un browser Web. Un riferimento ad un'applet viene visualizzato nella markup di una pagina Web, nello stesso modo in cui viene visualizzato un riferimento ai file grafici; un browser richiama un'applet nello stesso modo in cui richiama un file grafico. Per ragioni di sicurezza, i diritti di accesso di un'applet vengono limitati in due modi: l'applet non può accedere al file system del client dal quale è in esecuzione e la comunicazione dell'applet attraverso la rete è limitata al server dal quale viene scaricata. Contrario di *serolet*.

applicazione. Nella programmazione Java, un programma Java autonomo che include un metodo principale statico. Non richiede un programma di visualizzazione applet. Confrontare con *applet*.

archivio di negozi di esempio. Un archivio negozio da copiare ed utilizzare come base per la creazione di nuovi negozi. Gli archivi di negozi di esempio possono essere copiati e pubblicati diverse volte. Essi non contengono chiavi primarie specifiche di una determinata istanza del database. Essi utilizzano invece degli alias interni che vengono risolti da IDResolver al momento della pubblicazione. I negozi di esempio forniti con WebSphere Commerce sono archivi di negozi di esempio.

archivio di negozio. Un file compresso che contiene tutte le risorse (comprese le risorse file e le informazioni del database) necessarie per creare un negozio. La pubblicazione dell'archivio negozio in un server WebSphere Commerce crea un negozio operativo. Vedere *SAR*.

articolo. Un'entità che ha un numero parte o SKU. Tutti gli articoli associati a un determinato prodotto presentano la stessa serie di attributi e si differenziano per i valori degli attributi. Non è necessario che un articolo sia associato ad un prodotto. Se un articolo non è identificato da attributi, non risulta associato ad alcun prodotto.

articolo di interesse. Un articolo che un acquirente ha indicato come acquisto potenziale o ricorrente. Un articolo di interesse viene memorizzato con una quantità di informazioni, ma senza informazioni sul prezzo. Un elenco di articoli di interesse è costituito da uno o più articoli di interesse.

articolo di pacchetto. Un articolo venduto come parte di un pacchetto.

articolo SKU. (1) Un oggetto che è possibile acquistare con una SKU. Può essere costituito da

un singolo articolo o da un prodotto, da un pacchetto o da un bundle. (2) Per gli utenti di WebSphere Commerce Accelerator, l'articolo che può essere ordinato è denominato prodotto. Sebbene i prodotti e gli articoli SKU si differenziano per i motivi del livello inferiore (come nello schema del database di WebSphere Commerce), in WebSphere Commerce Accelerator non viene fatta questa distinzione.

ASCII (American Standard Code for Information Interchange). Una codifica standard per la rappresentazione dei caratteri che utilizza i valori binari. La codifica standard viene utilizzata per lo scambio di informazioni tra sistemi di elaborazione dati, sistemi di comunicazione dati e apparecchiature associate. La serie di caratteri ASCII utilizza i numeri da 0 a 127 per rappresentare tutti i caratteri inglesi come caratteri di controllo speciali. La maggior parte di sistemi basati su PC utilizzano una codifica ASCII estesa a 8 bit, con ulteriori 128 caratteri utilizzati per rappresentare simboli speciali, caratteri di lingue straniere e simboli grafici. I sistemi operativi usati su DOS e UNIX(R) (fatta eccezione per Windows NT(R)) utilizzano la codifica ASCII per i file di testo. Windows NT utilizza la più recente Unicode standard. I programmi di conversione consentono ai diversi sistemi operativi di cambiare un file da una codifica ad un'altra.

assegnazione dell'inventario al posto dell'inventario previsto. L'indicazione dell'inventario per un ordine al posto dell'inventario che deve essere ricevuto da un centro di evasione ordini. Tali informazioni di solito si trovano in un record dell'inventario previsto. Contrario di *assegnazione inventario*.

assegnazione inventario. L'indicazione dell'inventario per un ordine al posto dell'inventario corrente utilizzato in un centro di evasione ordini. L'assegnazione è un'operazione diversa dalla prenotazione, che è un criterio più limitativo e che di solito non si applica agli ordini. Contrario di *assegnazione dell'inventario al posto dell'inventario previsto*.

associazione merce. Un'associazione tra due articoli di catalogo allo scopo di un'attività di

vendite. Ad esempio, una macchina fotografica può avere una associazione merce con un insieme di batterie, mentre una particolare maglietta può avere una associazione merce con un determinato paio di pantaloni.

assortimento. Uno specifico raggruppamento di prodotti che non condividono alcun rapporto concreto. Gli assortimenti solitamente vengono utilizzati per raggruppare prodotti in base ai tipi di merce. Esempi di ciò includono raggruppamenti in base ai temi relativi a festività, ad esempio Pasqua il giorno di San Valentino.

asta. Un metodo di vendita che consente di negoziare e stabilire in modo dinamico il prezzo e gli altri termini di vendita di merci e servizi, solitamente al maggiore offerente.

attivazione. (1) Per iniziare un programma di merce, ad esempio un offerta per uno sconto. (2) Per trasferire un bean enterprise dall'ubicazione di memorizzazione secondaria alla memoria.

attributi di personalizzazione. Nel meccanismo commerciale delle RFQ, un elenco di attributi creati da un'organizzazione venditrice che l'acquirente deve utilizzare per inoltrare una RFQ all'organizzazione. Oltre agli attributi predefiniti stabiliti dal rivenditore, gli acquirenti possono specificare gli attributi univoci nei relativi campi indicati.

attributo. Una proprietà di un articolo in un negozio in linea, come ad esempio, colore o dimensione. Gli articoli possono avere più attributi.

attributo caratteristica. Specifica il modo in cui devono essere visualizzate le informazioni sui prodotti ai clienti. Ad esempio, le caratteristiche con delle descrizioni numeriche possono essere visualizzate ad un cliente in ordine crescente o decrescente.

autorità di certificazione (CA). Un'organizzazione che emette certificati. La CA autentica l'identità del proprietario del certificato e i servizi che il proprietario è autorizzato ad utilizzare, emette nuovi certificati, rinnova

certificati esistenti e revoca certificati appartenenti agli utenti che non sono più autorizzati ad utilizzarli.

azione approvabile. Un comando o gruppo di comandi richiamato da un utente ma che non può essere eseguito senza l'approvazione di un responsabile approvazioni all'interno dell'organizzazione.

B

batch. Una raccolta di transazioni di pagamento, come ad esempio le catture, i crediti, le inversioni di cattura e di credito, elaborate come un gruppo. Un batch viene inoltrato come una singola unità al sistema finanziario dell'ente finanziario. Le indicazioni aziendali relative all'utilizzo dell'elaborazione batch sono messe a punto dagli istituti di credito. I venditori stabiliscono anche i criteri che sono in linea con queste indicazioni.

B2B (business-to-business). Il software e-commerce B2B consente di creare siti Web per lo scambio di prodotti, servizi o informazioni tra le aziende. Le transazioni B2B più comuni avvengono tra acquirenti, fornitori, produttori, rivenditori, distributori e partner commerciali. Contrario di *B2C*.

B2C (business-to-consumer). Il software e-commerce B2C consente di creare siti Web per lo scambio di prodotti, servizi o informazioni tra le aziende e i clienti. Meglio conosciuto come parte al dettaglio dell'e-commerce. Contrario di *B2B*.

bean. Una definizione o un'istanza di un componente JavaBeans. Consultare *bean Java*.

bean di accesso. I wrapper per i bean enterprise che di solito vengono utilizzati dai programmi client. I bean di accesso nascondono la complessità associata alle interfacce locale e remota. Questi bean vengono generati dagli strumenti di VisualAge(R) per Java(TM). I comandi di WebSphere(R) Commerce utilizzano i bean di accesso per facilitare le operazioni di database.

bean di comando. Un bean Java contenente la logica di programmazione per gestire una particolare richiesta. I comandi WebSphere Commerce seguono il modello di programmazione dei comandi di WebSphere. Esistono quattro tipi di comandi: *comandi del controller*, *comandi di attività*, *comandi dei bean di dati* e *comandi di visualizzazione*.

bean di dati. Un tipo di bean Java ubicato in un file JSP. Il bean di dati rappresenta i dati a cui può accedere lo sviluppatore del negozio. Essi possono disporre di comandi associati richiamati quando il file JSP esegue un'istanza del bean di dati in runtime.

bean di entità. Un bean enterprise che contiene dati persistenti e che può essere salvato in varie memorie di dati persistenti. Ciascun bean di entità è presenta una propria identità. Vi sono due tipi di bean di entità: bean di entità container-managed persistence (CMP) e bean di entità bean-managed persistence (BMP). Confrontare con *bean di sessione*.

bean di sessione. Un bean enterprise di durata relativamente breve. Vi sono due tipi di bean di sessione: *bean di sessione stateful* e *bean di sessione stateless*. Vedere *bean entità*.

bean di sessione con stato. Un bean enterprise di sessione che agisce per conto di un singolo client e conserva le informazioni sulla sessione specifiche del client (denominato stato di conversazione) attraverso più transazioni e richiamo di metodo. Contrario di *bean di sessione stateless*.

bean di sessione privo di stato. Un bean enterprise di sessione che non conserva alcuno stato di conversazione. I bean di sessione stateless sono raccolti in un contenitore con altri bean. Confrontare con *bean di sessione con stato*.

bean di WebSphere Commerce. Una serie di bean Java, inclusi in Commerce Suite e Commerce Studio, che accedono alle informazioni dalle tabelle del database. La creazione di pagine del negozio utilizzando questi bean consente di visualizzare le informazioni che possono essere modificate di

frequente, ad esempio elenchi di prodotti e categorie o prezzi di prodotti.

bean enterprise. Un oggetto non visivo conforme all'architettura Enterprise JavaBeans. I bean enterprise vengono sviluppati in un contenitore EJB e vengono eseguiti su un server EJB. Vi sono due tipi di bean enterprise: bean di sessione e bean di entità.

beaninfo. (1) Una classe Java che fornisce informazioni esplicite su proprietà, eventi e metodi di una classe bean. (2) Nell'IDE di VisualAge per Java, una pagina nel browser di classe che fornisce informazioni sul bean.

bean Java. Un componente software riutilizzabile che segue la specifica JavaBeans della Sun Microsystems, Inc. I bean presentano modalità standard di implementazione di proprietà, metodi ed eventi, quindi, possono essere esaminati e manipolati in modo programmatico. WebSphere Commerce e Commerce Studio includono bean specifici di WebSphere Commerce che è possibile utilizzare per aggiungere informazioni dinamiche alle pagine create con la tecnologia JavaServer Pages.

bilanciamento del carico. Un metodo di suddivisione della quantità di lavoro che un computer deve eseguire tra due o più computer, in modo che tutti gli utenti in linea siano serviti più rapidamente. Se uno dei server diventa sovraccarico, le richieste vengono inoltrate ad un altro server con maggiore capacità. Tipicamente, la distribuzione carico è la ragione principale per la creazione di cluster del server. Poiché la distribuzione del carico richiede più server, solitamente è combinata con un servizio di failover e backup.

BMP. Vedere *BMP (bean-managed persistence)*.

BMP (bean-managed persistence).

Nell'ambiente di sviluppo EJB, la persistenza gestita da un bean di entità. Contrario di *CMP (container-managed persistence)*.

bolla di accompagnamento. Un documento stampato contenente un elenco di tutti i prodotti contenuti in un certo rilascio. Di solito, in questo

documento sono contenuti anche l'indirizzo di spedizione, le informazioni sul corriere di spedizione e alcune volte le informazioni sull'assegnazione del prezzo. La confezione viene utilizzata dai trasportatori per impacchettare gli articoli di un rilascio per l'evasione fisica. Essa viene di solito inclusa nel pacco in modo che il cliente possa verificare che siano stati spediti gli articoli corretti.

buffer. Una parte di memoria utilizzata per memorizzare temporaneamente testo, tag di markup e altri oggetti.

bundle. Un concetto che consente ai Responsabili dei prodotti ed ai Responsabili del marketing di fornire una funzione di singolo clic per fare riferimento a più voci. In modo più formale, un bundle è un voce di catalogo composta costituita da almeno una SKU. Quando una raccolta viene aggiunta ad un ordine, questo viene scomposto nei relativi singoli articoli, che vengono quindi aggiunti all'ordine, e il prezzo viene sommato. Un bundle non può essere acquistato direttamente. Vedere anche *pacchetto*.

bundle di risorsa. Contiene il testo delle pagine del negozio. Se il negozio supporta più di una lingua, il bundle di risorse conterrà più "bundle", uno per lingua. E' possibile creare e accedere ai file di bundle in base all'API PropertyResourceBundle Java.

C

cache. Una memoria buffer con particolare scopo, più piccola e più veloce della memoria principale, utilizzata per memorizzare una copia di istruzioni e dati ottenuti dalla memoria principale e utilizzata dal processore.

call center. In WebSphere Commerce, un gruppo del personale designati come utenti nel gruppo di accesso Rappresentante del servizio clienti, che per un periodo di tempo può invocare alcune funzioni per conto di un cliente. Ad esempio, può aggiornare le informazioni sul cliente, inclusa la password; può aggiornare gli ordini o effettuare un nuovo ordine. Il parametro forUser viene utilizzato per abilitare i call centers.

campagna. Una serie di operazioni pianificate, ad esempio pubblicità e tecniche di vendita persuasiva, effettuate per raggiungere una serie definita di scopi commerciali. In WebSphere Commerce Accelerator, le campagne vengono utilizzate per coordinare e aggregare gruppi di iniziative di una campagna.

cancellazione a cascata. Un processo DB2(R) che determina l'esecuzione di un'azione su delle righe in un database quando viene cancellata un'altra riga.

carrello degli acquisti. Un ordine in sospeso. Vedere anche *articolo di interesse*.

caso di utilizzo. In WebSphere Commerce un esame di utilizzo mostra il flusso di interazione di ciascun utente nel negozio di esempio e agisce come una maschera per la creazione di un negozio.

catalogo. Vedere *catalogo in linea*.

catalogo in linea. Termine generale per una raccolta di gruppi di catalogo o articoli di catalogo disponibile per la visualizzazione e l'acquisto presso un negozio in linea.

catalogo principale. Il catalogo principale che contiene tutti i prodotti, le SKU, le descrizioni e la determinazione standard del prezzo per ciascun prodotto. Ciascun prodotto appartiene a una singola categoria. Vedere anche *catalogo in linea*.

categoria di spedizione. Definisce le specifiche di spedizione ed è comunemente determinata da una serie di valori riguardanti il peso, la dimensione o la quantità. Ad esempio, si può impostare una categoria di spedizione per prodotti di dimensioni regolari e una categoria per prodotti di grandi dimensioni. Tali categorie di spedizione avranno tariffe di spedizione diverse. WebSphere Commerce definisce due categorie di spedizione predefinite: costo per articolo e costo per ordine. Tali categorie non possono essere modificate o cancellate.

categoria principale. In un catalogo in linea, una categoria di articoli che non presenta categorie principali.

categoria principale (o parent). Una categoria contenente altre categorie in una gerarchia. Vedere anche *categoria secondaria (o child)*.

categoria secondaria (o child). Una categoria subordinata ad un'altra categoria in una gerarchia. Vedere anche *categoria principale (o parent)*.

categorie di imposte. Indica le differenti categorie di tasse che un negozio può richiedere, come tasse statali, provinciali e comunali. A ogni categoria di tassa deve essere assegnato uno dei due tipi di tasse, vendita o spedizione.

category. Un gruppo di oggetti che presenta proprietà simili. In WebSphere Commerce le categorie vengono utilizzate per organizzare i prodotti o i servizi offerti dal negozio. Ad esempio, un negozio di abbigliamento può includere categorie ordinate in base allo stile di vita (casual, elegante, sportivo), in base al genere (maschile o femminile) o in base all'età (bambini o adulti). Solitamente una categoria viene implementata come un gruppo di cataloghi. Vedere anche *categoria secondaria (o child)* e *categoria principale (o parent)*.

cattura. Il processo mediante il quale l'Acquirente riceve il pagamento dall'istituto finanziario del cliente e lo gira al venditore. Una "cattura" è la garanzia che i fondi sono disponibili e che il trasferimento andrà a buon fine.

CCF. Vedere *Common Connector Framework*.

centro di evasione ordini. Funziona come un magazzino in cui i prodotti vengono impacchettati e spediti ai clienti. I centri gestione, i negozi, e gli spedizionieri sono considerati come entità separate.

Certificato X.509. L'autenticazione di certificato client per gli utenti che accedono ad un sito WebSphere Commerce sicuro.

chiave composta. In un database relazionale, una chiave costituita da due o più attributi in una relazione.

chiave esterna. In un database relazionale, una chiave in una tabella che fa riferimento alla chiave primaria in un'altra tabella.

chiave principale . In un database relazionale, una chiave che identifica in maniera univoca una riga di una tabella di database.

classi MQSeries(R) per Java Message Service. Una serie di classi Java che implementa interfacce Java Message Service (JMS) della Sun Microsystems, Inc. per abilitare i programmi JMS all'accesso ai sistemi MQSeries.

Clickstream Engine. Il componente LikeMinds Personalization Server che accede alle informazioni sulle transazioni e genera veri e propri consigli basati sul comportamento di acquisto dei clienti durante la navigazione su un sito Web. WebSphere Commerce genera eventi in base al comportamento di acquisto, inclusa la visualizzazione della pagina dei dettagli di un prodotto e l'aggiunta di articoli al carrello degli acquisti o all'elenco di interessi. Tali eventi vengono inoltrati mediante Clickstream Engine.

client. Un'unità funzionale che riceve servizi condivisi da un server. Ad esempio, un PC che richiede documenti HTML da un server Web è un client di detto server.

cliente. Un utente di un negozio in linea.

cliente non registrato. Un cliente che non è registrato con un negozio. I clienti non registrati vengono creati quando un cliente aggiunge qualcosa al carrello degli acquisti, ma non si è ancora registrato.

cliente registrato . Un cliente registrato con un negozio. Per iscriversi, un cliente fornisce informazioni personali al sistema di WebSphere Commerce, come ad esempio, un indirizzo e-mail.

clone. Una copia di un oggetto configurato in modo identico, ad esempio un server di applicazioni. I cloni possono essere utilizzati per scopi di gestione del carico di lavoro, ad esempio, per supportare la creazione di scale orizzontali e verticali.

CMP. Vedere *CMP (container-managed persistence)*.

CMP (container-managed persistence). Nell'ambiente di sviluppo EJB, la persistenza che viene delegata ad un contenitore di bean enterprise, in contrasto all'autogestione del bean stesso. Contrario di *BMP (bean-managed persistence)*.

coda di emissione. Un meccanismo generalizzato per separare un gruppo di prodotti per cui è necessario un trattamento speciale nel processo di evasione dell'ordine. Una coda di emissione indirizza le informazioni relative ai prodotti ordinati a una stampante o a un file. Ad esempio, la creazione di un monogramma è un processo che richiede un trattamento particolare; l'invio dei prodotti di cui eseguire un monogramma alla stessa coda di emissione facilita l'intera operazione.

codice di calcolo. Associato ad altri articoli dell'ordine, articoli di catalogo o gruppi di catalogo per specificare il modo in cui vanno calcolati gli sconti, le tariffe di spedizione, le tasse sulle vendite e le tasse di spedizione.

codice regionale. In WebSphere Commerce un codice specifico dell'applicazione che rappresenta una regione geografica.

codifica. La conversione di dati in una forma che non può essere facilmente compresa, in modo da evitare l'accesso non autorizzato, particolarmente durante la trasmissione.

comando controller. Un comando che interagisce direttamente con un controller Web. Al completamento, un comando controller restituisce il nome di un'attività di visualizzazione da eseguire. L'unità di controllo Web stabilisce la classe di implementazione del comando di visualizzazione e quindi la richiama.

comando del bean di dati. Un comando associato a un bean di dati richiamato da un file JSP. Tale comando richiama i dati per il bean di dati per un oggetto permanente, come un bean entità.

comando di attività. Un comando che implementa una specifica logica applicativa. In generale, un comando del controller e una serie di comandi di attività implementano la logica applicativa per una richiesta URL. Un comando di attività non è destinabile, ciò significa che viene eseguito sempre nello stesso contenitore del comando del controller.

comando indirizzabile. Un comando che può essere eseguito in un diverso contenitore di destinazione. La richiesta di un comando destinabile causa un sovraccarico; rendendo il comando di attività non destinabile è possibile migliorare le prestazioni dell'intera struttura di comandi.

comando si visualizzazione. Un comando utilizzato per comporre una vista in risposta alla richiesta di un client.

comando URL. Un comando del controller dotato di interfaccia URL. Un comando URL può essere richiamato immettendo un URL in un browser.

commit. Per terminare un'unità di lavoro rilasciando i blocchi in modo che le modifiche apportate da tale unità di lavoro siano disponibili per altri processi.

Common_Connector_Framework. Definizioni di classe ed interfaccia che forniscono un mezzo coerente di interazione con le risorse aziendali (ad esempio, transazioni CICS(R) ed Encina(R)) da qualsiasi ambiente esecutivo Java.

compratore. Vedere *cliente*.

comprimere. Per ridurre la dimensione di una serie di dati, ad esempio, un file, in modo da salvare spazio o ridurre il tempo di trasmissione.

condizione di eccezione. Una condizione anomala che può verificarsi durante l'esecuzione di un programma.

configuratore. Il software che fornisce una funzione per un kit basata su regole dinamiche (bundling) per determinare un gruppo di articoli che possono essere venduti insieme. Il configuratore può anche fornire un prezzo per la

configurazione. Tale raggruppamento si basa su regole predefinite e sull'interazione dell'utente con il configuratore stesso.

contenitore di posizioni commerciali. Contiene offerte, note anche come posizioni commerciali. Le posizioni presenti nel contenitore vengono rese disponibili ai clienti mediante l'associazione della posizione commerciale ad uno o più contratti. Un contenitore di posizione commerciale può essere limitato. Un cliente che effettua acquisti in un negozio non può utilizzare le offerte presenti in un contenitore di posizioni commerciali limitato a meno che non sia un membro di uno o più gruppi di clienti associati a tale contenitore.

contenitore EJB. Un ambiente in runtime che gestisce uno o più bean enterprise. Il contenitore EJB gestisce i cicli di vita degli oggetti bean enterprise, coordina le transazioni distribuite e implementa la sicurezza degli oggetti. Generalmente, ciascun contenitore EJB viene fornito da un server EJB e contiene una serie di bean enterprise che vengono eseguiti sul server.

contesto del prospetto. La base di un prospetto visualizzato. Il contesto varia a seconda di quale funzione si sta utilizzando in WebSphere Commerce Accelerator. I contesti dei prospetti disponibili includono le campagne, le iniziative e un contesto combinato.

contratto. In WebSphere Commerce un accordo che rappresenta i termini e le condizioni che si applicano ad una transazione; un raggruppamento logico di contenitori di posizioni commerciali disponibili in un negozio. Ad esempio, gli sconti e i costi di spedizione per un articolo di ordine possono essere calcolati in modo differente in base al contratto associato.

controller Web. Un adattatore per i comandi di WebSphere Commerce. Possono essere presenti diversi tipi di programmi di controllo Web, uno per ciascun protocollo di richiesta client, ad esempio, la richiesta HTTP o la richiesta MQSeries.

Controller Web HTTP. Vedere *Controller Web*.

controllo di commit. Un modo per raggruppare le operazioni file che consente di elaborare un gruppo di modifiche al database come se fosse una singola unità oppure di rimuovere un gruppo di modifiche al database come se fosse una singola unità.

controvalore. Un importo monetario visualizzato, convertito dalla valuta di acquisto in un'altra valuta.

copia pubblicitaria. Le informazioni, le immagini e altri media utilizzati per supportare un'attività di marketing. Queste vengono indicate anche come *vendite collaterali*.

criteri di controllo accessi. Una serie di vincoli e criteri stabiliti dal responsabile del sito e dal responsabile del negozio che limitano l'accesso di un utente soltanto alle risorse necessarie per eseguire le funzioni rilevanti per il relativo ruolo assegnato.

criterio aziendale. Un gruppo di regole seguite da un negozio o da un gruppo di negozi che definiscono i processi aziendali, le pratiche industriali o l'ambito e le caratteristiche delle offerte aziendali.

CSR. Vedere *Rappresentante del servizio clienti (Customer Service Representative)*.

D

database di WebSphere Commerce. Il database contenente i dati operativi per i negozi in linea.

datamart. Una sottoserie di un magazzino di dati contenente dati personalizzati per le necessità specifiche di un dipartimento o gruppo. Un datamart può essere un sottoinsieme di un deposito per un'intera organizzazione.

demilitarized zone (DMZ). Nella sicurezza di rete, una rete isolata e che serve come zona neutrale tra una rete sicura (ad esempio, un'intranet privata) e una rete non sicura (ad esempio, Internet). Solitamente uno o più gateway sicuri controllano l'accesso alla DMZ dalla rete sicura o dalla rete non sicura.

descrittore di distribuzione. Un oggetto serializzato che contiene le impostazioni di runtime per un bean enterprise e che trasferisce le informazioni sulla gestione e il controllo del bean enterprise al contenitore EJB.

dinamico. Relativo ad un'operazione che si verifica nel momento in cui è richiesta piuttosto che in un momento predeterminato o prestabilito. Confrontare con *statico*.

disposizione. Sistemazione o trasferimento della merce che è stata restituita al centro di evasione ordini del rivenditore da parte di un cliente.

distribuzione. (1) L'operazione di impacchettamento dei bean enterprise in un file JAR per la distribuzione in un contenitore su un server di bean enterprise. (2) Il processo che rende il codice dell'applicazione di WebSphere Commerce disponibile all'utilizzo. Tale processo include l'impacchettamento dei comandi personalizzati, dei bean di dati e dei bean enterprise nei file JAR. I file JAR devono essere installati e configurati all'interno di un contenitore.

DMZ. Vedere *demilitarized zone*.

document type definition (DTD). Le regole che specificano la struttura per una particolare classe di documenti SGML o XML. La DTD definisce la struttura con gli elementi, gli attributi, le annotazioni e stabilisce i vincoli per ogni elemento, attributo e annotazione da utilizzare all'interno della particolare classe di elementi. Una DTD è analoga allo schema di un database nel quale la DTD descrive completamente la struttura per un particolare linguaggio.

downstream. Nella direzione del flusso di dati o verso la destinazione della trasmissione; generalmente da un server di informazioni verso un utente finale.

driver Open Database Connectivity (ODBC). Ogni database che supporta ODBC possiede i propri programmi di controllo ODBC. Un programma di controllo fornisce una serie di API standard per l'esecuzione di una gamma di funzioni sui database quali ad esempio la

connessione ad un database, l'esecuzione di funzioni SQL dinamiche o il roll back delle transazioni di database.

DTD. Vedere *document type definition*.

E

EDI. Vedere *electronic data interchange*.

EJB. Vedere *Enterprise JavaBeans*.

EJB. Un'architettura di componenti distribuita definita dalla Sun Microsystems, Inc.

electronic data interchange (EDI). Lo scambio di dati elettronici strutturati tra sistemi di computer in base agli standard di messaggi predefiniti.

elenco di raccolta. Un documento stampato contenente un elenco di tutti i prodotti necessari per completare un rilascio in una data raccolta ordini. Tale documento viene utilizzato dai trasportatori per assemblare tutti i prodotti da impacchettare nei rilasci di una raccolta ordini.

e-mail destinata. Un mezzo per comunicare una campagna mediante e-mail a specifici destinatari in base alla creazione dei profili clienti.

entità. Un progetto orientato agli oggetti, un articolo che può essere trattato come unità e, spesso, come un membro di una particolare categoria o tipo. Un'entità può essere una cosa concreta o un'idea astratta.

entità negozio. Una classe superiore astratta che può rappresentare un negozio o un gruppo di negozi.

evento di marketing. In WebSphere Commerce qualsiasi evento all'interno del sistema considerato significativo a scopi di marketing. La maggior parte degli eventi di marketing vengono condotti direttamente dal comportamento dei clienti. Alcuni esempi includono l'attività di navigazione del catalogo, di navigazione e del carrello degli acquisti.

F

fabbrica. Un bean che crea dinamicamente istanze di bean. Il comando factory (utilizzato per creare oggetti di comandi) è un esempio dell'utilizzo del modello di progettazione in WebSphere Commerce Suite.

failover. In HACMP (high-availability cluster multiprocessing), un'acquisizione attiva del nodo di risorse precedentemente possedute da un altro nodo cluster per conservare la disponibilità di tali risorse.

file JSP. Un file denominato con una estensione .jsp che gli sviluppatori utilizzano con le tag HTML standard, le tag JSP principali e le istruzioni dei linguaggi di script in modo da visualizzare pagine dinamiche in un browser Web. [Sun Microsystems, Inc.]

filtraggio collaborativo. Una tecnologia che aiuta i clienti a fare delle scelte in base alle opzioni e ai valori di altri clienti. La tecnica di filtraggio collaborativo utilizza i comportamenti di tali clienti che più si avvicinano al cliente corrente come base funzionale per effettuare sondaggi e offrire consigli al cliente.

flusso di approvazioni. La serie di operazioni avviata quando un utente prova ad tentare di eseguire delle attività che comprendono una azione approvabile. Viene prima verificato che l'utente sia autorizzato a richiamare il comando, poi, se l'utente è autorizzato, la richiesta per l'esecuzione del comando viene inviata all'appropriato responsabile approvazioni per l'accettazione o il rifiuto. Sono possibili più livelli di approvazione.

formato di visualizzazione. Una serie di preferenze di visualizzazione che un cliente può selezionare in un negozio multiculturale, in base alla lingua e alla locale. Ad esempio, un sito multiculturale può presentare diversi formati per l'inglese americano e per quello giapponese. Questi formati di visualizzazione differiscono nella lingua del testo e in alcune funzioni, quali valuta, unità di misura e formati di dati.

formato file JAR. JAR (Java Archive) è un formato file indipendente da piattaforma che aggrega molti file in un unico file. Più applet Java e i relativi componenti (file .class, immagini, suoni e altri file di risorse) possono essere raccolti in un file JAR e successivamente scaricati ad un browser in una singola transazione HTTP.

formato file SAR . In WebSphere Commerce, SAR (store archive) è un formato file indipendente da piattaforma che aggrega molti file in un unico file. Vedere *archivio negozio*.

formula LUHN. Uno standard industriale utilizzato da molti circuiti di carta di credito come una forma rudimentale di prevenzione di frodi.

framework. Una serie di classi di oggetti che forniscono una raccolta di funzioni correlate per un utente o per parte del software.

G

gateway. Un'unità funzionale che connette una rete di dati locale ad un'altra rete.

gestore bean di dati. Un modulo che richiama un comando del bean di dati per raccogliere i dati dai corrispondenti bean entità.

giurisdizione. Una regione geografica con scopi di tasse o spedizione che rappresenta un paese o una regione, una provincia o un territorio, un codice postale o un geo-code specifico di un'applicazione.

gruppo azioni. Un gruppo di operazioni esplicitamente definito, corrispondente ai comandi Java, che agisce sulle risorse.

gruppo di accesso. Un tipo di gruppo di membri utilizzato per definire il controllo accessi. I comandi e le visualizzazioni sono associate a uno o più gruppi di accesso, consentendo così ai membri assegnati a quel ruolo di avervi accesso. In WebSphere Commerce è presente una serie di gruppi di accesso predefinita. Il responsabile del sito utilizza la Console di gestione di WebSphere Commerce per consentire l'accesso a tali gruppi e, se necessario, per aggiungere nuovi gruppi.

gruppo di catalogo. Una raccolta di una o più voci di catalogo che creano una gerarchia per un catalogo in linea.

gruppo di clienti. Un tipo di gruppo di membri costituito da una raccolta di clienti che sono stati raggruppati da un responsabile del sito, poiché condividono caratteristiche o modelli di acquisto analoghi. Di solito, i gruppi di clienti si basano sulle informazioni fornite dai clienti durante la registrazione. Un gruppo clienti può stabilire sconti o altri incentivi e può vedere prodotti e pagine di categorie diverse da quelle mostrate ad altri clienti. Un cliente può appartenere a uno o più gruppi clienti per negozio.

gruppo di membri. I gruppi di membri implementano il controllo basato sui ruoli di WebSphere Commerce. Il tipo di gruppo di membri indica il relativo utilizzo a cui è inteso. Un gruppo di clienti è destinato a un utilizzo generale, mentre un gruppo di accesso ha scopi di controllo accesso.

gruppo di responsabili approvazioni. Gli utenti all'interno di una particolare organizzazione a cui è diretta una richiesta di approvazione quando viene richiamata una azione approvabile. Le richieste vengono indirizzate all'intera unità piuttosto che a un singolo utente.

gruppo di risorse. Un gruppo di risorse può includere oggetti commerciali come ad esempio dei contratti o un insieme di comandi correlati. In criteri di controllo di accesso, i gruppi di risorse specificano le risorse a cui il criterio autorizza l'accesso.

gruppo utenti. Vedere *gruppo clienti*.

H

host. Un computer che fornisce un punto di accesso ad una rete. Un host può essere un client, un server o entrambi contemporaneamente.

HTML. Vedere *Hypertext Markup Language*.

HTML (Hypertext Markup Language). Una lingua di markup conforme allo standard SGML

e progettata principalmente per supportare la visualizzazione in linea di informazioni grafiche o di testo che includono collegamenti ipertestuali. HTML è utilizzato per creare pagine di negozi elettronici per il Web.

HTTP. Vedere *Hypertext Transfer Protocol*.

HTTP (Hypertext Transfer Protocol). Nella suite Internet di protocolli, il protocollo utilizzato per trasferire e visualizzare documenti di ipertesto sul Web.

I

ID comando chiamata. Un identificativo numerico per un comando che richiama una funzione API.

IDE. Vedere *Integrated Development Environment*.

ID sessione. Un identificativo univoco assegnato quando un cliente accede a WebSphere Commerce. Per un cliente non registrato, l'ID di sessione viene assegnato dal sistema. Per un cliente registrato, l'ID di sessione è l'ID utente di collegamento.

impressione. Nella pubblicità Web, l'aspetto di un annuncio pubblicitario in una pagina a cui si accede. Ad esempio, se una pagina Web visualizza tre annunci pubblicitari, ciascun annuncio avrà un'impressione. Gli editori spesso vendono lo spazio per gli annunci pubblicitari in base alle impressioni. Contrario di *percentuale di visite*.

indirizzo IP. L'indirizzo univoco a 32-bit che specifica la posizione di ciascuna unità o stazione di lavoro su Internet. Ad esempio, 9.41.41.103 è un indirizzo IP.

Integrated Development Environment (IDE).

Una serie di strumenti integrati per lo sviluppo del software. In VisualAge per Java, è la serie di finestre che fornisce all'utente accesso agli strumenti di sviluppo. Le finestre principali sono Workbench, Log, Console, Debugger e Repository Explorer.

integrità di riferimento. (1) Lo stato di un database nel quale tutti i valori delle chiavi esterne sono validi. (2) La condizione che si presenta quando tutti i riferimenti dai dati in una colonna di una tabella ai dati di un'altra colonna della stessa tabella sono validi. La gestione dell'integrità di riferimento richiede che DB2 UDB per z/OS implichi dei vincoli di riferimento a tutte le operazioni LOAD, RECOVER, INSERT, UPDATE e DELETE.

inventario alla mano. L'inventario fisicamente disponibile per l'evasione degli ordini.

inventario ATP. Vedere *inventario ATP (available to promise)*.

inventario ATP (available to promise).

L'inventario completo esclusi l'inventario assegnato agli ordini arretrati e l'inventario riservato.

inventario previsto. Inventario ordinato da un fornitore che deve essere ricevuto da un Venditore. Tali informazioni sono contenute in un record di inventario previsto.

inventario riservato. Un inventario progettato per uno scopo particolare e che non è disponibile per l'assegnazione degli ordini.

ISO 4217. Un formato standard a tre lettere adottato dalla International Organization for Standardization, utilizzato per indicare la valuta in cui viene espresso un importo monetario. Ad esempio, il dollaro americano è espresso come USD.

istanza. Vedere anche *istanza WebSphere Commerce* e *istanza server Web*.

istanza del server Web. Una configurazione unica del server Web per supportare una o più istanze di WebSphere Commerce.

istanza di WebSphere Commerce. Una configurazione unica di WebSphere Commerce per il supporto di un sito Web di commercio elettronico che può contenere uno o più negozi.

J

Java(TM). Un linguaggio di programmazione a oggetti per il codice interpretativo trasferibile che supporta l'interazione tra oggetti remoti. Java è stato sviluppato e specificato dalla Sun Microsystems, Inc.

JavaBeans. Come definito dalla Sun Microsystems, un modello di componente indipendente dalla piattaforma, portatile e riutilizzabile.

Java Database Connectivity (JDBC). Una specifica per l'abilitazione dei programmi Java per l'accesso ai database utilizzando interrogazioni SQL.

Java Message Service (JMS). Un'API della Sun Microsystems, Inc. che supporta la comunicazione formale nota come messaggistica tra due computer in una rete. Utilizzando l'interfaccia JMS, un programmatore può invocare i sistemi di messaggistica aziendale come MQSeries(R).

JavaScript. Un linguaggio di script Web che somiglia a Java.

JavaServer Pages (JSP). Una tecnologia di script server che consente di inserire del codice Java nelle pagine Web statiche (file HTML) e di eseguire il codice Java quando la pagina viene visualizzata. Ciò consente di utilizzare la tecnologia JSP per creare pagine di dati del prodotto, che solitamente sono costituite da contenuto dinamico, come ad esempio, prodotti, prezzi di prodotti e attributi.

JDBC. Vedere *Java Database Connectivity*.

JSP. Vedere *JavaServer Pages*.

K

kit dinamico. Un gruppo di prodotti ordinati come se fossero un'unica unità. Le informazioni relative ai prodotti contenuti in un kit dinamico vengono controllate da un configuratore esterno e vengono fornite per l'ordine ogni volta. Non è possibile modificare i singoli componenti di un

kit dinamico, ma questi possono essere riconfigurati dal configuratore. L'intera configurazione deve essere rispettata. Vedere anche *bundle* e *voce di catalogo composta*.

kit statico. Vedere *pacchetto*.

L

LDAP. Vedere *Lightweight Directory Access Protocol*.

Lightweight Directory Access Protocol (LDAP). Un controllo aperto che utilizza TCP/IP per fornire accesso alle directory di informazioni.

LikeMinds Personalization Server. Il software da utilizzare per l'implementazione del filtraggio collaborativo.

limite di commit. Un punto al quale non ci sono modifiche al file di database in sospeso in un lavoro.

lingua di acquisto. La lingua utilizzata per la visualizzazione di pagine ad un particolare cliente. Se il negozio o sito supporta la lingua preferita del cliente, questa sarà la lingua utilizzata come lingua di acquisto. In caso contrario, la lingua di acquisto è quella predefinita del negozio o sito. Vedere anche *lingua preferita*.

Linguaggio XML. Vedere *XML*.

lingua preferita. La lingua indicata da un cliente in cui gradirebbe condurre le transazioni. La lingua preferita può essere indicata sia nel profilo cliente che mediante il parametro langId, disponibile dai comandi del controller basati sull'URL. Vedere anche *lingua di acquisto*.

logica aziendale back-office. L'implementazione di una logica aziendale, mediante comandi e codice personalizzato, che consente ai clienti di completare un'operazione nella facciata del negozio. Ad esempio, l'implementazione di una logica aziendale che consente ai clienti di completare un ordine. Contrario di *risorse della facciata di negozio*.

M

macchina dello stato. In WebSphere Commerce, la macchina dello stato fa rispettare la validità delle operazioni effettuate dall'utente, tiene traccia dell'esecuzione delle operazioni all'interno di una istanza di un processo aziendale e fornisce un'interfaccia utente in runtime con un elenco di operazioni per ogni istanza del processo aziendale. In questo modo, viene abilitata la configurazione e l'esecuzione dei passaggi successivi nel processo aziendale.

manifest. Una conferma della spedizione che contiene informazioni utili per tenere traccia della spedizione stessa.

membro. Una persona, un gruppo o un'organizzazione nota al sistema. Un membro può essere un utente, un'organizzazione, un'unità organizzativa o un gruppo di membri. Un membro può agire come un cliente o come un responsabile oppure può disporre di entità. Prima di poter diventare un utente, è necessario diventare prima un membro del mercato.

mercato. Un sito Web di commercio elettronico business-to-business in cui le organizzazioni che dispongono dell'autorizzazione al sito vengono presentate con una vista unificata di prodotti e servizi commerciati su quel sito. Vengono inoltre forniti con una varietà di meccanismi commerciali per facilitare il commercio tra esse.

Merchant Initiated SET. Un'estensione SET Secure Electronic Transaction LLC per messaggi SET Secure Electronic Transaction (TM). Un'estensione MIS consente al venditore di utilizzare i messaggi SET(TM) per l'autorizzazione e la cattura degli ordini presentati dal proprietario della carta mediante un metodo che non sia SET.

messaggi in arrivo (o in entrata). Un messaggio che WebSphere Commerce riceve da un'applicazione esterna o di back-end. L'adattatore Transport supporta cinque messaggi in entrata in formato XML: Aggiornamento stato ordine, Aggiornamento inventario prodotti, Aggiornamento prezzo del prodotto, Aggiornamento clienti e Nuovi clienti. I messaggi

in entrata vengono utilizzati per integrare WebSphere Commerce con altri sistemi.

messaggio in partenza (o in uscita). Un messaggio generato da WebSphere Commerce inviato a un sistema di back-end. L'adattatore Trasporto di WebSphere Commerce supporta un messaggio in uscita denominato Creazione ordine. Questo messaggio contiene le informazioni sull'ordine copiate dal server WebSphere Commerce sui sistemi back-end, dove hanno luogo ulteriori processi di espletamento dell'ordine. I messaggi in uscita vengono utilizzati per integrare WebSphere Commerce con altri sistemi.

metodo di immissione. Un componente che converte i tasti premuti in immissione di testo che altrimenti non potrebbe essere digitato come caratteri dagli script che non sono nativi del sistema operativo. Ad esempio, il componente del metodo di immissione può essere utilizzato per immettere un testo in giapponese da una tastiera inglese.

N

negozio. Vedere *negozio in linea*.

negozio di esempio. Un negozio in linea funzionale, fornito in un formato di archivio negozio con WebSphere Commerce. I negozi di esempio sono progettati per essere utilizzati quando vengono creati i propri negozi in linea.

negozio di riferimento. Un negozio in linea che contiene un codice funzionale completo per le funzioni selezionate di un negozio in linea, come ad esempio, le aste. I negozi di riferimento sono stati progettati per l'utilizzo da parte degli sviluppatori di un negozio come esempi di codice delle particolari funzioni.

negozio in linea. (1) Un negozio che utilizza tecnologie Internet per vendere o scambiare merci o servizi. (2) Una serie di file HTML e JavaServer Pages, come di tasse, spedizione, pagamento, catalogo e altre suddivisioni del database. In WebSphere Commerce tali file e risorse del database sono contenute in un archivio di negozi. WebSphere Commerce

fornisce negozi di esempio e negozi di riferimento che possono essere utilizzati dai clienti.

nodo. Un punto di collegamento in una rete; un punto di redistribuzione o un punto finale per le trasmissioni di dati. In generale, un nodo ha la capacità programmata o ideata di riconoscere ed elaborare o inoltrare trasmissioni ad altri nodi.

nome dominio. Nel protocollo di comunicazioni Internet, il nome di un sistema host in una rete. Un nome dominio è costituito da una sequenza di nomi secondari separati da un carattere delimitatore.

nome host. Nella suite Internet di protocolli, il nome associato ad un computer. Talvolta, *nome host* viene utilizzato per indicare il nome dominio completo; in altri casi viene utilizzato per indicare il nome secondario specifico di un nome dominio completo. Ad esempio, se `mycomputer.city.company.com` è il nome dominio completo, il nome host da considerare potrebbe essere uno dei seguenti:

- `mycomputer.city.company.com`
- `mycomputer`

O

offerta. Un prezzo per un prodotto, in una o più valute, con una serie di condizioni, come un intervallo di tempo effettivo o una gamma di quantità accettabile, da soddisfare per utilizzare il prezzo. Noto anche come *posizione commerciale*. Vedere anche *contenitore di posizione commerciale*.

oggetto. (1) Un articolo che un utente può manipolare come singola unità per eseguire un'attività. Un oggetto può essere visualizzato come testo, icona o entrambi. (2) Nella programmazione o progettazione orientata agli oggetti, questi vengono raggruppati in classi che condividono definizioni di dati comuni e funzioni membri. Ciascun oggetto nella classe viene considerato un'istanza della classe.

Open Database Connectivity (ODBC). Un'API (application programming interface) standard per

l'accesso ai dati nei sistemi di gestione database relazionali e non relazionali. Utilizzando questa API, le applicazioni del database possono accedere ai dati memorizzati nei sistemi di gestione del database su una varietà di computer, anche se ciascun sistema di gestione del database utilizza un diverso formato di memorizzazione dati e una diversa interfaccia di programmazione. Contrario di *Java Database Connectivity*.

operazioni aziendali. Il consolidamento e l'analisi di dati raccolti nell'attività quotidiana di un'azienda, utilizzati come base per prendere decisioni aziendali e trarne un vantaggio competitivo.

ordine. (1) Uno o più articoli o pacchi, o una combinazione di questi, selezionati per l'acquisto. Un ordine contiene informazioni sulla spedizione, sulla quantità, sui prezzi e costi di spedizione e tasse, che vengono compilati e visualizzati ai clienti quando avviano il processo di ordine. In WebSphere Commerce un ordine che si trova in uno dei seguenti stati: nuovo, in sospeso, spedito, completato o annullato. (2) Uno o più prodotti, con relativi prezzi e quantità specificata, che un cliente ha selezionato per l'acquisto o ha acquistato. Un Rappresentante del servizio clienti può inoltre effettuare un ordine per conto di un cliente. Oltre ai prodotti, un ordine di un cliente include un indirizzo di fatturazione; un indirizzo di spedizione (non applicabile agli acquisti scaricabili, ad esempio, il software); metodo di spedizione, spedizioniere e servizio; informazioni sul pagamento; costi di spedizione e tasse; eventuali commenti o modifiche al prezzo effettuate dalla persona che effettua l'ordine. Un Responsabile operazioni assicura che gli ordini siano evasi correttamente, il pagamento venga ricevuto e gli ordini vengano spediti. Un Direttore commerciale assicura che gli ordini siano evasi correttamente, il pagamento venga ricevuto e gli ordini vengano spediti.

ordine arretrato. Lo stato di un prodotto ordinato quando l'assegnazione dell'inventario ha determinato che il prodotto non è disponibile.

ordine secondario. La parte di un ordine che viene spedita ad un determinato indirizzo. Un

ordine può essere composto da più ordini secondari. Ad esempio, un cliente può indicare differenti indirizzi di spedizione per prodotti diversi contenuti nel carrello degli acquisti. Ciascun indirizzo di spedizione e i prodotti ad esso associati costituisce un ordine secondario.

P

pacchetto. (1) Una raccolta di voci di catalogo che dispone di una SKU e che può essere ordinata come un unico articolo. Vedere anche *bundle*. (2) Un'unità di spedizione che può essere controllata mediante un corriere di spedizione.

pagina di categoria. Una pagina Web in un negozio online che visualizza le categorie di prodotti. Le pagine di categoria collegano i clienti alle pagine di categoria secondaria o ai prodotti che appartengono alla categoria selezionata.

pagina di prodotto. Una pagina Web che visualizza informazioni dettagliate su un prodotto in un negozio online.

pagina di visualizzazione. (1) Una pagina in un catalogo che visualizza le informazioni sul prodotto e sulla categoria. (2) Una pagina in un negozio in linea generata in risposta ad un comando.

pagina JSP. Un documento di testo basato su dati modello fissi ed elementi JSP e che descrive come elaborare una richiesta per creare una risposta. [Sun Microsystems, Inc.]

partizione delle applicazioni. Nel programma di pianificazione è il raggruppamento dei processi in corso. Ciò consente di evitare il sovraccarico del pool di applicazioni predefinite del programma di pianificazione.

percentuale di visite. Negli annunci pubblicitari Web, il numero di clic effettuati su un annuncio o in una pagina HTML come percentuale del numero di volte per cui l'annuncio è stato scaricato con una pagina. Confrontare con *intensità di stampa*.

percorso Web per applicazione Web. La parte di un URL associato ad un'applicazione Web.

persistenza. Una caratteristica di dati che viene mantenuta attraverso le sessioni, solitamente nella memoria non volatile, come un sistema o una directory del database. Un bean persiste con le relative informazioni su proprietà, campi e stato salvate e ripristinate dalla memoria, piuttosto che cessare di esistere quando l'applicazione che lo ha creato non è più in esecuzione.

personalization engine. Il componente LikeMinds Personalization Server che identifica l'algoritmo utilizzato per generare consigli personalizzati. LikeMinds Personalization Server supporta cinque differenti motori: Clickstream, Purchase, Item Affinity, Preference, e Product Matching. WebSphere Commerce interagisce con Clickstream Engine.

personalizzazione. (1) L'utilizzo delle conoscenze del cliente per presentare un'esperienza di acquisto personalizzata. (2) La creazione per un dato utente di una serie di informazioni associate che possono essere utilizzate per personalizzare le risorse di tale utente.

PGP. Vedere *Pretty Good Privacy*.

posizione commerciale. Vedere *offerta*.

post-approve. L'esecuzione del comando post-approve, se presente, quando viene approvata un'azione approvabile. Ad esempio, il comando post-approve può trasmettere un processo di notifica particolare. Vedere anche *pre-approve* e *post-reject*.

post-reject. L'esecuzione del comando post-reject, se presente, quando viene rifiutata un'azione approvabile. Ad esempio, il comando post-reject può controllare le dimensioni dell'ordine e notificare a un responsabile se tali dimensioni sono superiori a un certo ammontare. Vedere anche *post-approve* e *pre-approve*.

pre-approve. L'esecuzione di un comando prima dell'approvazione di un'azione approvabile che avvia la richiesta di

approvazione. Ad esempio, prima di approvare un ordine, viene eseguito il controllo dell'inventario per verificare che i prodotti richiesti siano disponibili nel magazzino. Vedere anche *post-approve* e *post-reject*.

Pretty Good Privacy (PGP). Un protocollo di trasferimento elettronico che consente lo scambio privato di file o e-mail utilizzando una codifica di chiave pubblica.

prezzo di listino. Un prezzo che fa parte della voce di catalogo. Poiché un catalogo viene creato da un produttore che fornisce ogni prezzo come parte della descrizione di ogni voce, il prezzo di listino non è necessariamente il prezzo al quale poi il prodotto viene venduto. Il prezzo di vendita degli articoli viene determinato da un negozio ed noto come prezzo offerta. Pertanto, il prezzo di listino non è sempre appropriato all'articolo. Se un negozio crea le proprie voci di catalogo, il prezzo di listino e il prezzo offerta per un articolo del catalogo potrebbero differire.

prezzo offerta. Il prezzo al quale gli articoli vengono offerti da un negozio. Il prezzo offerta è il prezzo finale che viene pagato, prima dell'applicazione delle tasse, degli sconti e delle spese di spedizione. I prezzi offerta possono essere qualificati in base alla quantità ordinata (ovvero è possibile avere un diverso prezzo a seconda della quantità), al periodo di tempo, ai gruppi di membri o al contratto. Quando gli articoli vengono inseriti in un elenco interessi o in un ordine, il prezzo che viene visualizzato è il prezzo offerta. Vedere anche *prezzo di listino*.

processo. Un comando di WebSphere Commerce programmato per essere eseguito in un momento particolare o ad intervalli specifici.

processo di diffusione. Un lavoro che viene eseguito su tutti i cloni contemporaneamente. Come ogni altro processo, questo viene gestito dal programma di pianificazione.

prodotto. (1) Una entità che può essere visualizzata come un gruppo di articoli SKU che condividono degli attributi. Tutti gli articoli SKU associati a un determinato prodotto presentano la stessa serie di attributi e si differenziano soltanto

per i valori di questi attributi. (2) Per gli utenti di WebSphere Commerce Accelerator, l'articolo ordinabile viene denominato *prodotto*. Sebbene i prodotti e gli articoli SKU si differenziano per i motivi del livello inferiore (come nello schema del database di WebSphere Commerce), in WebSphere Commerce Accelerator non viene fatta questa distinzione.

profilo cliente. Tutte le informazioni sul cliente in possesso del Venditore. Queste possono includere informazioni demografiche, la cronologia dell'ordine o dati operativi, come ad esempio, l'ID utente e l'indirizzo di spedizione. I profili cliente sono dinamici; i Responsabili del marketing definiscono i criteri per aggiungere un cliente ad un profilo cliente. I profili cliente rappresentano gli obiettivi delle campagne.

progetto. Un'organizzazione dei file e delle risorse in WebSphere Studio. Un esempio è la creazione di un progetto in WebSphere Studio in cui si gestiscono tutte le risorse Web del negozio.

progetto di regole. Contiene informazioni necessarie al sito per interagire con il Server delle regole Blaze Advisor.

programma di pianificazione. Un server multithread, a più processi in background progettato per gestire la pianificazione a l'avvio dei lavori, in base ad uno schema di tempificazione semplice.

proposta di prodotto. Una tecnica di marketing e di vendite in cui l'inventario del catalogo viene suggerito ai clienti in base al loro profilo o a criteri indipendenti. Vedere *vendita incrociata* e *vendita al rialzo*.

proprietario. (1) Un membro che possiede un'entità. (2) Una persona che dispone dell'accesso e dell'autorizzazione a operare su un'entità.

proprietario del negozio. In WebSphere Commerce questo ruolo controlla e possiede il database e la risorse dei file relativi al negozio in linea. Un proprietario di negozio può essere un'organizzazione.

pubblicare. L'azione con cui si trasferiscono i file da un'ubicazione sul server WebSphere Commerce. Vi sono tre contesti. (1) Utilizzo di Servizi del negozio, è possibile pubblicare l'archivio negozio in un server WebSphere Commerce, creando così un negozio operativo. L'archivio negozio deve essere pubblicato nel server WebSphere Commerce per poter visualizzare un negozio operativo. (2) Utilizzando WebSphere Studio, è possibile pubblicare le risorse Web in un archivio negozio o in un negozio operativo che risiede localmente sulla stazione di lavoro, in un file system condiviso o in un sistema remoto a cui si accede utilizzando FTP.

Q

QNETCOMM. (1) Il nome della libreria del prodotto di WebSphere Commerce. (2) Uno spazio del sistema secondario per i processi di WebSphere Commerce. (3) Il nome dell'istanza del server Web predefinito; tale istanza del server Web viene utilizzata per l'esecuzione di più istanze WebSphere Commerce.

R

raccolta ordini. Un gruppo di rilasci gestiti come unità unica all'interno di un centro di evasione ordini.

radice del documento dell'applicazione web. L'ubicazione all'interno del file system in cui sono memorizzate le riserve Web dell'applicazione (ad esempio, file JSP, HTML statici e GIF).

Rappresentante account. Il rappresentante account è il principale responsabile della creazione di contratti per account, della modifica degli ordini per gli account e del controllo delle attività dell'account. I rappresentanti account fanno parte dell'organizzazione delle vendite e possono essere coinvolti nella creazione di vendite promozionali mirate, quali sconti e coupon.

Rappresentante del servizio clienti (CSR). Un ruolo definito in WebSphere Commerce che

gestisce le domande dei clienti. Il rappresentante del servizio clienti inoltre elabora la registrazione di un cliente, gli ordini e le restituzioni. Alcune aziende dispongono di un supervisore del servizio clientiche dispone dell'autorità per completare operazioni che un rappresentante del servizio clienti non può effettuare, come ad esempio, l'approvazione dei record di restituzione rifiutati dal sistema. Il Rappresentante del servizio clienti si occupa anche delle aste, in cui ritira le offerte e gestisce i forum di discussione.

record di inventario previsto. Elenca l'inventario ordinato da un fornitore che deve essere ricevuto da un Rivenditore. Un record di inventario previsto può contenere le informazioni relative a uno o più prodotti, ai centri di evasione ordini e le date. Vedere anche *ricevuta inventario*.

regola. Un'istruzione che associa un gruppo di operazioni ad un gruppo di condizioni di controllo. Il modello di base di una regola è: se si verifica una condizione, eseguire l'operazione. Le regole vengono utilizzate per implementare una personalizzazione.

regola di calcolo. Definisce il modo in cui verrà eseguito un calcolo. Ciascun codice di calcolo contiene una serie di regole di calcolo. In generale, ad una determinata serie di articoli di ordine è possibile applicare solo una sottoserie di regole di calcolo del codice di calcolo. Ad esempio, quando si effettuano spedizioni in regioni diverse vengono applicate regole differenti.

regola di eliminazione. Una regola associata a un vincolo referenziale che limita l'eliminazione di una riga principale o specifica l'effetto che tale eliminazione ha sulle righe dipendenti.

request for quote (RFQ). Il meccanismo commerciale utilizzato quando un acquirente sollecita una quotazione per un particolare gruppo di merci o servizi. Essa può essere utilizzata se un acquirente non trova un particolare articolo nel catalogo, se trova un

articolo senza il prezzo o se desidera stabilire un accordo a lungo termine per un articolo a prezzo fisso.

responsabile approvazioni. L'utente autorizzato ad approvare o respingere una azione approvabile.

Responsabile dei prodotti. Un ruolo definito in WebSphere Commerce responsabile della determinazione del miglior modo per visualizzare, assegnare i prezzi e vendere prodotti in un negozio in linea. Il responsabile di prodotto tiene traccia degli acquisti di un cliente e propone gli sconti. Il Responsabile di prodotto determina anche le tecniche di vendita persuasiva e crea e gestisce le aste e i controlli sulle offerte. Il ruolo del Responsabile di prodotto equivale a quello di un *responsabile del merchandising*.

Responsabile delle categorie. Un ruolo definito in WebSphere Commerce che gestisce la gerarchia della categoria creando, modificando ed eliminando le categorie. La gerarchia della categoria consente di organizzare i prodotti o i servizi offerti dal negozio. Il responsabile di categoria inoltre gestisce i prodotti, i record di inventario previsti, le informazioni sui fornitori e i codici di restituzione.

responsabile dell'organizzazione. In WebSphere Commerce, il rappresentante di una organizzazione membro che stabilisce dei flussi di approvazione e assegna i ruoli agli utenti all'interno dell'organizzazione.

Responsabile del marketing. Un ruolo definito in WebSphere Commerce che controlla, analizza e comprende il comportamento dei clienti. Il Responsabile del marketing inoltre crea e modifica i profili clienti per le vendite pilotate e crea e gestisce le campagne.

Responsabile del merchandising. Il responsabile del merchandising traccia gli acquisti del negozio, suggerisce gli sconti e determina il modo migliore per visualizzare, stabilire i prezzi e vendere i prodotti nel negozio in linea. Il Responsabile del merchandising equivale al *Responsabile di prodotto*.

Responsabile del sito. Un ruolo definito in WebSphere Commerce che installa, configura e gestisce WebSphere Commerce con il software e l'hardware associati. Il responsabile di sito è attivo alle avvertenze di sistema e agli errori e diagnostica e risolve i problemi di sistema. Questo ruolo controlla in genere l'accesso e le autorizzazioni, gestisce il sito Web, verifica le prestazioni e gestisce le attività di bilanciamento del carico.

Responsabile di negozio. Un ruolo definito in WebSphere Commerce che gestisce le risorse del negozio e implementa le modifiche apportate agli spedizionieri e alle informazioni sul negozio.

Responsabile logistica. Un ruolo definito in WebSphere Commerce che gestisce gli adempimenti degli ordini. Il responsabile logistica ha accesso a tutte le attività operative, tra le quali vi sono le mansioni di Addetto imballaggi, Ricevente e Amministratore restituzioni.

Responsabile operazioni. Un ruolo definito in WebSphere Commerce che gestisce l'elaborazione degli ordini, che verifica che gli ordini vengano correttamente espletati, che il pagamento venga ricevuto e che gli ordini vengano spediti. Il responsabile operazioni inoltre può ricercare un ordine di un cliente, può visualizzare i dettagli, gestire le informazioni dell'ordine e creare e modificare restituzioni. Fare riferimento a *Responsabile vendite*.

Responsabile restituzioni. Un ruolo definito in WebSphere Commerce che gestisce la disposizione dei prodotti restituiti.

Responsabile vendite. Un ruolo definito in WebSphere Commerce che gestisce l'elaborazione degli ordini, che verifica che gli ordini vengano correttamente espletati, che il pagamento venga ricevuto e che gli ordini vengano spediti. Il Responsabile delle vendite può ricercare gli ordini di un cliente, può visualizzare i dettagli, gestire le informazioni dell'ordine e creare e modificare restituzioni. Vedere *Responsabile operazioni*.

restituzione. Uno o più prodotti, con i relativi prezzi e la quantità specificata, selezionati da un cliente per un rimborso dal negozio presso il quale li ha acquistati. Il rimborso può essere in forma di credito oppure può essere sostituito il prodotto stesso. A seconda della propria attività commerciale, non sempre una restituzione implica che il cliente restituisca fisicamente il prodotto non desiderato. Ad esempio, per un rimborso di un abbonamento a una rivista non è necessaria una restituzione fisica.

return merchandise authorization (RMA).

L'autorizzazione di un rivenditore per un cliente a restituire i prodotti ordinati in un negozio e a ricevere un credito, un rimborso o la sostituzione del prodotto. A discrezione del rivenditore, può non essere necessario che un prodotto venga restituito per poter avere un credito, un rimborso o la sostituzione del prodotto stesso.

RFQ. Vedere anche *request for quote*.

ricerca parametrica. Una ricerca del catalogo in linea in cui chi effettua la ricerca specifica attributi o valori come criteri.

Ricevente. Un ruolo definito in WebSphere Commerce che riceve l'inventario nel centro di evasione ordini, traccia i record di inventario previsti e le ricevute specifiche per i prodotti ordinati e riceve i prodotti restituiti dai clienti.

ricevuta dell'inventario. La ricevuta dei prodotti in un centro di evasione ordini. I prodotti possono essere attesi e registrati nei record di inventario previsti oppure possono essere ricevuti in maniera mirata. Le ricevute dell'inventario specifiche non vengono registrate nei record di inventario previsti.

ricevuta dell'inventario ad hoc. Un record di inventario fisico arrivato in un determinato centro di evasione ordini a una determinata ora e non corrispondente a un inventario previsto.

riferimenti. Record che mostrano il numero di volte per cui un'altra società o sito Web ha indicato ai clienti il sito Web. I riferimenti possono essere riconosciuti laddove il Venditore e l'altra parte misurino il numero di riferimenti a

scopi di riconoscimento. Questi possono non essere riconosciuti laddove il Venditore li misuri solo per scopo personale. I riferimenti possono essere misurati utilizzando varie tecniche inclusi l'analisi del flusso di clic, la percentuale di visite, i servizi di marketing affiliati e i sondaggi.

rilascio. Un insieme di prodotti in un dato ordine che hanno lo stesso indirizzo di spedizione, centro di evasione ordini e corriere di spedizione. I prodotti di un rilascio possono essere spediti in più pacchi. Ad esempio, un rilascio può contenere quattro monitor per computer. Non sarebbe molto pratico spedirli tutti insieme in un'unica grande scatola, ma vengono comunque considerati un unico rilascio. I prodotti che fanno parte di un rilascio possono essere rilasciati separatamente soltanto se previsto dal criterio del Rivenditore.

risoluzione ID. La generazione dei numeri di riferimento prima di caricare gli elementi XML in un database. La risoluzione ID viene utilizzata per identificare in maniera univoca i dati all'interno del sistema del database.

risorse della facciata del negozio. La parte del negozio in linea visualizzata dal cliente durante l'esecuzione degli acquisti. Le risorse della facciata del negozio includono pagine HTML, file JSP, fogli di stile, immagini, grafici e altri tipi di file multimediali. Contrario di *logica aziendale di back-office*.

risposta RFQ. Nel meccanismo commerciale delle RFQ, la risposta di un rivenditore inviata ad un acquirente che ha inoltrato una RFQ. La risposta RFQ indica i termini e le condizioni mediante cui il rivenditore vende i prodotti o i servizi all'acquirente.

Rivenditore. (1) Un ruolo definito in WebSphere Commerce che ha accesso a tutte le funzioni di WebSphere Commerce Accelerator. (2) Il ruolo che supervisiona la gestione e gli obiettivi generali del negozio e tiene traccia delle vendite del negozio. Il ruolo di Rivenditore è equivalente a quello di *Venditore*.

RMA. Vedere *return merchandise authorization*.

roll back. Per annullare le modifiche apportate ai file del database in un controllo di impegno in seguito all'ultimo limite di impegno. Per ritornare ad una condizione stabile precedente.

rubrica. Una raccolta di indirizzi di spedizione e fatturazione di cui dispone un cliente. Questi indirizzi risultano utili ad un cliente che desidera acquistare dei regali ed inviarli a diversi indirizzi.

ruolo. Definisce i livelli di accesso di un dato utente e le particolari risorse che possono essere modificate a tali livelli. Se non dispongono dei ruoli appropriati, gli utenti saranno limitati nella modalità di accesso alle informazioni. E' possibile disporre di più ruoli.

S

scalabile. In riferimento alla capacità di un sistema di adattarsi prontamente ad una maggiore o minore intensità di utilizzo, volume o domanda. Ad esempio, un sistema scalabile può adattarsi efficientemente per funzionare con reti grandi o piccole eseguendo attività di varia complessità.

scalabilità orizzontale. La capacità di distribuire processi di macchine virtuali Java tra più macchine fisiche.

scalabilità verticale. La creazione di più processi di macchina virtuale Java su una singola macchina.

scala di calcolo. Una serie di intervalli che può essere utilizzata da una regola di calcolo. Ad esempio, per i costi di spedizione si può disporre di un'insieme di intervalli di peso corrispondenti ciascuno a un determinato costo. Ovvero, la spedizione di un prodotto che pesa tra 0 e 5 kg potrebbe costare 20.000 lire, mentre quella di un prodotto che pesa da 5 a 10 kg potrebbe costare 30.000 lire.

schema. L'insieme di istruzioni, espresse in un linguaggio di definizione dati, che descrive completamente la struttura di un database. In un

database relazionale, lo schema definisce le tabelle, i campi delle tabelle e le relazioni tra le tabelle e i campi.

sconto. Un incentivo sul prezzo offerto ai clienti per promuovere un acquisto.

Secure Sockets Layer (SSL). Un protocollo di sicurezza che consente ad un client di autenticare un server e la codifica di tutti i dati e di tutte le richieste. L'URL di un server sicuro protetto da SSL inizia con HTTPS (piuttosto che con HTTP). Vedere anche *server sicuro*.

sequenza di clic. Negli annunci pubblicitari Web, la sequenza di clic o pagine richiesta quando un visitatore esplora un sito Web.

server. (1) Un'unità funzionale che fornisce servizi condivisi ad uno o più client attraverso una rete. (2) Un computer o programma che risponde ai comandi da un client. Ad esempio un server di file, un server di stampa e un server di posta. Vedere anche *WebSphere Commerce Server* e *server Web*.

server di applicazioni. Un programma server in una rete distribuita che fornisce l'ambiente di esecuzione per un programma applicativo. Ad esempio, WebSphere Commerce Server fornisce l'ambiente di esecuzione per i negozi in linea.

server di commerce suite. Vedere *WebSphere Commerce Server*.

server di produzione. Un server WebSphere Commerce attivo per il commercio.

server di trasferimento. Un'istanza di un server WebSphere Commerce utilizzata a scopi di verifica prima di sviluppare nuove funzioni o dati nel server di produzione.

server sicuro. Un server che codifica i file che invia e decodifica i file ricevuti per facilitare la comunicazione sicura con un client.

Server Web. Un server nel Web che serve richieste per documenti HTTP. Il server Web controlla il flusso di transazioni da e verso WebSphere Commerce. Protegge la riservatezza delle transazioni dei clienti ed garantisce che

l'identità dell'utente sia trasmessa in modo sicuro al server WebSphere Commerce. Il server Web implementa il protocollo Secure Sockets Layer (SSL) per raggiungere questo livello di sicurezza.

Servizi di composizione. Il componente del sistema di messaggistica di WebSphere Commerce che fornisce un'emissione formattata dei messaggi utilizzando maschere JSP.

servizio di regole. Un'interfaccia utilizzata per interagire con il Server delle regole Blaze Advisor. Un servizio di regole dispone di metodi di input ed output definiti per facilitare le comunicazioni tra due applicazioni.

servlet. Un programma applicativo, scritto nella lingua di programmazione Java, che viene eseguito su un server Web. Un riferimento ad un servlet viene visualizzato nella markup di una pagina Web, nello stesso modo in cui viene visualizzato un riferimento ai file grafici. Il server Web esegue il servlet ed invia i risultati dell'esecuzione (se presenti) al browser Web. Confrontare con *applet*.

servlet engine. La funzione del server di applicazioni Web che gestisce i servlet. Gestisce la creazione e l'eliminazione dei servlet, distribuisce il servlet appropriato per ogni URL ricevuto e specifica quali servlet devono essere caricati automaticamente in memoria in fase di avvio e quali devono essere caricati su richiesta iniziale.

SET Secure Electronic Transaction(TM). Uno standard industriale per pagamenti sicuri a mezzo carta di credito attraverso reti aperte come Internet. Il protocollo SET(TM) garantisce la confidenzialità delle informazioni, l'integrità di tutti i dati trasmessi, l'autenticazione del titolare della carta e del venditore e l'interoperatività.

S-HTTP. Vedere *Secure Hypertext Transfer Protocol*.

S-HTTP (Secure Hypertext Transfer Protocol). Una variazione di HTTP dotata di un meccanismo di sicurezza. S-HTTP consente a server e client di autenticarsi a vicenda e di definire il tipo di sicurezza applicata alle

trasmissioni. S-HTTP rappresenta un'alternativa ad un altro noto protocollo di sicurezza, Secure Sockets Layer (SSL). Vedere anche *server sicuro*.

sicurezza. Una soluzione utilizzata da un sistema di computer per essere certi che le risorse interne sono protette da lettura, modifica o eliminazione da parte di persone non autorizzate.

Simple Mail Transfer Protocol (SMTP). Nella suite Internet di protocolli, un protocollo applicativo per il trasferimento di posta tra utenti in ambiente Internet. SMTP specifica le sequenze di scambio posta e il formato dei messaggi. Presuppone che Transmission Control Protocol (TCP) sia il protocollo di base.

SKU (stock keeping unit). Un identificativo alfanumerico per ciascun articolo compreso nella merce disponibile o una voce del catalogo. La più piccola unità disponibile per gestire il controllo dell'inventario. Esso può includere delle variabili per reparto, classe, fornitore, stile, colore, dimensioni e posizione.

SMTP. Vedere *Simple Mail Transfer Protocol*.

spazio di ricerca di base. Una implementazione di Product Advisor. Questo stile di implementazione utilizza le tabelle di database di base di WebSphere Commerce per facilitare la ricerca di una particolare categoria di prodotti. Vedere anche *spazio di ricerca separato*.

spazio di ricerca separato. Una implementazione di Product Advisor. Per questo stile di implementazione, è necessario creare ulteriori tabelle di database contenenti i metadati per facilitare la ricerca di una particolare categoria di prodotti. Vedere anche *spazio di ricerca di base*.

spedizioniere. La combinazione di un corriere di spedizione e il tipo di servizio offerto dal corriere. Ad esempio, uno spedizioniere può essere un corriere XYZ, servizio 24 ore su 24.

spedizioniere. Una società che fornisce servizi di spedizione da un centro di evasione ordini a un cliente.

spot di e-marketing. In WebSphere Commerce i dati in una pagina Web che solitamente derivano da un'attività di marketing, ad esempio, una campagna.

SQL (Structured Query Language). Una lingua di programmazione standardizzata utilizzata per definire e gestire i dati in un database relazionale.

SSL. Vedere *Secure Sockets Layer*.

stateful. Di o relativa ad un sistema o processo che tiene traccia dello stato di interazione. Confrontare con *privo di stato*.

stateless. Non presenta record delle precedenti interazioni. Un server stateless elabora richieste in base unicamente alle informazioni fornite con la richiesta stessa e non in base alle richieste precedenti. Confronta *con stato*.

statico. Relativo ad un'operazione che si verifica in un momento predeterminato o prestabilito. Contrario di *dinamico*.

stato. (1) Fasi del ciclo di vita di un oggetto che identificano lo stato corrente dell'oggetto. La combinazione di più stati costituisce un flusso commerciale. Vedere anche *macchina dello stato*. (2) In VisualAge per Java, una caratteristica di un oggetto manifestata nei membri dei dati pubblici e privati e che può essere diviso in due categorie: stato essenziale e stato non essenziale.

stock keeping unit. Vedere *SKU*.

Structured Query Language. Vedere *SQL*.

Supervisore servizio clienti. Un ruolo definito in WebSphere Commerce che ha accesso a tutte le attività del servizio clienti. Il Supervisore del servizio clienti gestisce molte funzione relative ai clienti (come la registrazione di un cliente, ordini, restituzioni e aste) e dispone dell'autorità a completare le attività a cui il Rappresentante del servizio clienti non può accedere, come ad esempio approvare record delle restituzioni rifiutate dal sistema e contattare clienti in base a problemi con i pagamenti (come ad esempio, nel caso di mancate autorizzazioni per la carta di credito).

Sviluppatore del negozio. Un ruolo definito in WebSphere Commerce che crea un negozio iniziale, i gruppi di membri, l'aspetto dei prodotti e altre pagine del negozio, le simulazioni di acquisto e i sistemi di pagamento compreso tasse e spedizioni. Lo sviluppatore del negozio è anche responsabile dell'aspetto del negozio e di tutta la personalizzazione di codice necessaria.

T

tabella di categoria. Una tabella dinamica che visualizza le informazioni di categoria in una serie di righe e colonne.

TCP/IP. Vedere *Transmission Control Protocol/Internet Protocol*.

tecnica commerciale. In WebSphere Commerce, un metodo mediante il quale gli acquirenti e i rivenditori portano avanti delle transazioni commerciali. A seconda dell'edizione di WebSphere Commerce, tali metodi possono comprendere prezzi fissi, contratti, RFQ ed aste.

template. In WebSphere Commerce una maschera è uno schema o un modello che definisce il modo in cui le informazioni nel database Commerce Suite vengono visualizzate in una pagina Web. La maschera determina l'ubicazione ed il tipo di testo e le immagini sulla pagina, insieme ad altri attributi della pagina, come ad esempio un colore per lo sfondo. Le maschere vengono create con la tecnologia JavaServer Pages (JSP) utilizzando bean o tag HTML collegati al database di WebSphere Commerce.

tipo di tasse. Indica il tipo di tassa di vendita o spedizione. A ogni tipo di tasse è assegnata la relativa categoria di imposte.

Transmission Control Protocol/Internet Protocol (TCP/IP). Un gruppo di protocolli che supporta le funzioni di connettività peer-to-peer per le LAN e per le WAN.

trasporto. Un mezzo con cui inviare un messaggio in uscita da WebSphere Commerce.

trigger. Un trigger è un oggetto che avvia un'azione quando viene eseguita un'operazione di UPDATE, DELETE o INSERT su una tabella. L'azione è detta "azione avviata con un trigger" e l'operazione è detta "evento trigger". Le azioni avviate con un trigger possono eseguire attività quali:

- Sincronizzazione di altre tabelle con le modifiche apportate da eventi trigger
- Convalida di dati di immissione
- Generazione di valori per le nuove righe inserite

U

UBF. Vedere *Unified Business Flow*.

Unicode. Uno standard di codifica di caratteri universale che supporta l'interscambio, l'elaborazione e la visualizzazione di testo scritto in una delle lingue moderne. Inoltre, supporta molti testi storici e classici in molte lingue. Lo standard Unicode dispone di una serie di caratteri internazionali a 16 bit definita da ISO 10646.

Unified Business Flow (UBF). Una funzione che consente la creazione e la modifica flessibile dei processi aziendali. L'UBF consente agli sviluppatori di modificare il flusso commerciale tra i vari componenti di WebSphere Commerce.

Unified Trading Framework (UTF).

L'architettura comune mediante la quale è possibile creare tutti i meccanismi commerciali. Tra questi vi sono anche meccanismi sviluppati privatamente.

unità abbandonata. Un articolo ordinabile inserito nel carrello degli acquisti ma che non è stato ordinato.

URL. L'indirizzo di un file in Internet. L'URL contiene il nome del protocollo, il nome dominio completo, il percorso e l'ubicazione del file. Vedere anche *comando URL*.

URL di reindirizzamento. Un URL utilizzato in un comando URL per indicare la pagina da inviare al cliente una volta completato il comando.

UTF. Vedere *Unified Trading Framework*.

V

valuta di acquisto. La valuta utilizzata da un negozio nelle transazioni con un particolare cliente. Vedere anche *valuta preferita* e *valuta supportata*.

valuta preferita. La valuta indicata da un cliente come quella in cui si desidera visualizzare i prezzi. La valuta preferita viene indicata nel profilo cliente. Vedere anche *valuta di acquisto* e *valuta supportata*.

valuta supportata. Una valuta di un negozio in linea disponibile per la visualizzazione e la gestione. Vedere anche *valuta di acquisto* e *valuta preferita*.

vendita al rialzo. Una proposta di prodotto correlato alla stessa linea del prodotto attualmente visualizzato o selezionato. Vedere anche *vendita incrociata*.

vendita incrociata. Un consiglio sul prodotto correlato o complementare al prodotto correntemente visualizzato o selezionato. Vedere anche *vendita al rialzo*.

venditore. Supervisiona la gestione e gli obiettivi generali del negozio, oltre a tenere traccia delle vendite del negozio. Il commerciante equivale al *Venditore*.

visualizzazione. Una rappresentazione alternativa di dati da una o più tabelle. Una vista può includere tutte o alcune delle colonne contenute nella tabella o le tabelle in cui viene definita.

visualizzazione doppia. La visualizzazione simultanea di un importo monetario nella valuta di acquisto e uno o più importi in controvalore di una diversa valuta.

voce di catalogo. Un oggetto in un catalogo in linea. Un articolo presenta un nome, una descrizione, un elenco prezzo e altri dettagli. L'articolo può essere semplice come una SKU; può essere anche un prodotto suddiviso automaticamente nei relativi articoli del componente, come ad esempio un pacchetto.

voce di catalogo composta. Una raccolta di voci di catalogo i cui componenti vengono separati quando viene eseguito l'ordine. Comunemente denominato *bundle*.

voce di catalogo indivisibile. Una raccolta non divisibile di voci di catalogo disponibili per l'acquisto. Di solito con questo termine si fa riferimento a un *pacchetto*.

W

WebSphere Application Server. Un server di applicazioni Web basato su servlet Java utilizzato per lo sviluppo e la gestione di applicazioni Web. WebSphere Application Server è un server Web plug-in nel modello di programmazione Java per server che utilizza servlet, file JavaServer Pages e bean enterprise.

WebSphere Direttore catalogo. Uno strumento per la gestione del catalogo per la creazione e la gestione delle informazioni del catalogo in linea. WebSphere Direttore catalogo è progettato per l'utilizzo con WebSphere Commerce.

WebSphere Commerce Accelerator. In WebSphere Commerce un workbench di strumenti in linea utilizzato per gestire negozi in linea attraverso varie operazioni del negozio. Se sulla macchina WebSphere Commerce sono disponibili più lingue, è possibile completare queste attività per ciascuna lingua. Se è stato assegnato un ruolo che dispone delle mansioni di adempimento degli ordini, è possibile scegliere il centro di evasione ordini utilizzando WebSphere Commerce Accelerator. Le attività che è possibile eseguire in base al proprio ruolo, vengono visualizzate nei menu della home page di WebSphere Commerce Accelerator. Queste attività si basano sui ruoli degli utenti e sui livelli di autorizzazione.

WebSphere Commerce Server. Il server che gestisce le funzioni relative al commercio e al negozio di una soluzione e-commerce. WebSphere Commerce Server fornisce tutta la funzionalità di WebSphere Commerce in un contenitore Web e in un contenitore EJB.

WebSphere Commerce Studio. WebSphere Commerce Studio è disponibile in tre edizioni: Developer Edition, Professional Developer Edition e Business Developer Edition. Tutte le edizioni includono gli strumenti richiesti per sviluppare le risorse Web del negozio.

WebSphere Studio. WebSphere Studio è un insieme di strumenti che riunisce tutti gli aspetti dello sviluppo di un sito Web in un'interfaccia comune, consentendo di creare e gestire il sito da un'ubicazione centrale.

widget. (1) Un elemento di una GUI (graphical user interface) che visualizza informazioni o fornisce all'utente una specifica modalità per interagire con l'applicazione ed il sistema operativo. I widget includono icone, menu a discesa, pulsanti, caselle di spunta, barre di scorrimento, finestre, modelli e altri dispositivi per la visualizzazione di informazione e per invitare, accettare e rispondere alle azioni dell'utente. (2) Nella programmazione orientata agli oggetti, ciascun tipo di widget viene definito come una classe (o una classe secondaria in un'ampia classe generica di widget) ed è sempre associato ad una particolare finestra. Un widget implementa le procedure attraverso la relativa struttura di classi widget. Oggigiorno, la maggior parte se non tutte le lingue di sviluppo applicazioni, ad esempio, Java, viene fornita con una libreria di widget pronta che un programmatore può integrare e modificare.

wrapper. Un programma o script che imposta il livello e rende possibile l'esecuzione di un programma diverso o più importante.

WYSIWYG (What You See Is What You Get). La capacità di un editor di testi di visualizzare continuamente delle pagine esattamente come esse appaiono quando vengono stampate o visualizzate tramite un browser Web.

X

XML (Extensible Markup Language). Un metalinguaggio standard per la definizione di linguaggi di markup, derivato da SGML, di cui è una serie secondaria. XML omette le parti più complesse e meno utilizzate di SGML e semplifica la scrittura di applicazioni per gestire tipi di documenti, autorizzare e gestire informazioni strutturate, trasmettere e condividere informazioni strutturate attraverso i diversi sistemi di calcolo. XML è definito dal World Wide Web Consortium (W3C).

Informazioni particolari

Queste informazioni sono state sviluppate per i prodotti e i servizi offerti negli Stati Uniti. È possibile che negli altri paesi l'IBM non offra i prodotti, i servizi o le funzioni illustrati in questo documento. Consultare il rappresentante IBM locale per informazioni sui prodotti e sui servizi disponibili nel proprio paese. Ogni riferimento relativo a prodotti, programmi o servizi IBM non implica che solo quei prodotti, programmi o servizi IBM possano essere utilizzati. In sostituzione a quelli forniti dall'IBM, possono essere usati prodotti, programmi o servizi funzionalmente equivalenti che non comportino la violazione dei diritti di proprietà intellettuale o di altri diritti dell'IBM. È comunque responsabilità dell'utente valutare e verificare la possibilità di utilizzare altri programmi e/o prodotti, fatta eccezione per quelli espressamente indicati dall'IBM.

L'IBM può avere brevetti o domande di brevetto in corso relativi a quanto trattato nella presente pubblicazione. La fornitura di questa pubblicazione non implica la concessione di alcuna licenza su di essi. Per eventuali domande sulle licenze, scrivere al seguente indirizzo:

IBM Director of Licensing
IBM Europe
Schoenaicher Str. 220
D-7030 Boeblingen
Deutschland

Per richieste di informazioni relative alla licenza riguardanti informazioni double-byte (DBCS), fare richiesta scrivendo a:

IBM World Trade Asia Corporation
Licensing
2-31 Roppongi 3-chome, Minato-ku
Tokyo 106, Japan

Il seguente paragrafo non è valido per il Regno Unito o per tutti i paesi le cui leggi nazionali siano in contrasto con le disposizioni in esso contenute:

L'INTERNATIONAL BUSINESS MACHINES CORPORATION FORNISCE QUESTA PUBBLICAZIONE "NELLO STATO IN CUI SI TROVA", SENZA ALCUNA GARANZIA, ESPLICITA O IMPLICITA, IVI INCLUSE EVENTUALI GARANZIE DI COMMERCIALIZZABILITÀ ED IDONEITÀ AD UNO SCOPO

PARTICOLARE. Alcuni stati non consentono la rinuncia a garanzie esplicite o implicite in determinate transazioni; quindi la presente dichiarazione potrebbe essere non essere a voi applicabile.

Questa pubblicazione potrebbe contenere imprecisioni tecniche o errori tipografici. Le informazioni incluse in questo documento vengono modificate su base periodica; tali modifiche verranno incorporate nelle nuove edizioni della pubblicazione. L'IBM si riserva il diritto di apportare miglioramenti e/o modifiche al prodotto o al programma descritto nel manuale in qualsiasi momento e senza preavviso.

Tutti i riferimenti a siti Web non dell'IBM contenuti in questo documento sono forniti solo per consultazione. I materiali disponibile presso i siti Web non fanno parte di questo prodotto e l'utilizzo di questi è a discrezione dell'utente.

Tutti i commenti e i suggerimenti inviati potranno essere utilizzati liberamente dall'IBM e dalla Selfin e diventeranno esclusiva delle stesse.

Coloro che detengono la licenza su questo programma e desiderano avere informazioni su di esso allo scopo di consentire (i) uno scambio di informazioni tra programmi indipendenti ed altri (compreso questo) e (ii) l'uso reciproco di tali informazioni, dovrebbero rivolgersi a:

Lab Director
IBM Canada Ltd. Laboratory
8200 Warden Avenue
Markham, Ontario
L6G 1C7
Canada

Queste informazioni possono essere rese disponibili secondo condizioni contrattuali appropriate, compreso, in alcuni casi, il pagamento di un addebito.

Il programma su licenza descritto in questo manuale e tutto il materiale su licenza ad esso relativo sono forniti dall'IBM nel rispetto delle condizioni previste dalla licenza d'uso.

Tutti i dati relativi alle prestazioni contenuti in questa pubblicazione sono stati determinati in un ambiente controllato. Pertanto, i risultati ottenuti in ambienti operativi diversi possono variare in modo considerevole. Alcune misure potrebbero essere state fatte su sistemi di livello di sviluppo per cui non si garantisce che queste saranno uguali su tutti i sistemi disponibili. Inoltre, alcune misure potrebbero essere state ricavate mediante

estrapolazione. I risultati possono quindi variare. Gli utenti di questa pubblicazione devono verificare che i dati siano applicabili al loro specifico ambiente.

Le informazioni relative a prodotti non IBM sono state ottenute dai fornitori di tali prodotti. L'IBM non ha verificato tali prodotti e, pertanto, non può garantirne l'accuratezza delle prestazioni. Eventuali commenti relativi alle prestazioni dei prodotti non IBM devono essere indirizzati ai fornitori di tali prodotti.

Tutte le dichiarazioni riguardanti la futura direzione o le intenzioni della IBM sono soggette a sostituzione o al ritiro senza preavviso, e rappresentano unicamente scopi e obiettivi della IBM stessa.

Tutti i prezzi IBM riportati sono prezzi al dettaglio suggeriti dalla IBM stessa, sono correnti e soggetti a cambiamenti senza preavviso. I prezzi al fornitore possono variare.

Queste informazioni hanno solo scopo di pianificazione. Queste informazioni possono essere soggette a variazioni prima che i prodotti descritti siano disponibili.

Questa pubblicazione contiene esempi di dati e prospetti utilizzati quotidianamente nelle operazioni aziendali, pertanto, può contenere nomi di persone, società, marchi e prodotti. Tutti i nomi contenuti nel manuale sono fittizi e ogni riferimento a nomi ed indirizzi reali è puramente casuale.

LICENZA SOGGETTA ALLE LEGGI SUL DIRITTO D'AUTORE:

Queste informazioni contengono esempi di programmi applicativi in lingua originale, che illustrano le tecniche di programmazione su diverse piattaforme operative. Potete copiare, modificare e distribuire questi esempi di programmi sotto qualsiasi forma senza alcun pagamento alla IBM, allo scopo di sviluppare, utilizzare, commercializzare o distribuire i programmi applicativi in modo conforme alle API (Application Programming Interface) a seconda della piattaforma operativa per cui gli esempi dei programmi sono stati scritti. Questi esempi non sono stati testati approfonditamente tenendo conto di tutte le condizioni possibili. La IBM, quindi, non può garantire o assicurare la affidabilità, la praticità o il funzionamento di questi programmi. Potete copiare, modificare e distribuire questi esempi di programmi sotto qualsiasi forma senza alcun pagamento alla IBM, allo scopo di sviluppare, utilizzare, commercializzare o distribuire i programmi applicativi in modo conforme alle API (Application Programming Interface) IBM.

Ogni copia o parte di tali programmi di esempio deve includere un'informazione sul copyright come questa di seguito indicata:

©Copyright International Business Machines Corporation 2001. Parti di questo programma derivano da programmi di esempio della IBM Corp. ©Copyright IBM Corp. 2000, 2001. Tutti i diritti riservati.

Se questa pubblicazione viene visualizzata in formato elettronico, è possibile che le fotografie e le illustrazioni a colori non vengano visualizzate.

Marchi e marchi di servizio

I seguenti termini sono marchi dell'International Business Machines Corporation negli Stati Uniti, e/o in altri paesi:

AIX	CICS	DB2
DB2 Extenders	Encina	MQSeries
IBM	iSeries	VisualAge
SecureWay	WebSphere	400

Adobe e Acrobat sono marchi dell'Adobe Systems Incorporated.

Blaze Advisor è un marchio della HNC Software, Inc..

Lotus e Domino sono marchi della Lotus Development Corporation negli Stati Uniti e/o in altri paesi.

Microsoft, Windows, Windows NT, e il logo di Windows sono marchi della Microsoft Corporation negli Stati Uniti, e/o in altri paesi.

Oracle è un marchio registrato e Oracle8 è un marchio della Oracle Corporation.

SET e il Logo SET sono marchi di proprietà della SET Secure Electronic Transaction LLC. Per ulteriori informazioni fare riferimento al seguente URL <http://www.setco.org/aboutmark.html>.

Java e tutti i marchi basati su Java sono marchi della Sun Microsystems, Inc. negli Stati Uniti e/o in altri paesi.

Linux è un marchio registrato della Linus Torvalds.

UNIX è un marchio di The Open Group.

Altri nomi di prodotti, società o servizi potrebbero essere marchi o marchi di servizi di altre società.

Indice analitico

A

- account aziendale
 - Vedere Conti
- aliquote di imposta
 - Blocco appunti tasse 66
 - assegnazione a prodotto 159
- aste 221
 - galleria 222
 - gestito da
 - Rappresentante servizio clienti 227
 - meccanismi di determinazione dei prezzi 224
 - regole 224
 - stili 224
 - tipi
 - asta libera 223
 - offerte in busta chiusa 223
 - olandese 223
- autenticazione 97, 118

C

- campagna 206
 - copia pubblicitaria 203
 - iniziative - campagne 211
 - filtraggio collaborativo 206
 - pubblicità per la diffusione 207, 209
 - vendita persuasiva 206, 207
- Catalog Manager 38
- catalogo 73
 - comprensione 73
 - metodi di creazione 77
 - principale 90, 155, 185
 - prodotti di esempio
 - cancellazione 82
 - Pacchetto Loader 83
- ciclo sviluppo 31
 - distribuzione 38
 - progettazione 36
 - raccolta dei requisiti 34
 - sviluppo del catalogo 38
 - sviluppo negozio 36
 - test 38
- Collaborazione 198
- Commerce Studio 18
 - componenti 19
 - Applet Designer 20
 - Page Designer 19

- Commerce Studio (*Continua*)
 - componenti (*Continua*)
 - WebSphere Studio 19
- Console di gestione
 - configurazione della messaggistica 125
 - controllo accesso 113
 - Gestione delle regole Blaze 133
 - Payment Manager 128
 - Performance Monitor 123
- Conti 187
 - definizione 187
 - prospetti 193
 - contratti prossimi alla data di scadenza 194
 - limiti di bilancio degli ordini ad acquisto limitato 193
 - ordini 193
 - ordini per contratto 193, 194
 - rimborsi 194
 - rimborsi per contratto 193, 194
- contratto, predefinito 186
- contratto predefinito 186
- controllo accesso 113, 121
- criteri, aziendali 183
 - catalogo 184
 - concessioni cliente 185
 - fatturazione, pagamento e rimborso 184
 - restituzioni 184
 - spedizione 185
- criteri aziendali 183
 - catalogo 184
 - concessioni cliente 185
 - fatturazione, pagamento e rimborso 184
 - restituzioni 184
 - spedizione 185

D

- Database Managed Space (DMS) 135
- DB2 Text Extender 17

E

- Evasione ordini 179
 - imballaggio 180
 - raccolta 180
 - spedizione 181

- Extractor 123

F

- file di log 127
- file JSP
 - Vedere File JSP (JavaServer Pages)
- File JSP (JavaServer Pages) 13, 53
- Fornitori 147

G

- gestione cache 129
- Gestione configurazione 12, 118, 129

I

- InFashion 54, 55, 56, 94, 179
- Inventario 25
 - assegnazione 144
 - Available to Promise (ATP) 144
 - prospetti
 - prodotti in ordini arretrati 150
 - record di inventario previsto 150
 - rettifiche inventario 150
 - ricevute inventario per prodotto 150
 - stato inventario 150
- Record di inventario
 - previsto 148
 - rettifiche 151
- ricevimento delle restituzioni 152
- ricevute ad hoc 151
- selezione della disposizione dei prodotti restituiti 152

L

- LDAP
 - Vedere Lightweight Directory Access Protocol (LDAP)
- Lightweight Directory Access Protocol (LDAP) 119

M

- manutenzione database 133
 - copie di riserva database 134
 - gestione spazi tabella 135
 - piani di accesso 135

manutenzione database (*Continua*)
 programma di utilità Cleanup del database 136
 registrazione database 134
 regolazione database 138
 riorganizzazioni tabelle 136
Marketing
 campagne 206
 profilo clienti 203
 Promozioni coupon 213
 prospetti 212
 spot di e-marketing 201

N

negozi
 archivio di negozio 62
 creazione 53
 distribuzione 105
 negozio di esempio 53
 negozio multiculturale 57
 pagine 58
 carrello degli acquisti 60
 collegamento 59
 crea pagine, WebSphere Studio 69
 eccezione 62
 elenco interessi 60
 errore di sistema 62
 gruppo di cataloghi 59
 home 58
 indirizzo 61
 iscrizione 59
 pacchetto e raccolta 60
 prodotto 60
 test 61
 personalizzare l'archivio di negozio 64
 pubblicare l'archivio di negozio 68, 70
 Servizi del negozio 63
 test 105

O

opzioni di configurazione 39
 1 livello 43
 2 livelli 44
 3 livelli 46
 clonazione 40
 con più istanze 49
 enterprise 47
 Network Dispatcher 41
 server di trasferimento 51

P

Pacchetto Loader 83

prodotti
 assegnazione ad una categoria 159
 assegnazione sconto 168
 definizione attributi 161
 definizione prezzi 161
 definizione produttore 159
 definizione unità di misura 160
 definizione valori attributi 161
 generazione SKU 162
 ricerca 164
Product Advisor 217
 descrizione 217
 metafore 217
 Informazioni su Product Advisor 220
 Informazioni sul confronto prodotti 220
 Informazioni sull'assistente di vendita 220
 Informazioni sull'esplorazione dei prodotti 220
 preparazione all'utilizzo 219
 utilizzando Direttore catalogo 219
profilo clienti 203
prospetti
 Gestione prodotti
 prodotti in ordini arretrati 163
 restituzioni in sospeso 163
 ricevute inventario per prodotto 163
 stato inventario 163
Inventario
 prodotti in ordini arretrati 150
 record di inventario previsto 150
 rettifiche inventario 150
 ricevute inventario per prodotto 150
 stato inventario 150

Q

QuickPlace 198

R

Rappresentante servizio clienti 171
 aste 227
 informazioni sulla registrazione 171
 ordini clienti 173
 creazione ordini 175
 modifica ordini 174

Rappresentante servizio clienti (*Continua*)
 ordini clienti (*Continua*)
 ricerca ordini 174
Responsabili del marketing 199
 campagna 211
 dettagli sui prodotti 156
 profili clienti 204
Restituzioni 176
 approvazione, negata dal sistema 176
 approvazioni 185
 creazione 176
 motivi di restituzione 146
 prospetti 147
 Restituzioni con ricevimento parziale 147
 Restituzioni in sospeso 147, 163
 Ricevimenti delle restituzioni non smaltiti 147
 restituzione non desiderata 160
 ricevimenti 152
 selezione della disposizione 152
 spese 184
RFQ (Request for Quote) 194
 abilitazione 195
 elaborazione 195
ruoli 31
 assegnazione ruoli agli utenti 117
 Designer Web 34
 Direttore prodotti 32
 Responsabile del marketing 32
 Responsabile del sito 32, 113
 Responsabile di negozio 33, 113
 Sviluppatore del database 33
 Sviluppatore di negozio 33

S

server di trasferimento 106
Sicurezza
 autenticazione 118
 cliente 119
 LDAP 119
 registro utente 119
 X.509 119
miglioramento sicurezza 120
 blocco account 121
 collegamento accessi 120
 comandi protetti
 password 120
 controllo sicurezza 120, 121
 criteri di password 121
 invalidazione password 120

- Sicurezza (*Continua*)
 - miglioramento sicurezza (*Continua*)
 - protezione script incrociato del sito 120
 - strumento aggiornamento database 120
 - timeout di scollegamento 120
- Sottosistemi
 - Catalogo 24
 - Inventario 25
 - Marketing 25
 - Membro 23
 - Negoziazione 25
 - Ordine 25
- spedizione
 - assegnazione a un prodotto 160
 - Blocco appunti Spedizione 65
 - modalità 185
 - tipi di addebiti 185
- System Managed Storage (SMS) 135

W

- WebSphere Commerce 9
 - componenti 10
 - Console di gestione 11
 - database 13
 - Payment Manager 14
 - ricerca 17
 - Server delle applicazioni
 - Web 12
 - server Web 13
 - Servizi del negozio 11
 - sicurezza 118
 - software 16
 - WebSphere Commerce Accelerator 10

Riservato ai commenti del lettore

IBM® WebSphere® Commerce
Informazioni di base
Versione 5.4

Pubblicazione N. GC13-3054-01

Commenti relativi alla pubblicazione in oggetto potranno contribuire a migliorarla. Sono graditi commenti pertinenti alle informazioni contenute in questo manuale ed al modo in cui esse sono presentate. Si invita il lettore ad usare lo spazio sottostante citando, ove possibile, i riferimenti alla pagina ed al paragrafo.

Si prega di non utilizzare questo foglio per richiedere informazioni tecniche su sistemi, programmi o pubblicazioni e/o per richiedere informazioni di carattere generale.

Per tali esigenze si consiglia di rivolgersi al punto di vendita autorizzato o alla filiale IBM della propria zona oppure di chiamare il "Supporto Clienti" IBM al numero verde 167-017001.

I suggerimenti ed i commenti inviati potranno essere usati liberamente dall'IBM e dalla Selfin e diventeranno proprietà esclusiva delle stesse.

Commenti:

Si ringrazia per la collaborazione.

Per inviare i commenti è possibile utilizzare uno dei seguenti modi.

- Spedire questo modulo all'indirizzo indicato sul retro.
- Inviare un fax al numero: +39-081-660236
- Spedire una nota via email a: translationassurance@selfin.it

Se è gradita una risposta dalla Selfin, si prega di fornire le informazioni che seguono:

Nome

Indirizzo

Società

Numero di telefono

Indirizzo e-mail

Indicandoci i Suoi dati, Lei avrà l'opportunità di ottenere dal responsabile del Servizio di Translation Assurance della Selfin S.p.A. le risposte ai quesiti o alle richieste di informazioni che vorrà sottoporci. I Suoi dati saranno trattati nel rispetto di quanto stabilito dalla legge 31 dicembre 1996, n.675 sulla "Tutela delle persone e di altri soggetti rispetto al trattamento di dati personali". I Suoi dati non saranno oggetto di comunicazione o di diffusione a terzi; essi saranno utilizzati "una tantum" e saranno conservati per il tempo strettamente necessario al loro utilizzo.



Selfin S.p.A.
Translation Assurance

Via F. Giordani, 7

80122 NAPOLI



Numero parte: CT1D2IT

Printed in Denmark by IBM Danmark A/S

GC13-3054-01



(1P) P/N: CT1D2IT



Spine information:



IBM® WebSphere® Commerce **Informazioni di base**

Versione 5.4